

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. EL SECTOR DE ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS, DISCOTECAS Y SIMILARES.....	5
2.1. Situación actual y evolución.....	5
2.2. Territorialización de la actividad.....	18
2.3. El subsector del ocio nocturno.....	53
2.4. El ocio nocturno como atractivo turístico.....	67
3. LA DEMANDA.....	74
3.1. Hábitos de ocio nocturno.....	80
3.2. El “botellón”.....	88
3.3. Medidas alternativas de ocio.....	99
4. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA CARACTERIZACIÓN Y PROBLEMÁTICA DEL SECTOR.....	118
4.1. Análisis DAFO del sector en la Comunidad de Madrid.....	118
4.2. Identificación de los principales problemas del sector.....	128
5. RESUMEN Y RECOMENDACIONES.....	137
6. BIBLIOGRAFÍA.....	160
7. ANEXO 1. LA LEGISLACIÓN VIGENTE.....	163
7.1. La legislación directa.....	164
7.2. La legislación indirecta.....	172
7.3. Novedades legislativas.....	176



1. INTRODUCCIÓN

El presente documento es el resultado del trabajo realizado por encargo de la Dirección General de Economía y Planificación de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica para la actualización del estudio publicado en 1999 sobre las actividades de ocio nocturno en la región madrileña.

El sector del ocio está formado por una gran variedad de actividades de muy diferente naturaleza (cines, museos, teatros, discotecas, bares de copas, etc.) que, en su conjunto, exceden al objetivo de este trabajo. Su contenido se limita a los denominados “bares de copas” y “salas de baile, discotecas y actividades similares”.

Los cambios en las costumbres y en los hábitos de vida de la población española en los últimos años han ido acompañados de una creciente importancia del ocio, en todas sus dimensiones en la vida de los ciudadanos. No sólo se dedica una mayor atención a las actividades del ocio, si no que, además, ha cambiado la percepción que se tenía del ocio como tal. El tiempo de ocio ha dejado de ser algo “negativo”, basado en lo que deja fuera el tiempo de trabajo, para tener una consideración positiva, entendida como un tiempo que ofrece múltiples posibilidades y en el que es posible realizar todas aquellas actividades que tienen interés para las personas más allá de su trabajo: viajes, visitas culturales, hobbies, descanso, deportes, etc.

Dentro de estas actividades de ocio se encuentran aquellas relacionadas con el ocio nocturno, que engloba, a su vez, un amplio abanico de posibilidades, desde el cine, el teatro, los espectáculos de diferente tipo, las reuniones de amigos, hasta las relacionadas con los establecimientos que se analizan en este documento (salir con los amigos, tomar copas, escuchar música, bailar, etc.).

Las actividades de ocio nocturno han experimentado un espectacular auge desde hace años, incorporando a generaciones de personas con una edad cada vez más temprana. Este hecho no sólo ha contribuido a aumentar la demanda potencial de este subsector, sino que también ha hecho aparecer problemas y preocupaciones sociales nuevas, sobre todo las relacionadas con el consumo de alcohol entre la población adolescente, que cada vez se produce a edades más tempranas, y las derivadas de prácticas como el “botellón” (ruidos, incomodidades, suciedad, etc.).

En definitiva, la importancia de este sector se manifiesta en la gran cantidad de personas que mueven estas actividades cada fin de semana, que se pueden estimar en más de medio millón de personas en la región. Es decir, en torno al diez por ciento de la población madrileña participa cada fin de semana en alguna de las diferentes actividades que conforman el ocio nocturno.

Por este motivo, se puede afirmar que el alcance e importancia de este conjunto de actividades no se puede limitar al ámbito estrictamente económico, es decir al papel que desempeña en la estructura económica de la Comunidad de Madrid, ya sea en término del valor añadido o del empleo que generan, sino que trasciende ese ámbito para situarse en un campo social más amplio.

Por una parte, han tenido un papel importante en la recuperación y revitalización de zonas económica y socialmente deprimidas, actuando como una potente estrategia de recuperación urbana y de lucha contra el declive de determinadas zonas de las ciudades. Por otra, tienen un relevante lugar en la ocupación del tiempo de ocio de los madrileños, especialmente de las cohortes de población joven.

En cualquier caso, la noche sigue siendo uno de los momentos preferidos para disfrutar de las actividades de ocio. La opción de salir por la noche permite relacionarse socialmente con personas que no forman parte del núcleo de amigos, conocidos o del ambiente laboral. En definitiva, sirven para romper con la monotonía de la semana laboral y disfrutar de nuevas sensaciones.

Ahora bien, el sector de las “actividades de la noche” es muy heterogéneo e incluye actividades de muy diferentes características, que forman parte de distintas ramas económicas, por lo que no se presentan agrupadas en las diferentes estadísticas existentes. A esto hay que añadir que no existe realmente una definición clara de que son las “actividades de la noche” que permita establecer límites y delimitar de forma nítida el perfil del sector.

Por este motivo, inicialmente se ha realizado un análisis de las subclases de “establecimientos de bebidas” y de “salas de baile, discotecas y similares” por considerar que son las clasificaciones estadísticas que más se aproximan a lo que sería el subsector del ocio nocturno. A partir de estos resultados se ha llevado a cabo un proceso de aproximación y estimación de las principales variables que definen el subsector del ocio nocturno, poniendo de manifiesto en

todos los casos el carácter aproximativo de estas estimaciones como consecuencia de la falta de datos suficientemente desagregados para las actividades que son objeto del presente estudio.

El interés y la preocupación que suscita el ocio nocturno en nuestra región se ha puesto de manifiesto en la Ley 5/2002 de 27 de junio sobre drogodependencias y otros trastornos adictivos (Boletín Oficial de la Asamblea de Madrid de 8 de julio de 2002) presentado por el Gobierno Autonómico. Dicha Ley establece, junto a medidas dirigidas a la prevención, formación, información, asistencia e integración de las personas drogodependientes, una serie de limitaciones a la venta y consumo de bebidas alcohólicas.

De todas ellas, se pueden señalar, por la relación que tienen con el presente informe las siguientes:

- ✍ La prohibición de la venta de bebidas alcohólicas a menores de dieciocho años
- ✍ La prohibición de la venta y consumo de estas bebidas en la vía pública, salvo en terraza, veladores, o en días de feria o fiestas patronales o similares regulados por la correspondiente ordenanza municipal
- ✍ La necesidad de disponer de una licencia específica para la venta, suministro o distribución de bebidas alcohólicas en establecimientos en que no esté permitido su consumo inmediato, o
- ✍ La prohibición de la entrada de menores de dieciocho años en bares especiales, salas de fiestas, de baile, discotecas y establecimientos similares en los que se venda o facilite el consumo de bebidas alcohólicas. Sin embargo, se establece la posibilidad, excepcional, de que puedan disponer de sesiones especiales para mayores de catorce años, con horarios y señalización diferenciada, sin continuidad con aquellas sesiones en las que se vendan bebidas alcohólicas, en las que se deberá retirar de los locales la exhibición y publicidad de ese tipo de bebidas

2. EL SECTOR DE ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS, DISCOTECAS Y SIMILARES

2.1. SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN

El sector que puede denominarse de “actividades de noche” se incluye dentro de las subclases de “establecimientos de bebidas” (grupo 55.400 de la CNAE-93) y “otras actividades artísticas y de espectáculos” (grupo 99.300).

Ahora bien, el subgrupo de “otras actividades artísticas y de espectáculo” (92.3) incluye una gran variedad de actividades empresariales, tales como creación e interpretación artística y literaria –incluyendo producción de espectáculos-, actividades de ferias y parques de atracciones, gestión de salas de espectáculos y otras actividades de espectáculos como discotecas, salas de baile y actividades similares, espectáculos taurinos, etc., la mayor parte de las cuales no tienen relación con el objeto del presente estudio.

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, el número de locales existentes en la Comunidad de Madrid pertenecientes a esos dos subgrupos de la CNAE-93 ascendía a 25.291 a 31 de diciembre de 2000. Esta cifra supone una disminución de un 5,94 por ciento respecto a la existente dos años antes, ya que en esta última fecha el número de locales registrados era de 26.888.

La reducción afecta a ambas subclases, pero es más intensa en “otras actividades artísticas y de espectáculos”. En efecto, el número de “establecimientos de bebidas” pasa de 22.049 a finales de 1998 a 21.660 a finales de 2000, con una disminución absoluta de 389 locales y una reducción relativa de un 1,76 por ciento. En cambio, el número de locales se reduce en 1.248 en “otras actividades artísticas y de espectáculos”, lo que supone un 25,79 por ciento de las existentes en el primer año.

Como consecuencia de ese proceso, el peso relativo de estas actividades en el conjunto de la economía madrileña ha disminuido. Esta pérdida de peso es más intensa, pues el número de locales existentes en la Comunidad de Madrid ha aumentado de 389.524 a finales de 1998 a 405.841 a finales de 2000, lo que representa un crecimiento de un 4,19 por ciento. De esta forma, los establecimientos pertenecientes a las dos subclases consideradas han pasado de representar un 6,94 por ciento en la primera fecha a un 6,22 por ciento en la segunda.

A pesar de todo el número de establecimientos ha experimentado un significativo incremento respecto a los datos existentes en 1996. En este año, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, había un total de 14.023 establecimientos pertenecientes a ambos grupos. Por tanto, se ha producido un aumento de 11.129 establecimientos entre esa fecha y finales de 2000, lo que supone un incremento relativo de un 79,36 por ciento.

Este crecimiento es excesivamente elevado como para ser el resultado exclusivamente de la buena coyuntura económica por la que ha atravesado la economía española y madrileña desde mediados de la década pasada. Por el contrario, este importante aumento posiblemente se debe a problemas de carácter estadístico derivados de que el Directorio Central de Empresas se realizó por primera vez en 1996, por lo que presentaba los problemas que tiene toda estadística en sus inicios.

Ahora bien, este fuerte incremento se produce exclusivamente en los “establecimientos de bebidas”, pues los dedicados a “otras actividades artísticas y de espectáculos” han disminuido. En efecto, el número de establecimientos existentes en la región madrileña de este subgrupo ha pasado de 3.810 en 1996 a 3.591 a finales de 2000, lo que supone una disminución de 219 locales –un 5,75 por ciento de los existentes en la primera fecha–.

Por el contrario, el número de locales pertenecientes a “establecimientos de bebidas” ha aumentado de forma espectacular de 10.213 en 1996 a 21.660 a finales de 2000. Esto significa un aumento relativo de un 112,08 por ciento, es decir, que su número se ha duplicado en ese período de tiempo. Hay que tener en cuenta que han aparecido 7.888 locales sin asalariados, lo que representa siete de cada diez nuevos locales, parte de los cuales son realmente locales de nueva creación, mientras que otra parte corresponde a establecimientos que se han ido incorporando a la estadística, aunque ya existían anteriormente.

Para valorar la importancia de ese crecimiento baste señalar que el número total de locales existentes en la Comunidad de Madrid ha crecido poco más de un 20 por ciento desde 1996 hasta finales de 2000. Ese porcentaje, aún siendo importante, es menos de la quinta parte del que se registra en el caso de los “establecimientos de bebidas”.

La estructura empresarial de estas actividades se caracteriza por una elevada atomización, superior en “otras actividades artísticas y de espectáculos”. En efecto, el 54,20 por ciento de los

locales carecen de asalariados, mientras que un 28,99 por ciento tiene 1 o 2 empleados. A esto hay que añadir que otro 10,71 por ciento tiene entre 3 y 5 asalariados, y un 3,94 por ciento entre 6 y 9 empleados. En definitiva, los micro-establecimientos tienen un absoluto predominio dentro de estas dos actividades, pues suponen un 97,84 por ciento del total.

Estrato de empleo	LOCALES POR ESTRATO DE EMPLEO											
	1998						2000					
	Establecimientos de Bebidas		Otr. actividades artísticas-esp.		Total		Establecimientos de Bebidas		Otr. actividades artísticas-esp.		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sin asalariados	11.776	53,41	3.893	80,45	15.669	58,28	11.030	50,92	2.655	73,93	13.685	54,20
1- 2	6.935	31,45	531	10,97	7.466	27,77	6.825	31,51	495	13,78	7.320	28,99
3-5	2.250	10,20	165	3,41	2.415	8,98	2.551	11,78	153	4,26	2.704	10,71
6-9	650	2,95	100	2,07	750	2,79	893	4,12	103	2,87	996	3,94
10-19	295	1,34	88	1,82	383	1,42	213	0,98	106	2,95	319	1,26
20-49	124	0,56	38	0,79	162	0,60	132	0,61	48	1,34	180	0,71
50-99	15	0,07	10	0,21	25	0,09	10	0,05	11	0,31	21	0,08
100-199	2	0,01	10	0,21	12	0,04	3	0,01	15	0,42	18	0,07
200-499	1	0,00	3	0,06	4	0,01	3	0,01	5	0,14	8	0,03
500 y más	1	0,00	1	0,02	2	0,01	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Total	22.049	100,00	4.839	100,00	26.888	100,00	21.660	100,00	3.591	100,00	25.251	100,00

FUENTE: Directorio Central de Empresas (DIRCE), INE, 1996, Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2001 y elaboración propia.

Por su parte, los establecimientos de dimensión mediana, es decir entre 50 y 499 empleados, apenas suponen un 1,8 por ciento del total, mientras que no existe ningún establecimiento de gran dimensión –500 y más trabajadores-.

Esta estructura ha experimentado ciertas modificaciones desde 1998, debido a:

- ✍ Una significativa reducción de los locales sin asalariados, que pierden cuatro puntos porcentuales en esos dos años, pasado de representar un 58,20 por ciento a un 54,20 por ciento
- ✍ Un aumento del peso de los estratos entre 1 y 9 trabajadores

✍ La desaparición de los dos locales existentes con 500 y más empleados, como consecuencia de una disminución de su número de trabajadores, pasando a engrosar el estrato anterior de 200 a 499 empleados

✍ Un aumento del peso de los establecimientos con 100 y más trabajadores

Por otra parte, la estructura de ambas subclases de establecimientos es relativamente diferente. La presencia de locales o empresas sin asalariados es muy superior en "otras actividades artísticas y de espectáculos (73,93 por ciento) que en los "establecimientos de bebidas" (50,92 por ciento). La inclusión en aquel subgrupo de actividades como interpretación artística, producción de espectáculos, etc., explican ese gran peso relativo de las empresas sin asalariados (personas físicas, en definitiva).

Esta enorme diferencia se transmite al peso de los restantes estratos de empleo, siendo de destacar la importancia de los locales con 1 y 2 trabajadores en los "establecimientos de bebidas", pues casi suponen un tercio del total (31,51 por ciento), frente a sólo un 13,78 por ciento en "otras actividades artísticas y de espectáculos".

En ambas subclases el peso de los micro-establecimientos, es decir con menos de 10 empleados, es abrumador, si bien es más elevado en los "establecimientos de bebidas" (94,21 por ciento) que en las "salas de baile, discotecas y similares" (91,97 por ciento).

En contraste con el elevado peso de las empresas sin asalariados dentro del subgrupo de "otras actividades artísticas y de espectáculos", hay que señalar la mayor presencia relativa que tienen los locales con 10 y más empleados. Así, el peso que tienen los locales cuyo empleo comprendido entre 10 y 499 trabajadores es superior en todos los casos en "otras actividades artísticas y de espectáculos" que en "establecimientos de bebidas".

Al mismo tiempo, la evolución que presentan los locales pertenecientes a ambas subclases de actividades tiene algunos rasgos diferenciales. Por ejemplo, "otras actividades artísticas y de espectáculos" se caracteriza por una evolución cuyo principal rasgo es el significativo descenso del peso de los locales sin asalariados, unos 6,5 puntos porcentuales, pasando de representar un 80,45 por ciento a un 73,93 por ciento. Los restantes estratos de empleo aumentan su peso relativo, con la excepción del estrato de 500 y más trabajadores, pues existía un local en dicho estrato a finales de 1998 y no había ninguno con esa cifra de empleo a finales de 2000. El

incremento más importante es el que se registra en el estrato de locales que tienen 1 o 2 empleados, pues aumentan su peso relativo en casi tres puntos, de un 10,97 por ciento a un 13,78 por ciento.

Por su parte, la evolución que muestran los “establecimientos de bebidas” es más compleja. También se registra un descenso del peso de los locales sin asalariados, de un 53,41 por ciento a un 50,92 por ciento, aumentando el peso de los que tienen entre 1 y 9 trabajadores. A partir de 10 trabajadores hay algunos estratos que incrementan su peso, mientras que otros lo reducen, sin que exista una pauta tan claramente definida como en el otro caso. También desaparece el único establecimiento que tenía 500 y más empleados, si bien aumenta de 3 a 6 los que están comprendidos entre 100 y 499 trabajadores.

También se puede realizar una aproximación relativamente diferente mediante los datos del Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid. Según los datos de este Directorio existe un total de 15.740 establecimientos en ambos subgrupos en la región madrileña. Esta cifra representa en torno a un 6,6 por ciento de todos los establecimientos existentes en la región madrileña. Como se observa este porcentaje es superior al que se obtenía del DIRCE, aunque en este caso sólo se incluyen las “salas de baile, discotecas y similares” del epígrafe 99.3 de la CNAE-93.

Ahora bien, ambas fuentes no son exactamente comparables, pues el DIRCE suministra datos para el conjunto del subgrupo de “otras actividades artísticas y de espectáculo” (92.3). Este subgrupo incluye una gran variedad de actividades empresariales, tales como creación e interpretación artística y literaria –incluyendo producción de espectáculos–, actividades de ferias y parques de atracciones, gestión de salas de espectáculos y otras actividades de espectáculos como discotecas, salas de baile y actividades similares, espectáculos taurinos, etc.

Por el contrario, los datos suministrados por el Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid sólo recogen las discotecas, salas de baile y actividades similares (92.341) dentro de este subgrupo. Obviamente en este segundo caso, los resultados se ajustan más exactamente al objetivo del estudio, lo que no sucede con los datos del DIRCE, que incluyen muchas actividades que no son realmente objeto de análisis en el presente trabajo.

La mayor parte de los establecimientos recogidos por el Directorio pertenecen al subgrupo de “establecimientos de bebidas” (15.534), ya que representan un 98,69 por ciento del total, mientras que únicamente se recogen 206 discotecas (1,31 por ciento).

En este sentido, si se considera únicamente el subgrupo de “establecimientos de bebida” se observa un crecimiento espectacular, pues aumenta su número en 5.321 establecimientos desde 1996, lo que significa un crecimiento relativo de un 52,10 por ciento en ese período de tiempo.

Sin embargo, la cifra que recoge el Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid apenas supone un 71,72 por ciento de la que suministra el DIRCE para finales de 2000. Es decir, existe una diferencia de un 28,28 por ciento, que se debe a razones de diferente tipo, sobre todo relacionadas con las distintas pautas de recogida y actualización de la información. Este desfase es inferior, sin embargo, al que produce en el conjunto de la economía madrileña, pues en este caso asciende a cerca del 42 por ciento.

Las actividades consideradas se caracterizan por el reducido tamaño de los establecimientos, pues un 93,58 por ciento del total tienen menos de cinco trabajadores. A esto hay que añadir que otro 4,78 por ciento de los establecimientos están comprendidos entre 5 y 9 empleados, por lo que los micro-establecimientos representan un 98,36 por ciento del total. Esta cifra es ligeramente superior al 97,12 por ciento que se registraba en 1996, por lo que se puede concluir que **la atomización del sector ha aumentado ligeramente**. La mayor parte de este incremento corresponde a los establecimientos de menor dimensión, es decir con menos de 5 trabajadores, lo que refuerza la afirmación anterior.

Por otra parte, apenas un 1,64 por ciento del total son establecimientos que tienen 10 o más trabajadores, correspondiendo la mayor parte de éstos a los comprendidos entre 10 y 19 trabajadores, que representan un 1,27 por ciento del total.

Únicamente 49 establecimientos (0,31 por ciento) tienen entre 20 y 49 trabajadores, 5 (0,03 por ciento) superan los 50 sin alcanzar los 100 empleados y solamente 1 tiene entre 100 y 199 trabajadores. Estas cifras son inferiores tanto en números absolutos como en valores relativos a las existentes en 1996, lo que confirma la mayor atomización del sector.

Ahora bien, la estructura de los “establecimientos de bebidas” y las “salas de baile y discotecas” presentan características relativamente distintas. En el primer caso, el predominio de los pequeñísimos establecimientos es enorme, pues un 94,00 por ciento tienen menos de cinco trabajadores y un 4,58 por ciento están comprendidos entre 5 y 9 empleados. Esto supone que apenas un 1,42 por ciento tengan más de 10 trabajadores, la mayor parte de los cuales no llegan a 20 empleados (1,13 por ciento del total). Únicamente un 0,25 por ciento de los

establecimientos de bebidas tienen entre 20 y 49 trabajadores; a partir de este estrato de empleo tan sólo se han registrado dos locales con una plantilla que se sitúa entre los 50 y 99 trabajadores y uno que supera los 100 empleados (sin llegar a alcanzar los 200).

Estrato de empleo	ESTABLECIMIENTOS POR ESTRATO DE EMPLEO											
	1996						2001					
	Establecimient. de Bebidas		Otras act. artísticas-esp.		Total		Establecimient. de Bebidas		Salas-Discotecas		Total	
	N?	%	N?	%	N?	%	N?	%	N?	%	N?	%
1- 4	9.388	91,92	3.603	94,57	12.991	92,64	14.602	94,00	128	62,14	14.730	93,58
5-9	539	5,28	89	2,34	628	4,48	712	4,58	40	19,42	752	4,78
10-19	221	2,16	63	1,65	284	2,03	175	1,13	25	12,14	200	1,27
20-49	57	0,56	42	1,10	99	0,71	39	0,25	10	4,85	49	0,31
50-99	8	0,08	6	0,16	14	0,10	2	0,01	3	1,46	5	0,03
100-199	0	0,00	5	0,13	5	0,04	1	0,01	0	0,00	1	0,01
200-499	0	0,00	2	0,05	2	0,01	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Ns/Nc	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	0,02	0	0,00	3	0,02
Total	10.213	100,00	3.810	100,00	14.023	100,00	15.534	100,00	206	100,00	15.740	100,00

FUENTE: Directorio Central de Empresas (DIRCE), INE, 1996, Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2001 y elaboración propia.

Si se comparan estos datos con los relativos a 1996, se observa que ha aumentado la importancia de los establecimientos de menor tamaño, que ha pasado de un 91,92 por ciento a un 94,00 por ciento. Por el contrario, el peso relativo de los restantes estratos ha disminuido durante estos años, lo que evidencia una tendencia hacia un incremento de los establecimientos de menor dimensión, lo que ha contribuido a reducir aún más el tamaño medio.

Las "salas de baile, discotecas y otras actividades similares" presentan un tamaño medio relativamente superior que los "establecimientos de bebidas". En efecto, un 62,14 por ciento de los establecimientos dedicados a aquellas actividades tienen menos de 5 trabajadores, cifra muy inferior a la que representan entre los "establecimientos de bebidas" (94,00 por ciento). Al mismo tiempo, casi una quinta parte del total (19,42 por ciento) tienen entre 5 y 9 empleados, de tal forma que los micro-establecimientos suponen un 81,56 por ciento del total. Sin embargo, los locales que tienen esa caracterización representan un 98,58 por ciento de los "establecimientos de bebidas". Es decir, apenas existen medianos y grandes establecimientos en este tipo de actividad, mientras que constituyen casi una quinta parte del total entre "las salas de baile, discotecas y similares".

En consecuencia, el peso de los otros estratos también es superior en las “salas de baile y discotecas”, pues casi una octava parte del total (12,14 por ciento) tienen entre 10 y 19 trabajadores, uno de cada veinte (4,85 por ciento) entre 20 y 49 empleados, y un 1,46 por ciento entre 50 y 99 trabajadores. En cambio, no existe ningún establecimiento con más de 100 empleados en este tipo de actividades.

Si se desciende a un mayor nivel de desagregación, se observa que en realidad existe un fuerte predominio de los establecimientos que tienen 1 o 2 trabajadores, que representan un 81,84 por ciento del total. Este porcentaje es muy superior en los “establecimientos de bebidas”, entre los que alcanzan un 82,28 por ciento, frente a solamente un 48,54 por ciento entre las “salas de baile, discotecas y similares”.

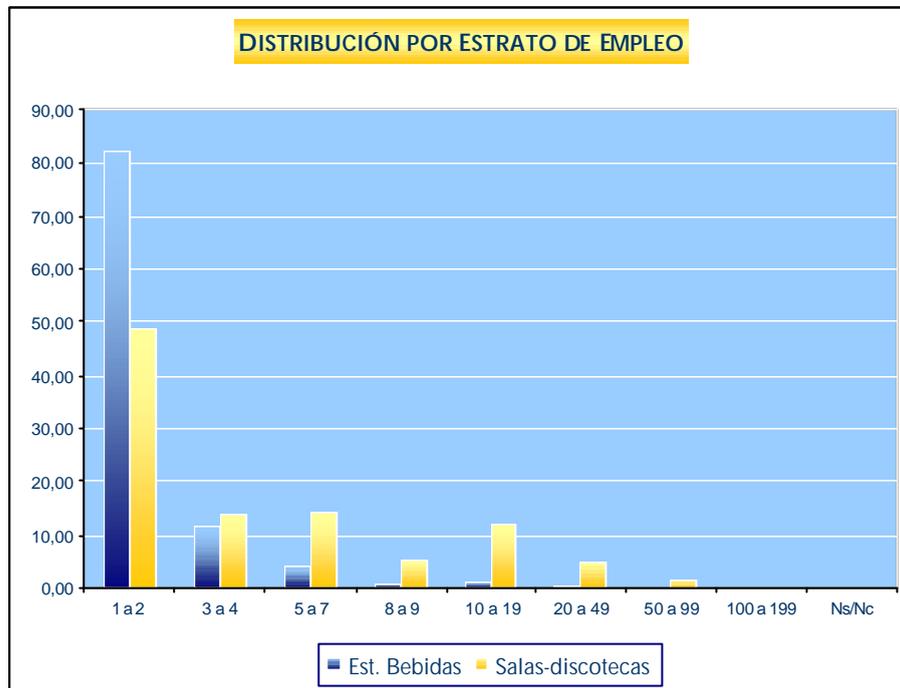
Estrato de empleo	ESTABLECIMIENTOS POR ESTRATO DE EMPLEO (2001)					
	Establecimientos de Bebidas		Salas-Discotecas		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1-2	12.782	82,28	100	48,54	12.882	81,84
3- 4	1.820	11,72	28	13,59	1.848	11,74
5-7	595	3,83	29	14,08	624	3,96
8-9	117	0,75	11	5,34	128	0,81
10-19	175	1,13	25	12,14	200	1,27
20-49	39	0,25	10	4,85	49	0,31
50-99	2	0,01	3	1,46	5	0,03
100-199	1	0,01	0	0,00	1	0,01
200-499	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Ns/Nc	3	0,02	0	0,00	3	0,02
Total	15.534	100,00	206	100,00	15.740	100,00

FUENTE: Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2001 y elaboración propia.

Aproximadamente una novena parte del total (11,74 por ciento) tienen 3 o 4 trabajadores, siendo superior el peso de este estrato entre las “salas de bailes, discotecas y actividades similares” (13,59 por ciento) que entre los “establecimientos de bebidas” (11,72 por ciento).

A partir de ese estrato, el peso relativo es siempre muy superior en las salas de baile, discotecas y actividades similares, en especial en el estrato de 10 a 19 trabajadores. En dicho estrato se concentra una octava parte de los establecimientos dedicados a esas actividades, mientras que apenas representa un 1,13 por ciento del total en los establecimientos de bebidas. Sin embargo,

el único local que tienen más de 100 trabajadores pertenece al subgrupo de “establecimientos de bebidas”.



A partir de los datos obtenidos se puede realizar una aproximación al empleo generado por el sector para conocer su peso en el conjunto de la economía madrileña. Al no disponer de datos directamente recogidos de las fuentes estadísticas es necesario realizar una estimación para poder disponer de una cierta cuantificación del peso del sector en el empleo existente en la Comunidad de Madrid.

Si se consideran los datos del Directorio de Unidades de Actividad Económica y teniendo en cuenta la distribución de los establecimientos por estratos de empleo, la ocupación que genera este conjunto de establecimientos estaría situada entre un mínimo de 25.903 y un máximo de 45.574 personas. Si se considera una distribución intermedia se puede estimar el empleo en torno a 35.700 trabajadores, cifra que representa aproximadamente un 2,18 por ciento del empleo recogido por el Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid. La dimensión media de estos establecimientos sería de 2,27 trabajadores, cifra muy reducida, pues es algo menos de un tercio de la media existente en el conjunto de la economía madrileña que asciende a 6,83 empleados.

El subgrupo de “establecimientos de bebidas” concentraría en torno a 34.250 empleos, mientras que las “salas de baile, discotecas y similares” tendría unos 1.450 ocupados. Según esta estimación, un 95,80 por ciento correspondería a la primera de las actividades citadas, mientras que el restante 4,2 por ciento a la segunda. Esta distribución es diferente a la obtenida cuando se consideraban los establecimientos, por el mayor tamaño medio de las “salas de baile, discotecas y similares”. En efecto, el tamaño medio de los establecimientos de bebidas” sería de 2,2 trabajadores, mientras que ascendería a 7,0 empleados en las “salas de baile, discotecas y similares”. En el primer subgrupo estaría claramente por debajo de la media de la economía madrileña, mientras que en el segundo sería ligeramente superior.

Ahora bien, como ya se ha señalado el número de establecimientos y de empleos que recoge dicho Directorio es muy inferior al número de locales que aparece en el DIRCE y de empleo que recogen estadísticas como la propia Contabilidad Regional. En este sentido cabe señalar que el empleo existente a finales de 2000 estaba por encima de 2 millones de personas en la región madrileña, mientras que el Directorio de Unidades de Actividad Económica recogía únicamente un total de 1.630.341 ocupados en la región.

Si se tiene en cuenta la relación que existe entre el empleo recogido por el Directorio de Unidades de Actividad Económica y el que se recoge en la contabilidad regional, la cifra de empleo de ambas subclases se situaría en torno a 45.300 personas. Aún así, esta cifra debe ser considerada como muy reducida, pues supone un volumen de empleo escaso en comparación al que genera el conjunto de la hostelería en la región, aunque representa la mayor parte de los establecimientos de estas ramas.

Por este motivo, también se ha realizado una estimación del empleo de ambas subclases teniendo en cuenta el número de “establecimientos de bebidas” recogido por el DIRCE. No se ha utilizado el número de locales de “otras actividades artísticas y de espectáculos”, por el elevado número de establecimientos que no están relacionados con el ocio nocturno que engloba.

En este caso, el empleo generado por los establecimientos de bebidas se podría estimar en torno a 60.000, con una dimensión media de 2,38 empleados, considerando que en los locales sin asalariados trabaja al menos uno de los socios. Evidentemente, esta estimación es reducida, pues normalmente suelen trabajar dos o más personas, aunque una sea como ayuda familiar, mientras que el empresario del resto de establecimientos también suele trabajar como una

persona más, al menos en los de reducida dimensión. Teniendo en cuenta esta situación se puede estimar que el empleo que generan los establecimientos de bebidas ascendería a unas 82.000 personas, es decir en torno a un 3,96 por ciento del empleo existente en la Comunidad de Madrid.

Como se observa, el peso de estas actividades en el empleo regional ha aumentado de un 2,32 por ciento a un 3,96 por ciento, debido a que el número de locales recogidos por el DIRCE aumenta en estas actividades en mayor proporción que el relativo al conjunto de la economía madrileña.

Si se considera la relación existente entre el empleo en "establecimientos de bebidas" y en locales de "salas de baile y discotecas" se podría estimar el conjunto del empleo generado podría estar en torno a 85.600 personas, sin contabilizar la existencia de trabajo irregular o de ayudas familiares no contabilizadas con exactitud. De esta cantidad, 82.000 empleos corresponderían a los "establecimientos de bebidas" y 3.600 empleos a "salas de baile, discotecas y actividades similares"

Ahora bien, este empleo es el generado de forma directa por el sector, pero este tiene una capacidad de generar empleo de forma indirecta, tal como sucede con el resto de las actividades económicas que forman la economía regional. A partir de las tablas input-output se puede realizar una aproximación a la capacidad de generar actividad y, en consecuencia, empleo en otras actividades económicas. De esta forma se puede obtener una idea de los empleos indirectos que genera la actividad del sector, ya sean indirectos o inducidos por estas actividades. Para poder realizar esta estimación es necesario tomar los datos de hostelería, que incluye no sólo las actividades aquí consideradas, sino también los hoteles y otros tipos de alojamientos, restaurantes, etc., pero no existen datos más desagregados que permitan realizar esta aproximación.

Para obtener el empleo indirecto se ha utilizado el sistema del multiplicador, con el que se pretende averiguar cuánto empleo se genera en el conjunto de la economía al aumentar la producción del sector del ocio nocturno en una unidad.

El aumento en una unidad de la producción del sector genera unos requerimientos de empleo para atender a ese incremento. Estos requerimientos tienen una doble vertiente; por una parte, la creación de empleo directo en el propio sector y, por otra, el empleo indirecto que se genera

en el resto de ramas de actividad, por el hecho de aumentar la demanda de consumos intermedios inducida por el crecimiento en la producción del sector objeto de estudio. Este doble efecto de generación de empleo es el que se trata de medir a través del multiplicador.

La forma más adecuada para determinar el efecto del multiplicador del empleo del sector en el conjunto de la economía madrileña es mediante la utilización de las tablas input-output. Aunque se trata de conocer el efecto multiplicador de los "establecimientos de bebidas" y "salas de baile, discotecas y similares" es necesario recurrir a realizar una aproximación a partir de alguno de los sectores recogidos en las tablas input-output. En este sentido, se ha elegido el sector de hostelería por ser en el que engloba la mayor parte de las actividades objeto del presente estudio.

Para ello, es necesario calcular, en primer lugar, lo que se conoce como *coeficientes de empleo directo* (l_i), que son los que miden las necesidades de empleo por unidad de producción. Dichos coeficientes se definen como:

$$l_i = E_i / VP_i ; \text{ donde } E_i: \text{ empleo del sector } i$$

VP_i : valor de la producción del mismo sector i

Sin embargo, antes de calcular l_i es preciso determinar qué ramas de actividad se verán afectadas por el incremento de una unidad de producción en el sector de establecimientos de bebidas y salas de baile-discotecas. Dicho de otra manera, se trata de conocer en qué actividades se "generará" ese empleo indirecto. Dada la gran heterogeneidad del sector, existe una gran variedad de actividades implicadas en su proceso productivo, entre las que se pueden destacar:

- ✍ Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua
- ✍ Industrias de productos alimenticios y bebidas (carnes y conservas, leches, productos lácteos, otros alimentos y bebidas)
- ✍ Industria del tabaco
- ✍ Industrias relacionadas con productos de consumo no perecederos utilizados por los establecimientos del sector, tales como papel, cartón, plásticos, vidrios
- ✍ Industrias relacionadas con la fabricación de maquinaria y material eléctrico y electrónico (equipos de música, cajas registradoras, etc.)

- ✍ Actividades comerciales: pequeños establecimientos de comercio al por menor que se benefician de la concentración de gente en los alrededores de los locales de ocio nocturno
- ✍ Transporte de mercancías por carretera
- ✍ Actividades anexas a los transportes (distribución, manipulación y depósito de mercancías)
- ✍ Actividades de saneamiento público y servicios de limpieza

La incidencia sobre el empleo del aumento en una unidad del valor de la producción de las actividades que se trata de analizar vendrá determinada por el sumatorio de lo que el sector utiliza de cada una de las anteriores ramas de actividad para satisfacer ese aumento ($A_{i,sector}$) -que se obtiene de los coeficientes técnicos de la matriz inversa de las tablas input/output- multiplicado por el coeficiente de empleo directo de cada uno de los sectores. En términos matemáticos, el requerimiento de empleo (R.E.) generado por los establecimientos de bebidas y salas de baile-discotecas es:

$$R.E. = \sum_{i=1}^n I_i \times A_{i,sector}$$

Para referir este requerimiento de empleo al sector que se está analizando hay que dividir esa expresión por el coeficiente de empleo directo de las actividades objeto de estudio (I_{sector}). De este modo se obtiene la expresión del multiplicador del empleo (M.E.) de este sector, que será:

$$M.E. = R.E. / I_{sector}$$

Aplicando esta expresión a las tablas input-output se obtiene que el multiplicador global del empleo del sector de hostelería, en el que se encuentra la mayor parte de las dos subclases que se analizan es de 1,39. De esta cifra 1 empleo corresponde a los puestos de trabajo generados en el propio sector (empleo directo) y los 0,39 empleos restantes al empleo indirecto inducido en el resto de ramas de la economía. Dicho de otra manera, por cada empleo que se crea en los "establecimientos de bebidas" y "salas de baile, discotecas y similares" al aumentar en una unidad su producción, se generan 0,39 empleos en el conjunto de la economía madrileña.

