

ESTUDIO SOBRE EL ATRACTIVO TURISTICO DEL OCIO NOCTURNO DE MADRID



INDICE

INTRODUCCION

CARACTERISTICAS DEL ESTUDIO

DATOS ESTUDIO

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO SOBRE EL ATRACTIVO TURISTICO DEL OCIO

NOCTURNO EN MADRID

DOSSIER FOTOGRAFICO

SORTEO PREMIOS PARTICIPANTES ESTUDIO

INFORMACION ASOCIADOS NOCHE MADRID

INTRODUCCION

El ocio nocturno en la ciudad de Madrid se enfrenta en estos momentos a las dificultades provocadas por la crisis económica, pero también a las problemáticas derivadas de la presión fiscal y la ausencia de un marco normativo acorde a las demandas del mercado turístico actual.

A pesar de todo, el ocio nocturno, forma parte de la imagen de marca de la ciudad de Madrid e históricamente ha sido uno de sus principales atractivos turísticos.

En relación con lo anterior, para el colectivo empresarial ha resultado conveniente llevar a cabo un estudio en el contexto de la celebración de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, FITUR, para conocer la valoración de la oferta de la vida nocturna madrileña entre los profesionales del marketing turístico que han estado presentes en la principal Feria del turismo de España.

El presente documento pretende exponer y difundir los principales datos de este estudio.

Este estudio ha sido posible gracias a la colaboración de BACARDI y la participación de Grupo Moby, Joy Eslava, Casino Gran Madrid, Berlín Cabaret, Sala Cocó.

CARACTERISTICAS DEL ESTUDIO

El estudio sobre el atractivo turístico del ocio nocturno de Madrid, realizado por Nochemadrid, ha tenido lugar entre los días 22, 23 y 24 de Enero realizando 300 encuestas a los profesionales del marketing turístico presentes en FITUR.

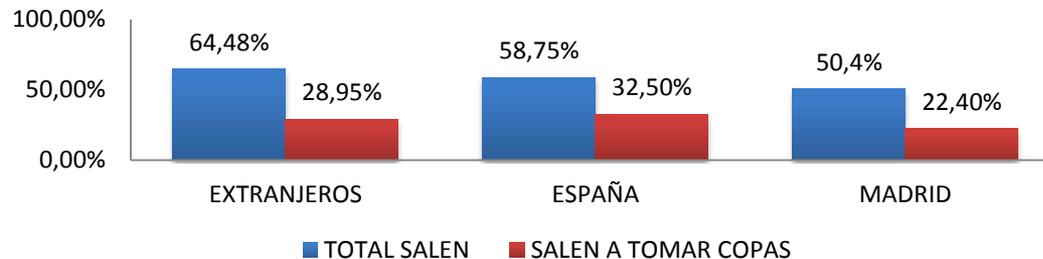
Los días de realización del estudio han sido aquellos en los que la visita al certamen estaba restringida exclusivamente a profesionales de tal manera que las encuestas realizadas sirvieran para conocer las opiniones de los especialistas y expertos en marketing turístico.

Por procedencia las encuestas han sido realizadas por 86 extranjeros, 91 españoles (excluyendo Comunidad de Madrid) y 123 madrileños.

DATOS ESTUDIO

¿QUE VAS A HACER ESTA NOCHE?

QUE VAS A HACER ESTA NOCHE %	EXTRANJEROS	ESPAÑA	MADRID
IRME AL HOTEL A DESCANSAR	35,52 %	16,25 %	6,4 %
IRME A CASA	0%	25 %	43,2 %
IR A CASA DE AMIGOS/FAMILIARES A CENAR	15,79 %	3,75 %	12 %
SALIR A VER ESPECTACULO, CINE, ETC.	9,21 %	8,75 %	4 %
SALIR A CENAR CON AMIGOS/COMPAÑEROS TRABAJO	10,53 %	13,75 %	12 %
SALIR A CENAR Y A TOMAR COPAS CON AMIGOS/COMPAÑEROS	28,95 %	32,5 %	22,4 %



El 64.48% del total de los extranjeros encuestados salen por la noche durante la celebración de FITUR y de estos el 28,95% saldrán a cenar y tomar copas.

El 58,75% del total de los españoles (excluyendo madrileños) encuestados salen por la noche durante la celebración de FITUR y de estos 32.5% saldrán a cenar y tomar copas.