De esta forma, si se considera que el empleo del sector asciende a 85.600 personas, el empleo indirecto generado sería de 33.384 personas, por lo que el empleo global (directo e indirecto) se situaría en torno a 119.000 personas, cifra que representa en torno a un 5,75 por ciento del existente en el conjunto de la economía madrileña, de los cuales un 4,1 por ciento al empleo directo y el 1,65 por ciento restante al empleo indirecto.

2.2. TERRITORIALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

La localización de los establecimientos de las dos subclases analizadas muestran una gran dispersión territorial, como corresponde a actividades que están directamente relacionadas con el consumo de la población. En este sentido, existen establecimientos de alguna de las dos subclases en la mayor parte de los municipios de la Comunidad de Madrid. Así, hay al menos un establecimiento de esas actividades en 166 de los 179 municipios madrileños. Los municipios en los que no existe ningún establecimiento recogido en el Directorio de Unidades de Actividad Económica son:

- ✍ La Acebeda (47 habitantes)
- ✍ El Atazar (95 habitantes)
- ✍ Berzosa del Lozoya (100 habitantes)
- ✍ Fresno de Torote (538 habitantes)
- ✍ La Hiruela (53 habitantes)
- ✍ Horcajo de la Sierra (136 habitantes)
- ✍ Horcajuelo de la Sierra (81 habitantes)
- ✍ Madarcos (26 habitantes)
- ✍ Puebla de la Sierra (77 habitantes)
- ✍ Puentes Viejas (412 habitantes)
- ✍ Redueña (152 habitantes)
- ✍ Robledillo de la Jara (78 habitantes)
- ✍ Valdeolmos-Alalpardo (1.661 habitantes)

Como se observa se trata de pequeños municipios en su mayor parte, si bien llama la atención de la inclusión de Valdeolmos-Alalpardo con 1.661 habitantes, Fresno de Torote con 538 habitantes y Puentes Viejas con 412 habitantes, pues existen municipios con una menor dimensión poblacional que cuentan con algún establecimiento. En estos casos podría tratarse de situaciones derivadas de problemas de la recogida de la información.

Por otra parte, son municipios situados en su mayor parte en el vértice norte de la Comunidad de Madrid, en el límite con otras provincias, es decir a la máxima distancia del centro, con algunas excepciones situadas en el eje noreste de la región.

La ubicación de los establecimientos se encuentra bastante relacionada con el tamaño poblacional de los municipios, lo que condiciona la estructura locacional de la oferta. Por este motivo, existe un fuerte predominio del municipio de Madrid, que concentra 8.954 establecimientos, es decir un 56,89 por ciento del total. De hecho es el único municipio que forma parte del grupo primero, es decir el formado por aquellos en los que el número de establecimientos supera la media por municipio (83,99 locales) más dos veces la desviación típica.

A gran distancia de la capital se encuentran siete municipios cuyo peso en el conjunto regional es mayor al 2 por ciento pero sin llegar a superar el 4 por ciento. Estos municipios son:

- ✍ Alcalá de Henares: 513 establecimientos y 3,26 por ciento del total
- ✍ Móstoles: 510 establecimientos y 3,24 por ciento del total
- ✍ Fuenlabrada: 506 establecimientos y 3,21 por ciento del total
- ✍ Leganés: 494 establecimientos y 3,14 por ciento del total
- ✍ Alcorcón: 404 establecimientos y 2,57 por ciento del total
- ✍ Getafe: 399 establecimientos y 2,53 por ciento
- ✍ Torrejón de Ardoz: 322 establecimientos y 2,05 por ciento del total

Como se observa, se trata de los municipios que tienen el peso demográfico más importante por detrás de la capital, estando situados cinco de ellos en la periferia metropolitana del sur (Móstoles, Fuenlabrada, Leganés, Alcorcón y Getafe) y dos en el Corredor del Henares (Alcalá de Henares y Torrejón de Ardoz). En conjunto estos siete municipios concentran 3.148 establecimientos, lo que representa exactamente un 20,0 por ciento del total regional.

A estos hay que añadir únicamente otros tres municipios que superan el 1 por ciento del total, es decir los 157 establecimientos. Se trata de Parla (1,82 por ciento), Coslada (1,56 por ciento) y Collado Villalba (1,03 por ciento). Nuevamente se trata de un municipio situado en corona metropolitana del sur (Parla) y otro en el Corredor del Henares (Coslada), junto con un municipio que se localiza en las proximidades de la Sierra Centro. La significativa oferta que se localiza en Collado Villalba posiblemente está relacionada con su papel de centro comarcal, por ser el municipio de mayor entidad poblacional, para una extensa zona de la Sierra y sus proximidades que se ha desarrollado mediante urbanizaciones de segunda residencia, bastantes de ellas convertidas en residencia permanente.

En los 155 restantes municipios se localizan un total de 2.944 establecimientos, lo que supone un 18,99 por ciento del total. Esto supone una media de aproximadamente 19 establecimientos por municipio, si bien existen importantes diferencias entre unos municipios y otros en función de su diferente tamaño de población.

Aparte de los dos grupos mencionados, el integrado por el municipio de Madrid y el constituido por los municipios en los que no existe ningún establecimiento, se pueden identificar dos grupos más.

El primero es el que está compuesto por los municipios en los que el número de establecimientos de ambas subclases se sitúan entre la media (83,99 locales) y ésta más una vez la desviación típica. Este grupo está constituido por 19 municipios, que se agrupan por grandes ejes, con la excepción de Collado Villalba. El primer eje es el formado por el Corredor del Henares, en el que se integran los cuatro municipios de este corredor, es decir Coslada, San Fernando de Henares, Torrejón de Ardoz y Alcalá de Henares. El segundo es el eje norte integrado por Alcobendas, San Sebastián de los Reyes, Algete y Colmenar Viejo. El tercero es el constituido por los municipios del sur metropolitano, en el que se integran Móstoles, Alcorcón, Leganés, Fuenlabrada, Getafe, Parla, Pinto y Valdemoro, con la extensión más al sur del municipio de Aranjuez. Próximo a esta zona está Pozuelo de Alarcón, si bien pertenece a la corona metropolitana del oeste. Por último, y sin ninguna contigüidad a los anteriores se encuentra Collado Villalba. Como se observa, se trata de municipios que tienen un elevado peso demográfico en la región que se integran en ejes de cierta relevancia desde el punto de vista económico o que pueden ser considerados como centros comarcales aislados –Colmenar Viejo, Collado Villalba, Aranjuez, etc.- por su función de prestación de servicios a municipios próximos.

Por último, se encuentra el grupo formado por los municipios en los que el número de establecimientos está situado entre la media y ésta menos una vez la desviación típica. Es el grupo más numeroso, pues está constituido por 141 municipios, es decir por el 78,77 por ciento de todos los existentes en la Comunidad de Madrid.

La distribución territorial de los “establecimientos de bebidas” se ajusta a la anterior distribución, mientras que la relativa a “salas de baile, discotecas y similares” es muy diferente.

En este caso, el municipio de Madrid es también el único que integra el primer grupo, es decir el formado por los que tienen un número de locales dedicados a esas actividades situado por encima de la media municipal (1,1 locales) más dos veces la desviación típica.

Como sucedía a escala general, no existe ningún municipio en el segundo grupo, mientras que en el tercero, es decir entre la media y ésta más una vez la desviación típica, se encuentran incluidos 21 municipios. La distribución territorial de estos municipios no es tan homogénea como en el caso general. En este sentido, existen algunas agrupaciones geográficas, como el Corredor del Henares, con los cuatro municipios (Coslada, San Fernando de Henares, Torrejón de Ardoz y Alcalá de Henares), el sur metropolitano, pero en este caso únicamente forman parte de este grupo Móstoles, Alcorcón, Fuenlabrada y Getafe, la Sierra Centro, con Collado Villalba, Navacerrada, San Lorenzo de El Escorial, El Escorial y Guadarrama, la periferia metropolitana oeste, con Pozuelo de Alarcón y Majadahonda. Además, se encuentran en este grupo Arganda del Rey, Aranjuez, La Cabrera, Villa del Prado y Villarejo de Salvanes,

El grupo de los municipios que se encuentran por debajo de la media está formado por 30 entidades, con una distribución territorial muy dispersa, pues junto a un cierto número de municipios metropolitanos (Fuenlabrada, Parla, Alcobendas, Tres Cantos, Rivas Vaciamadrid, etc.) hay otros situados en zonas bastante alejadas del municipio de Madrid (El Álamo, Estremera, Carabaña, Morata de Tajuña, etc.).

El último grupo es el constituido por los municipios en los que no existe ninguna sala de baile o discoteca. Este grupo es el más numeroso, pues está compuesto por 128 municipios, es decir por un 71,50 por ciento de los existentes en la región.

Ahora bien, si se analiza la dotación de locales existentes en relación con la población, la clasificación varía totalmente. La media en el conjunto de la Comunidad de Madrid asciende a 3,09 locales, ya sean "establecimientos de bebidas" o "salas de baile, discotecas y similares", por cada 1.000 habitantes.

Las mayores proporciones de locales en función de la población se registran generalmente en municipios de reducido tamaño, aunque hay alguna excepción como Colmenar Viejo, que además es el municipio con una mayor dotación relativa: 27,40 establecimientos por 1.000 habitantes. A continuación, se sitúan Braojos (20,41), Gascones (20,00), Prádena del Rincón (20,0), Colmenar de Oreja (18,76) y Pinilla del Valle (18,40).

Los municipios que forman parte del primer grupo, es decir el formado por los que tienen más de 6,33 establecimientos por 1.000 habitantes, se encuentran bastante dispersos territorialmente. En general, se trata de municipios de reducida dimensión situados en las fronteras de la región, con excepción de la zona centro-sur.

El segundo grupo está constituido por aquellos municipios que tienen entre 4 y 6,33 establecimientos. Está formado por unos 42 municipios, que se encuentran situados básicamente en la zona de la Sierra Centro-Norte, el vértice este y el oeste de la región. También se trata básicamente de pequeños municipios.

Por el contrario, las dotaciones relativas de los municipios con mayor número absoluto de establecimientos se sitúan entre 2,5 y 3,5 locales por cada 1.000 habitantes: Madrid (3,11), Alcalá de Henares (3,13), Móstoles (2,61), Fuenlabrada (3,02), Leganés (2,85), Alcorcón (2,81) y Torrejón de Ardoz (3,53).

Es decir, están integrados en el tercer y cuarto grupo. El tercero está formado por los municipios que tienen una dotación entre 2,75 y 4 establecimientos por 1.000 habitantes. En este grupo se encuentra Madrid, junto con los cuatro municipios del Corredor del Henares, municipios del sur metropolitano –Alcorcón, Fuenlabrada, Leganés, Parla, Humanes de Madrid, etc.-, pero la mayor parte se sitúan a cierta distancia tanto de Madrid como del área metropolitana.

El cuarto grupo es el formado por los municipios que tienen menos de 2,75 establecimientos por 1.000 habitantes, que está formado básicamente por municipios de la corona metropolitana que rodea a Madrid, con algunos casos de municipios situados en los márgenes oeste y sur de la región.

El último grupo es el constituido por los doce municipios en los que no existe ningún establecimiento de estas actividades y en los que, lógicamente, la dotación es nula.

Por otra parte, la distribución de los “establecimientos de bebidas” y de las “salas de baile, discotecas y similares” presenta diferencias significativas, sobre todo derivadas del distinto número de locales que existen en cada caso.

Los “establecimientos de bebidas” tienen una mayor presencia territorial, estando presentes en los 167 municipios mencionados. Es este caso se produce una situación muy similar a la señalada para el conjunto de ambas actividades, por el enorme peso que tienen este tipo de establecimientos en el conjunto de ambas actividades.

En el municipio de Madrid se concentran 8.836 establecimientos, lo que representa un 56,88 por ciento del total. A continuación se sitúan los mismos municipios que a nivel general, es decir:

- ✍ Alcalá de Henares: 508 establecimientos y 3,27 por ciento del total
- ✍ Móstoles: 507 establecimientos y 3,26 por ciento del total
- ✍ Fuenlabrada: 505 establecimientos y 3,25 por ciento del total
- ✍ Leganés: 491 establecimientos y 3,16 por ciento del total
- ✍ Alcorcón: 401 establecimientos y 2,58 por ciento del total
- ✍ Getafe: 395 establecimientos y 2,54 por ciento
- ✍ Torrejón de Ardoz: 317 establecimientos y 2,04 por ciento del total

En conjunto estos ocho municipios concentran 11.960 de los 15.534 “establecimientos de bebidas”, es decir un 76,99 por ciento del total, porcentaje muy similar al que suponen en el conjunto de ambas actividades aunque una décima superior.

Por su parte, las salas discotecas tienen una menor difusión territorial, de forma que sólo están presentes en 51 municipios, es decir en torno a un 28,5 por ciento de los existentes en la Comunidad de Madrid. Además, la concentración en el municipio de Madrid es ligeramente superior, pues un 57,28 por ciento del total se encuentra en la capital, mientras que el resto presenta un mayor grado de dispersión, ya que únicamente tres municipios superan el 2 por ciento: Alcalá de Henares, Collado Villalba y Torrejón de Ardoz, todos ellos con el 2,43 por ciento. Como se observa se trata de dos municipios localizados en el Corredor del Henares (Alcalá de Henares y Torrejón de Ardoz) y uno en la proximidades de la Siertra Centro (Collado Villalba).

La distribución territorial desigual va unida a un diferente peso relativo de los distintos estratos de empleo. Se ha adoptado como ámbitos de referencia el municipio de Madrid, que concentra la mayor parte de los establecimientos y el resto de la Comunidad de Madrid, para disponer de volúmenes relativamente similares que eviten situaciones poco significativas estadísticamente debido al escaso número de establecimientos existentes en la mayor parte de los municipios.

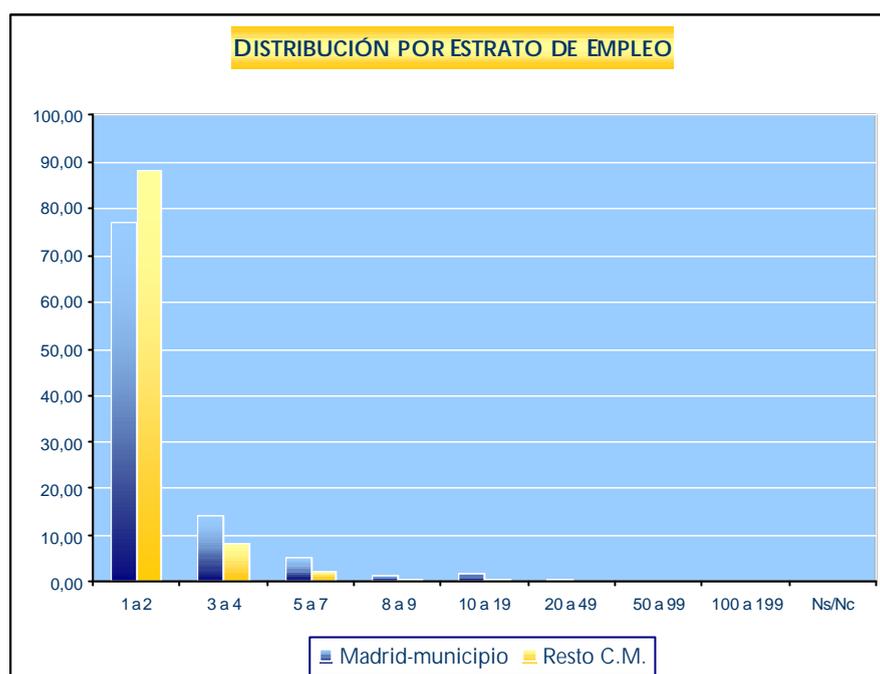
Se observa que los establecimientos ubicados en el municipio de Madrid tienden a tener una mayor dimensión media que los del resto de la región, posiblemente como consecuencia de una mayor demanda, que facilita el desarrollo y consolidación de estos establecimientos. Así, el peso de los establecimientos de menor tamaño, es decir los que tienen 1 o 2 trabajadores, es más de once puntos superior en el resto de la Comunidad de Madrid (88,24 por ciento) que en el municipio de Madrid (76,99 por ciento).

Estrato de empleo	ESTABLECIMIENTOS POR ESTRATO DE EMPLEO (2001)					
	Madrid-municipio		Resto de municipios		Comunidad de Madrid	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1-2	6.894	76,99	5.988	88,24	12.882	81,84
3-4	1.280	14,30	568	8,37	1.848	11,74
5-7	466	5,20	158	2,33	624	3,96
8-9	94	1,05	34	0,50	128	0,81
10-19	171	1,91	29	0,43	200	1,27
20-49	43	0,48	6	0,09	49	0,31
50-99	4	0,04	1	0,01	5	0,03
100-199	1	0,01	0	0,00	1	0,01
Ns/Nc	1	0,01	2	0,03	3	0,02
Total	8.954	100,00	6.786	100,00	15.740	100,00

FUENTE: Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2001 y elaboración propia.

Como consecuencia de esa importante diferencia, el peso de los restantes estratos de empleo es siempre superior en el municipio de Madrid que en el resto de municipios de la Comunidad Autónoma. Esta diferencia es especialmente importante en el estrato de 3 y 4 trabajadores, casi seis puntos porcentuales, si bien es más significativa en términos relativos cuando el tamaño de los establecimientos aumenta.

En definitiva, el municipio de Madrid no sólo concentra el mayor número de establecimientos existentes en la región, si no que, además, tienen un mayor tamaño en términos relativos. Este hecho determina que el empleo localizado en el municipio capital sea, a su vez, superior el número de establecimientos. En este sentido, se puede estimar que aproximadamente el 64 por ciento del empleo de "establecimientos de bebidas" y "salas-discotecas" se localiza en el municipio de Madrid, mientras que el 36 por ciento restante se reparte entre el resto de municipios de la región.



La distribución geográfica de las actividades dentro del municipio de Madrid también muestra importantes diferencias. El distrito Centro se configura como el principal espacio para las actividades de ocio nocturno, con 1.120 establecimientos de bebidas y 43 salas-discotecas. La importante concentración de este tipo de actividad en este distrito se pone de manifiesto en varios indicadores. Por una parte, el número de establecimientos ubicados en él es casi tres veces la media por distrito de la ciudad, que está en 402,85 locales. Por otra, representa un 13,61 por ciento de todos los establecimientos existentes en el municipio para ambos tipos de actividades en conjunto, si bien su peso relativo asciende hasta un 36,44 por ciento en las salas-discotecas. Además, es el distrito de Madrid que presenta una dotación más elevada de establecimientos por 1.000 habitantes. En el distrito Centro existen 9,49 establecimientos por 1.000 habitantes, frente a una media de 2,98 en el conjunto del municipio de Madrid¹.

La centralidad económica, urbanística, geográfica, etc., del distrito Centro influye sin duda en esa posición de privilegio en lo referente a las actividades de ocio nocturno, a lo que se une la facilidad de acceso, ya sea en transporte público o privado. Esa posición se ve reforzada, además, por la existencia de un número importante de alojamientos hoteleros, y de

¹ Para el cálculo de la dotación por 1.000 habitantes de los distritos y barrios de Madrid se ha tenido que utilizar la población que suministra el Padrón Municipal de Habitantes de 1996, pues no existe ningún dato accesible más actualizado con ese nivel de desagregación.

establecimientos comerciales junto a la presencia de otras actividades de ocio, tales como cines, teatros, etc.

La dificultad de separar en las estadísticas utilizadas lo que son establecimientos de bebidas vinculados al ocio nocturno de otros locales de bebidas introduce ciertas modificaciones en la situación relativa de los distritos cuando se usan los primeros datos. Por este motivo, los distritos que se sitúan a continuación de Centro son Carabanchel (689 establecimientos) y Puente de Vallecas (688), por delante de Chamberí, que con 649 establecimientos ocupa el cuarto lugar. De hecho, Carabanchel y Puente de Vallecas son los únicos distritos que se encuentran dentro del intervalo definido por la media de establecimientos por distritos (402,85 locales) más entre 1 y 2 veces la desviación típica.

Sin embargo, la diferencia radica en los establecimientos de bebidas, pues en Chamberí hay 14 salas-discotecas, frente a tres en Carabanchel y ninguna en Puente de Vallecas. A esto hay que añadir que la dotación de establecimientos por 1.000 habitantes es más elevada en Chamberí (4,46) que en Carabanchel (3,16) y Puente de Vallecas (3,06). En definitiva, se puede concluir que el distrito de Chamberí es posiblemente el segundo en cuanto a presencia de actividades de ocio nocturno, con zonas de gran concentración como la zona de Fuencarral y alrededores, zona de Alonso Martínez, zona de Gaztambide, etc., incluidas varias zonas de "botellón" (plaza de Alonso Martínez, Aurerrá, etc.).

Otros distritos con un número significativo de establecimientos de bebidas y de salas-discotecas son Ciudad Lineal (6,73 por ciento), Latina (6,25 por ciento), Salamanca (5,93 por ciento) y Tetuán (5,57 por ciento). Estos cuatro distritos, junto a Chamberí, forman el grupo de aquellos en los que el número de establecimientos de ambas actividades se encuentran entre la media y ésta más una vez la desviación típica.

Nuevamente en este grupo vuelve a producirse una situación similar a la mencionada anteriormente. El número de "establecimientos de bebidas" es menor en el distrito de Salamanca que en el de Ciudad Lineal y Latina, pero el número de "salas de baile, discotecas y similares" es muy superior: 14 frente a 3 en Ciudad Lineal y 2 en Latina. También en este caso, la dotación de establecimientos por 1.000 habitantes es muy superior en el distrito de Salamanca (3,57) que en los otros dos distritos mencionados: 2,69 en Ciudad Lineal y 2,09 en Latina.

Distrito	LOCALIZACIÓN DEL SECTOR POR DISTRITOS EN MADRID							
	Establec. Bebidas		Salas-Discotecas		Total		Población	Estab/ 1000 hab.
	Nº	%	Nº	%	Nº	%		
CENTRO	1.120	13,29	43	36,44	1.163	13,61	122.615	9,49
ARGANZUELA	344	4,08	2	1,69	346	4,05	114.700	3,02
RETIRO	215	2,55	6	5,08	221	2,59	120.445	1,83
SALAMANCA	493	5,85	14	11,86	507	5,93	142.001	3,57
CHAMARTÍN	355	4,21	13	11,02	368	4,31	135.301	2,72
TETUAN	467	5,54	9	7,63	476	5,57	135.367	3,52
CHAMBERÍ	635	7,54	14	11,86	649	7,60	144.889	4,48
FUENCARRAL-EL PARDO	397	4,71	1	0,85	398	4,66	199.253	2,00
MONCLOA-ARAVACA	260	3,09	6	5,08	266	3,11	102.022	2,61
LATINA	532	6,31	2	1,69	534	6,25	255.741	2,09
CARABANCHEL	686	8,14	3	2,54	689	8,06	217.868	3,16
USERA	307	3,64	0	0,00	307	3,59	113.706	2,70
PUENTE DE VALLECAS	688	8,17	0	0,00	688	8,05	224.882	3,06
MORATALAZ	171	2,03	1	0,85	172	2,01	105.456	1,63
CIUDAD LINEAL	572	6,79	3	2,54	575	6,73	213.705	2,69
HORTALEZA	273	3,24	0	0,00	273	3,20	140.517	1,94
VILLAVERDE	313	3,71	0	0,00	313	3,66	123.476	2,53
VILLA DE VALLECAS	136	1,61	0	0,00	136	1,59	60.383	2,25
VICÁLVARO	137	1,63	0	0,00	137	1,60	41.336	3,31
SAN BLAS	251	2,98	1	0,85	252	2,95	119.395	2,11
BARAJAS	74	0,88	0	0,00	74	0,87	33.792	2,19
TOTAL	8.426	100,00	118	100,00	8.544	100,00	2.866.850	2,98

FUENTE: Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2001 y elaboración propia.

El cuarto grupo es el formado por aquellos distritos en los que el número de establecimientos se encuentra comprendido entre la media y la media menos una vez la desviación típica. Es el grupo más numeroso y está integrado por los distritos de Arganzuela, Retiro, Chamartín, Fuencarral-El Pardo, Moncloa-Aravaca, Usera, Moratalaz, Hortaleza, Villaverde y San Blas. Este grupo engloba a casi la mitad de los distritos de la ciudad, por lo que concentra el mayor volumen de población. El número de establecimientos existentes en los distritos que conforman este grupo va desde los casi cuatrocientos (398) de Fuencarral-El Pardo hasta los 172 de Moratalaz

El quinto y último grupo está formado por aquellos distritos que tienen un menor número de establecimientos, en concreto por debajo de la media menos una vez la desviación típica. Los distritos incluidos en este grupo son Barajas (74 locales), Villa de Vallecas (136) y Vicálvaro (137). Se trata de distritos de la periferia este de la ciudad, de reducidas dimensiones territoriales y poblacionales, que son el resultado de la segregación de distritos de mayores dimensiones en la última reestructuración administrativa de la ciudad.

La distribución territorial de los locales no se modifica respecto a la señalada para ambas subclases de actividades cuando sólo se consideran los “establecimientos de bebidas”. Los cinco grupos identificados en general se mantienen en este caso también, si bien la media de locales por distrito asciende en esta ocasión a 397,38 establecimientos.

Sin embargo, sí existen importantes diferencias en las “salas de bailes, discotecas y similares” tanto por su menor número como por su diferente localización geográfica. El predominio del distrito Centro es aún más relevante que entre los “establecimientos de bebidas”. Dicho distrito es el único que forma parte del primer grupo, es decir el integrado por aquellos distritos en los que el número de locales dedicados a esas actividades es superior a la media por distrito (5,47 locales) más dos veces la desviación típica.

Su predominio no sólo se manifiesta en esa posición relevante, sino en que no existe ningún distrito en el segundo grupo, que sería el formado por aquellos distritos en los que el número de locales de “salas de fiestas, discotecas y similares” se encuentra situado entre la media más una vez la desviación típica y la media más dos veces la desviación típica.

En el tercer grupo hay seis distritos, que son Retiro, Salamanca, Chamberí, Tetuán, Chamartín y Moncloa-Aravaca. Este grupo se caracteriza porque el número de establecimientos dedicados a esas actividades se encuentran entre la media y ésta más una vez la desviación típica.

No existe ningún distrito que se encuentre en la media (5,47 establecimientos), mientras que el último grupo está formado por los restantes catorce distritos. Se trata de distritos en los que el número de establecimientos de “salas de baile, discotecas y similares” se encuentra por debajo de la media. Forman parte de este grupo todos los distritos de la periferia municipal, con la excepción de Moncloa-Aravaca, más Arganzuela que se encuentra dentro de la Almendra Central.

En definitiva, el grueso de la actividad de ocio nocturno se concentra en la “Almendra Central” de la ciudad, pues los siete distritos que se encuentran dentro del perímetro de la M30 representan un 43,66 por ciento del total, si bien suponen un 85,6 por ciento de las “salas de baile, discotecas y similares”. Ahora bien, la presencia de estas actividades es muy diferente entre los propios distritos de la “Almendra Central”, de forma que es especialmente significativa en los distritos de Centro, Chamberí, Tetuán, Salamanca y Chamartín, teniendo una menor importancia en Arganzuela y Retiro.

Los cinco distritos con mayor presencia de establecimientos de ambas subclases presentan un alto grado de envejecimiento de la población. De hecho, los cuatro distritos con mayor grado de envejecimiento, es decir que se encuentran por encima de la media (17,33 por ciento) más una vez la desviación típica son Centro, Chamberí, Salamanca y Tetuán. Únicamente Chamartín se encuentra en el grupo siguiente, es decir en el que el porcentaje de personas de la tercera edad se encuentra entre la media y ésta más una vez la desviación típica, junto con Ciudad Lineal, San Blas, Retiro, Arganzuela, Usera, Carabanchel y Moncloa-Aravaca. Por el contrario, tres de los distritos con un menor grado de envejecimiento –Barajas, Vicálvaro y Vallecas Villa-, que junto a Hortaleza conforman ese grupo, son los que menor presencia tienen de establecimientos de las dos subclases analizadas.

De igual forma, los cuatros primeros distritos mencionados son los que tiene una menor presencia relativa de jóvenes, pues se encuentran en el intervalo por debajo de la media de jóvenes (13,09 por ciento) menos una vez la desviación típica. Chamartín se encuentra en el intervalo de la media y ésta menos una vez la desviación típica, junto a Ciudad Lineal, San Blas, Moratalaz, Retiro, Arganzuela, Usera, Carabanchel, Latina y Moncloa-Aravaca.

Por su parte, Puente de Vallecas es una zona relativamente envejecida ya que presenta una de las tasas de envejecimiento más bajas y, a su vez, una tasa de juventud relativamente alta ya que se sitúa en el penúltimo grupo con menor tasa, es decir entre la media y ésta menos una vez la desviación típica.

Carabanchel, en cambio, presenta la situación contraria, es decir una tasa de envejecimiento relativamente alta y una tasa de juventud baja, pues se encuentra situado en el penúltimo grupo, el formado por los distritos entre la media y ésta menos una vez la desviación típica.

Por otra parte, la distribución de la renta familiar per cápita no presenta una relación tan directa como en los casos anteriores. Los distritos con mayor nivel de renta son Salamanca, Retiro, Chamberí, Chamartín y Moncloa-Aravaca, todos ellos con una renta que es superior a la media de la ciudad (1.650.000 pesetas) más una vez la desviación típica. Dos de esos distritos (Salamanca y Chamberí) se encuentran entre los primeros en cuanto a número de establecimientos, mientras que Centro y Tetuán se encuentran en siguiente grupo, es decir el formado por los distritos cuya renta se encuentra entre la media y ésta más una vez la desviación típica. Por su parte, Carabanchel se encuentra en el penúltimo grupo, es decir de los distritos con una renta situada entre la media municipal y ésta menos una vez la desviación típica, y Puente de Vallecas se sitúa en el último grupo, los de menor renta familiar per cápita.

Sin embargo, la distribución de estas actividades en el interior de los propios distritos es muy diversa, pues tienden a producirse aglomeraciones importantes en determinadas zonas de un distrito, mientras que su presencia es muy inferior en otras zonas del mismo. En este sentido, el análisis por barrios, máximo nivel de desagregación espacial que permiten los datos obtenidos permite una mayor aproximación a esa desigual concentración espacial.

Hay que tener en cuenta que la localización de los establecimientos de ocio nocturno tiende a producirse buscando una cierta proximidad a otros locales de características similares. El reducido tamaño de la mayor parte de estos establecimientos determina que, salvo algunas excepciones, carezcan de capacidad de modificar los flujos de usuarios por sí solos, por lo que recurren a aprovecharse de "economías de aglomeración", tal como sucede con otro tipo de actividades, como los cines, zapaterías, boutiques de ropa, etc. La existencia de un elevado número de establecimientos localizados de forma relativamente próxima actúa como un factor de atracción de potenciales clientes, que se desplazan a esa zona sabiendo que puede satisfacer su demanda en alguno de los establecimientos existentes.

En todos los barrios de Madrid existe algún establecimiento de estas dos subclases, con la excepción de El Goloso, si bien se puede deber a algún tipo de problema estadístico. Ahora bien, esta situación se reproduce en el caso de los "establecimientos de bebidas", pero no así en las "salas de baile, discotecas y similares". En estas últimas actividades, el menor número de locales clasificados como tales determina que únicamente 41 de los 126 barrios alberguen algún establecimiento de este tipo.

Únicamente superan los 200 establecimientos un número reducido de barrios, apenas cinco, de los cuales cuatro (Palacio, Embajadores, Justicia y Universidad) pertenecen al distrito Centro y el restante –Vista Alegre- forma parte de Carabanchel. Por otra parte, el número de "salas de baile, discotecas y similares" existente en los cuatro barrios de Centro es muy superior a Vista Alegre, en el que solamente existe una. El peso relativo de estos barrios se sitúa entre el 2,87 por ciento que se produce en Universidad y el 2,39 por ciento de Vista Alegre.

Otros seis barrios tienen entre 150 y 200 establecimientos, siendo dichos barrios Cortes en el distrito Centro con 158, Gaztambide (154) en Chamberí, Pilar (190) en Fuencarral-El Pardo, Aluche (184) en Latina, San Diego (159) en Puente de Vallecas y Pueblo Nuevo (183) en Ciudad Lineal. A este grupo casi se podría unir el barrio de Trafalgar con 149 establecimientos, que pertenece al distrito de Chamberí. Precisamente el mayor número de "salas de baile, discotecas

y similares” corresponde a Trafalgar (4), Gaztambide (4) y Cortes (3), mientras que no aparece ninguno recogido en Pilar, Aluche y San Diego, y solamente 1 en Pueblo Nuevo.

Diecisiete barrios superan los 100 establecimientos sin llegar a 150, sin contar Trafalgar, ya considerado anteriormente. Dichos barrios son:

- ✍ Centro: Sol (134)
- ✍ Arganzuela: Palos de Moguer (113)
- ✍ Salamanca: Goya (126) y Guindalera (105)
- ✍ Tetuán: Cuatro caminos (140)
- ✍ Chamberí: Ríos Rosas (113)
- ✍ Moncloa-Aravaca: Argüelles (110)
- ✍ Latina: Puerta del Ángel (128)
- ✍ Carabanchel: Opañel (102) y San Isidro (107)
- ✍ Puente de Vallecas: Entrevías (130), Palomeras Sureste (113) y Numancia (125)
- ✍ Ciudad Lineal: Ventas (128)
- ✍ Hortaleza: Pinar del Rey (126)
- ✍ Villaverde: San Andrés (120)
- ✍ Villa de Vallecas: Centro Histórico de Vallecas (104)

Muchos de estos barrios cuentan con un relativamente elevado número de establecimientos debido a la existencia de un volumen importante de población, que genera la aparición de “establecimientos de bebidas”, que no siempre están ligados al ocio nocturno. En este sentido únicamente los barrios de Sol (10), Palos de Moguer (1), Goya (3), Cuatro Caminos (6), Ríos Rosas (1), Argüelles (4), San Isidro (1) cuentan con algún local de “sala de baile, discotecas o similares”. En este sentido, conviene destacar que el barrio de Sol en el distrito Centro ocupa la segunda posición en cuanto a número de establecimientos de ese tipo en el municipio de Madrid, mientras que Cuatro Caminos se encuentra también entre los primeros, en concreto en quinto lugar por detrás de Palacio, el mencionado Sol, Justicia y Universidad, todos ellos en el distrito Centro.

Lógicamente el menor número de establecimientos se encuentran en barrios de reducida dimensión geográfica y de población, como Atocha (3) en Arganzuela, Fuentelarreina (1), Mirasierra (2) y El Goloso (0) en Fuencarral-El Pardo, Valdemarín (1) y El Plantío (3) en Moncloa-Aravaca, Atalaya (1) en Ciudad Lineal, Palomas (1) y Piovera (4) en Hortaleza, Rejas (2), Hellín (8) y Salvador (9) en San Blas, y Corralejos (2) Aeropuerto (6) y Timón (10) en el distrito de Barajas.

En definitiva, se pueden establecer cinco grupos entre los barrios de Madrid en relación con los establecimientos de ambos tipos de actividades. El primer grupo está formado por ocho barrios, que son Universidad, Justicia, Embajadores, Palacio, los cuatro en Centro, Vista Alegre (Carabanchel), Pilar (Fuencarral-El Pardo), Aluche (Latina) y Pueblo Nuevo (Ciudad Lineal). Este grupo es el formado por aquellos distritos en los que el número de locales existentes supera la media por barrio (66,23 establecimientos) más dos veces la desviación típica.

El segundo está formado por 12 barrios, que se caracterizan por tener un número de locales situado entre la media más una vez la desviación típica y la media más dos veces la desviación típica. El número oscila entre los 158 establecimientos de Cortes (Centro) y los 125 de Numancia (Puente de Vallecas). Además, de estos dos barrios se encuentran en este grupo Sol (Centro), Trafalgar y Gaztambide (Chamberí), Goya (Salamanca), Cuatro Caminos (Tetuán), Ventas (Ciudad Lineal), Entrevías y San Diego (Puente de Vallecas), Puerta del Angel (Latina) y Pinar de Rey (Hortaleza).

El tercer grupo está formado por 35 barrios, en los que el número de establecimientos se encuentra entre la media y ésta más una vez la desviación típica. Sin embargo, el grupo más numeroso es el de aquellos barrios en los que el número de locales se encuentra por debajo de la media, en concreto entre la media y ésta menos una vez la desviación típica, que está formado por 55 barrios, es decir casi el 44 por ciento de todos los barrios de la ciudad.

El último grupo está formado por 16 barrios y son aquellos que tienen un número de establecimientos inferior a la media menos una vez la desviación típica. Se trata de barrios que pertenecen a los distritos de Fuencarral-El Pardo (Fuentelarreina, Mirasierra, El Goloso), Hortaleza (Palomas y Piovera), Barajas (Aeropuerto, Timón y Corralejos), Arganzuela (Atocha), Moncloa-Aravaca (Valdemarín, El Plantío), Villaverde (Butarque), Ciudad Lineal (Atalaya y San Juan Bautista), San Blas (Simancas y Rejas). Muchos de estos barrios se caracterizan por el reducido número de habitantes que tienen, lo que constituye un factor disuasorio para la ubicación de "establecimientos de bebidas" o de "salas de baile, discotecas o similares"

No existen apenas diferencias cuando se analiza la distribución de los "establecimientos de bebidas", pero sí cuando se hace la de "salas de baile, discotecas y similares". En este caso, el primer grupo está formado por sólo seis barrios, cuatro de ellos en el distrito Centro (Justicia, Universidad, Palacio y Sol), más Cuatro Caminos (Tetuán) y Nueva España (Chamartín). En ellos el número de locales de "salas de baile, discotecas y similares" es superior a la media por barrio (0,91 establecimientos) más dos veces la desviación típica.

El segundo grupo está constituido por 12 barrios, en los que el número de establecimientos está entre la media más una vez la desviación típica y la media más dos veces la desviación típica. Estos barrios son Cortes y Embajadores (Centro), Castellana, Recoletos y Goya (Salamanca), Ibiza (Retiro), Trafalgar, Gaztambide y Almagro (Chamberí), Castillejos (Tetuán), El Viso (Chamartín) y Argüelles (Moncloa-Aravaca).

El tercer grupo es algo más numeroso, estando formado por 23 barrios, en los cuales hay un número de locales entre la media y ésta más una vez la desviación típica, mientras que la mayor parte de los barrios, en total 85 (las dos terceras partes del total) tienen un número de locales inferior a la media, si bien realmente no hay ninguno en todos ellos.

En definitiva, se observa que la oferta de "salas de baile, discotecas y similares" se concentra en apenas 18 barrios todos los cuales se encuentran en sólo seis distritos, todos ellos en la zona central de la ciudad, con la inclusión de Moncloa-Aravaca, que tiene una posición relativamente central sobre todo de algunos de sus barrios, como Argüelles, que es donde se localiza básicamente la oferta de este tipo.

En este caso, las relaciones negativas con las tasas de envejecimiento y de juventud se presentan menos nítidas, pues la diversidad de las situaciones de los barrios es muy superior. Lo mismo sucede con la relación con la renta familiar per cápita, de forma que el barrio con mayor renta, El Plantío en Moncloa-Aravaca se encuentra entre los que tiene un menor número de establecimientos de bebidas (apenas 3 y ninguna sala de fiestas o discoteca). A menudo esto se debe a la búsqueda por parte de las familias de mayor nivel de renta de urbanizaciones o espacios urbanos relativamente segregados, con tipologías edificatorias (viviendas unifamiliares) y una densidad poblacional baja, características poco propicias para la localización de actividades de ese tipo.

Un último aspecto es el correspondiente a la dotación de establecimientos por 1.000 habitantes. La media del municipio de Madrid se sitúa en torno a 2,95 locales, habiendo únicamente tres barrios que superan los 10 locales por cada 1.000 habitantes. Se trata de los barrios de Sol (20,38), Cortes (15,93) y Justicia (14,39), todos ellos en el distrito Centro. Los dos barrios que ocupan las posiciones siguientes son Palacio (9,27) y Universidad (8,33), también ambos pertenecientes al distrito Centro.

Obviamente este predominio del distrito Centro tiene una doble explicación; por una parte, el elevado número de establecimientos que existen en esos barrios, que se encuentran entre los primeros en el conjunto del municipio; por otra, en el proceso de pérdida de población de estos barrios centrales de la ciudad por la competencia por el uso del suelo que ejercen otras actividades con mayor poder de compra que la residencial, tales como oficinas, comercios, bancos, cines, etc.

Únicamente tres barrios más superan la cifra de 5 establecimientos por 1.000 habitantes, tratándose de Gaztambide (6,14) y Trafalgar (6,05), ambos en el distrito de Chamberí y Embajadores (5,13), que es el último barrio del distrito Centro.

Entre 4 y 5 establecimientos por cada 1.000 habitantes se encuentran un mayor número de barrios, trece en concreto, la mayor parte de los cuales se encuentran en zonas centrales de la ciudad. Dichos barrios son: Palos de Moguer (4,92) en Arganzuela, Recoletos (4,18) y Lista (4,26) en Salamanca, Cuatro Caminos (4,14) y Castillejos (4,24) en Tetuán, Almagro (4,51) y Ríos Rosas (4,16) en Chamberí, Argüelles (4,30) en Moncloa-Aravaca, Vista Alegre (4,32) en Carabanchel, Pradolongo (4,31) en Usera, San Diego (4,38) en Puente de Vallecas, Concepción (4,08) en Ciudad Lineal, y Casco Histórico de Barajas (4,95) en Barajas.

Si se realiza la agrupación en función de la media y la desviación típica, no se modifica la imagen anterior. El primer grupo está formado por los barrios mencionados del distrito Centro, que son los únicos que superan la media (2,99 establecimientos) más dos veces la desviación típica.

En el segundo grupo –los comprendidos entre la media más una vez la desviación típica y más dos veces- sólo hay dos barrios, Gaztambide y Trafalgar ambos en Chamberí. En el tercer grupo, entre la media y ésta más una vez la desviación típica, se sitúan 38 barrios, la mayor parte de los cuales se sitúan en Centro, Chamberí, Salamanca, Tetuán, Chamartín y Puente de Vallecas, con la inclusión de algún barrio de Moncloa-Aravaca, Ciudad Lineal, Vicálvaro, Barajas, Villaverde, Carabanchel y Latina. Por su parte, el cuarto grupo es el más numeroso; está formado por los barrios en los que el número de locales se encuentra entre la media y ésta menos una vez la desviación típica. Comprende la mayor parte de los barrios de Madrid, aproximadamente el 62,7 por ciento del total, estando repartidos por toda la ciudad con la excepción de Centro. No obstante, la mayor parte de esos barrios se concentran especialmente en la periferia de la ciudad.

En definitiva, se observa un elevado grado de concentración de los establecimientos ligados al ocio nocturno en determinadas zonas centrales de la ciudad, como consecuencia de la confluencia de diferentes factores, tales como la centralidad económica y urbanística, las mayores facilidades de acceso en especial en transporte público, la proximidad a otras actividades de ocio nocturno, como cines, teatros, restaurantes, etc. Esta concentración de actividades similares o complementarias es, también, la razón que explica la localización en zonas centrales de la ciudad de los principales focos del fenómeno del “botellón”, pues al margen de sus características que se analizan en otra parte de este documento, su origen está directamente relacionado con la existencia de bares de copas, bares especiales, salas de baile, discotecas, etc., en sus proximidades. Esto no significa que su existencia se deba a los propios empresarios del sector, pero sí que se produce también en este caso el efecto de aglomeración mencionado para los locales nocturnos, máxime cuando los jóvenes que participan en el “botellón” buscan la cercanía de los locales a los que posteriormente acuden para completar sus actividades de ocio nocturno.

La distribución de los establecimientos existentes en el municipio de Madrid muestra que la mayor parte de los establecimientos de bebidas y salas-discotecas de mayor tamaño se concentran en el distrito Centro de la ciudad. Esto sucede con el único establecimiento que tiene entre 100 y 199 trabajadores, con dos de los tres comprendidos entre 50 y 99 empleados, y con 16 de los 39 locales (41,0 por ciento) que tienen entre 20 y 49 empleados.

El peso relativo en el conjunto del municipio de este distrito es muy superior al que tiene en el total de locales en todos los estratos de empleo, excepto en el de menor tamaño, es decir de 1 o 2 trabajadores. Por ejemplo, un 25,9 por ciento de los locales que tienen de 10 a 19 empleados, un 28,4 por ciento de los comprendidos entre 8 y 9, un 20,8 por ciento de los de 5 a 7, y un 15,1 por ciento de los de 3 y 4 trabajadores se localizan en el distrito Centro, cuando su peso en el conjunto de establecimientos existentes en el municipio de Madrid es de un 13,6 por ciento.

Distrito	ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO DE EMPLEO. MUNICIPIO DE MADRID									Total
	1 a 2	3 a 4	5 a 7	8 a 9	10 a 19	20 a 49	50 a 99	100 a 199	Ns/Nc	
CENTRO	794	188	94	25	43	16	2	1	0	1.163
ARGANZUELA	268	57	15	3	3	0	0	0	0	346
RETIRO	150	48	14	4	4	1	0	0	0	221
SALAMANCA	314	99	56	8	22	8	0	0	0	507
CHAMARTÍN	208	88	50	3	15	4	0	0	0	368
TETUAN	323	71	45	10	22	4	1	0	0	476
CHAMBERÍ	391	161	55	9	31	2	0	0	0	649

FUENCARRAL-EL PARDO	347	35	13	2	1	0	0	0	0	398
MONCLOA-ARAVACA	182	47	25	7	3	2	0	0	0	266
LATINA	463	57	11	1	1	1	0	0	0	534
CARABANCHEL	601	67	11	4	6	0	0	0	0	689
USERA	272	31	4	0	0	0	0	0	0	307
PUENTE DE VALLECAS	600	70	14	4	0	0	0	0	0	688
MORATALAZ	146	22	3	1	0	0	0	0	0	172
CIUDAD LINEAL	493	53	19	0	10	0	0	0	0	575
HORTALEZA	226	35	8	2	2	0	0	0	0	273
VILLAVERDE	279	30	1	2	1	0	0	0	0	313
VILLA DE VALLECAS	109	22	4	1	0	0	0	0	0	136
VICÁLVARO	123	12	2	0	0	0	0	0	0	137
SAN BLAS	202	37	8	1	2	1	0	0	1	252
BARAJAS	60	12	1	1	0	0	0	0	0	74
TOTAL	6.551	1.242	453	88	166	39	3	1	1	8.544

FUENTE: Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, 2001 y elaboración propia.

Como se observa, la importancia relativa del distrito Centro aumenta con el tamaño de los establecimientos, presentando el menor peso en el estrato correspondiente a los locales que tienen 1 o 2 trabajadores.

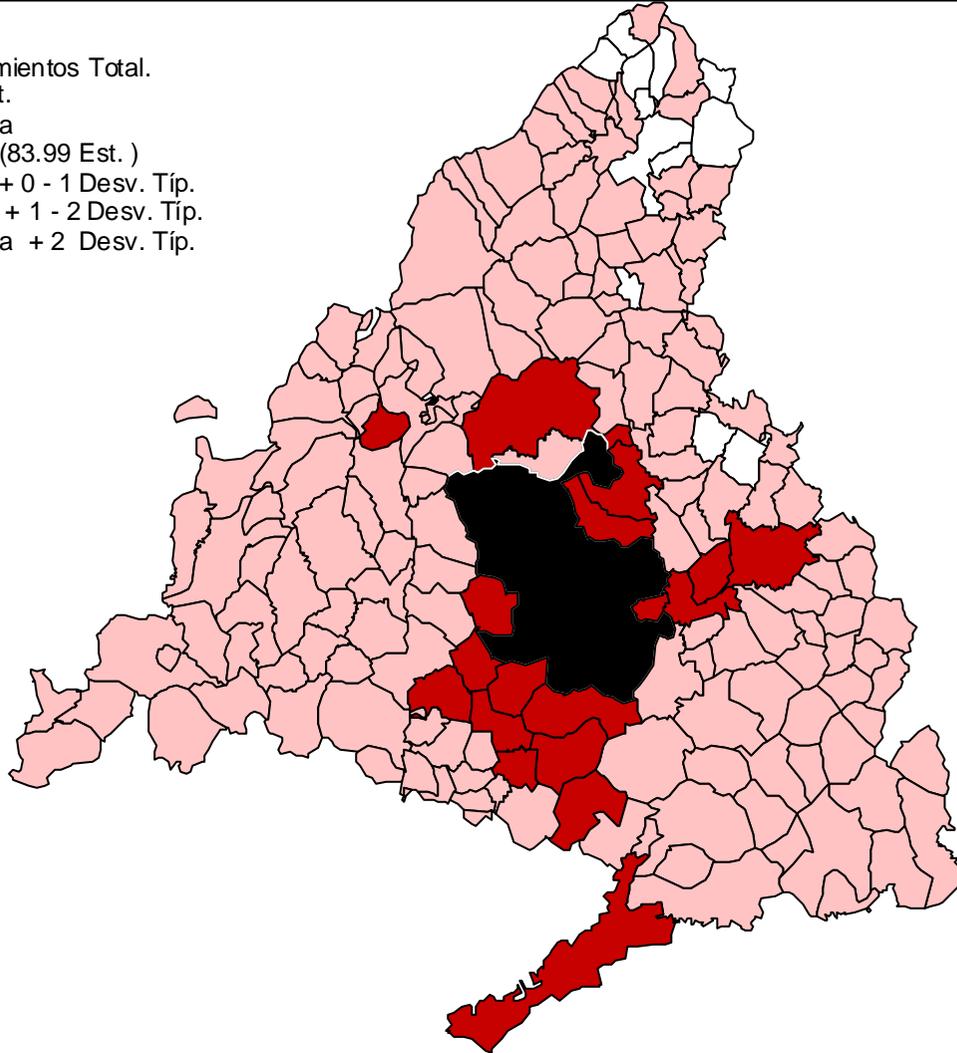
Otros distritos en los que tiene una presencia relevante los establecimientos de mayor dimensión, son Tetuán, Chamartín y Salamanca, mientras que en Chamberí se produce la misma situación con menor entidad. Se trata, en definitiva, de los distritos de Madrid con una presencia mayor de las actividades de ocio nocturno, así como en los que existe un amplio número de establecimientos de bebidas de otro tipo.

Por el contrario, existe una mayor presencia relativa de los pequeños locales en distritos como Latina, Carabanchel, Moratalaz, Ciudad Lineal, Hortaleza, Villaverde, Vicálvaro, es decir, distritos de la periferia de la ciudad. En todos estos distritos, el peso de los locales de 1 y 2 trabajadores, es decir los de menor dimensión, es siempre superior al que tiene el distrito en el conjunto del sector, mientras que su peso en el resto de estratos de empleo suele ser inferior.

TOTAL ESTABLECIMIENTOS DE OCIO

3. Establecimientos Total.

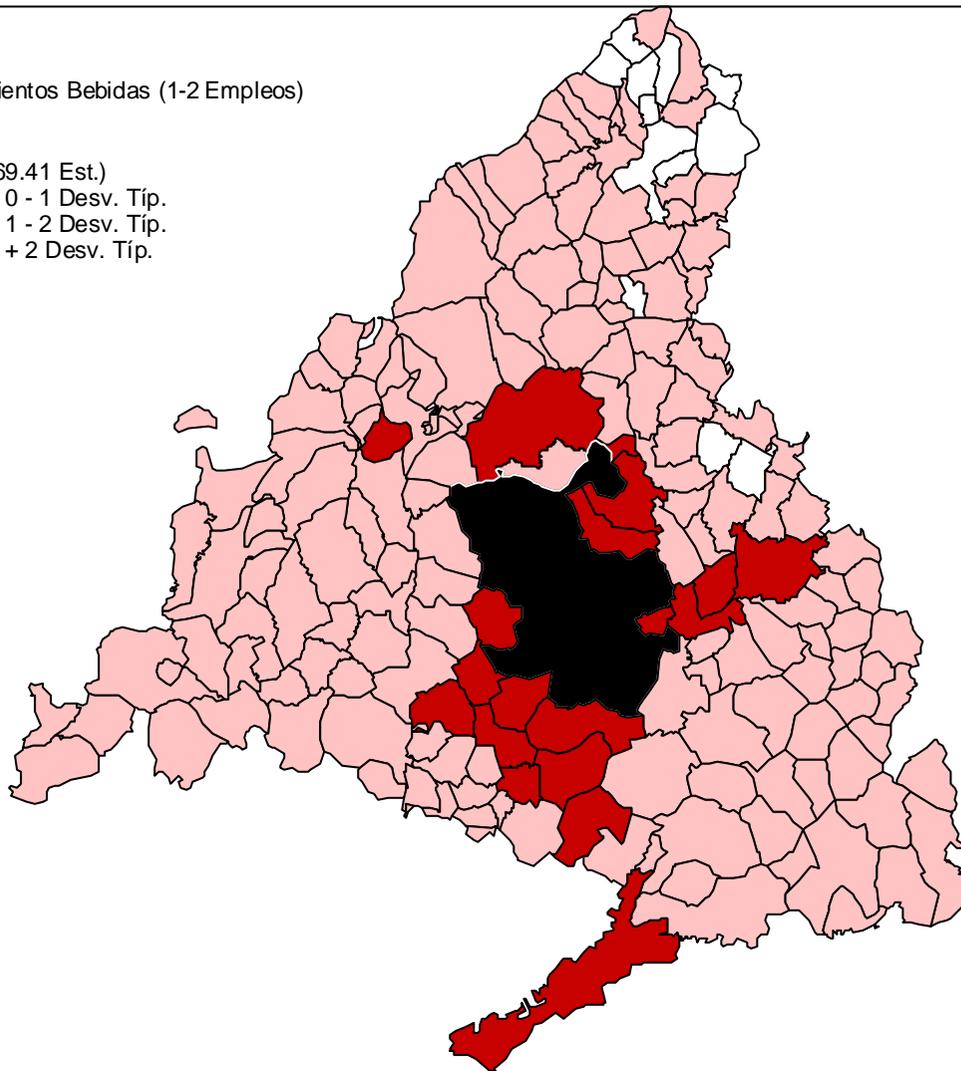
-  Sin Est.
-  < Media
-  Media (83.99 Est.)
-  Media + 0 - 1 Desv. Típ.
-  Media + 1 - 2 Desv. Típ.
-  > Media + 2 Desv. Típ.



ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS (Nivel de Empleo 1-2 Empleos)

3. Establecimientos Bebidas (1-2 Empleos)

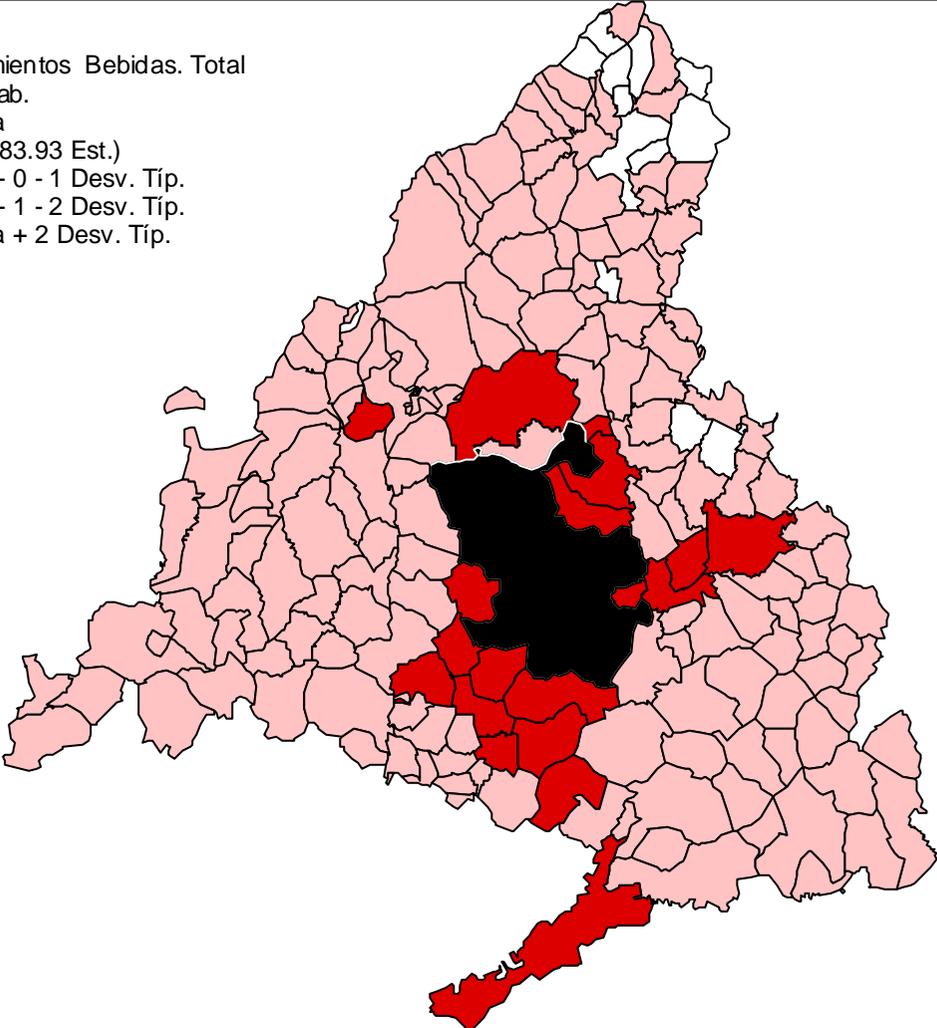
-  Sin Est.
-  < Media
-  Media (69.41 Est.)
-  Media + 0 - 1 Desv. Típ.
-  Media + 1 - 2 Desv. Típ.
-  > Media + 2 Desv. Típ.



ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS (Total)

3. Establecimientos Bebidas. Total

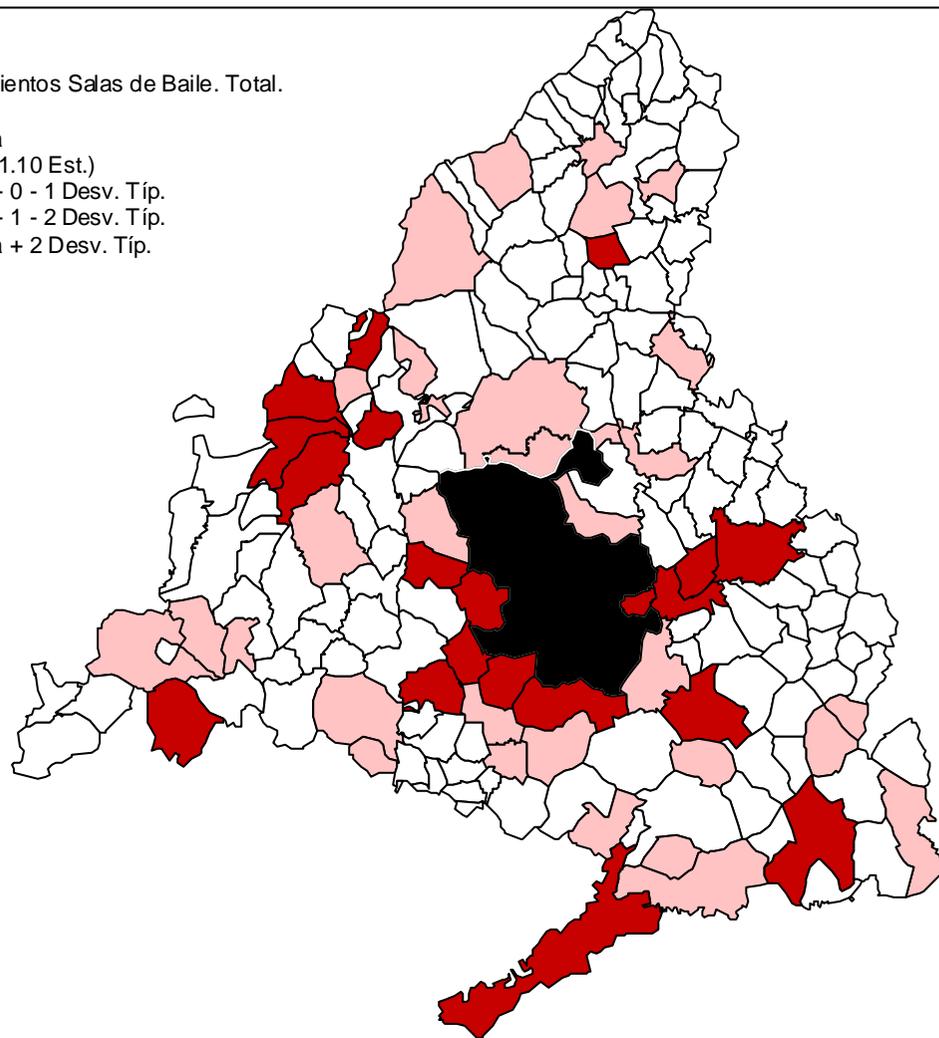
- Sin Estab.
- < Media
- Media (83.93 Est.)
- Media + 0 - 1 Desv. Típ.
- Media + 1 - 2 Desv. Típ.
- > Media + 2 Desv. Típ.



ESTABLECIMIENTOS DE SALAS DE BAILE-DISCOTECAS (Total)

3. Establecimientos Salas de Baile. Total.

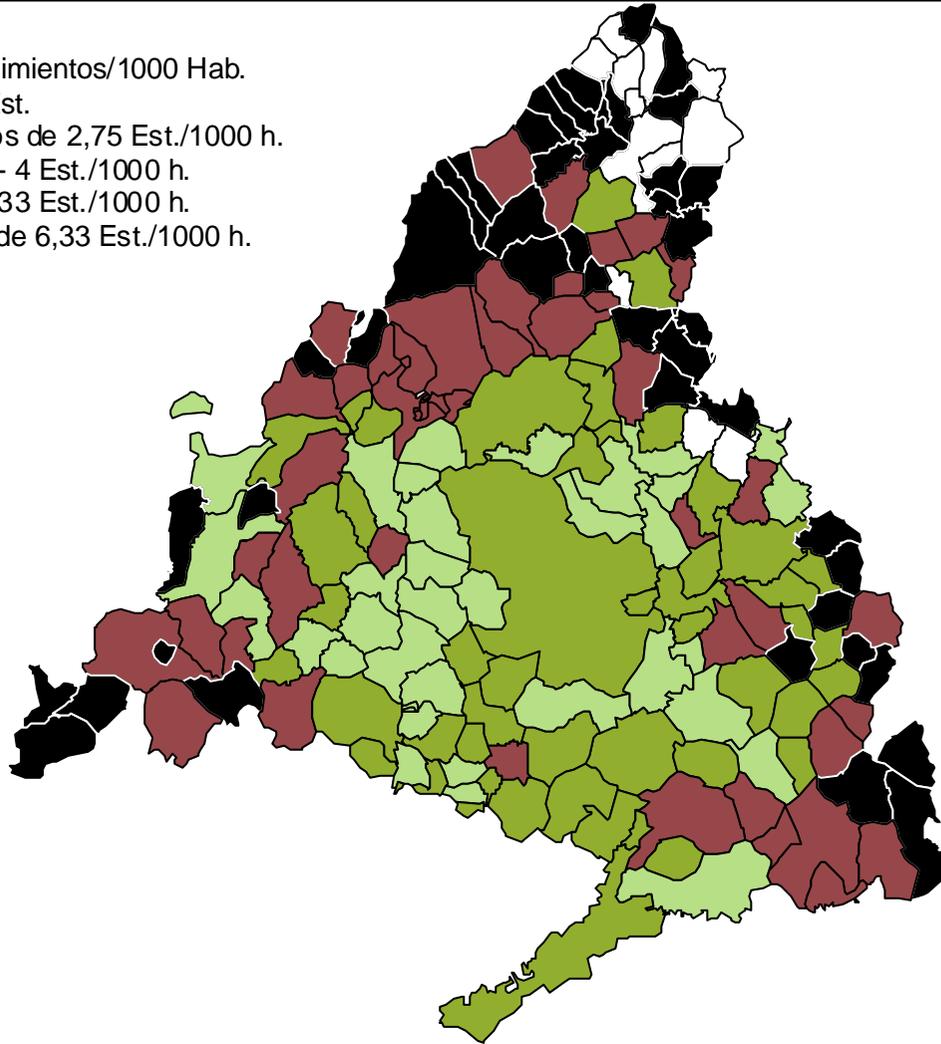
-  Sin Est.
-  < Media
-  Media (1.10 Est.)
-  Media + 0 - 1 Desv. Típ.
-  Media + 1 - 2 Desv. Típ.
-  > Media + 2 Desv. Típ.



ESTABLECIMIENTOS POR CADA 1000 HABITANTES

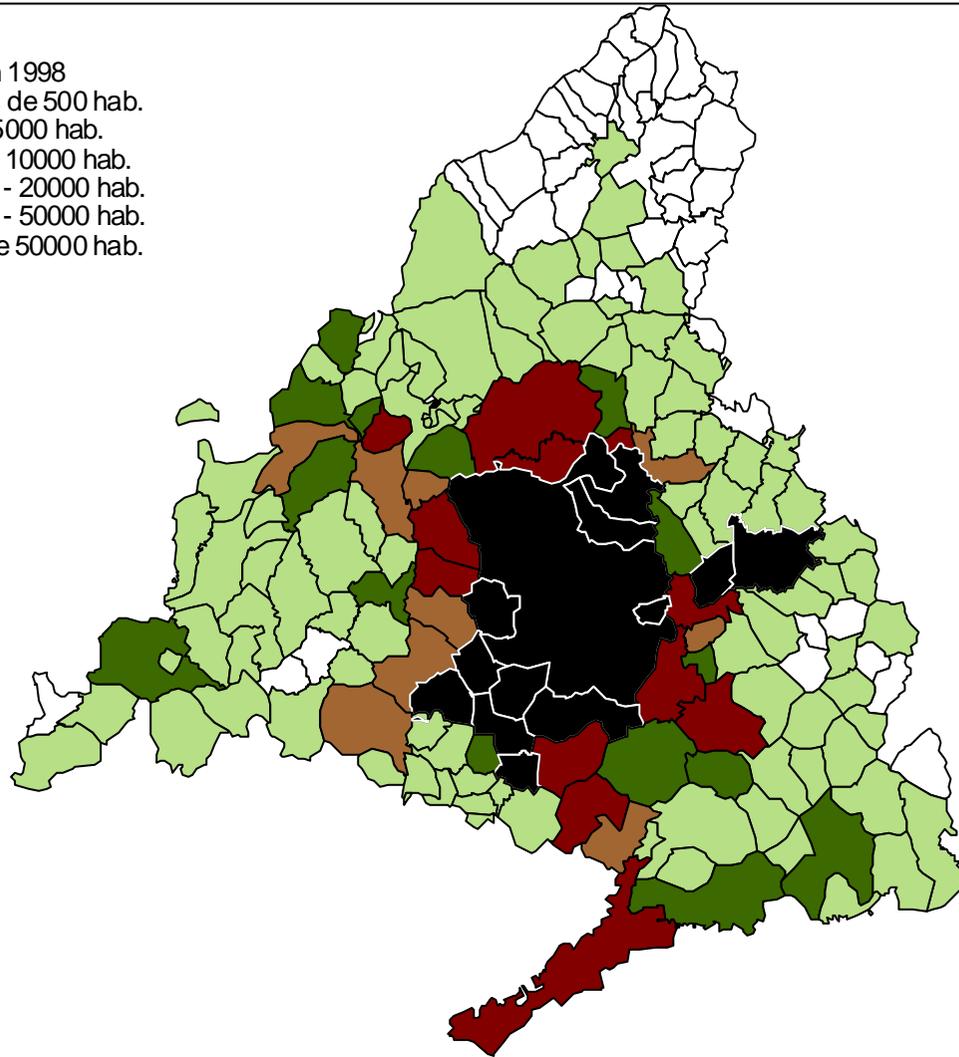
3. Establecimientos/1000 Hab.

-  Sin Est.
-  Menos de 2,75 Est./1000 h.
-  2,75 - 4 Est./1000 h.
-  4 - 6,33 Est./1000 h.
-  Más de 6,33 Est./1000 h.

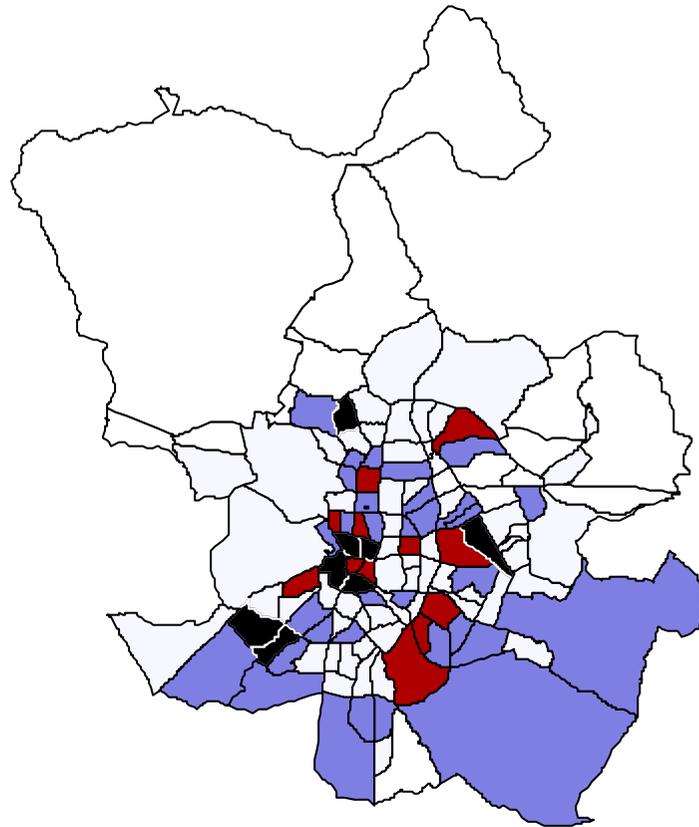


POBLACIÓN 1998

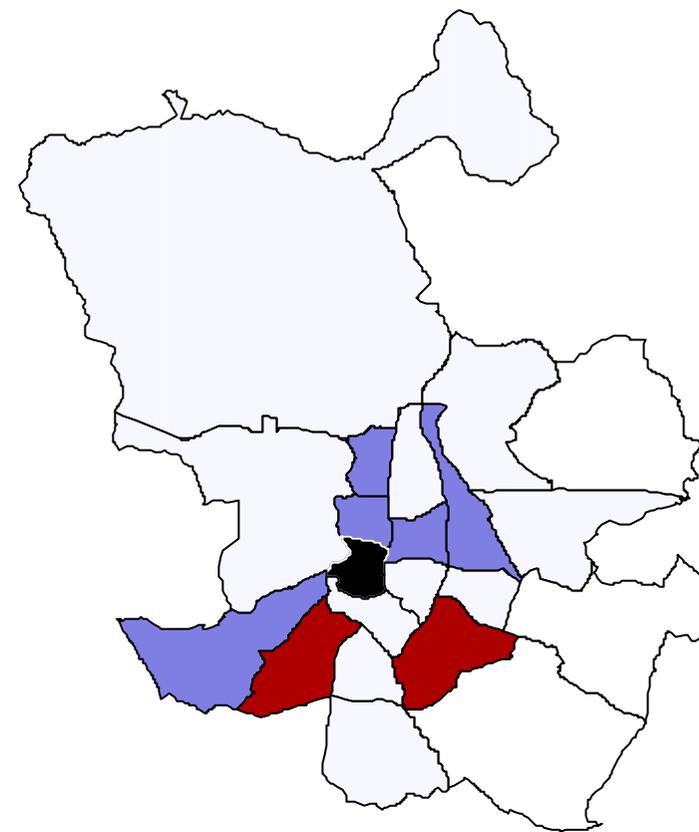
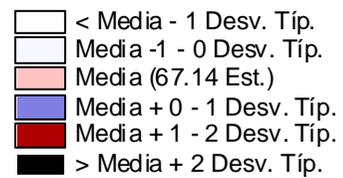
3. Población 1998
- Menos de 500 hab.
 - 501 - 5000 hab.
 - 5001 - 10000 hab.
 - 10001 - 20000 hab.
 - 20001 - 50000 hab.
 - Más de 50000 hab.