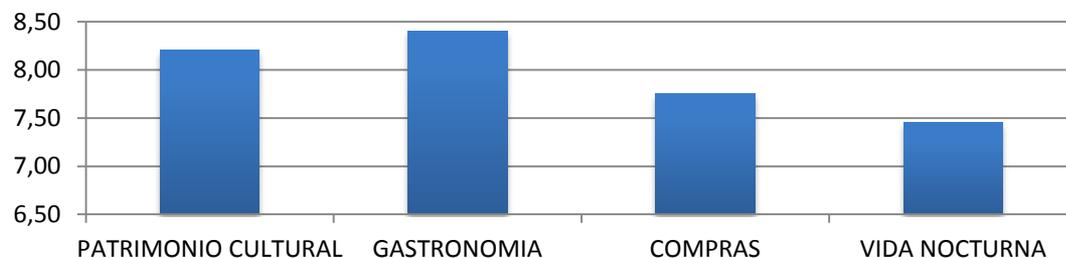
El 50,4% del total de los madrileños encuestados salen por la noche durante la celebración de FITUR y de estos 22,4% saldrán a cenar y tomar copas.

Teniendo en cuenta que las cifras de visitantes profesionales en FITUR ascendió a 120.000 personas, y de acuerdo con los resultados de la encuesta, podemos estimar que más de 70.000 profesionales disfrutaron de la vida nocturna de Madrid, de los cuales el 50 por 100 salieron a tomar copas o bailar en los locales de ocio.

¿QUE ES LO QUE MAS TE GUSTA DE MADRID COMO DESTINO TURISTICO? RESPUESTA EXTRANJEROS

VALORACION DEL DESTINO	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
PATRIMONIO CULTURAL	60,98 %	28,05 %	7,32 %	3,65 %
GASTRONOMIA	57,14 %	39,28 %	2,38 %	1,2 %
VIDA NOCTURNA	52,32 %	27,93 %	11,62 %	8,13 %
PARQUES Y ENTORNO NATURAL	41,98 %	37,03 %	16,04 %	4,95 %
ARQUITECTURA	45,35 %	33,73 %	16,27 %	4,65 %
COMPRAS	60,65 %	19,67 %	11,48 %	8,2 %

PUNTUACION MEDIA	
PATRIMONIO CULTURAL	8,20
GASTRONOMIA	8,40
COMPRAS	7,75
VIDA NOCTURNA	7,45

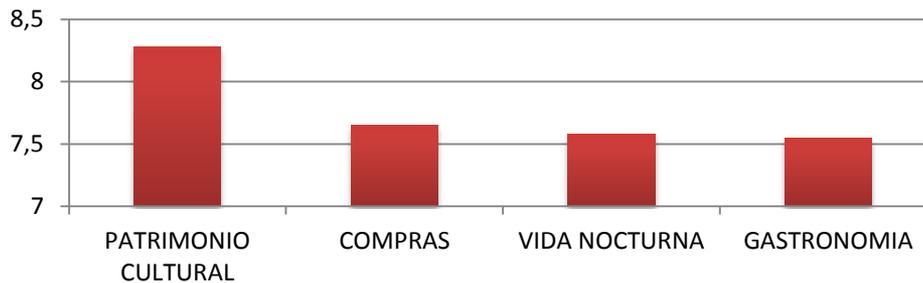


Para los extranjeros la gastronomía es el producto turístico más importante de Madrid, con una valoración media de 8,20 y la vida nocturna ocupa la cuarta posición con un 7,45.

¿QUE ES LO QUE MAS TE GUSTA DE MADRID COMO DESTINO TURISTICO? RESPUESTA ESPAÑA

VALORACION DEL DESTINO	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
PATRIMONIO CULTURAL	54,22 %	42,17 %	2,41 %	1,2 %
GASTRONOMIA	37,78 %	53,33 %	7,78 %	1,11 %
VIDA NOCTURNA	45,45 %	40,91 %	10,23 %	3,41 %
PARQUES Y ENTORNO NATURAL	34,15 %	45,12 %	18,29 %	2,44 %
ARQUITECTURA	45,89 %	35,29 %	18,82 %	0%
COMPRAS	49,37 %	34,18 %	13,92 %	2,53 %

PUNTUACION MEDIA	
PATRIMONIO CULTURAL	8,28
COMPRAS	7,65
VIDA NOCTURNA	7,58
GASTRONOMIA	7,55

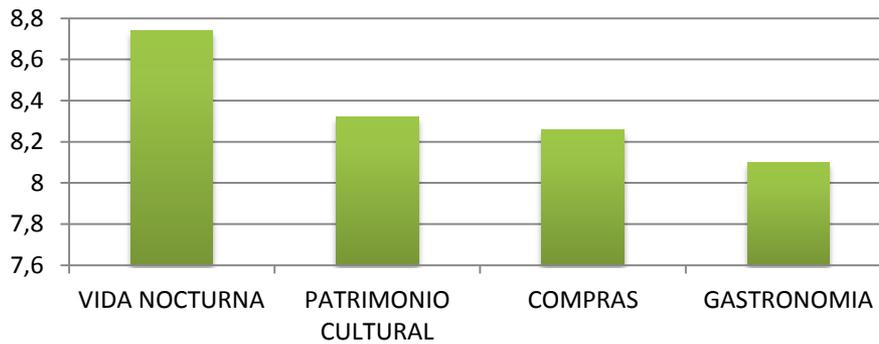


Para los profesionales de turismo españoles el patrimonio cultural de Madrid es su principal productor turístico con una puntuación media del 8.28. La vida nocturna ocupa la 3ª posición con un 7.58.