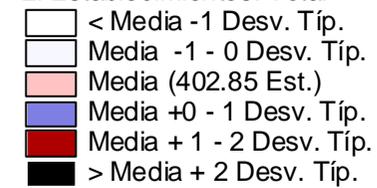
TOTAL ESTABLECIMIENTOS DE OCIO



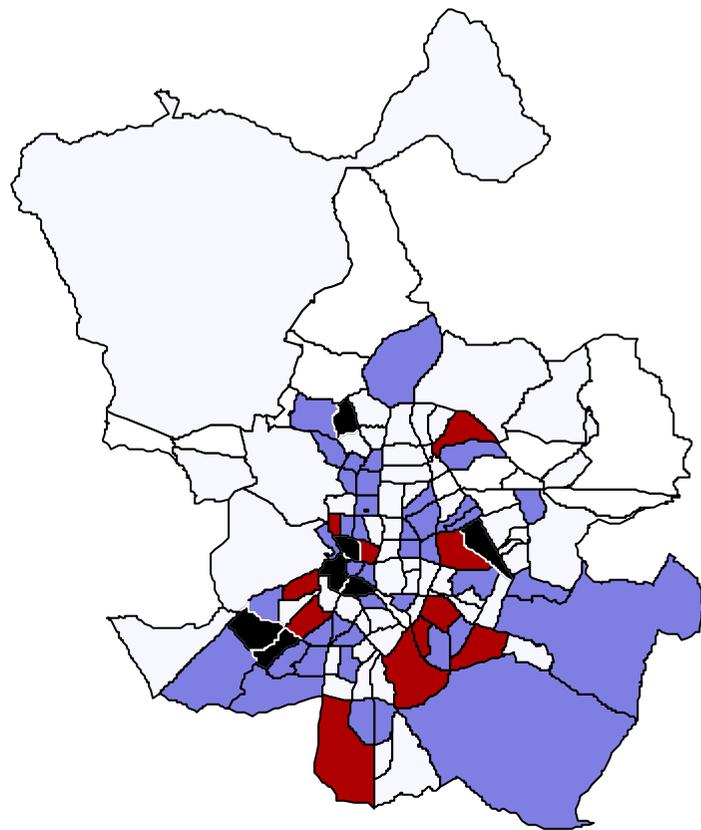
1. Establecimientos. Total.



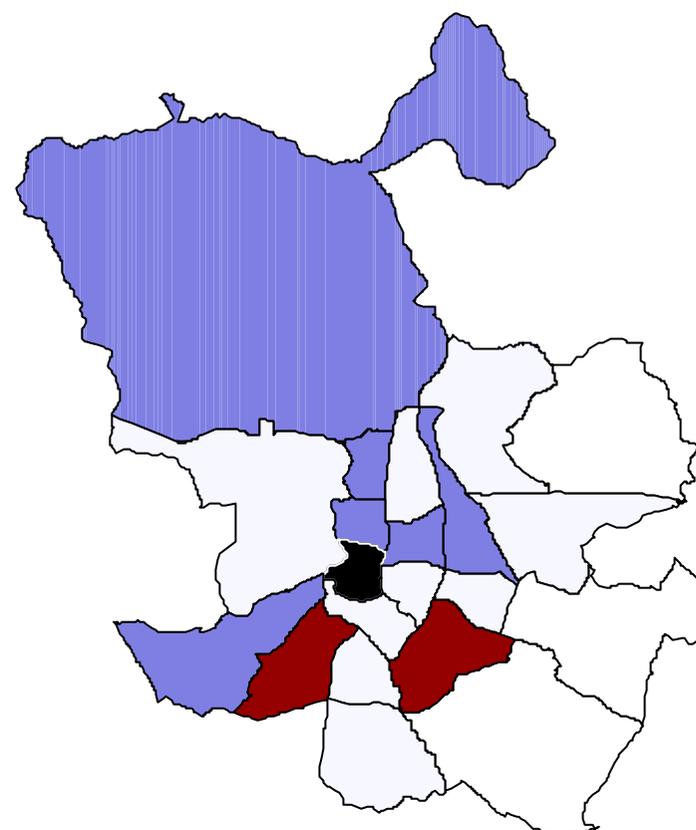
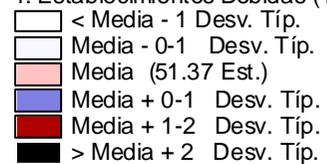
2. Establecimientos. Total



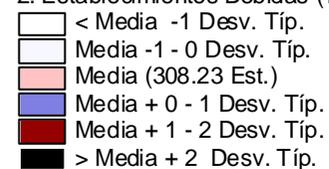
ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS (Nivel de empleo)



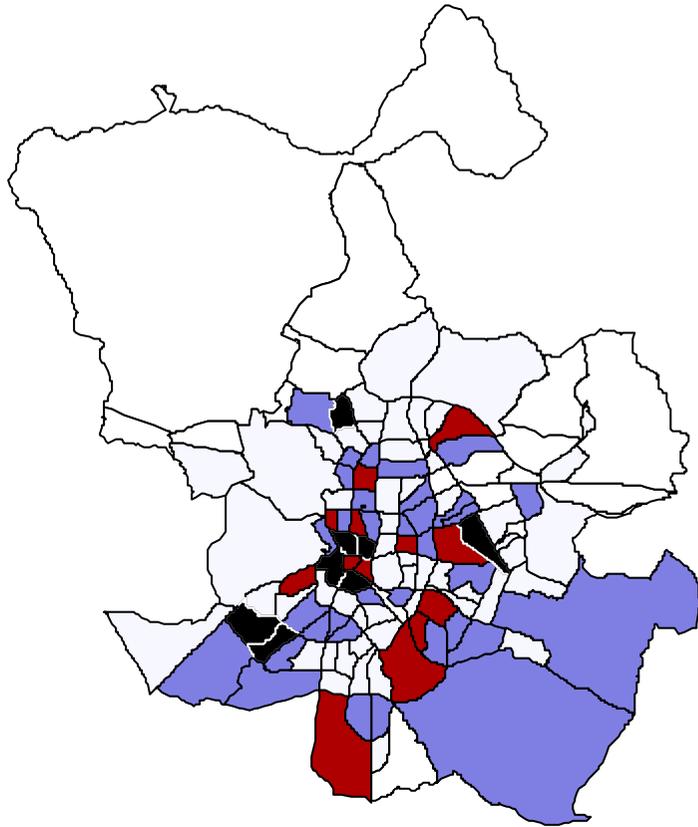
1. Establecimientos Bebidas (1-2 empleos)



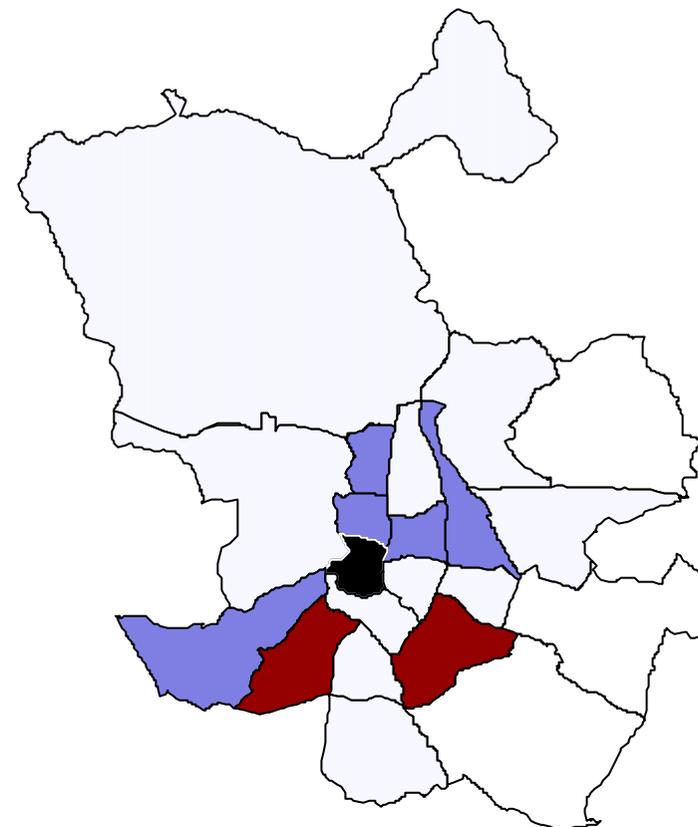
2. Establecimientos Bebidas (1-2 Empleos)



ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS (Total)



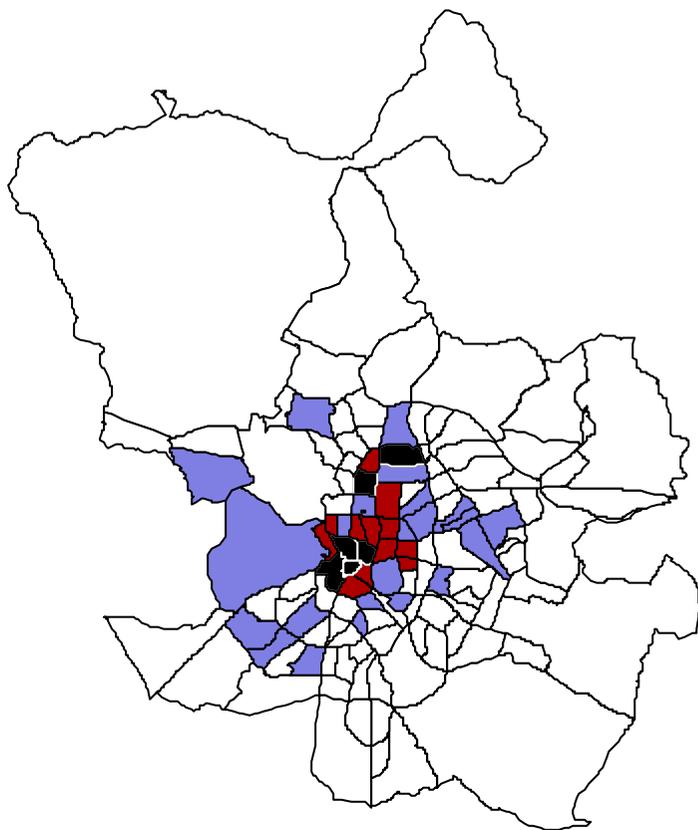
1. Establecimientos Bebidas. Total.



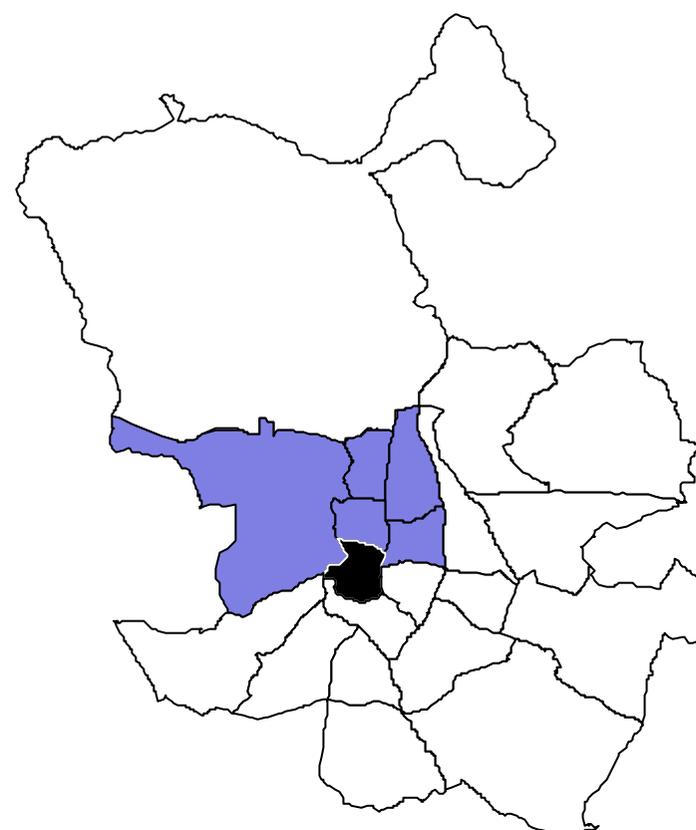
2. Establecimientos Bebidas. Total



ESTABLECIMIENTOS DE SALAS DE BAILE-DISCOTECAS (Total)



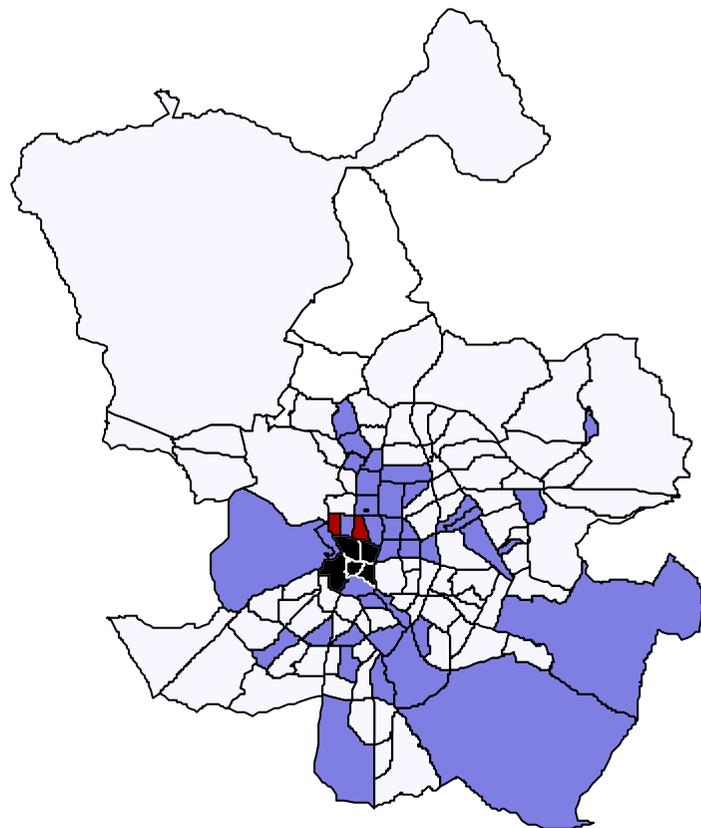
1. Establecimientos Salas de baile. Total.



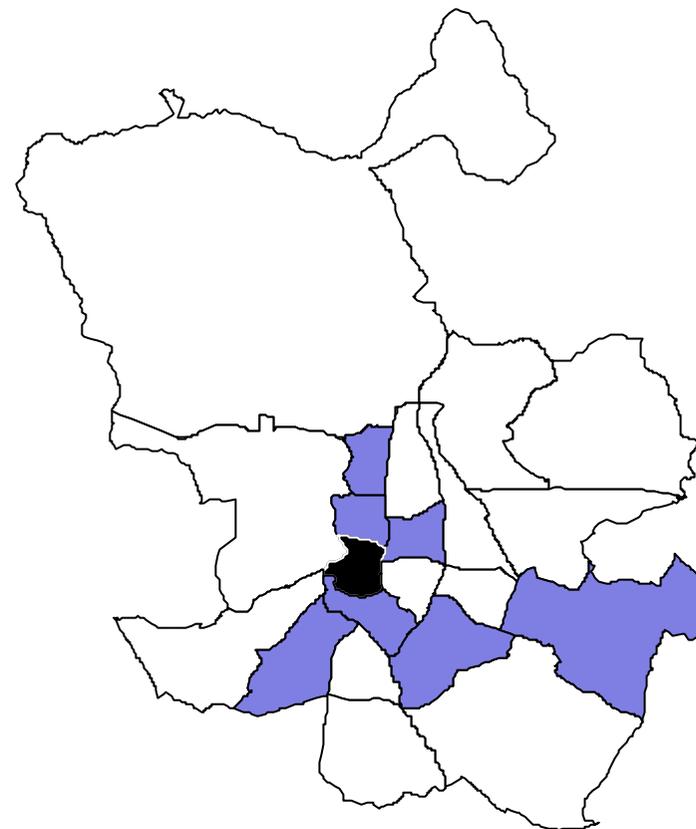
2. Establecimientos Salas de Baile. Total



ESTABLECIMIENTOS POR CADA 1000 HABITANTES. 1996



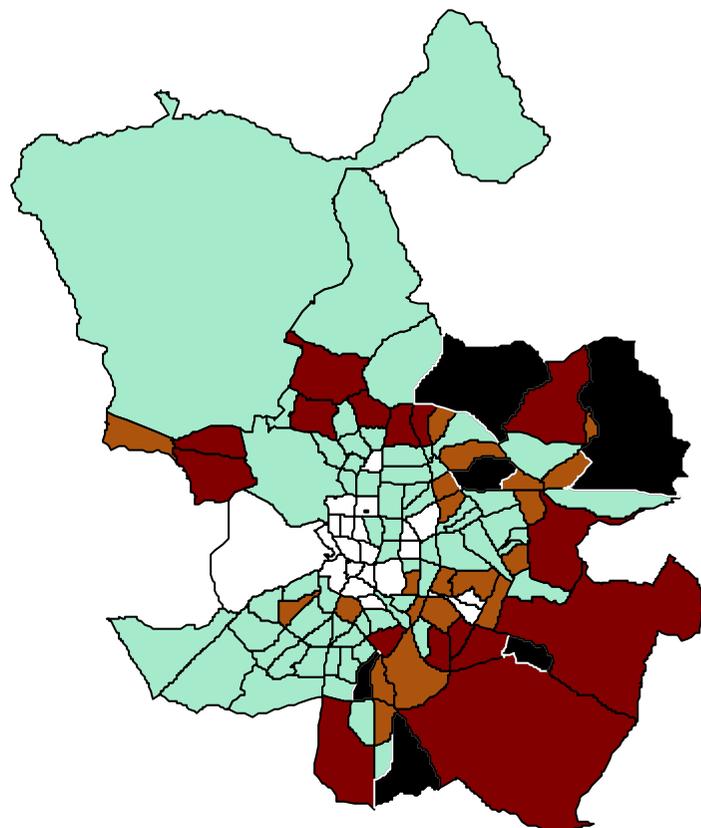
1. Establecimientos por cada 1000 hab.



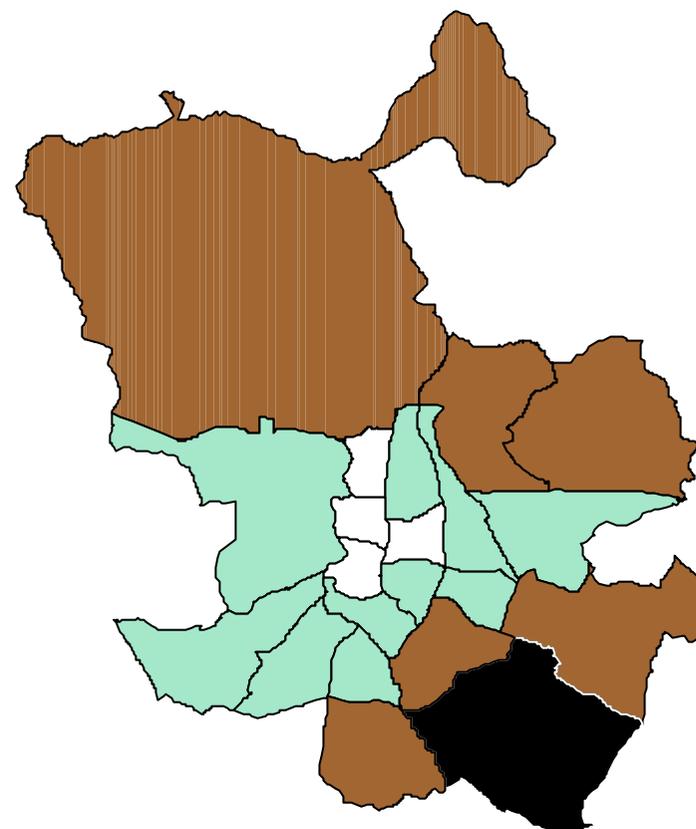
2. Establecimientos por cada 1000 hab.



TASA DE JUVENTUD AMBOS SEXOS. 1996

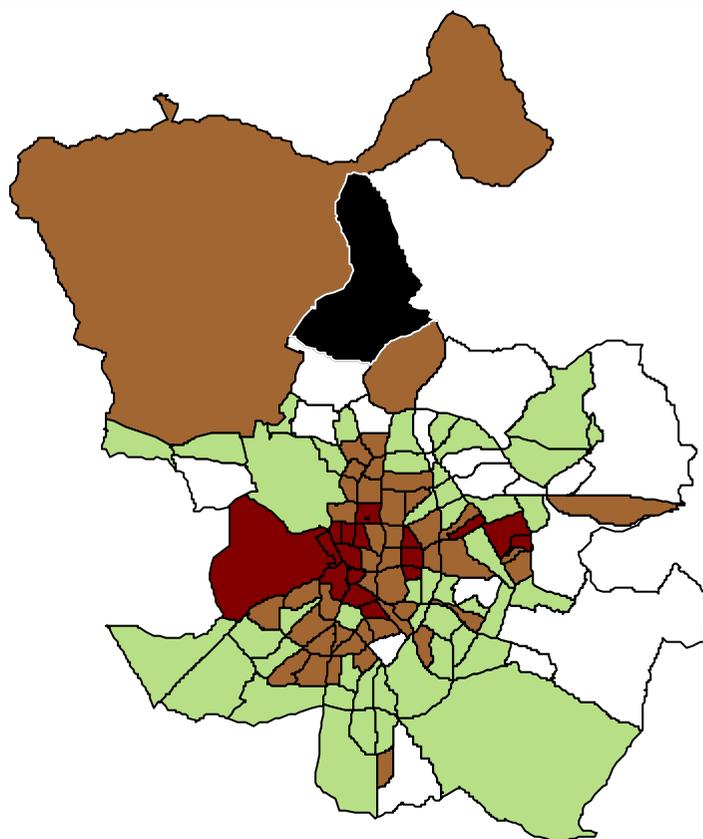


1. Tasa de Juventud 1996
- < Media -1 Desv. Típ.
 - Media -1 - 0 Desv. Típ.
 - Media (13.04)
 - Media + 0 - 1 Desv. Típ.
 - Media + 1 - 2 Desv. Típ.
 - > Media + 2 Desv. Típ.

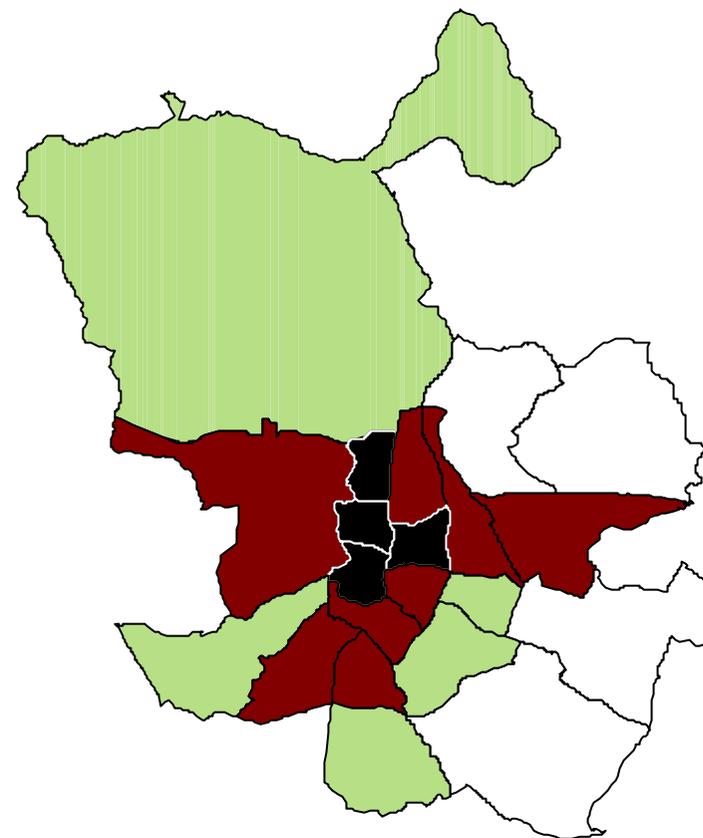
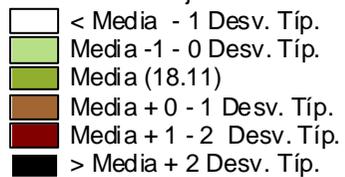


2. Tasa de Juventud 1996
- < Media -1 Desv. Típ.
 - Media -1 - 0 Desv. Típ.
 - Media (13.09)
 - Media + 0 - 1 Desv. Típ.
 - Media + 1 - 2 Desv. Típ.
 - > Media + 2 Desv. Típ.

TASA DE ENVEJECIMIENTO AMBOS SEXOS. 1996



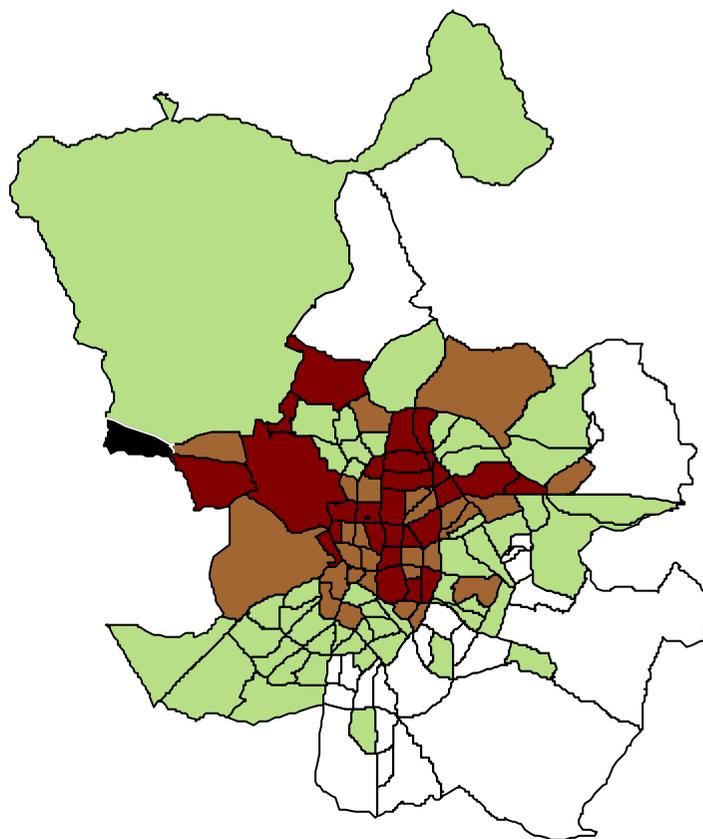
1. Tasa de Envejecimiento 1996



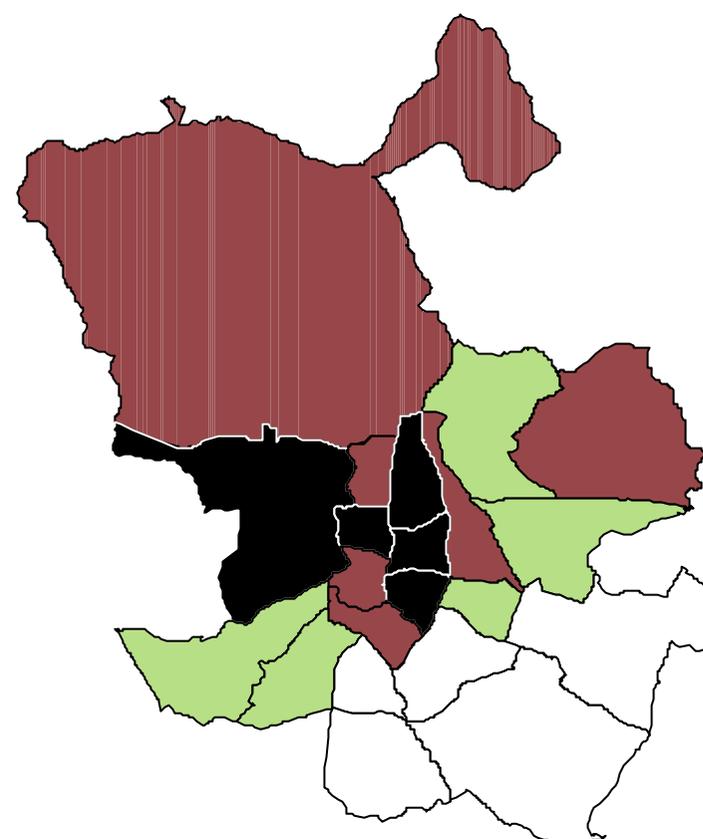
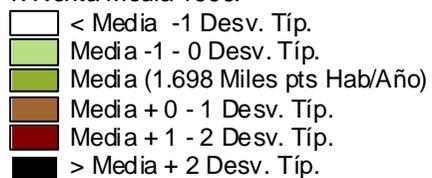
2. Tasa de Envejecimiento 1996



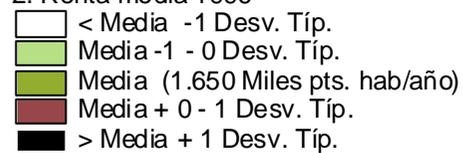
RENTA MEDIA POR HABITANTE 1996 (Miles de Pesetas)



1. Renta media 1996.



2. Renta media 1996



2.3. EL SUBSECTOR DEL OCIO NOCTURNO

Las subclases "establecimientos de bebidas" y "otras actividades artísticas y de espectáculos" engloban un amplio abanico de actividades, entre las cuales se podrían considerar integrantes del sector del "ocio nocturno", tal como se señaló en el estudio precedente realizado en 1999, las siguientes:

Establecimientos de esparcimiento y diversión

Forman parte de los locales de *espectáculos públicos*, entendiendo por tales todos los establecimientos en los que, con el fin de congrega, como espectadores, al público en general, se organizan actividades, representaciones o exhibiciones de naturaleza artística, cultural o deportiva. Dentro de este grupo se encuentran:

- ✦ *Café espectáculo*. Se trata de locales cerrados y cubiertos con servicio de bar, cuya finalidad principal es ofrecer representaciones de obras teatrales u otros espectáculos públicos propios de la escena. En este tipo de locales no puede celebrarse la actividad recreativa de baile. Asimismo, no disponen de cocina. Su horario es de 17 horas a 5,30 horas.
- ✦ *Salas de fiesta*. Son locales cerrados y cubiertos destinados principalmente a ofrecer al público espectáculos de variedades y baile, existiendo para ello una o más pistas de baile. Disponen, además, de servicios de bebidas, pudiendo ofrecer, como actividad complementaria, la de restauración. Está prohibida la entrada a menores de dieciséis años. Su horario es de 17 horas a 5,30 horas.
- ✦ *Restaurante-espectáculo*. Se trata de locales cerrados y cubiertos destinados permanentemente a ofrecer al público espectáculos de variedades. Disponen de servicio de bar y restauración. Su horario es de 17 horas a 5,30 horas.

De actividades recreativas

Locales de actividades recreativas son aquellos en los que se realicen actividades dirigidas al público en general cuyo fin sea el esparcimiento, ocio, recreo y diversión del mismo. Dentro de este grupo se incluyen:

- ✎ *Discotecas y salas de baile.* Son locales destinados principalmente, aunque disponen de servicios de bebidas, a ofrecer al público la actividad recreativa del baile, en los que existen para ello una o más pistas de baile, en las que no podrá realizarse ningún otro tipo de actividad recreativa o espectáculo.

En estos locales, el soporte musical utilizado puede ser mediante actuaciones en directo, reproducción mecánica o electrónica, o alternando ambos sistemas. Está prohibida la entrada a menores de dieciséis años. Su horario es de 17 horas a 5,30 horas.

De ocio y diversión

Este epígrafe se incluye dentro del grupo *otros establecimientos abiertos al público* que comprende todos aquellos locales que, de forma profesional y habitual, se dedican a proporcionar, a cambio de un precio, comidas y bebidas a los clientes para ser consumidas por éstos. En este sentido, el ámbito del estudio únicamente incluye los establecimientos de ocio y diversión:

- ✎ *Bares especiales.* Se trata de locales cerrados y cubiertos dedicados principalmente de forma profesional y habitual a proporcionar, a cambio de un precio, bebidas a los clientes para su consumo exclusivamente en el interior del establecimiento, teniendo como actividad especial y complementaria amenizar al público asistente mediante ambientación musical. Estos establecimientos deberán estar debidamente insonorizados evitando perturbar el entorno medioambiental.

Este tipo de locales reúne una serie de características comunes:

- La actividad se desarrollará única y exclusivamente en el interior del local
- Ausencia en los mismos de cualquier medio de preparación de alimentos
- La ambientación musical se realiza mediante la reproducción o transmisión mecánica o electrónica
- No está permitida la existencia de pista de baile y ofrecer o permitir practicar esta última actividad recreativa
- Está prohibida la entrada a menores de dieciséis años
- Su horario es de 13 horas a 3 horas

Dentro de los bares especiales hay que distinguir:

- ☞ Bares de copas sin actuaciones musicales en directo
- ☞ Bares de copas con actuaciones musicales en directo.

A todo este conjunto de establecimientos que conforman el sector del "ocio nocturno" habría que añadir *las terrazas*, que son recintos o instalaciones al aire libre, anexas o accesorias a establecimientos de cafeterías, bares, restaurantes y asimilados, donde se practican las mismas actividades que en el local del que dependen.

El número total de establecimientos existentes en la Comunidad de Madrid dentro del sector del ocio nocturno se ha obtenido **mediante una estimación** a partir de los datos del DIRCE y del Directorio de Unidades de Actividad Económica de la Comunidad de Madrid. El número de locales comprendidos dentro de la subclase "establecimientos de bebidas" oscila entre 15.534 de esta última fuente y 21.660 de la primera, en la cual estarían incluidos los bares de copas (con o sin espectáculos musicales en directo). Teniendo en cuenta que se puede estimar que en torno a tres de cada diez establecimientos de bebidas son bares de copas, y sumando el número de discotecas que se puede estimar a partir del Directorio, el número total de establecimientos de este tipo estaría entre **6.600** y los **6.800**. Estas cifras suponen un aumento cercano al 6,25 por ciento respecto a la cifra existente en 1999, lo que indicaría un crecimiento medio anual de un 3,12 por ciento.

Estos resultados suponen que aproximadamente un 31,4 por ciento de los locales incluidos en "establecimientos de bebidas" y "salas de baile, discotecas y similares" pertenecen al sector del ocio nocturno. Este porcentaje es ligeramente inferior al existente en 1999, pues entonces el resultado obtenido era del 34,8 por ciento. Este descenso puede deberse a dos elementos; por una parte, y seguramente es la causa principal, a la infravaloración existente en el número de "establecimientos de bebidas" debido a que los datos utilizados del DIRCE correspondían a su primera elaboración, hecho que suele generar un menor grado de exactitud que en posteriores renovaciones; por otra, puede deberse también a un menor ritmo de crecimiento del sector del ocio nocturno en relación al conjunto de "establecimientos de bebidas", que puede explicarse por la relativa saturación del mercado que manifiestan aquellas actividades, tal como han puesto de manifiesto diversas personas entrevistadas.

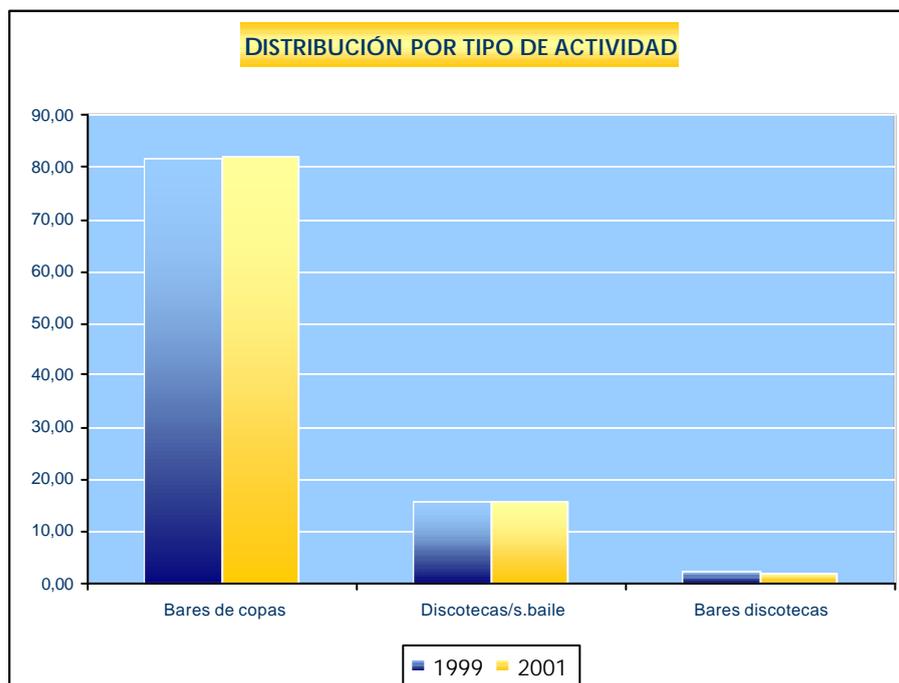
El número de establecimientos dedicados al ocio nocturno representaría un 1,67 por ciento del total de locales existentes en la Comunidad de Madrid, lo que representaría un ligero aumento respecto al 1,45 por ciento que se registraba en 1999. Este hecho puede deberse a un mayor dinamismo de este tipo de actividades que el del conjunto de actividades que conforman la economía madrileña.