¿QUE ES LO QUE MAS TE GUSTA DE MADRID COMO DESTINO TURISTICO? **RESPUESTA MADRID**

VALORACION DEL DESTINO	MUCHO	BASTANTE	POCO	NADA
PATRIMONIO CULTURAL	55,46 %	40,34 %	3,36 %	0,84 %
GASTRONOMIA	52,07 %	40,49 %	6,61 %	0,83 %
VIDA NOCTURNA	57,98 %	33,61 %	6,73 %	1,68 %
PARQUES Y ENTORNO NATURAL	39,82 %	42,48 %	15,93 %	1,77 %
ARQUITECTURA	38,6 %	50 %	9,65 %	1,75 %
COMPRAS	60,95 %	28,58 %	8,57 %	1,9 %

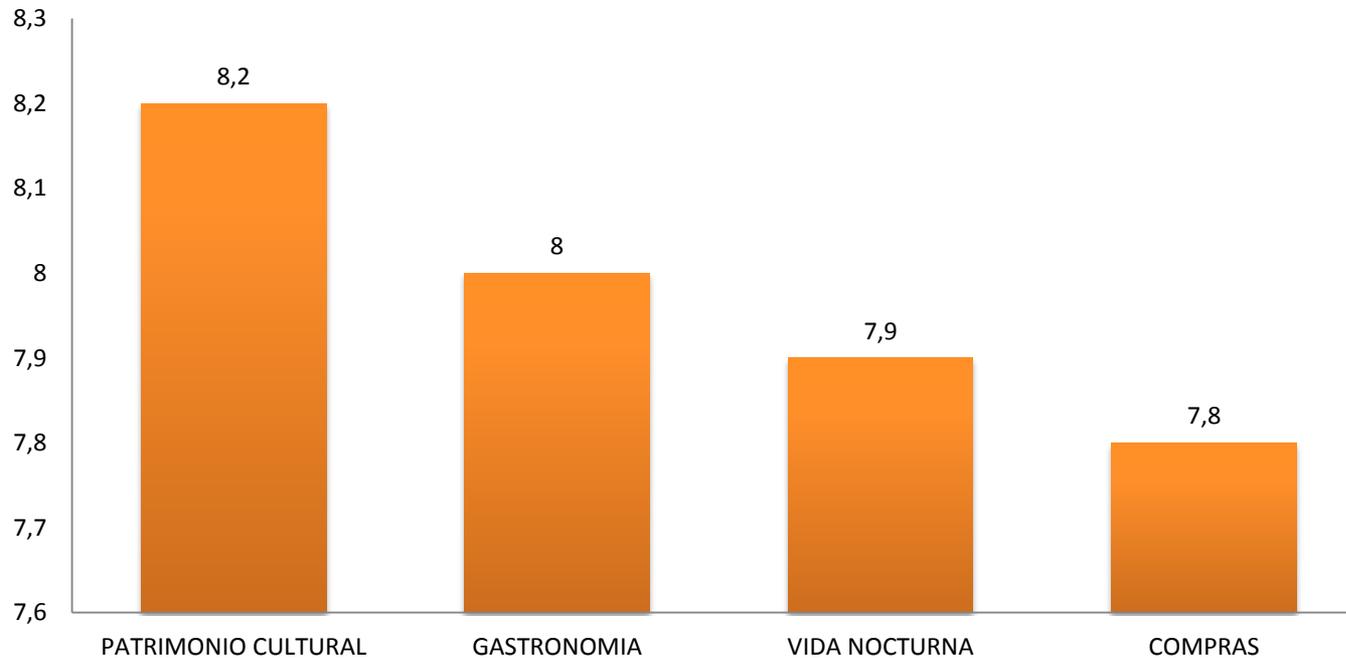
PUNTACION MEDIA	
VIDA NOCTURNA	8,74
PATRIMONIO CULTURAL	8,32
COMPRAS	8,26
GASTRONOMIA	8,1



La vida nocturna es el principal producto turístico para los técnicos y profesionales del turismo de Madrid. La vida nocturna alcanza la puntuación media más alta entre todos los productos turísticos que han valorado los profesionales del turismo extranjero, nacional y madrileño, con un 8.74 de puntuación media.