Los resultados muestran que, aproximadamente, el 82,1 por ciento de los establecimientos del sector del ocio nocturno son bares de copas, el 15,9 por ciento son discotecas, salas de fiesta y similares, mientras que el 2 por ciento restante son establecimientos que, por la actividad que realizan, pueden catalogarse en ambas subclases.

Tipo de actividad	ESTABLECIMIENTOS POR TIPOS (%)	
	1999	2001
Bares de copas	81,74	82,10
Discotecas/s.baile	15,92	15,89
Bares discotecas	2,34	2,00
Total	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

Esta distribución no se diferencia apenas de la existente en 1999, pues entonces el 81,74 por ciento de los establecimientos eran bares de copas, un 15,92 por ciento discotecas y salas de fiesta y un 2,34 bares/discotecas. Es decir, ha aumentado muy ligeramente el peso de los bares de copas, mientras que casi no disminuye el de discotecas y salas de fiestas y sí lo hace de forma más significativa en términos relativos el peso que tiene el de bares/discotecas.



Si se aplica la distribución de los establecimientos por tipos de actividad al número total de los existentes se obtiene que existirían en torno a 5.580 locales de bares de copas, unas 1.080 de discotecas y salas de baile y unos 140 de bares de copas-discotecas.

Por otra parte, un 17,5 por ciento de las empresas del sector de ocio nocturno existentes en la región madrileña disponen de más de un establecimiento. Ahora bien, el porcentaje varía mucho de unas actividades a otras, pues supera el 54 por ciento (54,17 por ciento) entre los bares de copas/discotecas, mientras que se sitúa en un 18,64 por ciento en las discotecas, salas de fiesta y similares y en un 16,31 por ciento en los bares de copas. Estos valores son bastante diferentes en los dos últimos casos, habiéndose producido una disminución de la proporción de bares de copas y de discotecas y salas de baile que tienen más de un establecimiento en la Comunidad de Madrid.

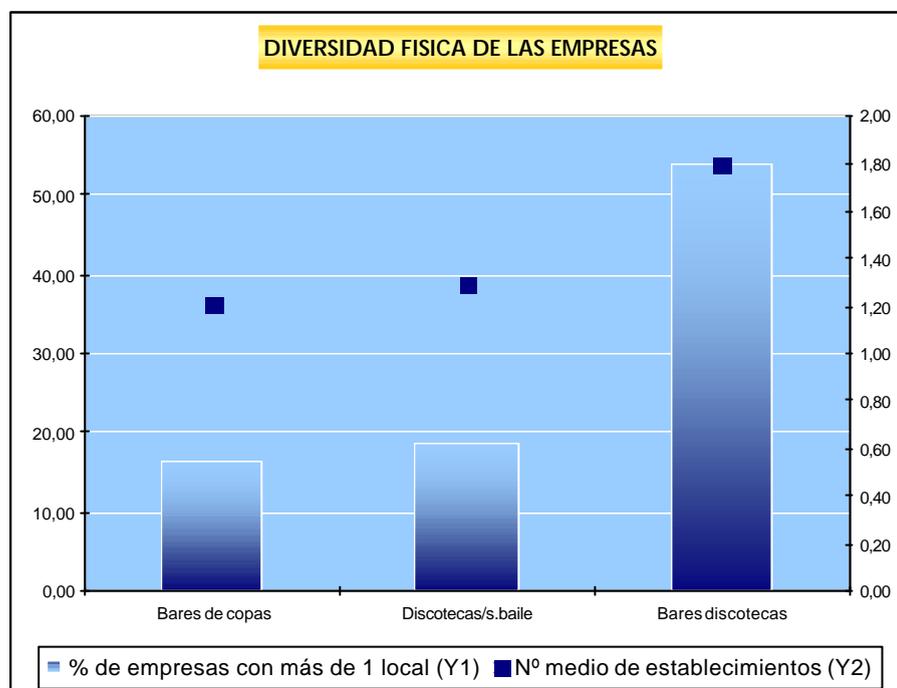
Las diferencias también se extienden al número medio de establecimientos de cada una de las ramas de actividad que conforman el sector. Dicho número es de 1,20 locales en los bares de copas, de 1,29 en las discotecas y salas de fiesta y de 1,79 en los bares-discotecas. Estas cifras de dimensión media suponen ciertos cambios respecto a las existentes hace dos años; disminuye el número medio de establecimientos tanto en los bares de copas (de 1,27, a 1,20) como en las salas de fiestas y discotecas (de 1,42 a 1,29), mientras que aumenta muy ligeramente (de 1,76 a 1,79) en los bares/discotecas.

Tipo de actividad	DIVERSIDAD FÍSICA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR			
	1999		2001	
	%	Media locales	%	Media locales
Bares de copas	22,89	1,27	16,31	1,20
Discotecas/s.baile	31,66	1,42	18,64	1,29
Bares discotecas	53,33	1,76	54,17	1,79
Total	24,73	1,30	17,44	1,23

FUENTE: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta estas cifras, se puede estimar el número de empresas existentes en la Comunidad de Madrid que pertenecen al sector del ocio nocturno. **Existirían en torno a 4.600 empresas de bares de copas, unas 850 empresas dedicadas a salas de fiesta o discotecas y unas 80 de bares de copas/discotecas.** El número total de empresas de ocio nocturno existentes en la región estaría entre **5.400 y 5.550**, lo que representa un crecimiento relativamente significativo respecto a las existentes hace dos años como consecuencia de un mayor incremento de las empresas con un único establecimiento. Hay que tener en cuenta que la tasa de rotación de este

tipo de empresas es muy elevada, pues la mortalidad empresarial es significativa, pero enseguida aparecen nuevas iniciativas que ocupan el lugar, incluso desde el punto de vista físico, de las anteriores.



Por lo que se refiere a la ocupación, el cálculo del empleo directo del sector se ha realizado a partir de los datos de ocupación de las subclases de "establecimientos de bebidas" y "salas de baile, discotecas y similares". Se ha estimado que el **empleo directo que genera el sector del ocio nocturno en la Comunidad de Madrid asciende, aproximadamente, a 45.500 trabajadores** -esta cifra supone un porcentaje importante, en torno a la mitad del total de ocupados en servicios de restauración registrados en el Padrón Municipal de Habitantes de 1996, y el 2,20 por ciento del empleo total regional-.

Con estas cifras, el empleo medio de este conjunto de ramas de actividad estaría en torno a 6,8 empleados por local, lo que representaría una ligera reducción respecto a la existente hace dos años (7 trabajadores por establecimiento), como consecuencia del aumento del número de establecimientos, que tratándose de nuevas iniciativas suelen tener un menor tamaño inicial. A medida que se consolidan en el mercado, su dimensión tiende a aumentar mediante la incorporación de nuevos trabajadores.

Se puede estimar que de la ocupación total del subsector del ocio nocturno, los bares de copas representan en torno a los 33.500 trabajadores (73,62 por ciento del total), lo que se traduce en un empleo medio de 6 trabajadores por establecimiento. Por su parte, las discotecas y salas de fiesta, así como de establecimientos mixtos, es decir bares de copas/discotecas, ocupan a alrededor de 12.000 personas (26,37 por ciento), lo que significa que el tamaño medio de este conjunto de ramas de actividad está en 9,1 trabajadores por establecimiento.

Por consiguiente, *las discotecas y salas de fiesta y los bares de copas/discotecas tienen un mayor tamaño medio en términos de empleo por establecimiento que los bares de copas*, tal como se observa en la distribución de los locales por tramos de empleo.

Ahora bien, para realizar una aproximación correcta a la dimensión del sector del ocio nocturno se debe analizar no sólo el empleo directo, sino también el indirecto generado por este subsector. El análisis conjunto de ambas magnitudes permitirá conocer la capacidad real de generación de empleo del sector.

El empleo indirecto se ha calculado utilizando los resultados obtenidos para los "establecimientos de bebidas", aunque en realidad se trata del sector de la hostelería. En este sentido, se ha considerado que el multiplicador del empleo es 1,39, de los cuales 1 empleo es el directo que genera el propio sector del ocio nocturno y 0,39 el indirecto generado en el resto de actividades que conforman la economía madrileña. Por tanto, el empleo indirecto generado por el sector ascendería a unas 17.550 personas, por lo que la capacidad de generación de empleo del conjunto de **actividades que forman el sector del ocio nocturno estaría en torno a 63.050 empleados**.

La dimensión de los establecimientos de ocio nocturno pone de manifiesto que se trata de un sector fuertemente atomizado, en el que predominan los locales con menos de 10 trabajadores. El grupo más numeroso de locales está formado por aquellos que tienen entre 1 y 5 empleados, al tiempo que existe un importante grupo de establecimientos que carecen de empleados. En muchos casos se trata de iniciativas de reciente creación que se ponen en marcha con el trabajo de los socios a la espera de poder consolidarse y contratar a trabajadores.

Sin embargo, no se debe olvidar que las cifras de empleo pueden estar subestimadas, debido a que, en muchos casos, los locales acuden a contrataciones eventuales para cubrir los períodos punta de demanda (fines de semana, período estival, fiestas navideñas, etc.), así como a ayudas familiares para satisfacer esas necesidades estacionales.

Una buena parte de estos trabajadores no se registran como empleados del local a efectos estadísticos, por lo que es razonable pensar que el tamaño medio de los locales de bebidas es sensiblemente superior a la que reflejan los datos estadísticos. Se trata, en definitiva, de un conjunto de ramas de actividad con una importante presencia de economía sumergida y trabajadores ilegales, circunstancias que minusvaloran el empleo directo del sector.

Desde el punto de vista de la **distribución geográfica de los locales**, cabe destacar la notable concentración existente en el municipio de Madrid. Algo más del 55 por ciento de los locales dedicados a bares de copas, salas de baile, discotecas y actividades similares se concentran en el municipio de Madrid. Este tipo de actividades tiene una ubicación bastante ligada a la propia localización espacial de la demanda, circunstancia que explicaría ese elevado grado de concentración. Sin embargo, el porcentaje de establecimientos existente en el municipio de Madrid es sensiblemente inferior a lo que le correspondería por población -57,1 por ciento-.

El otro gran foco de concentración de establecimiento dedicados al ocio nocturno se localiza en el "triángulo del sur", formado por Alcorcón, Fuenlabrada, Leganés y Móstoles. En esta zona se concentran aproximadamente un 12,5 por ciento de los locales de bares de copas, salas de baile, discotecas y actividades similares existentes en la región madrileña.

Se trata de una zona que ha alcanzado un notable desarrollo como lugar de ocio nocturno desde finales de la década de los ochenta, como consecuencia del crecimiento demográfico de esta zona, así como de la llegada a la población de importantes cohortes de población. Este efecto, se vio reforzado desde la oferta por la apertura de un importante número de locales en los alrededores de determinados polígonos industriales.

El resto de las zonas representan porcentajes muy pequeños sobre el total de bares de copas, salas de fiesta, discotecas y actividades similares existentes en la región madrileña. Únicamente cabría destacar la concentración de locales alrededor de los grandes núcleos de población del Corredor del Henares, otra zona de importante concentración demográfica y con una población joven significativa, como Alcalá de Henares, Torrejón de Ardoz o Coslada, que en conjunto representan en algo más del 7 por ciento de la oferta de locales de ocio nocturno.

Asimismo, conviene destacar que el municipio de Collado Villalba se ha consolidado como un centro de ocio nocturno (en la actualidad representa cerca del 1,3 por ciento de los locales existentes en la Comunidad de Madrid), siguiendo la tendencia ya detectada hace dos

años. Posiblemente este papel de centro comarcal de ocio nocturno se deba a la existencia de numerosas urbanizaciones, no sólo en este municipio sino también en otros próximos de la Sierra, así como al hecho de ser el municipio de mayor tamaño de los ubicados en esa zona y de su fácil, accesibilidad a la Carretera Nacional VI, que permite la movilidad hacia otros locales de ocio nocturno ubicados en las proximidades a esta autovía.

La tendencia dominante en el sector es la implantación en los casos urbanos, en donde la accesibilidad es mayor y existe una mayor proximidad de la demanda. Sin embargo, en ocasiones se produce la localización de locales de ocio nocturno fuera de los núcleos urbanos, ya sea de forma concentrada como en el caso de Costa Polvoranca o de forma individual, como sucede con diferentes locales en las proximidades de la Carretera Nacional VI. En el primer caso, se trata de crear concentraciones que permitan generar efectos de aglomeración y, en consecuencia atraer a la demanda por la existencia de diferentes opciones próximas entre sí. En el segundo caso, se trata de locales que por sus dimensiones, su oferta o por otros elementos, tienen capacidad por sí mismos para generar un flujo de clientes, pues sino existe el riesgo de quedar fuera de los "circuitos" de la demanda y fracasar la iniciativa desde el punto de vista empresarial.

La tendencia a la implantación fuera de los cascos urbanos se debe, básicamente, a los siguientes factores:

- ✍ Por un lado, al menor coste por metro cuadrado que supone establecerse en zonas relativamente alejadas de los núcleos urbanos, lo que supone una reducción sustancial de los costes de explotación de local y, por tanto, favorece un incremento de los beneficios.
- ✍ En virtud de la orden 1562/1998, de 23 de octubre de 1998, los horarios de los locales de espectáculos públicos y actividades recreativas podrán ampliarse en determinados supuestos, uno de los cuales es su situación en carreteras y fuera del casco urbano de las poblaciones. Por tanto, la mayor flexibilidad de los horarios supone un importante atractivo para la localización de los establecimientos de ocio nocturno en estos emplazamientos.
- ✍ La decisión de ubicar los locales de ocio nocturno fuera de los cascos urbanos se relaciona directamente con la necesidad de minimizar las molestias que este tipo de actividades suele causar a los ciudadanos (ruidos, violencia callejera, suciedad, etc.).

Para el análisis de la **facturación del sector** se ha tenido en cuenta dos aspectos. En primer lugar, se ha considerado como unidad la empresa, por ser realmente la unidad más fiable para el estudio de la facturación. Por otra parte, se han considerado únicamente dos subgrupos, el formado por los bares de copas y el integrado por las discotecas y similares y los bares de copas/discotecas o mixtos. Esta decisión se ha tomado por el menor número de empresas en esta situación mixta, que podría dar origen a datos poco fiables, así como por la semejanza de sus características con las salas de baile y discotecas.

La distribución de las empresas del sector del ocio nocturno por tramos de facturación muestra el predominio de aquellas que facturan entre 1 y 50 millones de pesetas (60.101,21 y 300.506,05 euros) al año, es decir el nivel más bajo de todos los considerados. En este tramo se concentra algo menos de tres de cada cinco empresas, es decir un 57,29 por ciento del total. Una quinta parte del total de las empresas (19,44 por ciento) tienen una facturación comprendida entre 51 y 100 millones (306.516,17 y 601.012,10 euros), mientras que un 15,18 por ciento ha realizado una facturación en el último año que se sitúa entre 101 y 250 millones de pesetas (607.022,22 y 1.502.530,26 euros).

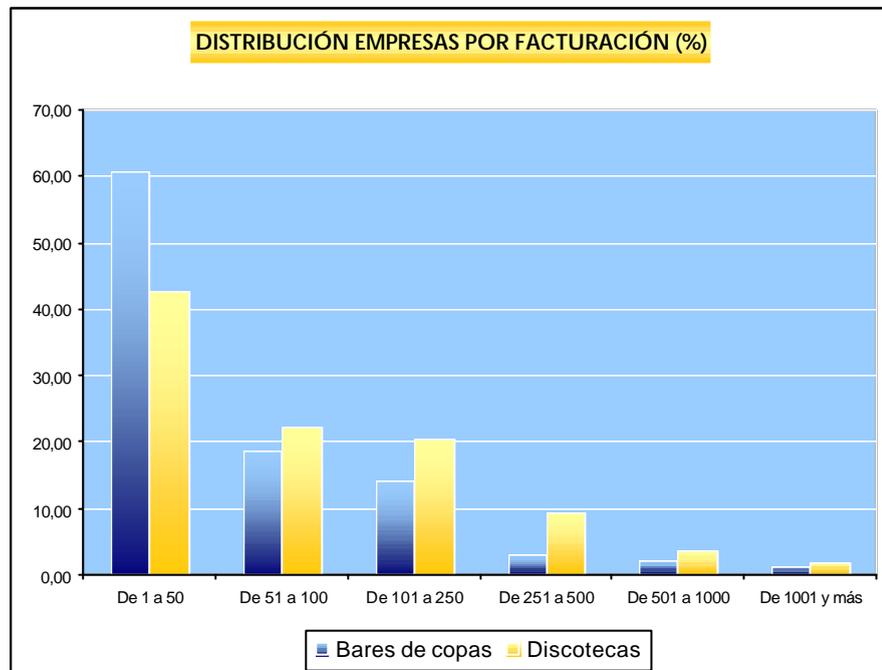
Tramo de facturación	DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS POR TRAMOS DE FACTURACIÓN		
	Bares de copas	Discotecas	Total
De 1 a 50	60,68	42,59	57,29
De 51 a 100	18,80	22,22	19,44
De 101 a 250	14,10	20,37	15,18
De 251 a 500	2,99	9,26	4,17
De 501 a 1000	2,14	3,70	2,43
De 1001 y más	1,28	1,85	1,39
Total	100,00	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

La presencia de empresas en los tramos de facturación superiores es mucho más reducida, de forma que sólo un 4,17 por ciento facturan al año entre 251 y 500 millones (1.508.540,38 y 3.005.060,52 euros), un 2,43 por ciento entre 501 y 1.000 millones (3.011.070,64 y 6.010.121,04 euros) y un 1,39 por ciento se sitúan en el tramo superior, es decir el de 1001 y más millones de pesetas al año (6.016.131,16 y más euros).

Esta distribución es claramente diferente según se trata de bares de copas o de discotecas y bares discotecas. Los bares de copas se caracterizan por una menor facturación, lo que se pone de manifiesto en el superior peso de los tramos de facturación menor. Así, un 60,68 por ciento de los bares de copas facturan menos de 50 millones al año (300.506,05 euros), mientras que esto sólo sucede en el 42,59 por ciento de las discotecas y bares de copas/discotecas.

A partir de este tramo, el peso relativo es siempre superior entre las discotecas y bares de copas/discotecas. Así, una más de la quinta parte de las discotecas y bares de copas/discotecas (22,22 por ciento) facturan entre 51 y 100 millones (306.516,17 y 601.012,10 euros), lo que también sucede en el 18,80 por ciento de los bares de copas.



Por otra parte, una quinta parte de las discotecas (20,37 por ciento) facturan entre 101 y 250 millones de pesetas (607.022,22 y 1.502.530,26 euros), mientras que en este tramo sólo se encuentra aproximadamente una séptima parte de los bares de copas (14,10 por ciento).

Las diferencias también son importantes en el tramo siguiente, entre 251 y 500 millones (1.508.540,38 y 3.005.060,52 euros), pero se reducen en los dos grupos de mayor facturación, sobre todo en el correspondiente a 1001 y más millones de pesetas de facturación (6.016.131,16 y más euros). En este tramo se concentra un 1,28 por ciento de los bares de copas y un 1,85 por ciento de las discotecas.

A partir de esta distribución se ha realizado una estimación de la **facturación global del subsector** del ocio nocturno. En este sentido, la **facturación total** de las aproximadamente 5.500 empresas del sector del ocio nocturno existentes en la Comunidad Madrid **puede oscilar entre los 520.000 y los 550.000 millones de pesetas (3.125.262.942,80 y 3.305.566.574,11 euros)**. Para su cálculo, y como en el caso del empleo, se ha realizado una elevación a partir de los

datos del directorio de establecimientos y de la distribución de los locales por tramos de facturación.

Estas cifras suponen un crecimiento aproximado de un 15,5 por ciento de promedio respecto a las cifras obtenidas hace dos años. Esta cifra corresponde a pesetas corrientes, por lo que para conocer realmente el crecimiento del sector habría que pasarlas a pesetas constantes, eliminando el efecto de la inflación. Si se descuenta la inflación existente en la Comunidad de Madrid en los dos últimos años se obtiene un crecimiento que no llega a un 8,1 por ciento en ese período de tiempo. Esto significa una media anual de aproximadamente un 4,0 por ciento, lo que representa un porcentaje ligeramente superior al registrado por el conjunto de la economía madrileña.

La facturación global del sector significaría que aproximadamente entre un 2,16 por ciento y un 2,28 por ciento de la producción valorada a precios básicos de la economía madrileña. Realmente ese porcentaje es inferior pues los últimos datos publicados de esa variable corresponden a 1999, por lo que si se tiene en cuenta el crecimiento de la economía madrileña durante el pasado año esas cifras podrían estar entre un 2,0 y un 2,1 por ciento.

Asimismo, y como ocurriera en el caso del empleo, los datos de facturación deben ser analizados con cierta cautela. En muchas ocasiones el volumen de negocio declarado no coincide con la facturación real del establecimiento. En este sentido, los responsables de los establecimientos de bebidas y similares tienden a minusvalorar la facturación de su negocio, fundamentalmente por motivos fiscales. Se trata de actividades cuyo control de los ingresos por parte de la administración resulta complicado, circunstancia que se traduce en una mayor facilidad para enmascarar las ganancias producidas por el negocio.

Según las tablas input-output de la Comunidad de Madrid de 1996 un 40,95 por ciento del valor de la producción corresponde a los consumos intermedios y el restante 59,05 por ciento al valor añadido. De acuerdo con estos valores se puede estimar que el valor añadido generado por el sector del ocio nocturno está entre 307.000 y 325.000 millones de pesetas (1.845.107.160,46 y 1.953.289.339,25 euros). Estas cifras significan que aproximadamente entre un 2,27 por ciento y un 2,40 por ciento del valor añadido bruto generado por la economía madrileña corresponde al sector del ocio nocturno.

Tal como sucedía en el caso de la facturación, las cifras utilizadas para la economía madrileña corresponden a 1999, por lo que si se realiza una estimación para el año 2000, se podría concluir que el subsector del ocio nocturno representa entre un 2,10 por ciento y un 2,22 por ciento del valor añadido bruto a precios de mercado que genera la economía madrileña. Estos porcentajes son ligeramente superiores a los obtenidos en el caso de la facturación debido a que los consumos intermedios tienen en el sector un peso inferior al que representan en la economía regional.

A partir de los datos globales de empleo y facturación se puede obtener una medida de la productividad del sector del ocio nocturno como ratio de ambas magnitudes. De esta manera, el **volumen de negocio por empleado de los establecimientos de ocio nocturno está entre los 11 y 12 millones de pesetas (66.111,33 y 72.121,45 euros)**.

Por otra parte, de los aproximadamente 550.000 millones de pesetas (3.305.566.574,11 euros) facturados por los establecimientos del subsector del ocio nocturno, aproximadamente 405.000 millones (2.434.099.022,75 euros) -lo que supone alrededor de un 73,64 por ciento del total- pertenecen a los bares de copas, en tanto que unos 145.000 millones (871.467.551,36 euros) -26,36 por ciento- a las discotecas, salas de fiesta y similares.

En consecuencia, *la facturación por empresa es notablemente superior entre las discotecas y salas de fiesta que en los bares de copas*; en el primer tipo de actividades se sitúa en torno a alrededor de 156 millones de pesetas (937.578,88 euros), mientras que en las empresas de bares de copas está en unos 88 millones de pesetas (528.890,65 euros) respectivamente.

Las diferencias existentes entre los bares de copas y las discotecas/salas de fiesta en términos de empleo también se produce, por tanto, en el volumen de negocio, como se deduce del análisis de la distribución de los establecimientos del sector por tramos de facturación.

El diferente nivel de facturación por empresa de ambas ramas de actividad puede deberse a una gran diversidad de motivos. Por una parte, podría ser el resultado de la superior dimensión de las empresas dedicadas a salas de baile, discotecas y similares que se manifiesta tanto en un mayor tamaño medio de empleo como en un mayor porcentaje de empresas multiplanta. Por otra, puede deberse a que la entrada al local suele ser gratuita en los bares de copas, mientras que el acceso al establecimiento requiere el pago de una entrada que en la mayoría de las discotecas y salas de baile. Además, el precio de la consumición suele tener un precio superior

respecto al bar de copas, aunque en dicha entrada suele estar incluida el precio de una primera consumición. Este diferencial de precios, unido al mayor aforo que suelen tener las discotecas y las salas de fiesta -lo que posibilita una mayor concurrencia de clientes-, se traduce, lógicamente, en un mayor nivel de ingresos.

Las diferencias existentes entre ambas ramas de actividad en cuanto a empleo y facturación se traducen, asimismo, en un diferencial de la productividad. En efecto, el volumen de negocio por empleado entre los bares de copas se sitúa en torno a 11 millones por trabajador, cifra que es ligeramente inferior a la relación que presentan las discotecas, salas de fiesta y similares (12,1 millones por empleado).

Por último, los datos estadísticos disponibles permiten establecer las características de las empresas del subsector del ocio nocturno en relación con su **personalidad jurídica**.

La forma jurídica predominante entre las empresas de ocio nocturno es la de autónomo, que representa algo más de la mitad de todas las empresas existentes en este subsector del ocio nocturno. Los autónomos no son por sí mismos una forma jurídica, aunque suelen estar asociados a la de empresario individual. La mayoría de los locales, por consiguiente, cuenta con un responsable/propietario que figura como autónomo en el régimen de la seguridad social, el cual contrata a uno o varios empleados para hacerse cargo de la actividad del establecimiento. El peso de este tipo de forma jurídica ha aumentado de forma significativa en los dos últimos años, pues ha pasado de representar un 45,56 por ciento en 1999 a un 50,10 por ciento en la actualidad.

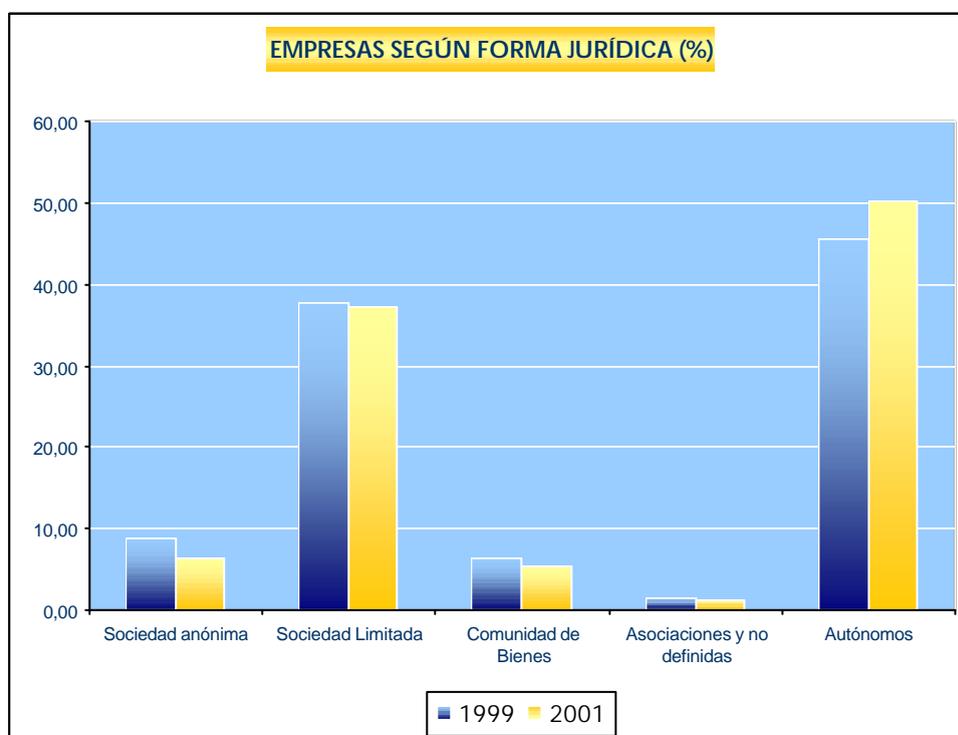
A continuación se sitúa la forma jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada, que representa un 37,13 por ciento de las empresas de ocio nocturno. Se trata de una forma jurídica idónea para empresas en las que no es necesario una fuerte desembolso inicial. Asimismo, cuenta con la ventaja de que las complicaciones burocráticas y administrativas para la constitución de una Sociedad Limitada son sensiblemente inferiores con respecto a otras formas jurídicas -además de la responsabilidad limitada frente a las deudas contraídas por la empresa-. A pesar de todo, se observa una ligera disminución del peso de esta forma jurídica respecto a la situación existente hace dos años, si bien el descenso es bastante reducido, apenas medio punto porcentual.

Forma jurídica	DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE OCIO NOCTURNO SEGÚN FORMA JURÍDICA (%)	
	1999	2001
Sociedad anónima	8,81	6,26
Sociedad Limitada	37,66	37,13
Comunidad de Bienes	6,48	5,30
Asociaciones y no definidas	1,49	1,21
Autónomos	45,56	50,10
Total	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

Por último, a bastante distancia de los anteriores, se situarían las empresas que han adoptado la forma jurídica de Sociedad Anónima (6,26 por ciento) o Comunidad de Bienes (5,30 por ciento), quedando un porcentaje marginal (1,21 por ciento) en el que se incluyen otro tipo de asociaciones y formas jurídicas no definidas.

Todas estas formas jurídicas han perdido peso relativo como consecuencia del significativo aumento experimentado por los autónomos. La mayor pérdida de importancia corresponde a las Sociedades Anónimas, que pasan de representar un 8,81 por ciento en 1999 a ser un 6,26 por ciento en la actualidad, lo que significa una reducción de unos 2,5 puntos porcentuales.



2.4. EL OCIO NOCTURNO COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

El sector del turismo tiene una especial importancia en la economía española, tanto por la capacidad de generar riqueza como por el empleo asociado que conlleva. El número de visitantes extranjeros crece de forma continua en España en los últimos años, situándose en torno a los 60 millones de personas el número de viajeros, de los cuales en torno a un 46,0 por ciento son extranjeros.

El producto turístico que se promociona fundamentalmente en el exterior es el de "sol y playa", puesto que es del que depende más el turismo extranjero. Las regiones que tienen otro tipo de producto turístico tienen mayores dificultades para salir al exterior con su singularidad, lo que se ha visto favorecido por el desarrollo del estado de las Autonomías.

La Comunidad de Madrid se ha visto directamente afectada por esta situación, pues es una región que tiene un producto de enorme calidad no minoritario, y un volumen de visitantes extranjeros muy importante.

En efecto, la Comunidad de Madrid aparece como un destino importante para los visitantes, tanto nacionales como extranjeros. El número de turistas que acuden a la Comunidad de Madrid en los últimos años se sitúa por encima de los 5,5 millones de personas, lo que viene a representar algo más de un 9 por ciento del total nacional. La mayor parte de estos visitantes son españoles, entre un 55 y un 60 por ciento, mientras que entre los turistas extranjeros predominan los procedentes de la Unión Europea. El peso de los turistas extranjeros presenta una tendencia creciente, habiendo crecido cinco puntos entre 1994 y 2001.

Año	NÚMERO DE TURISTAS QUE RECIBE LA C.M. (MILES)					
	Españoles		Extranjeros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1994	2.454,5	59,94	1.640,3	40,06	4.094,8	100,0
1995	2.522,5	58,81	1.766,6	41,19	4.289,1	100,0
1996	2.223,1	54,45	1.859,4	45,55	4.082,5	100,0
1997	2.292,9	57,15	1.719,4	42,85	4.012,3	100,0
1998	2.808,7	55,67	2.236,3	44,33	5.045,0	100,0
1999	2.952,7	54,28	2.486,9	45,72	5.439,7	100,0
2000	3.026,1	52,28	2.762,1	47,72	5.788,2	100,0
2001	3.063,6	54,93	2.513,9	45,07	5.577,5	100,0

FUENTE: Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros, INE y elaboración propia.

El número de visitantes en establecimientos hoteleros ha experimentado un fuerte crecimiento, en torno a un millón y medio de personas entre 1994 y 2001. Este incremento, que representa aproximadamente un 36,2 por ciento en ese período de tiempo, es significativo del creciente papel que desempeña Madrid como destino turístico

Por otra parte, el número de pernoctaciones ha pasado de 8,072 millones en 1994 a casi 12,2 millones en 2001, lo que representa un incremento aproximado de un 51 por ciento. Este crecimiento se concentra en los últimos años, a partir de 1997, pero especialmente en los años 2000 y 2001. Tal como sucedía con los visitantes, el mayor número de pernoctaciones corresponde a los turistas españoles. Sin embargo, su peso en el total de pernoctaciones en establecimientos hoteleros ha descendido, pasando de representar un 56,18 por ciento en 1994 a un 50,96 por ciento en 2001.

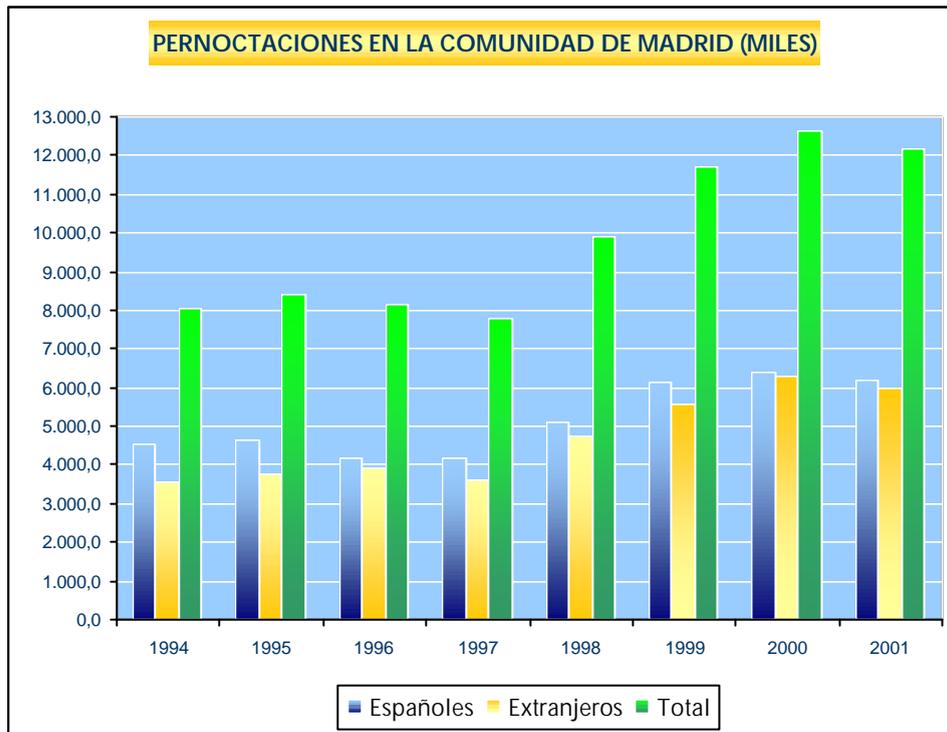
Año	PERNOCTACIONES EN LA C.M. (MILES)					
	Españoles		Extranjeros		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1994	4.535,3	56,18	3.536,9	43,82	8.072,2	100,0
1995	4.630,7	55,06	3.779,8	44,94	8.410,5	100,0
1996	4.200,2	51,67	3.929,1	48,33	8.129,3	100,0
1997	4.173,1	53,55	3.619,4	46,45	7.792,5	100,0
1998	5.131,9	51,88	4.759,6	48,12	9.891,5	100,0
1999	6.127,1	52,28	5.592,1	47,72	11.719,2	100,0
2000	6.383,2	50,42	6.277,1	49,58	12.660,3	100,0
2001	6.208,8	50,96	5.974,3	49,04	12.183,1	100,0

FUENTE: Movimiento de viajeros en establecimientos hoteleros, INE y elaboración propia.

Lógicamente, el mayor peso que tienen los turistas extranjeros en cuanto al número de pernoctaciones se debe a la mayor duración de estas estancias, como consecuencia del superior tiempo de viaje que suelen suponer los desplazamientos internacionales.