La relevancia de este dato pone de manifiesto la importancia que los profesionales del turismo madrileños le dan a la vida nocturna como principal valor diferencial que tiene la oferta turística de Madrid.

RANKING VALORACION OFERTA DE MADRID COMO DESTINO TURISTICO

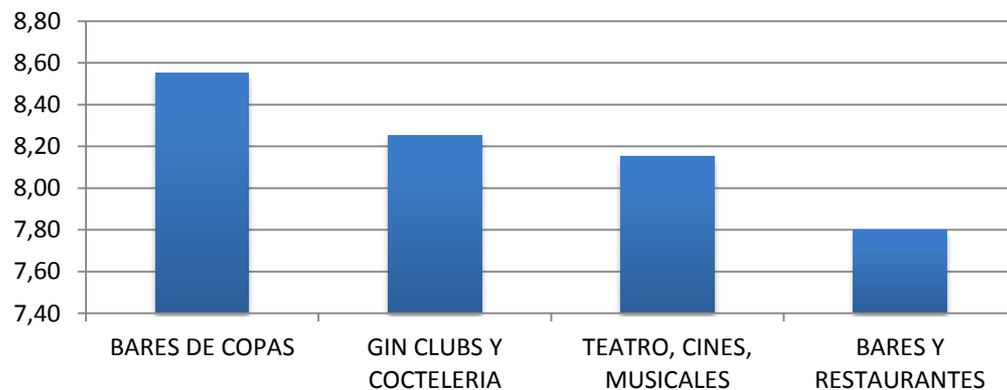


La valoración media de la oferta de Madrid como destino turístico, teniendo en cuenta la opinión de todos los profesionales consultados es de 7,98. La vida nocturna alcanza una media entre todos los colectivos de 7,90.

¿COMO VALORAS LA OFERTA DE SERVICIOS DE LA VIDA NOCTURNA DE MADRID? RESPUESTA EXTRANJEROS

TIPOLOGIA ESTABLECIMIENTOS	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA
BARES Y RESTAURANTES	69,04 %	27,38 %	3,58 %	0%
TEATRO, CINES, MUSICALES	54,66 %	37,33 %	6,66 %	1,35 %
GIN CLUBS Y COCTELERIA	54,17 %	40,27 %	5,56 %	0%
TABLAOS	36,76 %	47,06 %	8,83 %	7,35 %
AMBIENTE LGTB	36,84 %	33,33 %	21,06 %	8,77 %
DISCOTECAS Y CLUBS	34,8 %	54,34 %	4,34 %	6,52 %
BARES DE COPAS	62,35 %	33,76 %	2,6 %	1,29 %
CLUBS ADULTOS	23,08 %	27,7 %	24,61 %	24,61 %

PUNTUACION MEDIA	
BARES DE COPAS	8,55
GIN CLUBS Y COCTELERIA	8,25
TEATRO, CINES, MUSICALES	8,15
BARES Y RESTAURANTES	7,80

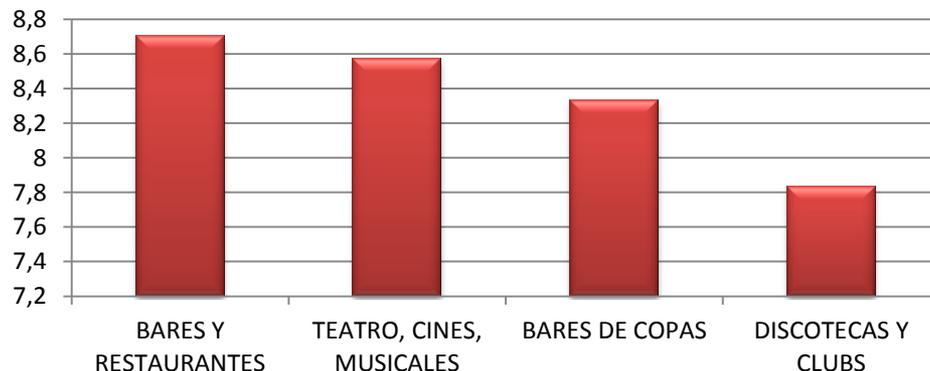


Para los extranjeros los bares de copas son lo mejor de la oferta de la vida nocturna madrileña con una puntuación media de 8.55.

¿COMO VALORAS LA OFERTA DE SERVICIOS DE LA VIDA NOCTURNA DE MADRID? **RESPUESTA ESPAÑA**

TIPOLOGIA ESTABLECIMIENTOS	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA
BARES Y RESTAURANTES	66,29 %	29,21 %	4,5 %	0%
TEATRO, CINES, MUSICALES	65,88 %	27,06 %	5,88 %	1,18 %
GIN CLUBS Y COCTELERIA	51,28 %	37,18 %	11,54 %	0%
TABLAOS	22,73 %	28,79 %	42,42 %	6,06 %
AMBIENTE LGTB	18,52 %	40,74 %	12,96 %	27,78 %
DISCOTECAS Y CLUBS	50 %	39,29 %	7,14 %	3,57 %
BARES DE COPAS	61,45 %	30,12 %	6,02 %	2,41 %
CLUBS ADULTOS	15,69 %	31,37 %	13,73 %	39,21 %

PUNTUACION MEDIA	
BARES Y RESTAURANTES	8,7
TEATRO, CINES, MUSICALES	8,57
BARES DE COPAS	8,33
DISCOTECAS Y CLUBS	7,83

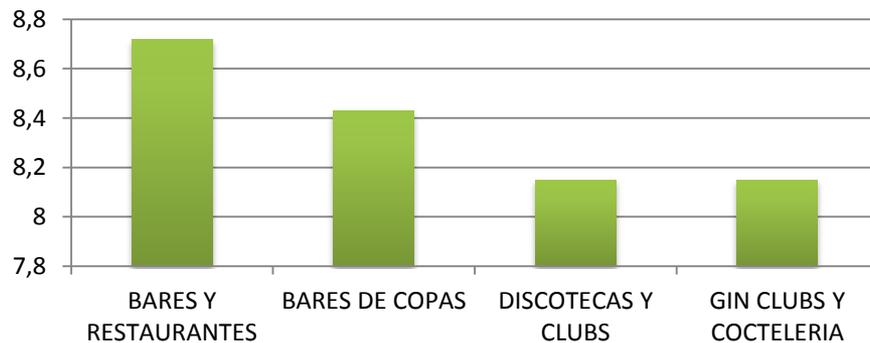


Para los españoles la hora de salir por las noches los bares y restaurantes tiene valoración más alta con un 8.7

¿COMO VALORAS LA OFERTA DE SERVICIOS DE LA VIDA NOCTURNA DE MADRID? RESPUESTA MADRID

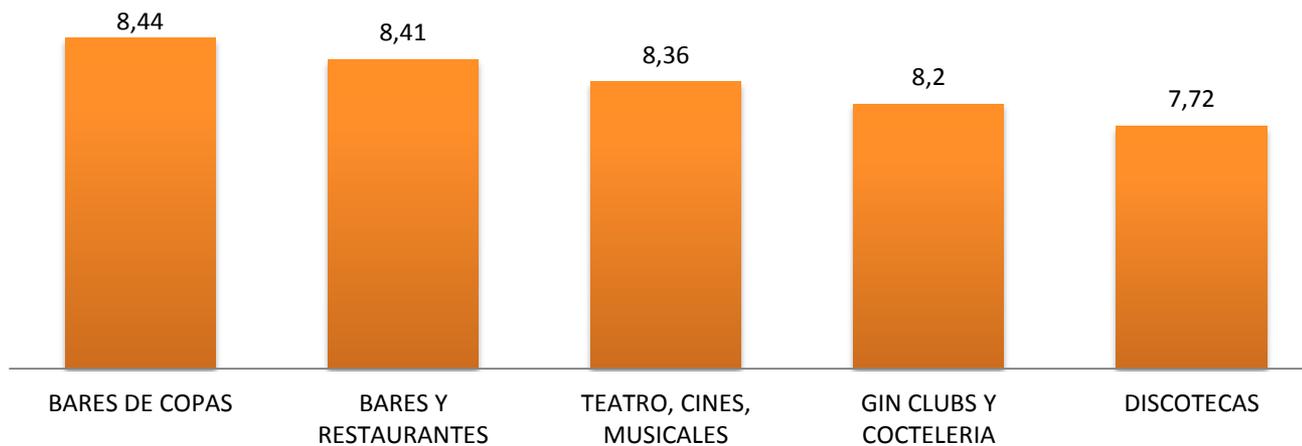
TIPOLOGIA ESTABLECIMIENTOS	MUY BUENA	BUENA	REGULAR	MALA
BARES Y RESTAURANTES	66,39 %	30,26 %	2,5 %	0,85 %
TEATRO, CINES, MUSICALES	54,24 %	37,28 %	7,64 %	0,84 %
GIN CLUBS Y COCTELERIA	53,84 %	38,46 %	6,85 %	0,85 %
TABLAOS	29,65 %	41,66 %	25,92 %	2,77 %
AMBIENTE LGTB	28,13 %	45,83 %	12,5 %	13,54 %
DISCOTECAS Y CLUBS	52,27 %	41,66 %	5,32 %	0,75 %
BARES DE COPAS	60,16 %	34,14 %	4,87 %	0,83 %
CLUBS ADULTOS	21,34 %	32,58 %	26,98 %	19,1 %

PUNTUACION MEDIA	
BARES Y RESTAURANTES	8,72
BARES DE COPAS	8,43
DISCOTECAS Y CLUBS	8,15
GIN CLUBS Y COCTELERIA	8,15



Los madrileños, como el resto de los españoles destacan el valor de los bares y restaurantes con una puntuación de 8,72.