La estancia media de los visitantes ha crecido en los tres últimos años, estando en torno a unas 2,2 pernoctaciones por persona, siendo superior entre los visitantes extranjeros que entre los nacionales. La estancia media de los turistas extranjeros está en torno a 2,38 días, mientras que la de los nacionales se sitúa en aproximadamente 2,03 días en 2001. Esta estancia media no presenta una tendencia claramente creciente, sino que se mueve al alza o a la baja en función de la coyuntura del sector, variando menos de una décima de unos años a otros en el período 1994-98, pero experimenta un fuerte crecimiento desde 1999.

Un problema que tiene el sector turístico en la Comunidad de Madrid es la baja estancia media de los visitantes. La estancia media de los visitantes extranjeros en España asciende a casi 4 días, cifra que duplica la existente en la región madrileña. Sin duda, la principal razón que explica esa diferencia reside en el diferente tipo de turismo que acude a la región, a diferencia del turismo de "sol y playa" mayoritario en nuestro país.



Una parte importante del turismo que acude a Madrid está básicamente relacionado con los negocios y la cultura. Madrid constituye un centro de negocios importante a escala internacional, con una infraestructura bastante relevante para la realización de actividades relacionadas con los negocios, las ferias y muestras, etc. El número de reuniones y ferias profesionales que se realizan cada año en Madrid es elevado, con algunas muestras que tienen una importante significación internacional (FITUR, SIMO, etc.). De hecho, Madrid se sitúa desde hace más de una década entre las primeras ciudades del mundo en cuanto a número de reuniones internacionales celebradas por año, sólo por detrás de urbes como París, Londres, Ginebra o Bruselas.

A este tipo de turismo hay que añadir aquel otro que acude a Madrid por razones culturales. Madrid puede considerarse como una de las capitales de la cultura europea, con presencia de elementos de relevancia mundial. No sólo cuenta con museos y pinacotecas como el Museo del

Prado, Thyssen-Bornemisza, Reina Sofía, sino que además, existe un entorno privilegiado para el turismo cultural tanto en la propia región (Aranjuez, El Escorial, Alcalá de Henares, Chinchón, etc.) como a una distancia que está a poco más de una hora (Toledo, Segovia, La Granja, etc.).

Por otra parte, en la región existe un importante número de actividades de esparcimiento, ocio y tiempo libre que abarcan prácticamente todas las apetencias. (Parques de atracciones, Parques Acuáticos, Estaciones de Esquí, campos de golf, espectáculos taurinos, etc.). Esta importante oferta se verá reforzada con la apertura del Parque Temático de la Warner en San Martín de la Vega, que contribuirá a incrementar de forma significativa el flujo de visitantes por razones de ocio.

Dentro de este contexto, las actividades relacionadas con el ocio nocturno pueden ser consideradas, además, como un *producto turístico* dentro de la amplia oferta que brinda la región madrileña, una de las más sólidas y diversificadas de Europa.

El turismo que "genera" este tipo de actividades puede dividirse en dos grandes grupos. Por una parte, estarían las personas que vienen a la región madrileña procedentes de las provincias colindantes atraídos por la calidad y la variedad de su "oferta nocturna". Se trata de visitantes de "fin de semana" que vienen a disfrutar de las posibilidades culturales y de compra que tiene la región y, dentro de ellas, a disfrutar la *noche madrileña*. Entre las motivaciones que dan origen al desplazamiento se encuentra, por tanto, el acudir a la gran variedad de establecimientos de ocio nocturno que ofrece la región madrileña -de público, de ambiente, de música, etc.-. La estancia media suele ser muy corta -1 o 2 días- y no se acostumbra a realizar una reserva previa.

Un segundo grupo estaría formado por los visitantes que acuden a la región madrileña atraídos por su nutrida oferta turística: cultural, de ocio, deportiva, gastronómica, de ferias, convenciones y reuniones, etc. El turismo madrileño se distingue por un alto grado de dinamismo e innovación respecto de la media nacional, lo que, unido a su amplia oferta, ha convertido a la Comunidad de Madrid en cita obligada de los grandes circuitos internacionales de flujos turísticos.

En este caso, las pernoctaciones tienen una mayor duración y suele ir acompañadas por reservas por anticipado, dado que, mayoritariamente, las visitas están programadas. Además, y a diferencia de lo que se ha denominado el turismo de "fin de semana", los visitantes son fundamentalmente de nacionalidad extranjera.

En este sentido, las personas entrevistadas relacionadas con el sector turístico coinciden en señalar la demanda de actividades de ocio nocturno por los visitantes que acuden a Madrid. Información sobre determinado tipo de espectáculos (salas de flamenco, Scala Melia, discotecas, etc.) es solicitada de forma continua por los turistas que visitan la región. En numerosos hoteles los establecimientos de ocio nocturno dejan publicidad y promociones (bonos de descuento, etc.) para que sean utilizados por los visitantes de Madrid como una forma de promocionar estas actividades.

En este sentido, los locales de ocio nocturno tienen un destacado papel dentro del paquete turístico que ofrece la región madrileña, convirtiéndose en un reclamo más para los visitantes. Siendo importante este papel, sin embargo es diferente al que tienen las actividades de la noche en algunas zonas de España como Mallorca e Ibiza. La confluencia en estas zonas de un clima templado, la playa y las actividades de ocio nocturno han generado la aparición de paquetes turísticos específicos consistentes en un fin de semana en alguna de esas islas, siendo la principal atracción la asistencia salas de baile y discotecas de moda. La demanda de este tipo de productos es especialmente importante en Alemania –incluso existen programas de televisión dedicados al fenómeno de la noche en Mallorca e Ibiza- y Reino Unido.

Este tipo de paquetes turísticos **no se ha elaborado para Madrid** según la información suministrada por operadores turísticos, pues la oferta hacia los potenciales visitantes extranjeros se centra más en los potentes **elementos culturales** que tiene la región. Se trata, por tanto, de una oferta más amplia y no tan dirigida y específica de un determinado segmento de la demanda turística.

Por este motivo, la gran mayoría de los viajeros que visitan Madrid atraídos por su oferta turística no tienen como motivo principal de su desplazamiento el acudir a establecimientos de ocio nocturno, aunque esta posibilidad se incluya en sus planes de ocio. Solamente en casos puntuales la motivación principal de este tipo de turistas es acudir a los locales nocturnos de Madrid. Esta última circunstancia suele estar asociada a acontecimientos excepcionales (actuaciones exclusivas de profesionales del sector -discjockeys- con prestigio internacional, actuaciones de grupos musicales, etc.). En definitiva, **el ocio nocturno debe ser considerado como un complemento al resto de los productos turísticos que ofrece la región madrileña.**

A pesar de todo, la imagen que conserva la “movida madrileña” fuera de nuestro país, consolidada por importantes figuras del cine y otras representaciones artísticas es un factor de refuerzo a la hora de elegir la Comunidad de Madrid como destino turístico.

En definitiva, el ocio nocturno se puede considerar como lo que los expertos en turismo denominan un *producto turístico de la región*, junto con otros tales como el turismo cultural, turismo de compras, etc. Dentro de estos productos turísticos existen segmentos específicos dedicados a la música, los museos, etc., que, a pesar de no estar situados aún en la esfera internacional (fundamentalmente porque el producto cultural localizado en la Comunidad de Madrid es complejo en su explotación), constituyen una de las bazas más fuertes del turismo español, ya que la oferta de ocio de nuestro país no tiene competencia en toda Europa.

Por tanto, uno de los productos de la región es la *noche madrileña* y, de hecho, la Dirección General de Turismo ha editado folletos cuya clave de promoción se centra en la noche de Madrid. El desarrollo de este aspecto turístico es tal, que operadores internacionales elaboraron un reportaje fotográfico nocturno de Madrid (y así sale en sus programas turísticos) que recoge la iluminación y el movimiento de esta ciudad a altas horas de la madrugada. Esta visión se compara con imágenes de otras ciudades europeas (Amsterdam, París, etc.) a la hora punta cuando existe un mayor movimiento viario. Esta comparación pone de manifiesto que la actividad en las calles de las grandes ciudades europeas no llega ni al 50 por ciento del movimiento que registra la noche madrileña.

Para desarrollar el potencial de estas actividades como producto turístico sería necesaria la promoción en el exterior desde la particularidad y lo específico de la región. Si hay un hecho diferencial del turismo madrileño es que, mientras a partir de una determinada hora Europa deja de trabajar en términos turísticos, la región de Madrid entra en una curva de actividad ascendente.

Como toda actividad turística, el ocio nocturno no está exento de problemas. La puesta en marcha de estas prácticas de ocio activa un dispositivo de compensación entre dichas actividades y los impactos que producen (medio ambiente, seguridad, infraestructuras, contaminaciones lumínicas, contaminaciones auditivas, etc.). Todas las actividades que producen una afluencia masiva de público tienen unos impactos que deberán ser analizados y ponderados, pero nunca hasta el extremo de que esos impactos puedan llevar a la distorsión; lo deseable es la consecución del acuerdo entre las partes afectadas basado en un conocimiento razonado de la situación del “otro”.

El interés por la inclusión del sector del ocio nocturno madrileño como un elemento de la oferta turística se plasmó en la Ley de Ordenación del Turismo presentada por la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid y aprobada en 1999. Esta Ley recoge, como una de las grandes novedades, el que los bares a partir de la publicación de la Ley deberán someterse (para su apertura e inicio de la actividad) a autorización preceptiva (cuestión ésta que no presentaba ninguna otra Comunidad Autónoma). Hasta este momento los bares tan sólo debían comunicar su existencia a la Dirección con el único fin de notificar sus precios. El bar pasa a ser considerado un elemento de la oferta turística tan cualificado como puede ser el restaurante o el hotel.

Además, se creaba un Registro General de Empresas y Entidades Turísticas en el que debían inscribirse todas aquellas que estuvieran relacionadas con este sector, tales como las de alojamiento, de intermediación, de restauración, de información y de actividades turísticas complementarias.

Sin embargo, la realización del acto de inscripción en este Registro por parte de las empresas dedicadas al ocio nocturno es todavía claramente insuficiente. De hecho uno de los principales motivos para la denegación de las ayudas solicitadas al amparo de la Orden 2071/2000, de Ayudas de incentivos a las empresas turísticas, ocio y recreo, para su adaptación a la normativa de espectáculos públicos y actividades recreativas, fue el hecho de no estar inscritas en dicho Registro los establecimientos de ocio nocturno.

3. LA DEMANDA

El gusto por las relaciones extrahogareñas que caracteriza nuestra cultura derivado principalmente de las posibilidades que brinda el clima y del carácter extrovertido de la población, ha ido dibujando un estilo de vida en el que la disponibilidad de tiempo de ocio constituye una prioridad y preocupación creciente.

El ocio se concibe como el tiempo en el que un individuo queda libre de sus obligaciones para realizar un conjunto de actividades que le permitan descansar, divertirse, desarrollar su sociabilidad, practicar actividades deportivas, participar en acciones sociales de carácter voluntario, etc. El aumento de la disponibilidad de tiempo libre, fruto de las transformaciones sociales que se han producido en los últimos años en nuestro país, ha dado lugar a una gran diversificación de la oferta de las actividades de ocio cuya demanda varía en función, principalmente de tres factores: la edad, el nivel educativo y el nivel de ingresos.

Existe un amplio abanico de actividades que implican ocio. Para poder establecer una ordenación de las mismas que permita ubicar las actividades objeto del presente estudio, actividades de ocio nocturno, se clasifican según el grado de actividad que supone su práctica:

- a) *Ocupación activa del tiempo libre*: leer, practicar deporte, charlar, salir con amigos, ir de compras, pasear, ir a bares, ir a bailar, hacer turismo, ir a restaurantes, etc.
- b) *Ocupación pasiva del tiempo libre*: ver la TV, escuchar la radio, ir al cine, descansar, ir al teatro, etc.
- c) *Tiempo libre funcionalizado*: voluntariado, ir a un club o asociación, prácticas religiosas, etc.

Pasear, salir con los amigos, tomar copas, leer, ver la televisión u oír la radio son las actividades más practicadas por los españoles. Sin embargo, la elección de las diferentes posibilidades que se ofertan para ocupar el tiempo libre varía según la edad, sexo, hábitat y status de las personas.

De las múltiples maneras de ocupar el tiempo de ocio, se puede destacar, al menos por su generalización en nuestra cultura, aquella ligada al desarrollo de actividades nocturnas. Las salidas nocturnas ocupan una parte importante del tiempo libre de los españoles, especialmente durante los fines de semana, variando el modelo de diversión de quienes practican este tipo de ocio en función de su edad y disponibilidad económica.

La etapa de la adolescencia se caracteriza por una permanente búsqueda de grupos de referencia. El culto al cuerpo, la moda y los gustos determinan los estilos de vida a reproducir. El consumo se manifiesta como una marca de clase que identificará a un colectivo en base a un eje coherente de comportamientos, es un medio de integración y de identificación grupal.

En este sentido, el ocio juvenil se caracteriza por la búsqueda de la sociabilidad; los adolescentes buscan grupos de iguales, se reúnen en lugares específicos y acotados para ellos creando su propia identidad grupal. Lo cotidiano entre los más jóvenes es salir con los amigos, ir a un bar, reunirse en espacios públicos o practicar algún deporte. La mayor disposición de tiempo libre les convierte probablemente en los usuarios más frecuentes de la tarde-noche madrileña, si bien sus escasos recursos económicos limitan sustancialmente sus posibilidades de consumo y su peso relativo desde el punto de vista económico para las actividades de este subsector.

Las diferencias por sexo en la práctica del ocio entre los adolescentes no están tan marcadas como en los colectivos restantes. Existen ciertos matices a tener en cuenta ya que el deporte, ir a bares, cafeterías o pubs es más propio de los chicos y oír la radio, de las chicas, pero la tendencia actual es que la búsqueda de grupos de iguales tiende a eliminar la variable sexo como discriminante en la elección de las actividades ociosas.

El tránsito a los estudios superiores y al trabajo o a una combinación de ambos, constituyen ritos de paso a la segunda etapa de la juventud, caracterizada, entre otras cosas, por una mayor autonomía en el hogar, mayores responsabilidades y cambios de amistades, gustos y proyectos.

Los grupos de iguales en la segunda juventud se amplían y se hacen sociológicamente más uniformes. Al final de ese proceso, se escoge el estilo y la propia clase al elegir a los amigos con los que se divierte, juega y cena. El descubrimiento de la civilización del ocio, el mayor poder adquisitivo, la adquisición de mayores responsabilidades y la definición de gustos e intereses que los jóvenes van asumiendo con el paso de los años contribuyen a redefinir el concepto de ocio hacia un modelo más selectivo, caro, variado y, en definitiva, más acorde a los gustos personales y menos a los de los grupos de referencia como ocurría durante la época de la pubertad. El tipo actividades prioritarias son los viajes, cenas, espectáculos, charlas, hobbies, deportes y lecturas más sofisticadas, un mayor consumo de pubs, bares y equipos musicales o audiovisuales, etc., sin que ello suponga un abandono total de los ocios más adolescentes (discotecas, conciertos de rock, salidas, etc.).

La disposición de horas medias de ocio de los jóvenes es la más alta (4,4 horas de media en días laborables y 12,6 los fines de semana) después del colectivo de mayores de 65 años (9,1 horas de media durante los días laborables y 11 los fines de semana), si bien esta relación se reduce entre los jóvenes que han accedido al mercado laboral o bien compatibilizan estudios y trabajo.

Lo habitual entre los jóvenes de edades más maduras (entre 25 y 29 años) es reunirse con los amigos en locales de copas y desarrollar actividades que requieren una mayor capacidad económica y que no tienen necesariamente como marco protagonista la calle o los establecimientos de bebidas (cine, teatro, restaurantes, viajes, excursiones, etc.). Generalmente, el mayor poder adquisitivo permite diversificar la práctica de actividades de ocio, sin que por ello las salidas nocturnas pierdan su posición principal entre las preferencias de este colectivo.

Ahora bien, la incursión en el mercado laboral reduce significativamente la disponibilidad de tiempo libre reduciéndola básicamente a los períodos de fines de semana. El ocio de los adultos viene determinado por una menor disposición de tiempo libre, pero una mayor capacidad económica. El tiempo libre se reduce con la plena inmersión en la vida profesional y laboral y la progresiva competencia, las aspiraciones, los inicios de la vida familiar, los ajustes de pareja, las dificultades para la adquisición o alquiler y acondicionamiento de la vivienda y, finalmente, el nacimiento de los primeros hijos.

En este contexto, el ocio cotidiano, cuanto menos, sufre la tentación de la pasividad y la privacidad, pesando sobre él la necesidad del descanso y de la convivencia familiar. Durante lo que se podría considerar la primera fase de la etapa adulta, las actividades de ocio se concentran en el fin de semana y consisten fundamentalmente en ir al cine, la discoteca, los bailes, los espectáculos y cenas con los amigos, salir a tomar copas, los viajes y excursiones, etc.

No obstante, a menudo los elevados ritmos de trabajo o las propias responsabilidades familiares van dejando paso a un tipo de ocio menos activo; la necesidad de descanso y de tiempo libre fomenta actividades más caseras como ver la televisión o escuchar música.

En general, los fines de semana, las cortas vacaciones de Navidad o Semana Santa y, sobre todo, las vacaciones veraniegas, siempre que no haya que dedicarlas parcialmente a trabajos de mejora o acondicionamiento del hogar y obligaciones familiares o sociales postergadas, son los momentos privilegiados de evasión del trabajo, con actividades de ocio más bien activas, planificadas de antemano, compartidas con otras parejas y familiares.

Cuando se adquiere cierta estabilidad profesional y familiar, los tipos de ocio están generalmente bien definidos. Las actividades ociosas cristalizan en diferencias y estilos que están directamente determinada por el status, la imagen social y el capital cultural.

Las visitas y cenas con amigos en casa o en restaurantes y, sobre todo, el buen gusto gastronómico o el arte de cocinar platos exóticos, también están marcados por una mezcla de situación económica y status social, a pesar del notable cambio de hábitos que se ha producido en los últimos años y una tendencia hacia la nivelación social.

A medida que avanza la edad y los hijos se emancipan de los padres, las prácticas sociales de ocio de las parejas se van haciendo algo más sociales, mientras que se refuerzan los estilos de vida y los símbolos de status pero, sobre todo, los propios gustos y aficiones.

La edad de la jubilación es la antesala de un período que se caracteriza fundamentalmente por la recuperación de la disponibilidad de tiempo libre. Sin embargo, la realización personal a través de la práctica de las actividades de ocio no siempre es posible; pues el factor económico tiene una incidencia fundamental en este sentido y, en otro sentido, razones físicas (enfermedad) y/o sociales (aislamiento, soledad, etc.).

El primer determinante del ocio es, ahora más que nunca, económico. En ocasiones se produce un progresivo empobrecimiento con la edad y la jubilación que se intentan solucionar, cuando es posible, prolongando los años de trabajo. Hay entonces una reducción progresiva y muy consciente de las aficiones y ocios anteriores debido a un mayor cansancio.

La profesión, el género y el medio -urbano o rural- determinan la práctica ociosa de las personas de la tercera edad, pero ésta es una etapa en la que prima la práctica de actividades de ocio diurno por encima de la del nocturno y éstas suelen ser de carácter más pasivo y tradicional. A la elección de este tipo de ocio contribuyen también las situaciones de aislamiento, soledad y cansancio que, desgraciadamente, caracterizan la vida de muchos ancianos/as.

Los proyectos de vida centrados en aficiones y distracciones activas y creativas en estas edades avanzadas son más bien infrecuentes, aunque lógicamente, posibles. El ocio activo suele estar orientado hacia la práctica del baile; las salas de baile constituyen el medio más adecuado de fomento de las relaciones sociales.

A medida que se alcanza determinada edad, el sentimiento de soledad va cobrando fuerza, bien por la pérdida de la pareja o por la disminución progresiva de los amigos. Este progresivo aislamiento encuentra en las salas de baile el vehículo de contacto idóneo para entablar nuevas amistades. Los bares cumplen más bien una función de reunión de grupos ya configurados y generalmente delimitados por género; la diversión suele centrarse en la práctica de juegos de mesa (dominó, cartas, parchís, etc.).

En general, reunirse con los amigos en un bar y tomar copas es una de las actividades de ocio que, después de pasear y ver la TV, ocupa más tiempo libre entre los españoles. Los bares cumplen una importante función de relación social, pues se constituyen como lugares de encuentro donde poder pasar un rato agradable con amigos o conocidos. Por esto, el motivo de ir a algún bar o cafetería no es únicamente el afán de beber o comer algo, sino que también se acude a conversar, hacer negocios, jugar a las cartas, etc.

Generalmente, a lo largo del período de máxima actividad de las personas (25-64 años) la disposición de tiempo libre se reduce, pero aumenta significativamente el poder adquisitivo y, por tanto, la capacidad de consumo. En este sentido, aunque el volumen de usuarios de las actividades de ocio nocturno con estas edades sea menor en términos relativos que el de los más jóvenes, posiblemente desde el punto de vista económico este segmento de población sea más importante para el mantenimiento económico del sector tanto por su mayor poder adquisitivo como por representar un volumen de población mucho más elevado.

Ahora bien, no existen datos de carácter estadístico que permitan realizar un análisis de la demanda de los servicios de ocio nocturno, por lo que sería necesario desarrollar un trabajo de campo específico, que excede a las limitaciones del presente informe, para conocer el peso de la demanda generada por los diferentes grupos de edad. Los datos publicados por la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares no permiten diferenciar, por ejemplo, entre los gastos en restaurantes, bares, pubs o discotecas, pero sobre todo no discrimina ese tipo de gastos en función de la edad de los consumidores y del momento en el que se realiza (nocturno o diurno, en días laborables o en fines de semana, etc.).

A pesar de todo esto, se pueden apuntar algunos datos que indican la importancia del ocio nocturno en el gasto de los madrileños. El gasto total realizado por los habitantes de la Comunidad de Madrid en hoteles, restaurantes y bares, epígrafe que incluye las diferentes actividades de ocio ascendió a 2.979,57 millones de euros (495.758 millones de pesetas) en

1999. Este gasto representa un 15,4 por ciento del total nacional, cifra sensiblemente superior al peso que tiene la región en términos de población, que se encuentra en torno al 12,5 por ciento. Este hecho se traduce en un gasto por personas en este tipo de actividades de 596,50 euros, cifra que es la tercera más elevada de todas las Comunidades Autónomas, únicamente por detrás de País Vasco (681,55 euros/persona) y Navarra (597,78 euros/persona).

Ahora bien, el gasto a escala nacional en restaurantes, cafés y otras actividades incluidas en este subgrupo representa un 93,1 por ciento del total del grupo, mientras que el gasto en alojamientos representa un 6,1 por ciento del total. Si se aplica esa misma distribución a la Comunidad de Madrid, se obtiene que el gasto en el primer subgrupo, que incluye las actividades objeto del presente informe sería de 2.774 millones de euros, lo que representa una media de 55,32 euros por personas al año.

Por otra parte, este gasto representa en torno a un 8,15 por ciento del gasto total que realizan los hogares madrileños en ese mismo año, que asciende a 6.812,31 euros por persona. Es obvio que todo ese gasto no corresponde a las actividades de ocio nocturno, pues una parte se debe a desayunos, comidas, aperitivos, cañas, etc., realizados durante el día, pero no existe ningún elemento que permita un mayor grado de aproximación. Por otra parte, existe toda una demanda vinculada a la población visitante que acude cada año a la Comunidad de Madrid, que genera una importante demanda para ese tipo de actividades. No conviene olvidar que durante 1999 visitaron la región un total de 5,44 millones de personas, con casi 11,80 millones de pernoctaciones, cifras que ascienden a 5,58 millones y 12,19 millones respectivamente en el año 2001.

Algunos datos ponen de manifiesto que la práctica de acudir a un bar o cafetería es una práctica común y bastante estable de los españoles. Se puede cifrar en torno a un 60 por ciento, la proporción de españoles que acuden a los bares o cafeterías cada semana. Esta práctica disminuye a medida que aumenta la edad, siendo los jóvenes los clientes más asiduos. Aproximadamente cuatro de cada cinco jóvenes los visitan a lo largo de la semana, proporción que se reduce a uno de cada tres en las personas mayores, con 65 y más años.

Normalmente la visita a los bares y cafeterías se produce más en los varones que en las mujeres, si bien en el grupo de jóvenes se aproximan las proporciones de hombres y mujeres que acuden a esos lugares. No parece existir una relación estrecha con los recursos económicos, pues éstos no son un estímulo fundamental para acudir a estos establecimientos, ya que los estudiantes y

parados acuden en una proporción muy similar a la de los ocupados. Los bares, cafeterías, etc., aparecen como un lugar de encuentro, adecuado para contactos y relaciones sociales. De hecho, Un 70 por ciento de las personas que acuden a estos lugares los suelen utilizar como puntos de encuentro para citarse con otras personas.

En este contexto, el análisis de las características de la demanda se concentra fundamentalmente en el colectivo juvenil, debido a que, por sus características, el ocio juvenil es probablemente el fenómeno más visible y el que genera mayor preocupación social.

3.1. HÁBITOS DE OCIO NOCTURNO

En el período de tránsito hacia la pubertad lo que los adolescentes definen como verdaderas prácticas de ocio son todas aquellas actividades que se mantienen al margen de la escuela y el hogar. En esta etapa de la vida se tiende a endurecer la disyuntiva entre estar en casa con la familia o fuera con los amigos (grupos de iguales).

Los ritos de tránsito hacia la pubertad encierran todo un significado:

- ✍ La ruptura con la familia. Los grupos de iguales (peer-groups) se convierten en verdaderos sucedáneos de la familia.
- ✍ El ansia de transgresión de normas. El consumo de alcohol, la ruptura de horarios, etc., son comportamientos que caracterizan el paso hacia la madurez.
- ✍ La transmisión de información privilegiada. Los encuentros entre amigos son una manera de enterarse de los cambios tecnológicos, de estilo y modas que se producen antes que los adultos, de modo que adquieren una *ventaja* que les diferencia y distancia de generaciones anteriores a la suya.

Uno se va haciendo joven a medida que descubre el ocio y los grupos de gente de la misma edad y estilo como una verdadera escuela de aprendizaje social y relaciones humanas. Hoy en día los estilos de vida se plasman en el vestir, las modas, la apariencia corporal y los gustos por encima de idearios o valores determinados.

En este contexto, el ocio juvenil tiende a tener sólo sentido en relación con los estudios y el sistema educativo obligatorio. La prolongación de la etapa educativa se ha ido convirtiendo en un período de espera cada vez más largo y no siempre esperanzador. Cuando se generaliza este hecho los jóvenes buscan la distracción para hacer que el tiempo discurra más rápidamente.

La mayoría de los ocios que tienden a realizar los más jóvenes en casa suelen ser relativamente pasivos, ver la televisión, escuchar música, dormir o abrir a menudo la nevera, como señala Pere Negre en su libro "El ocio y las edades" es "todo lo que se puede hacer cuando no hay nada que hacer". Fuera de casa, en cambio, existe un predominio de la búsqueda de la socialidad, del encuentro por el encuentro.

Los principales criterios que determinan la elección de los jóvenes por un tipo u otro de actividad de ocio podrían resumirse en los siguientes puntos:

✍ **El estilo de música.** Quienes se decantan por estilos musicales muy determinados (tecno, rock, salsa, etc.) dan un valor prioritario a esta condición por encima de otros factores tales como el precio o la localización del establecimiento. Los elevados precios de las grandes discotecas de la Comunidad de Madrid, que oscilan entre las 2.500 y las 6.000 pesetas, no suelen suponer una barrera de acceso para los jóvenes aficionados a la música de baile.

"Para entrar en las discotecas buenas hay que pagar un caché (...), a lo mejor se traen pinchas de Alemania (...), en la discoteca que digo yo, la cubierta de Leganés que vale 4.500 pesetas, caben 17 mil personas y se llena hasta arriba y todo el mundo paga"

[jóvenes de 16 a 24 años]

✍ **El cambio de ambiente.** Por regla general, cada zona de ocio se caracteriza por un estilo particular del que participan los bares que la conforman. No obstante, cada establecimiento crea su propio estilo y los usuarios aprovechan estas diferencias para cambiar de ambiente. La rotación a menudo está asociada a rutas predefinidas que responden generalmente a modas.

✍ **El precio.** El coste de las copas o el pago de una entrada para acceder a un local suponen, a menudo, una barrera para aquellos colectivos con un menor poder adquisitivo. No obstante, el precio no constituye un elemento en sí mismo de discriminación sino que está asociado al valor que los usuarios atribuyen al producto conjunto que ofrecen los distintos establecimientos (ambiente, música, trato al cliente, etc.).

✍ **El horario.** Existe una tendencia cada vez más generalizada a retrasar los horarios de salida nocturnos entre la juventud, por otro lado, la normativa de los establecimientos de ocio ha

establecido unos límites máximos de apertura que reducen sustancialmente su tiempo de funcionamiento. Esta situación lleva a los usuarios a considerar la franja horaria uno de los determinantes fundamentales a la hora de optar por una zona u otra.

✍ **El aforo.** El desarrollo de las actividades de ocio cumple una importante función de relación social. La presencia de grandes grupos de personas concentradas en espacios relativamente reducidos se valora como un elemento que favorece la comunicación e interrelación social, aspecto que constituye el fin último de las salidas nocturnas. Ahora bien, los aforos excesivos por efecto, entre otras causas, de la aparición de rutas o modas constituyen a menudo un elemento de discriminación por parte de determinados colectivos.

La elección entre un ocio casero o fuera del hogar está marcado por la temporalidad. En general, los jóvenes adecuan su modelo de ocio al de los adultos a pesar de disponer de más tiempo libre. Durante los días laborables suelen disfrutar su tiempo libre dentro del hogar destinando el fin de semana al encuentro con los amigos.

La práctica habitual de las noches de los viernes y los sábados es ir a un bar, a un pub, o concentrarse en la vía pública para charlar y consumir bebidas. Esta preferencia forma parte ya de un modelo de sociabilidad muy enraizado en nuestra sociedad. Buena parte de nuestra vida se desarrolla fuera del espacio doméstico, de modo que muchos bares y espacios públicos se convierten en lugares de encuentro en los que poder pasar un rato con los amigos y conocidos. Esta función de relación social resulta especialmente atractiva para los jóvenes quienes, según datos del estudio "La Sociología del Bar²" que dirigió Amando de Miguel, son los clientes que más uso hacen de estos lugares para establecer sus citas.

Al margen de la función de relación social que desempeñan los bares y plazas como lugar de encuentro, el modelo de diversión que se ha ido implantando en nuestra sociedad es cada vez más pasivo. A menudo, las salidas nocturnas no encierran ninguna actividad específica más allá de escuchar música, charlar o beber. El Departamento del Plan Municipal Contra las Drogas del Ayuntamiento de Madrid elaboró en junio de 2001 un informe³ que pone de relieve esta situación:

² Miguel, Amando (de), (1997), "La sociología del bar", en ABC de la Opinión Española, nº 90.

³ "Informe previo de Evaluación", en Programa de Ocio Saludable para el Fin de Semana "La Trade Más Joven" y "La Noche Más Joven", Departamento del Plan Municipal Contra las Drogas, Ayuntamiento de Madrid, junio de 2001.

ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS ADOLESCENTES (DE 12 A 16 AÑOS) DURANTE EL FIN DE SEMANA

- ✍ El 43 por ciento suelen ocupar las tardes de los sábados permaneciendo en la calle charlando con sus amigos, sin especificar ninguna actividad concreta.
- ✍ Un 10,5 por ciento de los participantes dicen que suelen quedarse en su casa y un 8,6 por ciento se dedica a salir con sus padres. El 8,1 por ciento va a casa de algún amigo, acude a los recreativos o al centro comercial de la zona.

ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS JÓVENES (DE 17 A 24 AÑOS) DURANTE EL FIN DE SEMANA

- ✍ El 47 por ciento de los encuestados suelen ocupar las noches de los fines de semana saliendo "de marcha", incluyendo en esta categoría ir de bares o pubs, acudir a una discoteca o fiesta, o bien reunirse con amigos en el parque o en la calle para beber. Todas ellas son actividades claramente relacionadas con el consumo de alcohol y/o otras drogas.
- ✍ El 18,8 por ciento suele reunirse con sus amigos en casa de alguno de ellos y un 14,5 por ciento se suele quedar en su casa.

El ocio adquiere la imagen social del tiempo que se encuentra libre de toda obligación pero, a su vez, está mediatizado por los estilos de vida existentes en cada momento. En definitiva, el disfrute del tiempo libre también se encuentra condicionado por las modas y la "propaganda consumista" que caracteriza el momento actual. Los hábitos de vida van modificando y adecuando el modelo de ocio a las nuevas necesidades y cambios sociales. Los principales cambios que se han ido produciendo en los últimos años hacen referencia a los siguientes aspectos:

- ✍ Prolongación de los horarios de salida nocturnos
- ✍ Aumento del nivel de exigencia de los consumidores
- ✍ Aumento del gusto por las concentraciones masivas en la vía pública en detrimento del uso de los establecimientos como lugares de encuentro
- ✍ Anticipación de la edad de inicio de las salidas grupales

La multiplicación de los encuentros entre grupos de adolescentes a edades cada vez más

tempranas anticipa a su vez el inicio de éstos al consumo de sustancias, que se practica o intensifica de manera especial durante los fines de semana. Según una encuesta escolar realizada por la Universidad de Deusto, el porcentaje de jóvenes que declaran ser abstemios durante el período comprendido entre el lunes por la mañana hasta las primeras horas de la tarde del viernes se reduce drásticamente en el período del fin de semana.

Además de este descenso, preocupa el hecho de que un gran porcentaje de los jóvenes que son abstemios durante la semana beben de forma excesiva durante el fin de semana, ya que durante este período el número de bebedores excesivos y sospechosos alcohólicos es casi equiparable al de abstemios, lo que viene a reforzar el hecho de que existe un sector importante de jóvenes para quienes el consumo de sustancias, más que una motivación para la diversión, es un fin en sí mismo.

Tipo de Bebedor	TIPO DE BEBEDOR SEGÚN EL CONSUMO DE BEBIDAS Y GRADUACIÓN			
	Laborables		Fin de semana	
	Nº	%	Nº	%
Abstemios	4.914	88,9	2.128	38,5
Casi abstemios	376	6,8	558	10,1
Poco bebedores	144	2,6	879	15,9
Bebedores excesivos	55	1,0	796	14,4
Sospechosos alcohólicos	38	0,7	1.166	21,1
TOTAL	5.527	100,0	5.527	100,0

FUENTE: "El Alcohol y la Noche", Estudios de Juventud nº37, 1996.

Los datos obtenidos del Informe Previo de Evaluación del Ayuntamiento de Madrid arrojan las siguientes conclusiones:

ADOLESCENTES DE 12 A 16 AÑOS

FRECUENCIA DE CONSUMO, TABACO Y OTRAS DROGAS

☞ **Tabaco:** El 66,5 por ciento de los asistentes no han fumado nunca. Un 22,5 por ciento manifiesta haberlo probado y un 5 por ciento asegura "fumar de vez en cuando". El 6 por ciento reconoce que fuma habitualmente.

☞ **Alcohol:** El 48,6 por ciento no ha bebido alcohol nunca y el 37 por ciento lo ha probado alguna vez. Es importante destacar que el 9,5 por ciento de los adolescentes encuestados refiere que "bebe a veces cuando sale los fines de semana". El 79 por ciento de los asistentes no se ha emborrachado nunca, pero el 11 por ciento reconoce haberse mareado o

emborrachado alguna vez.

- ✍ **Otras drogas:** Respecto al consumo de otro tipo de drogas que no sean alcohol y tabaco, el 93,8 por ciento de los asistentes no ha probado ninguna. En caso de haber probado alguna han experimentado con el hachís y así lo manifiesta el 6,2 por ciento. Para el resto de las drogas ilegales la experimentación es prácticamente inexistente.

ACTITUDES ANTE LA ASOCIACIÓN ENTRE OCIO Y EL CONSUMO DE DROGAS

- ✍ **Alcohol y diversión:** el 85 por ciento de los participantes considera falsa la creencia de que "los jóvenes que no beben son un muermo" y tampoco están de acuerdo con que fumar "hace que parezcas mayor". También expresan su desacuerdo con la afirmación de que "para salir de marcha el fin de semana hay que animarse tomando algo". El 78,6 por ciento está de acuerdo con la opinión de que "es fácil divertirse sin necesidad de consumir alcohol u otro tipo de drogas".
- ✍ **Presión de grupo:** El 37 por ciento expresa que "si en el grupo de amigos todos beben es muy difícil que alguien del grupo no lo haga", sin embargo el 31,5 por ciento no están de acuerdo con lo anterior y el 30 por ciento no sabe que pensar.
- ✍ **Alcohol y relaciones:** para el 53 por ciento es falso que el alcohol y otras drogas faciliten las relaciones con el otro sexo, pero un 25,7 por ciento sí que cree que "con el alcohol te atreves a vacilar a los chicos/as" y un 20 por ciento mantiene una postura de indecisión.
- ✍ **Actitud ante el consumo ajeno:** el 49 por ciento expresa un sentimiento de lástima ante los jóvenes que no saben divertirse sin consumir alcohol u otras drogas, pero un 37,5 por ciento no comparte este sentimiento y un 14 por ciento se posiciona en un nivel intermedio.