RANKING VALORACION OFERTA DE SERVICIOS DE LA VIDA NOCTURNA DE MADRID

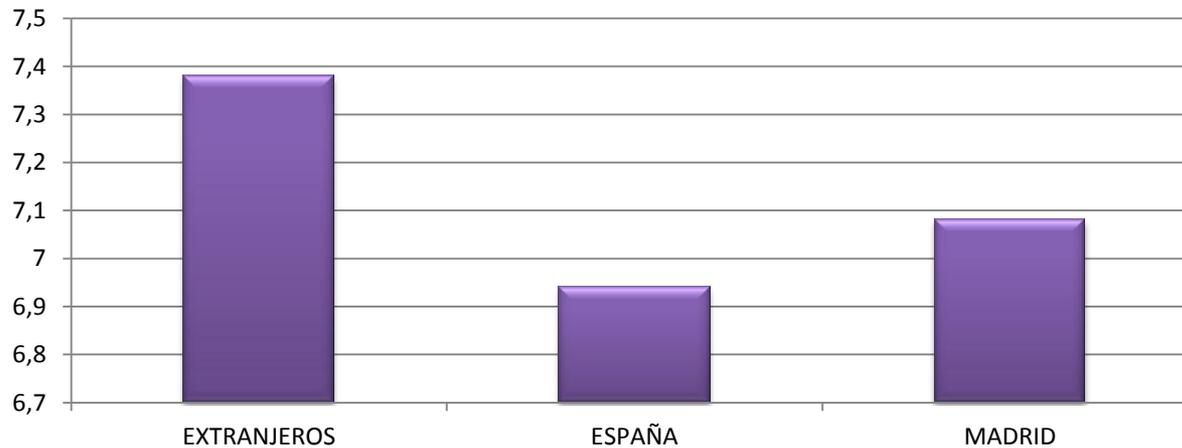


La oferta de ocio nocturno de Madrid tiene una nota media del 8,1.

Los bares de copas de las zonas de ocio reciben la puntuación más alta con un 8,44.

¿COMO CREES QUE ES LA IMAGEN TURISTICA DE MADRID?

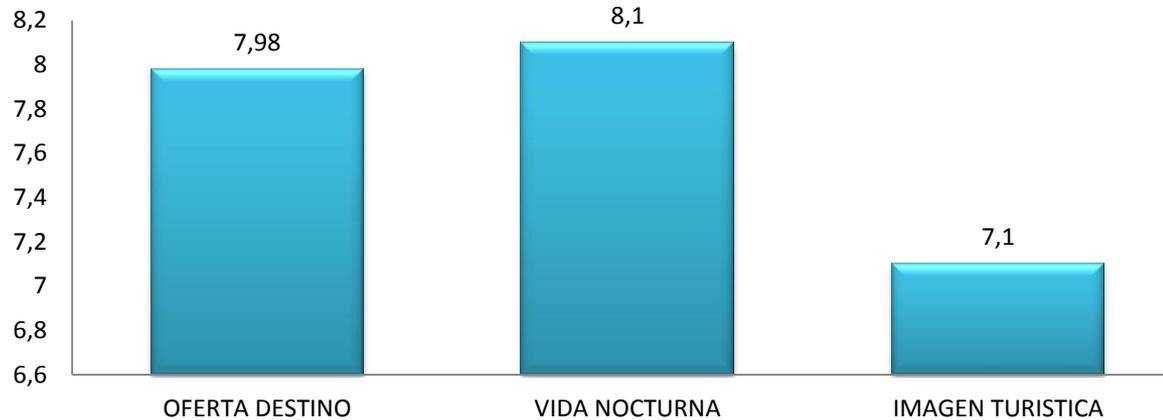
EXTRANJEROS	ESPAÑA	MADRID
7,38	6,94	7,08



Los profesionales del marketing turísticos extranjeros son los que mejor imagen tienen de Madrid, con un 7,38.

Con respecto al deterioro de la imagen turística de Madrid, son los españoles los que peor la perciben con un 6.94.

COMPARATIVA SOBRE LA VALORACION TURISTICA DE MADRID Y LA IMPORTANCIA DEL OCIO NOCTURNO



Si analizamos los principales indicadores que permiten valorar el atractivo turístico de Madrid teniendo en cuenta las opiniones de los profesionales del turismo, tanto internacional, nacional como local, hay que destacar que Madrid es valorada de forma NOTABLE por todos ellos.