PERCEPCIÓN SOBRE LOS RIESGOS DE LAS SUSTANCIAS

- ✍ La mayor percepción de riesgo de consumo (alcohol, tabaco y hachís) la señalan los adolescentes en relación a la frecuencia del consumo, minimizándose el riesgo cuando el consumo es esporádico u ocasional.
- ✍ **Hachís:** el 91 por ciento opina que consumir porros habitualmente causa problemas, pero

un 21,5 por ciento piensa que fumar hachís de vez en cuando no causa ningún problema.

- ✍ **Alcohol:** para un 88 por ciento habría muchos/bastantes riesgos si una persona se emborracha todos los fines de semana y para el 63,3 por ciento también habría muchos problemas si se toma una o dos copas todos los días.
- ✍ **Tabaco:** fumar un paquete de tabaco diario es peligroso para el 82,5 por ciento, mientras que hacerlo de vez en cuando puede causar muchos y/o bastantes problemas para el 42,5 por ciento y para un 55,2 por ciento no causaría ningún problema o éstos serían escasos.

JÓVENES DE 16 A 24 AÑOS

FRECUENCIA DE CONSUMO, TABACO Y OTRAS DROGAS

- ✍ **Tabaco:** El 45,3 por ciento no ha fumado nunca y el 23 por ciento ha fumado alguna vez, pero sólo para probar. El 31,7 por ciento reconoce que fuma habitualmente.
- ✍ **Alcohol:** El 90 por ciento de los asistentes han bebido alguna vez alcohol en su vida. De los jóvenes que han acudido al Programa un 50,4 por ciento declara que nunca se ha mareado o emborrachado, frente a un 48,7 por ciento que señala que si lo ha hecho. De este 48,7 por ciento que se ha mareado o emborrachado alguna vez, un 58 por ciento declara que lo ha hecho al menos un fin de semana del último mes.
- ✍ **Otras drogas:** En relación al consumo de otro tipo de drogas que no sean alcohol y tabaco, los niveles de consumo en días laborables del último mes son irrelevantes. Entre un 90,5 por ciento y un 100 por ciento de los jóvenes asistentes no ha consumido ningún tipo de sustancia durante el último mes. Esta cifra desciende a un 87 por ciento en el caso de los usuarios de hachís/marihuana en consumo de fin de semana.

ACTITUDES ANTE LA ASOCIACIÓN ENTRE OCIO Y EL CONSUMO DE DROGAS

- ✍ **Alcohol y diversión:** el 78 por ciento de los participantes señala que es fácil divertirse sin necesidad de consumir alcohol u otro tipo de drogas. El 80 por ciento está en desacuerdo con la opinión de que "para pasarlo bien hay que colocarse con alguna sustancia" y el 84 por ciento opina que "salir de marcha no es sinónimo de coloque".
- ✍ **Actitud ante el consumo ajeno:** el 45 por ciento expresa un sentimiento de lástima ante los

jóvenes que no saben divertirse sin consumir alcohol u otras drogas, pero un 28 por ciento no comparte este sentimiento y un 13 por ciento se posiciona en un nivel intermedio.

PERCEPCIÓN SOBRE LOS RIESGOS DE LAS SUSTANCIAS

- ✍ El 100 por ciento de los encuestados considera que la heroína es la droga más peligrosa, seguida del éxtasis (97,7 por ciento). En tercer lugar destaca el riesgo atribuido a la cocaína con un 90,3 por ciento.

- ✍ **Hachís:** la droga ilegal con menor percepción de riesgo es el hachís. Para un 62 por ciento de los jóvenes asistentes al programa fumar porros de vez en cuando no causaría ningún problema.

- ✍ **Alcohol:** en cuanto al consumo de alcohol, un 67,5 por ciento de los encuestados opinan que si se toman copas todos los días pueden desencadenarse bastantes problemas y un 87 por ciento piensa que emborracharse todos los fines de semana es muy problemático.

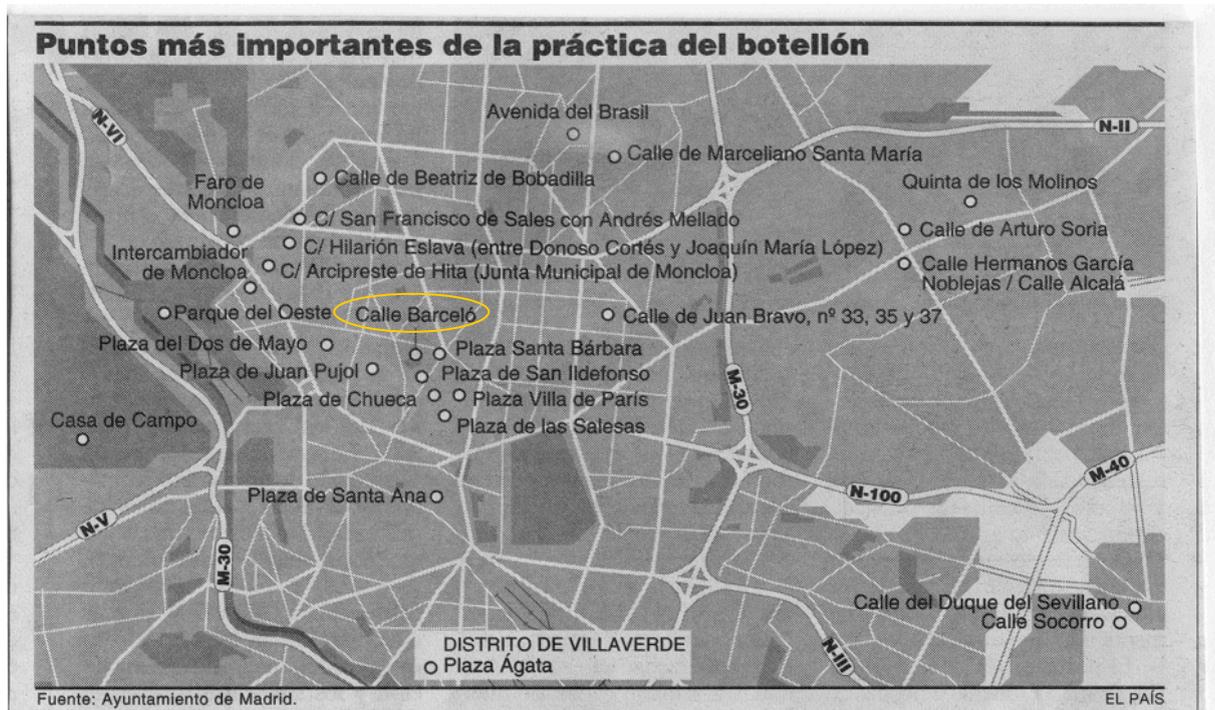
- ✍ **Tabaco:** el consumo moderado de tabaco no es percibido como dañino, pero un 73,5 por ciento piensa que fumar un paquete diario puede provocar bastantes/muchos problemas.

3.2. EL BOTELLÓN

El fenómeno del botellón es relativamente reciente en nuestra Comunidad. Tiene un período de existencia que apenas supera los **cinco años**, no obstante, **es a partir de finales de la década de los noventa cuando su práctica se intensifica notablemente**.

El desarrollo de esta actividad se inicia por razones básicamente económicas entre los colectivos de edades más jóvenes. La edad y el bajo poder adquisitivo de este colectivo suponen un problema a la hora de acceder y asumir los costes de las copas en los locales de moda. Por este motivo, se comienza una práctica que favorece la reunión en grupo sin renunciar a la consumición de bebidas minimizando sustancialmente el gasto ya que, por una parte, la concentración de personas tiene lugar en zonas de uso público (parques, plazas, etc.) y, por otra, la compra de bebidas se realiza en supermercados o en tiendas de comestibles.

Actualmente, su práctica ha aumentado considerablemente, según datos del Ayuntamiento de Madrid, cada noche se reúnen en la capital cerca de 15.000 personas que optan por esta modalidad de diversión, de los cuales aproximadamente el 13 por ciento (unas 2.000 personas) se concentran en la Plaza de Barceló, ubicada en el Distrito Centro de Madrid.



La generalización de esta actividad ha captado adeptos entre los segmentos de edad más avanzados (jóvenes entre 19 y 25 años) convirtiendo esta práctica en un fenómeno que ha

entrado a formar parte de la cultura de la población juvenil. Esta forma de entender las relaciones sociales está hoy de moda entre los jóvenes madrileños y no debe buscarse un único trasfondo económico, ya que como todo movimiento colectivo encierra un lenguaje de identificación de grupo y de referencia que constituye uno de sus principales atractivos para los propios jóvenes.

Los habituales de esta práctica han convertido lo que en un principio era un movimiento marginal en una moda que cada día gana más seguidores. Los principales atractivos de este fenómeno para sus practicantes podrían concretarse en los siguientes puntos:

- ✍ **No existen los horarios.** Al tratarse de una actividad que se realiza en la calle no está sujeta a ningún tipo de normativa horaria.
- ✍ **Resulta económico.** La adquisición de bebida en supermercados o en tiendas de comestibles reduce significativamente el gasto. En una de estas tiendas, cercana a la Plaza de Santa Bárbara, se comercializan paquetes oferta que incluyen una botella de ron, otra de refresco de limón y una bolsa de hielo por 1.275 pesetas (7,66 euros).
- ✍ **Permite charlar y relacionarse con otros grupos.** La masiva concentración de personas en la calle favorece la comunicación entre grupos de pandillas, tanto por un efecto de proximidad como por la posibilidad de entablar una conversación sin que ésta sea sofocada por la música de fondo.
- ✍ **La música la elige el grupo.** A menudo, las reuniones están amenizadas con el estilo de música preferido por el grupo.

Por otro lado, entre los factores que llevan a rechazar esta práctica se encuentran los siguientes:

- ✍ **El frío en invierno dificulta su práctica.** En un primer momento, el desarrollo de esta práctica se restringía a los meses más cálidos pero a medida que el fenómeno va adquiriendo mayor popularidad su desarrollo tiene lugar a lo largo de todo el año, lo cual añade un importante componente de incomodidad durante el período invernal. En ocasiones, los usuarios deciden paliar el frío con pequeñas fogatas lo cual supone una molestia añadida para los vecinos.

✍ **La facilidad de acceso al alcohol.** Si bien la dispensa de alcohol a menores de edad está penada por la ley, en la práctica un menor no tiene demasiados problemas para comprar alcohol en un establecimiento público. Los encuentros entre grupos de iguales se multiplican y se llevan a cabo cada vez a edades más tempranas repitiendo el mismo esquema que asocia consumo y diversión. En muchas ocasiones el tomar bebidas alcohólicas no es considerado por algunos jóvenes como un acompañante de la diversión sino como un fin en sí mismo. Cuando se combina este hecho con una situación de fácil acceso a las bebidas alcohólicas el problema requiere la puesta en marcha de medidas preventivas.

✍ **La suciedad y el mal olor.** La alarma social que ha despertado la práctica del botellón está directamente asociada a los comportamientos poco solidarios que desarrollan buena parte de los usuarios. Los diferentes parques y plazas que actúan como puntos de encuentro acumulan a lo largo de la noche innumerables restos de botellas de alcohol, vasos de plástico y tetra-briks que dibujan un paisaje desalentador para sus residentes.

✍ **El ruido.** La contaminación acústica es otro de los problemas que se derivan de la práctica de este fenómeno. La masiva concentración de personas en la vía pública genera unos niveles de ruido que suponen un importante problema para el descanso de los vecinos residentes.

Se podrían identificar varias modalidades de botellón en función de dos variables fundamentales que son a su vez complementarias: su modo de organización y su funcionalidad.

De acuerdo al modo en el que se organiza esta actividad se podrían establecer tres tipos de modalidad:

1. **Botellón organizado.** Los usuarios realizan la compra de bebidas en supermercados, transportan equipos de música a los lugares de encuentro y, a menudo, suelen transformar los vehículos en bares portátiles que les permiten acumular bebidas para varios fines de semana.
2. **Botellón improvisado.** Los jóvenes adquieren las bebidas en las tiendas de comestibles próximas a la zona de reunión que suelen estar regentadas por ciudadanos de origen chino, y ocupan los bancos y plazas que les resultan más atractivos. En este caso, la compra de bebidas se realiza para su consumo en el plazo de esa noche.

3. **Prolongación del aforo.** El reducido aforo de algunos establecimientos ha favorecido la aparición de un fenómeno que podría calificarse como una variante del botellón. En este caso, la compra de bebida se realiza en el interior de los establecimientos de copas y se saca fuera del local en recipientes de plástico.

Dependiendo de cuál sea su funcionalidad se podría diferenciar entre:

1. **Botellón transitorio/dinámico.** Los usuarios realizan esta práctica como un paso previo o posterior al desarrollo de otra actividad. En ambos casos el objeto es consumir bebida a precios más económicos de manera que este ahorro permita el pago de la entrada a otros locales o bien reduzca la necesidad de consumir bebidas en los establecimientos.
2. **Botellón estático.** Los jóvenes practican el botellón como única modalidad de diversión, iniciando y terminando la noche concentrados en la vía pública.

El hecho de tratarse de un fenómeno que incide de forma negativa y muy *visible* sobre los intereses de los colectivos de vecinos y empresarios del sector ha llevado a centrar la problemática en cuestiones colaterales olvidando otras de mayor interés.

La realidad exige afrontar los problemas desde la causa misma que los motiva y desde todos los ámbitos. Detrás de la aparición y extensión de este fenómeno confluyen una serie de elementos que deben ser motivo de reflexión por parte de todos los colectivos implicados y de la sociedad en su conjunto, tales como: los valores educativos de los jóvenes, el consumo de alcohol como meta en sí mismo, la falta de motivación y pérdida de inquietudes de los más jóvenes, el fácil acceso al alcohol para los menores de edad y, como resultado de todo ello, la permisividad social existente frente a este tipo de cuestiones.

LOS VALORES EDUCATIVOS DE LOS JÓVENES

El rápido proceso de cambio hacia una sociedad moderna, democrática, diferenciada y abierta experimentado en nuestro país a lo largo de los últimos veinte años ha incidido de forma particular sobre los modelos de educación familiar. Las generaciones todavía inmersas en la rigidez de normas propia de las sociedades más tradicionales inician un proceso de cambio hacia modelos educativos más aperturistas y permisivos, valores que se extreman en mayor medida con cada salto generacional.

Todo proceso de cambio requiere un período de adaptación para que llegue a interiorizarse de forma natural. En este sentido, la rapidez con la que se ha llevado a cabo el proceso de modernización en nuestro país ha supuesto una drástica ruptura en los modos de vida de la sociedad estableciendo una clara diferenciación de valores educativos entre las generaciones educadas en modelos más conservadores y tradicionales y aquellas otras que se desarrollan en pleno proceso de expansión democrática.

El paso de una a otra ha llevado a la adopción de modelos caracterizados por un alto grado de proteccionismo familiar y una cada vez mayor permisividad. La incorporación de la mujer al mercado de trabajo, el aumento del nivel de renta o la mejora educativa son factores que han ido conformando un nuevo estilo de vida más individualista y competitivo en el que la familia constituye un cómodo refugio.

Ahora bien, la aparición de determinados comportamientos juveniles constituye hoy una llamada de atención a los modelos de educación familiar que se han ido asentando entre la población en la que impera una excesiva permisividad directamente relacionada con el tema que nos ocupa y que puede tener cierta incidencia en los procesos de iniciación al alcohol.

El colectivo de edades comprendidas entre los 25 y los 35 años coincide en señalar esta cuestión. En su opinión, los cambios en los modos de vida han generado comportamientos excesivamente permisivos y proteccionistas que, en algunos casos, han dado lugar a una sensación de prepotencia por parte de los más jóvenes.

"Yo he escuchado a madres en el autobús que decían: yo le tengo que dar la paga a mi hijo y sé que se la gasta en botellón"

"Yo creo que no quieren saberlo realmente (...) las oyes decir: yo... es que mi hijo no gasta nada, va con los amigos al parque a tomar una coca-cola"

"Los niños de ahora los ves que son contestatarios y que tienen a las madres cogidas"

"Es que ahora mismo tenemos una generación que no tiene ninguna conciencia cívica con todos mis respetos, ni piensan ni nada, (...), encima tienen pasta y les dejan manos libres"

[adultos de 25 a 35 años]

Desde los servicios de prevención se incide sobre la necesidad de reflexionar sobre la escasa implicación familiar que, en ocasiones, existe frente a cuestiones tan importantes como el consumo de alcohol por menores.

EL CONSUMO DE ALCOHOL COMO META

Estamos inmersos en una cultura en la que el binomio lúdico-alcohol ha estado siempre presente. El consumo de alcohol es algo grupal y asociado a nuestras relaciones de mayor afecto, si a esto se le añade que los encuentros entre grupos de iguales se producen cada vez a edades más tempranas se podría señalar que el período de iniciación a esta práctica se amplía a colectivos cada vez más jóvenes.

El consumo de alcohol está directamente relacionado con “la noche” o el fin de semana; dentro del ambiente nocturno existen muchos estilos diferenciados, muchos tipos diversos de jóvenes, pero con una característica común en la gran mayoría de ellos, el alcohol. Según los datos que revela el informe “El Alcohol y la Noche⁴” a medida que aumenta la edad aumenta el porcentaje de consumidores durante el fin de semana en detrimento de los abstemios. Ahora bien, las cifras ponen de manifiesto una preocupante distribución del consumo de alcohol, ya que la iniciación a esta práctica no parece realizarse de forma paulatina cumpliendo distintas fases de consumo (esporádico, regular, abusivo, etc.) sino que, por el contrario, existe una elevada proporción de jóvenes que pasan de ser abstemios a beber excesivamente.

Nivel de Consumo	TIPO DE BEBEDOR DURANTE EN FIN DE SEMANA EN FUNCIÓN DE LA EDAD			
	De 12 y 13 años	De 14 y 15 años	De 16 y 18 años	De 19 y más años
Abstemios	81,7	45,2	17,3	13,6
Casi abstemios	7,5	12,1	10,4	8,6
Poco bebedores	4,9	15,2	21,3	19,8
Bebedores excesivos	2,3	12,9	19,7	22,6
Sospechosos alcohólicos	3,5	14,5	31,3	35,3
Total	1.170	1.590	2.120	647

FUENTE: “El Alcohol y la Noche”, Estudios de Juventud nº37, 1996.

Generalmente, las motivaciones de los jóvenes para beber van asociadas a la diversión, si bien en numerosas ocasiones utilizan el alcohol con una clara pretensión estimulante. El problema fundamental que debe ser objeto de reflexión es cuando tomar bebidas ya no es considerado como un acompañante de la diversión sino como un objetivo en sí mismo.

⁴ Elzo, Javier y Laespada, M^a Teresa, (1996), “El alcohol y la noche” en la Revista Estudios de Juventud, nº 37.

En el ansia de transgresión de normas propia de los jóvenes y adolescentes el consumo de alcohol se presenta como una opción muy atractiva. Esta conducta, de carácter grupal, genera vínculos de unión en esa etapa de transición que refuerza el desarrollo generalizado de estos comportamientos entre los diferentes integrantes del grupo.

Esta situación pone de manifiesto la necesidad de actuar de forma preventiva tanto desde los grupos primarios (familia y amigos) ya que, en definitiva, es en estas relaciones en las que se aprende, difunde y acepta la cultura del alcohol, como desde los colegios e institutos y todas aquellas instancias que inciden sobre estos colectivos.

LA FALTA DE MOTIVACIÓN Y LA PÉRDIDA DE INQUIETUDES

La prolongación de la estancia de los jóvenes en el hogar de origen ha sido una consecuencia directa de la combinación de varios factores: el alargamiento de la etapa educativa, el retraso de la edad de contraer matrimonio, la inestabilidad laboral, las elevadas tasas de desempleo y el respaldo económico familiar. El retraso de la edad de emancipación de los jóvenes y todo lo que ello conlleva ha generado una percepción social que identifica a este colectivo con determinados estereotipos del tipo:

- ✍ Estudian para no trabajar
- ✍ No tienen inquietudes al margen de las puramente deportivas u ociosas
- ✍ Sólo buscan la comodidad

El riesgo que supone toda generalización lleva, a menudo, a olvidar que no siempre la falta de interés sobreviene por una ausencia de inquietudes sino que muchas veces la repetición de comportamientos entre grupos de iguales (misma dinámica de conducta) dificulta la posibilidad de abrirse a otras alternativas, o bien que realmente no existen esas otras alternativas capaces de captar la atracción de este colectivo.

La gran acogida que han tenido por parte de los jóvenes las diferentes experiencias de ocio alternativo que se han ido desarrollando en distintos puntos de nuestro país, pone de relieve el interés manifiesto de este colectivo por participar en nuevas iniciativas.

EL FÁCIL ACCESO AL ALCOHOL PARA LOS MENORES DE EDAD

Pertenecemos a una sociedad que no solo asume el consumo de alcohol como algo normalizado sino que lo potencia desde distintos factores como el cultural (concepción del vino como alimento), el económico (importancia de la viticultura, etc.), o el sociopolítico (ocupaciones relacionadas con este tipo de bebidas).

La iniciación al consumo de alcohol se realiza mayoritariamente dentro del ámbito familiar, ahora bien, la mayor parte de los jóvenes que beben lo hacen fuera de casa, en sitios públicos y a la vista de los adultos (parques, plazas y, principalmente, en establecimientos hosteleros). Esta situación pone de manifiesto la tolerancia generalizada que existe entre la población hacia el consumo de alcohol por menores.

En términos generales y a pesar de que la venta de bebidas alcohólicas a jóvenes menores de 18 años está castigada por la ley, un menor no tiene especiales dificultades para acceder a esta sustancia en un establecimiento público.

Según un análisis realizado por la Universidad de Deusto los escolares no encuentran prácticamente dificultades para acceder al consumo de bebidas como la cerveza, el vino o el licor, bien a través de su compra en supermercados o bien en los propios establecimientos de copas. Los datos ponen de manifiesto cómo a partir de los 14 años no existen apenas barreras que puedan obstaculizar a su consumo.

Tipo de Bebida	FACILIDAD DE ACCESO A OTRAS SUSTANCIAS (Puntuaciones medias, 1= Imposible, 5= Muy fácil)			
	De 12 y 13 años	De 14 y 15 años	De 16 y 18 años	De 19 y más años
Cerveza	3,57	4,45	4,79	4,89
Vino	3,75	4,49	4,78	4,89
Licor	2,90	3,96	4,56	4,83

FUENTE: "El Alcohol y la Noche", Estudios de Juventud nº37, 1996.

La mayor parte de las compras se realizan o bien en los propios establecimientos que permiten sacar la bebida fuera del local, o bien en tiendas de comestibles regentadas en su mayoría por ciudadanos de origen chino, situación que se realiza al margen de cualquier responsabilidad del propietario del establecimiento.

La proliferación de tiendas de alimentación que mantienen sus puertas abiertas durante la noche ha contribuido a facilitar en mayor medida esta posibilidad. Los vendedores de la mayoría de estas tiendas no solicitan el carné de identidad a los numerosos jóvenes que cada fin de semana entran a comprar alcohol, muchos de los cuales son menores de edad.

Las tiendas regentadas por chinos disponen de una licencia de alimentación. Esta licencia obliga a mantener cerrado el establecimiento durante 6 horas pero no estipula la franja horaria en la que debe efectuarse el cierre. Considerando el volumen de demanda que se produce durante las tardes-noches de los fines de semana los propietarios suelen situar este período entre las diez de la mañana y las cuatro de la tarde. Esta situación se escapa a cualquier actuación policial ya que la norma le limita.

Estos establecimientos no sólo actúan de forma permisiva sino que además incitan al consumo ofertando paquetes lo suficientemente económicos como para que estén al alcance de todos bolsillos (el cartón de vino no llega a las 200 pesetas -1,20 euros-).

Es necesario regular los focos de venta de alcohol cuya detección, en opinión del servicio de prevención, resulta relativamente fácil. El objetivo de la regulación no es llegar a adoptar medidas de represión absoluta sino a aplicar mecanismos de control que lleven a unas limitaciones en la libertad estableciendo unos principios generales y confiando en su cumplimiento.

Se podría apuntar como posible medida de actuación que existiera, en el caso de las tiendas de comestibles, una persona que supervisara y estableciera la relación que debería producirse entre número de establecimientos de alimentación abiertos por la noche y demanda potencial en cada zona, es decir, que se estudiara el número de tiendas de alimentación que sería necesario que estuviesen abiertas para cubrir la demanda potencial de sus residentes.

"El Botellón"

ELEMENTOS DE ATRACCIÓN	ELEMENTOS DE RECHAZO
<ul style="list-style-type: none"> ✍ No existen los horarios ✍ Resulta económico ✍ Permite charlar y relacionarse con otros grupos ✍ La música la elige el grupo 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Se suele acumular suciedad y mal olor ✍ Se genera mucho ruido en las calles ✍ El frío en invierno dificulta su práctica ✍ La excesiva disponibilidad de alcohol lleva, en ocasiones, a comportamientos incívicos

Tipología

DE ACUERDO A SU FUNCIONALIDAD	
<p>BOTELLÓN TRANSITORIO/DINÁMICO</p> <p>Práctica como paso previo o posterior al desarrollo de otra actividad</p>	<p>BOTELLÓN ESTÁTICO</p> <p>Única modalidad de diversión durante toda la tarde-noche</p>
DE ACUERDO A SU ORGANIZACIÓN	
<p>BOTELLÓN ORGANIZADO</p> <p>Existe una planificación previa (compra de bebida en supermercados y utilización de soportes específicos -coches, equipos musicales, etc.- para crear ambiente). Aprovisionamiento para un consumo a medio-largo plazo.</p>	<p>BOTELLÓN IMPROVISADO</p> <p>No existe planificación previa (compra de bebida en tiendas de comestibles próximas). Consumo en el plazo de la tarde-noche.</p>
<p>PROLONGACIÓN DEL AFORO</p> <p>Podría calificarse como una variante del botellón. Este fenómeno es el resultado de la concentración de personas en las zonas próximas a los establecimientos en los que se está consumiendo. En este caso, la compra de bebida se realiza en el interior del recinto y se saca a la calle en recipientes de plástico.</p>	

Principales Puntos de Localización

MADRID

- ✍ ÁGATA (DISTRITO DE VILLAVERDE)
- ✍ ARCIPRESTE DE HITA (JUNTA MUNICIPAL DE MONCLOA)
- ✍ ARTURO SORIA
- ✍ AVENIDA DEL BRASIL
- ✍ BARCELÓ
- ✍ BEATRIZ DE BOADILLA
- ✍ CASA DE CAMPO
- ✍ CHUECA
- ✍ DOS DE MAYO
- ✍ DUQUE DEL SEVILLANO
- ✍ FARO DE MONCLOA
- ✍ FRANCISCO DE SALES CON ANDRÉS MELLADO
- ✍ HERMANOS GARCÍA NOBLEJAS / ALCALÁ
- ✍ HILARIÓN ESLAVA (ENTRE DONOSO CORTÉS Y JOAQUÍN MARÍA LÓPEZ)
- ✍ INTERCAMBIADOR DE MONCLOA
- ✍ JUAN BRAVO, Nº 33, 35 Y 37
- ✍ JUAN PUJOL
- ✍ MARCELIANO SANTA MARÍA
- ✍ PARQUE DEL OESTE
- ✍ QUINTA DE LOS MOLINOS
- ✍ SALESAS
- ✍ SAN ILDEFONSO
- ✍ SANTA ANA
- ✍ SANTA BÁRBARA
- ✍ SOCORRO
- ✍ VILLA DE PARÍS

3.3. MEDIDAS ALTERNATIVAS DE OCIO

La cultura del trabajo de los países desarrollados se encuentra actualmente en crisis. El problema del paro, la reducción de la vida laboral (la edad mínima de trabajo va subiendo y la edad de jubilación bajando), la inestabilidad de quienes alternan sistemáticamente períodos de trabajo y paro, son aspectos que han incidido significativamente en la valoración del uso del tiempo.

“Existe un bienestar, una riqueza, que proviene de una vida plena, con posibilidad de acceso a la cultura, a los deportes, al recreo, a los amigos, a la comunidad, con la oportunidad de compartir actividades, para contribuir en la misma medida que se es receptor, para poder dar y obtener sin la complicación del dinero. La inter-dependencia, en otras palabras, es tan importante para muchas gentes como lo es la in-dependencia⁵”.

El hombre no puede autorealizarse en su plenitud sólo trabajando, necesita también jugar, reír, estar sólo, escuchar música, leer, pensar, etc., es decir, necesita complementar las horas de trabajo con horas de descanso y esparcimiento para un desarrollo personal pleno. El trabajo crea un marco favorable para desarrollo personal e intelectual de las personas pero no debe entenderse como la única forma de autorealización. A menudo, vivir para trabajar y acumular dinero supone una limitación a la posibilidad de disfrutar del tiempo para el ocio y de las consecuencias que se derivan de ello (participación en la vida familiar, en las actividades recreativas, educativas, culturales, etc.). Esta realidad ha llevado a un paulatino cambio en la escala de valores de las personas para quienes la disposición del tiempo de ocio ha comenzado a ser una preocupación y una prioridad.

Si bien la disposición del tiempo libre constituye una prioridad cada vez más extendida entre la población, a menudo, el ocio querido es un ocio programado por otros, lo cual lleva en muchas ocasiones a la repetición sistemática de comportamientos que niegan la existencia de otras alternativas capaces de desarrollar las aptitudes de sus participantes.

Nuestro sistema educativo, escolar y familiar, no contempla la educación para el ocio olvidando de este modo que también es necesario enseñar las diferentes formas que existen de disfrutar del tiempo libre.

⁵ Handy, Charles, (1986), El futuro del trabajo humano. Barcelona, Ariel, p. 172.

“Está claro que hay cierta educación que debe darse a los hijos, no por ser útil ni necesaria, sino por ser liberal y hermosa (...). Así pues, deben aprenderse y formar parte de la educación algunas cosas orientadas a ocupar el ocio en la diversión, y que estas enseñanzas y esos conocimientos tienen en sí mismo su finalidad; mientras que las referentes al trabajo hay que considerarlas necesarias y en virtud de otros beneficio⁶”.

Las actividades de ocio nocturno se encuentran encasilladas en un modelo de diversión muy sistemático y asentado entre la población que ofrece pocas variaciones y escasas oportunidades de desarrollo personal, en términos de participación y desarrollo de iniciativas. Esta situación ha generado entre los usuarios un tipo de comportamiento muy mecánico que se identifica en el argot juvenil con “la noche” y que se reduce a una serie de ritos esenciales: reuniones de grupos en locales o en la vía pública, música, penumbra combinada con luces intensas -en el caso de los establecimientos-, y consumo de bebidas, por lo general, alcohólicas.

El estereotipo de diversión de los jóvenes ha multiplicado la oferta de actividades dirigidas a satisfacer este único modelo de diversión, lo cual ha llevado a que los usuarios no se planteen la posibilidad de desarrollar nuevas actividades.

El hecho de que exista un modo de diversión de fin de semana muy asentado no debería hacer olvidar que hay otras demandas y otras opciones de ocio capaces de satisfacer necesidades no cubiertas y, en muchos casos, ni siquiera contempladas. La posibilidad de elegir entre varias alternativas de ocio permite:

- ✍ Ampliar los círculos de amistades
- ✍ Desarrollar distintos intereses y aptitudes personales
- ✍ Desarrollar la capacidad de iniciativa personal
- ✍ Favorecer la convivencia de los barrios y municipios en los que se desarrollan las diferentes actividades

La rápida extensión de determinados modelos de diversión que suponen un problema para la conciliación del tiempo de ocio y de descanso ha puesto de manifiesto la existencia de un cambio en los gustos de la demanda y de necesidades no satisfechas.

⁶ Aristóteles, (1991), Política, Madrid, Alianza Editorial, p. 1338 a y b.

Este hecho plantea la necesidad de ofrecer nuevas alternativas capaces de satisfacer estos intereses e impulsar nuevos modelos de diversión que se alejen de los estereotipos que se asocian a la cultura de la noche.

De un tiempo a esta parte la “Cultura de Ocio Alternativo” ha comenzado a implantarse paulatinamente en distintos puntos de nuestra geografía. El éxito de las experiencias llevadas a cabo en diversos Ayuntamientos (Gijón, Avilés, La Fresneda, Langreo, Fuenlabrada, Torrejón de Ardóz, Madrid –Vallecas-, Huelva, Almería, Burgos, Aranda de Duero, Valladolid, Tenerife, Menorca, Melilla, etc.) ha puesto de manifiesto el interés de la juventud por participar en nuevas iniciativas y la necesidad de ofertar nuevas alternativas de ocio para favorecer el desarrollo personal de este colectivo.

El objetivo de estas medidas es ofrecer alternativas activas a la oferta consumista de ocio que caracteriza el modelo de diversión actual, proponiendo un ocio activo y participativo basado en el desarrollo de actividades deportivas y culturales durante las noches de los fines de semana.

La filosofía de estas actividades es que los jóvenes:

1. *Aprendan a hacer más que a ver cómo hacen otros*
2. *Fomenten las relaciones de grupo*
3. *Desarrollen sus propias iniciativas y capacidades*
4. *Descubran nuevos intereses y motivaciones*

PROGRAMA DE INTERVENCIÓN EN PLAZAS Y PARQUES PÚBLICOS DURANTE EL FIN DE SEMANA AYUNTAMIENTO DE MADRID

“El Programa de Intervención con jóvenes en Plazas y Parques Públicos durante el Fin de Semana” nace por iniciativa del Plan Municipal Contra las Drogas del Área de Servicios Sociales y el Departamento de Juventud del Área de Cultura, Educación, Juventud y Deportes.



Bajo el eslogan “No t_ pases, entera_t” se pretende desarrollar una serie de actuaciones encaminadas a informar a los jóvenes sobre los efectos del alcohol y orientarles hacia un consumo responsable que disminuya los posibles riesgos asociados, contribuyendo a difundir las alternativas de oferta lúdica que existen en Madrid y a disminuir el impacto medioambiental que produce este modo de consumo.

A tal fin, se ha previsto la consecución de los siguientes objetivos específicos:

- ✍ Proporcionar a los jóvenes en situación de consumo activo, una información útil acerca de los riesgos asociados al consumo inadecuado de alcohol.
- ✍ Reducir la accidentalidad de tráfico derivada del consumo de alcohol entre los jóvenes en el fin de semana.
- ✍ Acercar a los jóvenes información veraz sobre los diferentes compuestos alcohólicos, sus características y sus efectos.

- ✍ Aproximar a las zonas de ocio juvenil en las que se concentra el consumo de alcohol y otras sustancias, toda la información sobre los servicios que es importante conocer y que se mantienen activos durante las noches de ocio de fin de semana: E.M.T (horarios especiales: B.U.O), taxis y radio-taxis, servicios de emergencia tanto sanitarios como de seguridad, etc.

- ✍ Motivar a los jóvenes para que conozcan y se interesen por los recursos culturales, deportivos y recreativos que el Ayuntamiento de Madrid oferta, así como de otras alternativas de ocio disponible en nuestra ciudad.

- ✍ Establecer líneas directas de comunicación con los sectores de jóvenes que, en este momento, marcan las pautas de consumo de alcohol, que nos permita recoger sus sugerencias y adaptar las actuaciones preventivas a estos colectivos localizados y definidos.

Se trata de la primera iniciativa llevada a cabo por el Ayuntamiento de Madrid que, por primera vez, se dirige de modo directo a los jóvenes que se reúnen en plazas y parque públicos durante el fin de semana para consumir alcohol de forma inadecuada.

El fenómeno de lo que se conoce en el argot juvenil como “la noche” se refiere a un estilo de vida que se desarrolla al amparo de la madrugada que comienza a ser considerado como un factor asociado a consumos abusivos de alcohol. Como consecuencia de este tipo de consumo se derivan importantes daños:

- ✍ Incremento de los accidentes de tráfico durante los fines de semana.
- ✍ Elevado número de intervenciones en calle de los equipos del SAMUR para atender intoxicaciones y comas etílicos.
- ✍ Deterioro de los espacios comunes, correspondientes a parques y plazas públicas.