La oferta de ocio nocturno de Madrid recibe la puntuación más alta con un 8,1.

La puntuación media de Madrid como destino turístico alcanza el 7,98.

La imagen turística de Madrid ocupa el tercer puesto de los indicadores señalados con un 7,1.

Los profesionales del marketing turístico valoran la vida nocturna de Madrid por encima de la imagen turística de la propia ciudad. La puntuación media del ocio nocturno es del 8.1 y la imagen turística de Madrid del 7.1.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO SOBRE EL ATRACTIVO TURISTICO DEL OCIO NOCTURNO EN MADRID

¿QUE VAS A HACER ESTA NOCHE?

El 64.48% del total de los extranjeros encuestados salen por la noche durante la celebración de FITUR y de estos el 28,95% saldrán a cenar y tomar copas.

El 58,75% del total de los españoles (excluyendo madrileños) encuestados salen por la noche durante la celebración de FITUR y de estos 32.5% saldrán a cenar y tomar copas.

El 50,4% del total de los madrileños encuestados salen por la noche durante la celebración de FITUR y de estos 22,4% saldrán a cenar y tomar copas.

Teniendo en cuenta que las cifras de visitantes profesionales en FITUR ascendió a 120.000 personas, y de acuerdo con los resultados de la encuesta, podemos estimar que más de 70.000 profesionales disfrutaron de la vida nocturna de Madrid, de los cuales el 50 por 100 salieron a tomar copas o bailar en los locales de ocio.

¿QUE ES LO QUE MAS TE GUSTA DE MADRID COMO DESTINO TURISTICO?

Para los extranjeros la gastronomía es el producto turístico más importante de Madrid, con una valoración media de 8,20 y la vida nocturna ocupa la cuarta posición con un 7,45.

Para los profesionales de turismo españoles el patrimonio cultural de Madrid es su principal productor turístico con una puntuación media del 8.28. La vida nocturna ocupa la 3ª posición con un 7.58.

La vida nocturna es el principal producto turístico para los técnicos y profesionales del turismo de Madrid. La vida nocturna alcanza la puntuación media más alta entre todos los productos turísticos que han valorado los profesionales del turismo extranjero, nacional y madrileño, con un 8.74 de puntuación media.

La relevancia de este dato pone de manifiesto la importancia que los profesionales del turismo madrileños le dan a la vida nocturna como principal valor diferencial que tiene la oferta turística de Madrid.

RANKING VALORACION OFERTA DE MADRID COMO DESTINO TURISTICO

La valoración media de la oferta de Madrid como destino turístico, teniendo en cuenta la opinión de todos los profesionales consultados es de 7,98. La vida nocturna alcanza una media entre todos los colectivos de 7,90.

¿COMO VALORAS LA OFERTA DE SERVICIOS DE LA VIDA NOCTURNA DE MADRID?

Para los extranjeros los bares de copas son lo mejor de la oferta de la vida nocturna madrileña con una puntuación media de 8.55.

Para los españoles la hora de salir por las noches los bares y restaurantes tiene valoración más alta con un 8.7

Los madrileños, como el resto de los españoles destacan el valor de los bares y restaurantes con una puntuación de 8,72.

RANKING VALORACION OFERTA DE SERVICIOS DE LA VIDA NOCTURNA DE MADRID

La oferta de ocio nocturno de Madrid tiene una nota media del 8,1.

Los bares de copas de las zonas de ocio reciben la puntuación más alta con un 8,44.

¿COMO CREES QUE ES LA IMAGEN TURISTICA DE MADRID?

Los profesionales del marketing turísticos extranjeros son los que mejor imagen tienen de Madrid, con un 7,38. Con respecto al deterioro de la imagen turística de Madrid, son los españoles los que peor la perciben con un 6.94.

COMPARATIVA SOBRE LA VALORACION TURISTICA DE MADRID Y LA IMPORTANCIA DEL OCIO NOCTURNO

Si analizamos los principales indicadores que permiten valorar el atractivo turístico de Madrid teniendo en cuenta las opiniones de los profesionales del turismo, tanto internacional, nacional como local, hay que destacar que Madrid es valorada de forma NOTABLE por todos ellos.

La oferta de ocio nocturno de Madrid recibe la puntuación más alta con un 8,1.

La puntuación media de Madrid como destino turístico alcanza el 7,98.

La imagen turística de Madrid ocupa el tercer puesto de los indicadores señalados con un 7,1.

Los profesionales del marketing turístico valoran la vida nocturna de Madrid por encima de la imagen turística de la propia ciudad. La puntuación media del ocio nocturno es del 8.1 y la imagen turística de Madrid del 7.1.

BALANCE Y CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.

Para los profesionales del marketing turístico y especialmente para los madrileños la vida nocturna es un producto turístico especialmente singular de la ciudad de Madrid, y uno de los mas valiosos a la hora de comunicar y transmitir la capacidad de acogida y hospitalidad de la Ciudad de Madrid

La experiencia lúdica y recreativa es uno de los principales valores para potenciar el atractivo turístico de los destinos y en el caso de Madrid un factor de motivación en la elección del destino muy importante. Asimismo es un factor de fidelización para la repetición de visitas turísticas.

La vida nocturna tiene una enorme potencialidad para proyectar la imagen turística de Madrid y transmite una huella imborrable en sus visitantes.

La oferta de productos y servicios de la vida nocturna madrileña es muy plural y diversa lo que le permite satisfacer la demanda de todo tipo de públicos por edad, motivación, gustos, etc.

El deterioro de la vida nocturna perjudica la imagen turística de Madrid lo que hace especialmente necesaria la puesta en marcha un plan de dinamización de la actividad del sector que sea capaz de abordar el proceso de ordenación y regeneración de su imagen sectorial.

DOSSIER FOTOGRAFICO





Pedro Serrano
Presidente Nochemadrid



Miguel Sanz
Direccion de Marketing
Turistico y Partenariado
Madrid Destino



Carlos Martinez, Loriga
Subdirector Gral. Promoción y
Comercialización (Comunidad
Madrid



Javier Aragón
UNIVERSIDAD CARLOS III



Israel Macías.
Vicious Magazine





**SORTEO PREMIOS
PARTICIPANTES ESTUDIO**



Manuel Sánchez
Bacardi



RRPP Grupo Moby



RRPP Joy Eslava



RELACION DE PREMIADOS DE LOS PARTICIPANTES EN LA ENCUESTA

JOY ESLAVA
GRUPO MOBY
BERLIN CABARET
COCO
CASINO GRAN MADRID

Inés Guinea
José Jimenez
Héctor de Diego
Jaime Jimenez
Mustafá Uzbekistán
Teresa Alvarez
Francisco Javier López
Elena Antón
Margarita Nava
Rosa Miguez
Julia Galindo
Francisco Muñoz
Rosa Cañadas
Carmen Jimenez

COMUNICACIÓN ASOCIADOS

CIRCULAR INFORMATIVA

FECHA: 14/01/14

SALIDA Nº: 2323

VARIOS 1/14



**22-26 Enero
2014**



BACARDI

La próxima semana tiene lugar la Feria de Turismo de Madrid - FITUR,- y un año más nos ponemos en contacto con vosotros para invitaros a participar en la Feria.

Como en años anteriores, tenemos un stand dentro del de la Comunidad de Madrid que este año vamos a dedicar a realizar un estudio sobre la **IMPORTANCIA TURISTICA DEL OCIO NOCTURNO** que queremos utilizar para reivindicar la importancia estratégica, económica y turística del ocio nocturno en un momento de tantas dificultades como el actual.

Paralelamente tendremos la posibilidad de entregar flyer o cualquier otro soporte promocional que nos hagáis llegar para distribuirlo entre el público.

La encuesta la vamos a realizar conjuntamente con BACARDI y os pediríamos que todas aquellas salas que vayáis a asistir a la Feria para hacer la promoción de vuestros locales en el interior de FITUR, contactéis con nosotros para colaborar en la realización de este estudio. Así mismo queremos organizar un sorteo con regalos y entradas para todas las personas que participen en la realización del estudio.

Durante los próximos días os enviamos el formato del cuestionario que va dirigido tanto al público madrileño como a los visitantes nacionales y extranjeros de la Feria.

Para cualquier consulta sobre las encuestas contactar con el departamento de comunicación (Telf. 666587184)

Con respecto a los materiales que enviéis contactar con la oficinas o hacérselo llegar a las oficinas de Nochemadrid hasta el día 20 de Enero.

Buscar

NOCHE MADRID
asociación de empresarios de ocio nocturno de la comunidad de madrid
www.nochemadrid.org

Inicio La Asociación Asociados Agenda Datos y estudios de Ocio Nocturno Proyectos y Campañas Contacto/Tablón Noticias anteriores Encuestas Colaboradores

« Balance del contenido final de la modificación de la Ley de Espectáculos Reunión Surfer Marketing y Noche Madrid »

23 **NOCHE MADRID hace un estudio en FITUR sobre la importancia turística del ocio nocturno**

Me gusta 0

Nota de Prensa Fotos Noticias



Video Botellón



Festival MadridCoolnight



Temas Actualidad

Temas Actualidad

Formación