Y lo que es más importante, el riesgo para la salud que supone el consumo reiterado y abusivo de bebidas alcohólicas por parte de los jóvenes y, en especial, de los menores de edad. Partiendo de esta consideración, se pone en marcha un equipo de mediadores especializados en la prevención de las drogodependencias cuya misión consistirá en facilitar información e involucrarse activamente en la realidad de este colectivo, mediante la resolución de las

posibles dudas que se generen y la captación de los problemas y necesidades concretas de los jóvenes. Algunas de las principales acciones que deberán desempeñar son:

- ✍ Difusión de información y mensajes útiles relativos a los riesgos relacionados con el consumo de alcohol.
- ✍ Intervención directa con los grupos de jóvenes, para intentar conseguir un consumo responsable.
- ✍ Acciones de educación de calle dirigidas a acercar las estrategias de disminución de riesgos asociados al consumo de alcohol, ahondando especialmente en aquellas que trabajan el peligro de asociar alcohol y conducción.
- ✍ Difusión de la oferta lúdica y cultural que, dirigida a los jóvenes, ofertan los diferentes programas de ocio alternativo promovidos por el Ayuntamiento de Madrid y otras administraciones públicas.

Los equipos de trabajo establecerán puntos de información ubicados en las diferentes zonas seleccionadas cada noche desde los que realizarán la intervención directa con los grupos de jóvenes y la evaluación del programa mediante la participación de jóvenes voluntarios a los que se solicitan sus aportaciones, sugerencias y opiniones sobre los materiales, las intervenciones y las alternativas de ocio que existen actualmente en Madrid.

Las zonas seleccionadas para intervenir durante la primera fase del programa (del 28 de septiembre al 29 de diciembre) son:

Zona Centro

- ✍ Plaza de las Salesas
- ✍ Plaza de Barceló
- ✍ Plaza del Dos de Mayo
- ✍ Plaza de San Juan Pujol
- ✍ Plaza de San Ildefonso
- ✍ Plaza de Alonso Martínez
- ✍ Plaza de la Villa de París
- ✍ Plaza Vázquez de Mella

Zona Moncloa

- ✍ Parque Almansa
- ✍ Parque del Oeste
- ✍ Paseo Ruperto Chapí (Parque del Oeste)

Zona Tetúan

- ✍ Parque Calle de Tenerife
- ✍ Avenida de Brasil
- ✍ Parque de Rodríguez Sahagún

Zona Chamberí

- ✍ Aurrerá
- ✍ Calle Manuel Cortina- Parque
- ✍ Centro Galaxia (c/ Isaac Peral/Fernández de los Ríos)
- ✍ C/ Santander/Parque Islas Filipinas

En torno al tema del consumo del alcohol, y más concretamente de alcohol en jóvenes, se han ido creando una serie de mitos y falsas creencias que han contribuido en cierta medida a la estereotipación de parte de la población y al uso de sustancias sin un conocimiento real de sus efectos.

La cultura del alcohol se transmite a través de sus creencias sociales, y éstas a través del proceso de socialización. Antes de iniciarse en el consumo se tiene una idea preconcebida de sus efectos que suele ser más positiva que negativa, lo cual podrá ser un desencadenante de los inicios de la dependencia.

Los tópicos que circulan en nuestra sociedad sobre el consumo de bebidas alcohólicas generan en su mayoría expectativas positivas, que afectan directamente a la juventud. Algunos de estos tópicos podrían resumirse en los siguientes puntos:

El *alcohol*...

- ✍ Reporta calor
- ✍ Abre el apetito
- ✍ Previene las enfermedades de corazón
- ✍ Hace más amables y simpáticas a las personas
- ✍ Ayuda en las relaciones sexuales

Este hecho pone de manifiesto la existencia de una alarmante falta de información sobre los efectos reales del consumo abusivo de esta sustancia. Un estudio realizado por CEAPA⁷ en 1998 indica lo asentados que se encuentran determinados estereotipos en nuestra sociedad, ya que entre el 30 y el 40 por ciento de los entrevistados consideran que el consumo de alcohol podría repercutir en beneficios orgánicos o sociales, mientras que más de la mitad opinan que tiene un beneficio psicológico. En cambio, tan sólo un 18 por ciento señalaba haber experimentado alguna vez alguno de estos supuestos beneficios.

Beneficios	ESTEREOTIPOS O IMÁGENES SOBRE EL ALCOHOL POSIBLES BENEFICIOS QUE LE ATRIBUYEN AL ALCOHOL	
	Respuestas ¹ (%)	Entrevistados/as (%)
Orgánicos		
No, ninguno	54	54
Sí	66	38
Ns/Nc	8	8
Psicológicos		
No, ninguno	42	42
Sí	89	52
Ns/Nc	6	6
Sociales		
No, ninguno	60	60
Sí	49	33
Ns/Nc	7	7

FUENTE: *Los padres y madres ante el consumo de alcohol de los jóvenes*, CEAPA. EDIS. 1998.

(1) La suma es superior a cien, al ser respuestas múltiples.

Los resultados de este análisis plantean la necesidad de abordar la realidad del consumo de alcohol desde un punto más social y psicológico y desde su entorno familiar. La intervención debe realizarse de forma directa con jóvenes a través grupos de personas que sean capaces de conectar y captar los problemas y necesidades de este colectivo.

“El Programa de Intervención con jóvenes en Plazas y Parques Públicos durante el Fin de Semana” surge para dar respuesta a esta problemática a través de la intervención directa de un equipo de técnicos.

El hecho de pretender actuar contra una serie de tópicos muy enraizados en nuestra sociedad lo convierte en un programa no exento de posibles obstáculos y amenazas:

✍ Nuestra organización social tolera de buen grado el consumo de alcohol.

⁷ *Los padres y madres ante el consumo de alcohol de los jóvenes*, CEAPA, EDIS, 1998.

- ✍ El inicio del consumo es algo grupal y asociado a nuestras relaciones de mayor afecto, de modo que las intervenciones deben incidir sobre grupos de amigos (pandillas).
- ✍ La intervención directa debe competir con la persuasión de la publicidad que refuerza la simbología subyacente en nuestra estructura social de asociación de valores como la sociabilidad o la amistad con el consumo de esta sustancia.
- ✍ Las alternativas de ocio deben ser lo suficientemente atractivas como para captar una demanda muy asentada.
- ✍ La labor informativa requiere una labor de centralización por parte de las distintas instancias educativas, sociales y familiares que inciden sobre el colectivo juvenil.

**PROGRAMA DE OCIO SALUDABLE PARA EL FIN DE SEMANA
"LA TARDE MÁS JOVEN" Y "LA NOCHE MÁS JOVEN"
AYUNTAMIENTO DE MADRID**

El "Programa de Ocio Saludable para el Fin de Semana" pretende constituir una oferta estable y mantenida que se convierta en referente de ocio para los adolescentes y jóvenes de Madrid. Su objetivo es ofrecer a los adolescentes entre 12 y 16 años y a los jóvenes de 16 a 24 años espacios y actividades de ocio saludable durante los fines de semana y períodos vacacionales que supongan una alternativa al modelo de ocio pasivo de bares y copas.

Para lograr la consecución de este objetivo se han previsto desarrollar los siguientes objetivos operativos:

- ✍ Ofertar espacios lúdicos y actividades para su realización en los períodos, horarios y lugares en los que habitualmente se concentran los consumos de alcohol y otras drogas.
- ✍ Diversificar la oferta de alternativas en función de la banda de edad a quienes van dirigidas, diferenciando un sector adolescente (entre 12 y 16 años) y un sector juvenil (entre 16 y 24 años).
- ✍ Promover la descentralización de las zonas de ocio seleccionando los dispositivos para la instalación del programa en zonas próximas a los lugares de concentración juvenil.
- ✍ Realizar actividades dirigidas a conectar las iniciativas extraescolares desarrolladas en los días laborables con aquellas que se programan para el ocio de fin de semana, de manera que ambas acciones se potencien tanto en participación como en la consecución de objetivos.
- ✍ Fomentar la colaboración de entidades comunitarias de carácter público o privado, promuevan acciones de fomento del ocio juvenil o cedan instalaciones para la realización de las mismas.
- ✍ Poner a disposición de los adolescentes y jóvenes aquellas instalaciones públicas dedicadas a actividades de carácter cultural y deportivo, (bibliotecas, piscinas, centros culturales y deportivos), adecuando su horario de apertura al horario habitual de salida

para los jóvenes (viernes y sábado noche, sábados tarde), con el fin de diversificar las opciones en el tiempo libre.

- ✍ Propiciar la colaboración del tejido asociativo en el diseño e implementación de las actividades que se desarrollen en el marco del programa, con la finalidad de promover la participación social.
- ✍ Facilitar el acceso a cuantas instalaciones estén contempladas en el marco del programa, con el objetivo de llegar a todos los jóvenes, independientemente de su nivel económico.

El programa desarrolla una serie de actividades bajo dos títulos genéricos “La Tarde Más Joven” y “La Noche Más Joven”. La idea de diferenciar dos modalidades divididas en función de la edad de los participantes surge a partir de los datos resultantes del “Informe previo de Evaluación”, elaborado al término de la primera etapa del programa durante el año 2001, que ponen de manifiesto importantes diferencias de edad en términos de hábitos de consumo, gustos, actitudes, percepción frente a las drogas, etc.

El proyecto es una continuación de los elaborados por el Departamento del Plan Municipal Contra las Drogas, de manera que la experiencia acumulada en otros programas permite ir evaluando aspectos clave para el desarrollo de iniciativas futuras, tales como:

- ✍ El nivel de participación
- ✍ El grado de satisfacción de los/as participantes
- ✍ Las nuevas demandas y sugerencias
- ✍ Las modificaciones en los hábitos de consumo y actitudes

Asimismo, la existencia de experiencias anteriores permite dibujar un perfil tipo de asistentes que favorece la definición y diseño de actividades adecuadas a sus gustos y necesidades. Según los datos del informe, el perfil de los adolescentes entre 12 y 16 años asistentes al programa “La Tarde Más Joven” sería:

- ✍ **Edad:** la edad media de los participantes se sitúa en los 12,7 años. El grupo de edad mayoritario de los participantes en el Programa es de 12 a 13 años (43,4%), seguido del grupo de 14 años (16,7%) y, en tercer lugar, el grupo de 15 y 16 años (13,3%).

- ✍ **Sexo:** el 58% han sido varones y el 42% mujeres, por lo que la proporción por sexos de los jóvenes asistentes es relativamente desequilibrada.
- ✍ **Lugar de residencia:** como era previsible, la mayoría residen en los mismos distritos en donde se realizaban las actividades o bien en distritos muy próximos. Además el 99% de los asistentes vive con sus padres.
- ✍ **Estudios:** el 66,7% están cursando la Enseñanza Secundaria Obligatoria y el 29% el último ciclo de Primaria. Únicamente un 1% está estudiando Formación Profesional.
- ✍ **Aficiones:** en cuanto a las aficiones que han manifestado estos jóvenes, el 32,2% de los asistentes señala tener afición por los deportes, el 21,7% es aficionado a los juegos de ordenador y consolas. Para un 11,5% la afición preferida es ver la televisión o visionar algún vídeo.

Por su parte, el perfil de los jóvenes de 17 a 24 años asistentes al programa "La Noche Más Joven" sería:

- ✍ **Edad:** la edad media de los participantes se sitúa en los 18,5 años. El grupo de edad mayoritario de los participantes en el Programa es de 16 a 18 años (42,7%), seguido del grupo de 19 a 21 años (29%) y de 22 a 24 años (12,8%).
- ✍ **Sexo:** el 53,8% han sido varones y el 46,2% mujeres, lo que representa una proporción por sexos relativamente desequilibrada.
- ✍ **Lugar de residencia:** como era previsible, la mayoría residen en los mismos distritos en donde se realizaban las actividades. Además el 93,2% de los asistentes vive con sus padres.
- ✍ **Estudios:** el 82% son estudiantes o estudian y trabajan. Un 51% están cursando la Enseñanza Secundaria Obligatoria y el Bachillerato, tal como se corresponde con la edad media de los asistentes y el 18,8% se encuentra estudiado alguna licenciatura.
- ✍ **Aficiones:** en cuanto a las aficiones que han manifestado estos jóvenes, el 66% de los asistentes señala tener afición por los deportes, **el 47% señala tener como afición ir a**

bares, salas de fiestas y discotecas, es decir lo que se ha venido en llamar "salir de marcha" y, en tercer lugar, el 25% es aficionado a los juegos de ordenador, consolas y a Internet.

Una de las principales pretensiones de cada una de las modalidades del programa es que sus actividades sean:

- ✍ De marcado carácter participativo
- ✍ Variadas y atractivas
- ✍ Adecuadas a diferentes gustos y aptitudes

A tal fin, el programa presenta la siguiente clasificación de actividades:

- ✍ Actividades programadas o dirigidas en las instalaciones deportivas municipales.
- ✍ Actividades programadas o dirigidas en los centros culturales municipales.
- ✍ Actividades programadas o dirigidas en otros dispositivos comunitarios activados para esta etapa del programa.
- ✍ Utilización libre de las instalaciones deportivas municipales (zonas de cafetería, salas comunes, etc.).
- ✍ Utilización libre de las instalaciones culturales municipales (zonas de cafetería, sala de música y videos, disco-bar, karaoke, match de improvisación, etc.).
- ✍ Utilización libre de otras instalaciones culturales, deportivas, educativas o recreativas comunitarias activadas para esta etapa del programa.

ASOCIACIÓN "ABIERTO HASTA EL AMANECER"

"Abierto Hasta el Amanecer" (AHA) se inicia en la ciudad de Gijón en 1997, y surge de la iniciativa de un grupo de jóvenes involucrados en una organización juvenil relacionada con temas de empleo, ocio y tiempo libre.

Nace con la idea de convertir la noche en una franja horaria llena de actividades destinadas al público joven. La génesis del proyecto parte de la observación de una realidad:

1. Los jóvenes disfrutan del tiempo libre principalmente durante las noches de los fines de semana
2. Existen entre los jóvenes inquietudes que no se satisfacen desde el modelo de diversión actual de ocio pasivo (bares + copas)
3. Existen equipamientos e instalaciones culturales y deportivos que permanecen cerradas durante esta franja horaria susceptibles de ser utilizados.

Los resultados de este análisis ponen de manifiesto una necesidad emergente que permite conjugar la animación sociocultural con una iniciativa empresarial. Los principales objetivos que persigue el programa podrían resumirse en los siguientes puntos:

- ✍ Convertirse en una alternativa de ocio y tiempo libre para los jóvenes en horario nocturno durante los fines de semana a través de actividades gestionadas por ellos mismos.
- ✍ Actuar como un programa educativo que prevenga el consumo abusivo de sustancias nocivas (alcohol, drogas, etc.).
- ✍ Ser una medida que revitalice la convivencia y la vida social y cultural de los barrios y los municipios en donde se desarrollan las actividades.
- ✍ Dar un mayor uso a las instalaciones públicas a favor de un mayor aprovechamiento y beneficio tanto para los jóvenes como para las diferentes Administraciones Públicas
- ✍ Responsabilizar y comprometer a los jóvenes en el diseño y organización de actividades

En definitiva, el programa de animación sociocultural pretende aunar tres propósitos: promocionar los hábitos de vida saludables, aprovechar los recursos municipales existentes y crear empleo juvenil.

La Asociación inicia su actividad dentro de un grupo juvenil ya existente, pasando al poco tiempo a independizarse como organización juvenil y asociación "Abierto Hasta el Amanecer". Las primeras actividades y proyectos piloto que organizaron se llevaron a cabo en los barrios de La Calzada y Natahoyo (Gijón) desbordando las más optimistas previsiones de la organización.



El programa tuvo una enorme aceptación ya que fue seguido por miles de jóvenes (más de 10.000 participantes entre mayo y junio de 1997), por lo que rápidamente se ha extendido a numerosos municipios de diferentes partes del país como Fuenlabrada, Vallecas, Leganés y Torrejón de Ardoz (Comunidad de Madrid), Castellón de la Plana, Vic (Barcelona), Huelva, y Almería (Andalucía), Burgos, Aranda de Duero y Valladolid (Castilla y León) o Melilla, así como en otros muchos municipios de Asturias (Langreo, La Fresneda y Avilés).

Sin embargo, la ciudad de Gijón es en donde este programa ha tenido una mayor aceptación y continuidad tanto entre los jóvenes como por parte de la administración municipal. La primera edición se organizó en 1997 y actualmente se programan 3 ediciones al año. Ha sido tal la acogida que el programa se considera implantado al constituir para los jóvenes una alternativa más al ocio nocturno del fin de semana.

Lógicamente, para que el programa funcione como una verdadera alternativa de ocio, tiene que tener una continuidad en el tiempo para no convertirse en un fenómeno aislado y pintoresco. Para ello, el programa funciona con ediciones de tres meses de duración y se interrumpe durante el período vacacional:

- ✍ Primer mes. Preparación de actividades.
- ✍ Segundo y tercer mes: Desarrollo de actividades.

La base del programa se estructura en tres campos: espectáculos, talleres y deporte con un objetivo común: la ocupación del tiempo libre.

- ✍ **Espectáculos.** Incluye programación de cine, conciertos musicales y espectáculos teatrales en la línea de mayor aceptación popular.
- ✍ **Deporte.** Promueve la participación de los jóvenes en diferentes actividades deportivas de gran aceptación (fútbol sala, baloncesto, etc.) y otras de carácter más minoritario (escalada, hípica, submarinismo, etc.).
- ✍ **Talleres.** Se trata de talleres divulgativos que pretenden acercar las actividades a los jóvenes. En este área, cada vez se programan más actividades multiculturales con el fin de facilitar un mayor grado de conocimiento y de integración del resto de etnias culturales, religiosas, idiomáticas, etc.

El diseño de la programación se realiza sobre la base de los gustos y preferencias de los jóvenes, en este sentido, no se pretende diseñar un programa cargado de elementos innovadores y sorprendentes, sino que se decanta por aquellas actividades de amplia y probada aceptación. El sistema de evaluación utilizado es un cuestionario que permite analizar el grado de satisfacción de los usuarios una vez finalizadas las actividades e introducir las modificaciones pertinentes a la hora de diseñar futuras experiencias en otros barrios o municipios.

También se busca facilitar el intercambio de ideas con los jóvenes. De esta forma se intentan incluir aquellas propuestas que ellos van haciendo sobre la marcha, siempre que esto sea posible.

El programa pretende promover nuevas iniciativas e impulsar la vocación empresarial de los jóvenes mediante el apoyo al desarrollo de las propuestas por los propios jóvenes promotores de las ideas de negocio de manera que adquieran un protagonismo real en el desempeño del proyecto.

Una de las principales características del programa es su gran flexibilidad. Principalmente utilizan polideportivos y centros culturales, aunque adaptan los programas a la realidad y a las condiciones existentes en cada municipio o pueblo y a las instalaciones de las que se pueden disponer: colegios, polideportivos, instalaciones de la Universidad como en el caso de Leganés, etc.

Esta flexibilidad les lleva a proponer la posibilidad de utilizar otros recursos existentes en los municipios y barrios como museos o monumentos para su apertura nocturna los fines de semana. En los lugares en los que se ha desarrollado esta iniciativa ha tenido una gran acogida, porque sus horarios de normales de apertura coinciden con las jornadas educativas y laborales por lo que no pueden disfrutar habitualmente de ellos.

Los resultados de los tests de satisfacción han superado todas las expectativas de la organización, la valoración ha sido muy positiva destacando, entre otros, los siguientes aspectos:

- ✍ El ambiente
- ✍ Las relaciones entre los participantes
- ✍ La posibilidad de ampliar los círculos de amigos
- ✍ El conocimiento de nuevas actividades
- ✍ La posibilidad de desarrollar iniciativas empresariales propias
- ✍ El hecho de constituir una alternativa de ocio nocturno

TODO POR LA NOCHE AYUNTAMIENTO DE FUENLABRADA

El 19 de marzo de 1999 nace "Todo por la Noche" con la idea de crear una nueva alternativa de ocio nocturno dirigida a los jóvenes del municipio. Los colectivos de jóvenes y adolescentes disfrutaban mayoritariamente de su tiempo de ocio durante las noches de los fines de semana. Actualmente, existe un modelo de diversión muy consolidado entre los habituales de la noche en el que el binomio lúdico-alcohol está muy presente.

Dentro del ambiente nocturno existen gustos, estilos y tipos de personas muy diferenciados, sin embargo, en la gran mayoría de ellos el alcohol o el consumo de otras sustancias juega un papel esencial como elemento de relación social.



Según tendencias contrastadas entre diferentes estudios, los encuentros entre grupos de adolescentes se multiplican e inician a edades cada vez más tempranas. En los ritos de tránsito hacia la pubertad los adolescentes crean sus propios espacios y vínculos de unión como elementos de identificación y pertenencia al grupo. Esta conducta grupal marca el ámbito social en el que los adolescentes llevan a cabo el consumo de bebidas alcohólicas. Este hecho unido a que la oferta de actividades de ocio nocturno de las ciudades está, a menudo, poco diversificada, genera la multiplicación de un modelo de diversión pasivo, rutinario, poco estimulante y, lo que es más alarmante, que conlleva riesgos para la salud de nuestros jóvenes.

"Todo por la Noche" es un programa de prevención de actitudes violentas y consumo abusivo de alcohol que pretende ofrecer a la gente joven del municipio nuevas y diferentes alternativas culturales y deportivas. Uno de los principales fines que se persigue es que las actividades

fomenten la participación, la creatividad y las relaciones sociales de los asistentes, de modo que potencien la ciudad como lugar de disfrute y relación para todos.

El desarrollo de las actividades tendrá lugar durante los meses de marzo y mayo de 2002 estableciendo una diferenciación por turnos en función de la edad de los participantes (de 22:00 horas a 0:00 horas y de 0:30 horas a 2:30 horas).

El Ayuntamiento de Fuenlabrada pondrá a disposición del programa dos pabellones municipales y la Casa de la Cultura de la calle Honda en los que se realizarán torneos deportivos, talleres culturales, juegos de rol, bailes de salón, etc.. Todas las actividades tienen un precio simbólico que oscila entre 1,20 y 3,00 euros, en función del tipo de práctica y de los materiales utilizados.

El programa cuenta con un sistema de evaluación de resultados que permite conocer el grado de satisfacción de los asistentes e incorporar sugerencias y opiniones que pueden contribuir al desarrollo de mejoras para la planificación de experiencias futuras.



4. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA CARACTERIZACIÓN Y PROBLEMÁTICA DEL SECTOR

4.1. ANÁLISIS DAFO DEL SECTOR EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Como resultado de los trabajos realizados se ha procedido a efectuar un análisis desde una perspectiva estratégica del sector del ocio nocturno en la región madrileña. La metodología DAFO trata de identificar las fortalezas y debilidades de estas actividades, así como las oportunidades y las amenazas que pueden afectar a su futuro.

FORTALEZAS

Las principales fortalezas del sector del ocio nocturno se pueden resumir en:

Demanda creciente

La mayor importancia que se está concediendo en la sociedad actual a las actividades de ocio, también afecta a aquellas relacionadas con la noche. En este sentido, no sólo aumenta el número de usuarios de estas actividades, sino que se diversifica la demanda. En general, se puede afirmar que a este tipo de ocio se dedica un gasto creciente lo que facilita el aumento de la demanda.

Fuerte dinamismo empresarial

El crecimiento del sector del ocio nocturno atrae a un número importante de potenciales emprendedores, que cuentan con la existencia de una demanda creciente. Por otra parte, los conocimientos técnicos y tecnológicos necesarios para abrir un establecimiento dedicado a estas actividades son reducidos, lo que facilita la aventura empresarial. A esto hay que añadir que, a menudo, los nuevos empresarios son trabajadores del propio sector, que una vez acumulados conocimientos sobre el funcionamiento del mercado y un cierto capital inicial para hacer frente a las necesidades de inversión se deciden a abrir su propia empresa. Aunque la mortalidad de este tipo de empresas es relativamente importante, sin embargo es superada por la natalidad de nuevas empresas, de tal forma que el tejido empresarial tiende a crecer a pesar de todo.

Reducidas barreras de entrada

Tal como se ha señalado, los conocimientos necesarios para introducirse en el sector son bastante sencillos de ser adquiridos, no existiendo barreras de tipo tecnológico que dificulten la entrada de nuevos competidores. A menudo estos conocimientos se derivan de haber trabajado como asalariado en el sector durante un cierto tiempo, lo que facilita un conocimiento básico de la oferta y la demanda. Por otra parte, la inversión necesaria, al menos para las actividades más sencillas como son los bares de copas, no es excesivamente elevada ni innovadora en la oferta para hacerse un hueco en el mercado.

Concentración espacial

La concentración espacial es un elemento especialmente importante para el funcionamiento del sector del ocio nocturno. Salvo un reducido número de iniciativas empresariales y locales, no existe capacidad para orientar los flujos de la demanda por sí solos. Por el contrario, la concentración espacial de los establecimientos permite obtener ciertas economías de aglomeración, a las que difícilmente podrían acceder por sí solos.

Esta concentración espacial, que también se produce en otras actividades y que en el caso de la industria genera lo que se han denominado "distritos industriales", es el elemento básico que sirve para atraer a la demanda. Posteriormente ésta se distribuirá entre los locales que se encuentran en una determinada zona en función de diferentes características, tales como precio, oferta musical, preferencias estéticas, etc. En cualquier caso, esta concentración permite que los establecimientos con mayor capacidad de atraer demanda contribuyan a generar demanda para otros locales, y que se pueda producir la situación contraria cuando las modas cambien.

La cultura de la noche

Otro elemento clave para el sector es la cultura de la noche que existe en una sociedad como la española. Al margen de las modas o tendencias concretas de cada momento, la noche ha estado presente en toda la cultura del ocio de nuestro país, desde las fiestas y celebraciones populares (San Juan, etc.) como en las prácticas habituales de las diferentes generaciones. Sin duda, el tiempo apacible que tiene nuestro país durante la mayor parte del año, junto a la sociabilidad de las personas hacen que la noche haya estado siempre

presente en las prácticas de ocio. Evidentemente, hay dos elementos que han cambiado; por una parte, el tipo de actividades y la forma de disfrute preferida, que se adecuan a las modas como en otros ámbitos de la sociedad, y, por otra, la posibilidad de acceso a esa oferta de ocio nocturno por la mayor parte de la sociedad, como consecuencia de la mejora del nivel de renta de nuestro país.

DEBILIDADES

Las principales debilidades que afectan al sector son:

Bajo nivel de profesionalidad

La elevada temporalidad que existe entre los trabajadores de muchos locales de ocio nocturno no favorece la adquisición de los elementos básicos de profesionalidad necesarios para hacer realmente competitiva a la oferta existente. Es cierto que, por sus características, no se trata de un sector expuesto a la competencia externa –el servicio se produce y se consume en el mismo territorio-, pero la falta de profesionalidad puede afectar negativamente al sector. No sólo puede generar una imagen negativa de sus servicios, si no que puede terminar provocando el desvío de una parte de la demanda hacia otras actividades de ocio nocturno.

El riesgo que supone la falta de profesionalidad se ve acrecentado por la aparente coincidencia que se observa en muchos casos en el sector de la hostelería sobre la facilidad de las tareas a realizar que pueden ser llevadas a cabo por cualquier persona, sin que se requiera ningún tipo de cualificación especial. Siendo cierto que se trata de ocupaciones que no tienen unos requisitos de cualificación especialmente elevadas, también lo es la necesidad de abarcar unos mínimos, que son los que permiten ofrecer el servicio de forma satisfactoria a los clientes. Una mala o deficiente calidad genera finalmente un abandono de la clientela.

Elevada rotación de establecimientos

La elevada rotación de los establecimientos, sobre todo bares de copas, es un síntoma de una debilidad del sector. Si bien, en términos globales, se aprecia una tendencia hacia el aumento de la dimensión del sector, también es cierto que la excesiva mortalidad puede

generar situaciones nada positivas. Por una parte, supone un coste importante en términos de inversión y capital perdido, pues la mortalidad empresarial se debe a la imposibilidad de amortizar las inversiones realizadas y generar beneficios. Por otra, crea una situación de incertidumbre económica, que puede terminar afectando a los potenciales nuevos emprendedores.

Presencia de economía sumergida

El efecto de la economía sumergida va muy unido a la baja profesionalidad ya comentada. Las situaciones de economía sumergida responden a una cierta diversidad de razones; por una parte, son una respuesta a la búsqueda de beneficios que permitan rentabilizar la inversión realizada, básicamente mediante la reducción de los costes salariales o no salariales. Esta situación dificulta, por una parte, los procesos de adquisición de profesionalidad, que requieren una mínima perspectiva y una cierta estabilidad profesional. Por otra, pueden traducirse en la rebaja de los estándares requeridos para el desarrollo de la actividad (reducción de costes de insonorización, de seguridad, etc.), lo que genera inseguridad en los clientes y puede ser causa de importantes daños de diverso tipo.

Excesiva concentración de la oferta y la demanda

La concentración de la oferta tiene efectos positivos, pero una excesiva concentración puede terminar generando efectos negativos por la aparición de deseconomías de aglomeración. Este fenómeno se produce cuando existe una elevada concentración de actividades en un determinado espacio, que producen problemas de congestión –de tráfico, ambiental, etc.- que terminan dando origen a problemas para las actividades allí ubicadas.

Estas deseconomías en el caso de los establecimientos también están relacionadas con la percepción de los residentes en la zona, que se ve influida por factores como la congestión del tráfico, las restricciones para la movilidad, el ruido, etc., que terminan provocando un rechazo por parte de los vecinos por las molestias que les producen, en especial sobre su descanso nocturno. En este sentido, conviene señalar que las zonas más saturadas de establecimientos suelen ser las más conflictivas o, por lo menos, las que tienen una imagen de mayor conflictividad.

Por su parte, la excesiva concentración de la demanda en fines de semana puede provocar dificultades para la rentabilidad de los establecimientos, al menos de una parte, pues reduce de forma significativa el período de generación de ingresos, sin que se produzca una disminución equivalente de los gastos.

Incumplimientos normativos

Los incumplimientos normativos constituyen otra debilidad del sector por diversos motivos. Por una parte, genera o puede generar procesos sancionadores de diferente índole, que tienen un impacto sobre la cuenta de resultados del establecimiento, y que pueden llegar en los casos extremos al cierre temporal del local.

Por otra parte, determinados incumplimientos pueden tener un efecto negativo sobre la capacidad de atraer clientes, en especial aquellos relacionados con la seguridad de las personas. Por último, los relacionados con los horarios son una estrategia de ampliación de la actividad por parte de los locales, pero puede llegar a provocar reacciones de rechazo fuerte de los vecinos que terminen afectando de una forma negativa a la actividad de los establecimientos situados en una determinada zona.

Otros problemas que pueden generar dificultades son la ausencia del permiso de apertura, la existencia de locales con licencias diferentes a la actividad que realmente desarrollan, problemas derivados con un exceso de aforo y la falta de una insonorización apropiada del local.

OPORTUNIDADES

Las principales oportunidades del sector se pueden resumir en:

Importancia del ocio

Sin duda, el sector del ocio nocturno tiene importantes oportunidades de desarrollo como consecuencia de la creciente importancia que se concede al ocio, en todas sus formas, en la sociedad actual. Esta tendencia no parece que se vaya a modificar en un futuro próximo, sino que, por el contrario, la tendencia a un aumento de la importancia del “tiempo de ocio” en la vida de las personas. Esta mayor presencia puede estar vinculada a los cambios

en la organización del trabajo, en especial si se produce cambios relacionados con la reducción de la jornada, una mayor flexibilidad del tiempo de trabajo, etc., así como un descenso del desempleo que amplían las posibilidades reales de disfrute del “tiempo de no trabajo”.

En este contexto, las actividades de ocio nocturno tienen un papel importante, por ser las más fácilmente asequibles y ser de las que facilitan en mayor medida la relación con amigos, familiares y la posibilidad de encontrar nuevas amistades fuera del círculo habitual de las personas.

Crecimiento del nivel de renta

El crecimiento de la renta suele ir asociado con un cambio en los hábitos de consumo, perdiendo peso los gastos relacionados con las necesidades básicas, como la alimentación, y ganando peso otro tipo de gastos como los relacionados con la salud y el cuidado personal, el ocio, etc.

En este sentido, el crecimiento de la renta familiar facilita un mayor consumo de las actividades de ocio nocturno en sus diferentes formas, no sólo ligadas a las actividades objeto del presente estudio sino también de otras actividades como asistencia a espectáculos culturales, cine y teatro, restauración, etc.

Además, introduce cambios paulatinos en las formas de consumo, como pone de manifiesto que los hábitos son diferentes no sólo por razones de edad sino también de capacidad económica.

Atractivo turístico

La creación de una imagen positiva de la “noche madrileña” es evidentemente una fortaleza del sector. La imagen que aún conserva la “movida” madrileña, en especial en otros países, actúa como un elemento que complementa la oferta turística de nuestra región.

En este sentido, esta imagen es una clara oportunidad que puede ser puesta en valor y generar un incremento de la actividad, siempre que vaya ligada a otros parámetros como la calidad, la diversificación de la oferta, la seguridad, etc.

Incremento de la calidad

El incremento de la calidad es una oportunidad evidente para el sector del ocio nocturno. En general, parece que existe una tendencia entre los clientes de tener una conciencia cada vez mayor con el tema de la calidad. Esta situación no sólo obliga a una profesionalización del sector y de los propios empresarios, sino que también lleva a los responsables de los locales a definir una estrategia de permanente renovación de la oferta, mejorando los equipos humanos y técnicos, incorporando nuevos elementos externos (iluminación, decoración, etc.). Se trata, por tanto, de una estrategia dirigida a adaptarse a las demandas y gustos de los clientes en el marco de una mayor calidad de los servicios recibidos.

De forma individual, aquellos establecimientos que sean capaces de ofrecer los mismos servicios con un mayor nivel de calidad mejorarán su posición competitiva y de forma colectiva la mejora de la calidad media del conjunto del sector supondrá un aliciente para un mayor consumo de sus servicios.

Mayor diversificación de los servicios

La necesaria adaptación a los gustos de los clientes tiende a hacer que exista una mayor diversificación de la oferta, en especial entre las discotecas y salas de baile. La creación de diferentes ambientes de música y público dentro de una misma sala permite satisfacer los gustos de la mayor variedad de gente posible. Unido a esto muchos consumidores no solamente buscan un lugar en el que tomar una copa sino que también demandan otros servicios complementarios, como, por ejemplo, espectáculos. Los clientes buscan ocio, lo que es un concepto relativamente diferente del concepto tradicional que se tenía de un establecimiento de bebidas. En definitiva, los establecimientos deben tender a incorporar valor añadido, tal como sucede en el resto de actividades económicas, puesto que ya no se demanda únicamente la posibilidad de tomar copas, sino que cada vez más se pide que tengan una oferta cultural.

AMENAZAS

Por último, las principales amenazas a las que se tiene que enfrentar el sector son:

Generación de una opinión pública contraria a estas actividades

Una de las principales amenazas que afectan al sector es la posible generación de una opinión pública contraria a estas actividades, derivadas de la confluencia de factores de diverso tipo: excesivo consumo de alcohol por parte de los más jóvenes, ruidos, molestias, inseguridad, etc. Es evidente que no siempre el origen de estas situaciones no son responsabilidad directa de los propios establecimientos (por ejemplo, el ruido en la calle), pero están asociados a ellos en la percepción de los ciudadanos.

La consolidación de esta imagen negativa puede terminar dañando al sector o, al menos, a establecimientos localizados en determinadas concentraciones, por lo que la búsqueda de soluciones a estos problemas es algo en lo que el propio sector debe estar interesado.

Excesiva saturación del sector

La excesiva saturación de la oferta del sector es una amenaza no tanto en términos colectivos como individuales para los establecimientos. Esta saturación se puede traducir en un mercado insuficiente para todos los locales existentes, intensificando los procesos de mortalidad empresarial y de baja rentabilidad, que hagan que los potenciales emprendedores busquen otro tipo de actividades más atractivas. Este es un proceso que afecta a todos los sectores económicos, si bien nada permite augurar que se produzca un hundimiento del sector como tal, que parece tener asegurada una demanda creciente por los hábitos actuales de consumo del tiempo de ocio.

El “botellón”

El creciente desarrollo del “botellón” constituye una amenaza para el sector del ocio nocturno desde una doble perspectiva. Por una parte, drena los ingresos de los establecimientos que puedan generar las generaciones más jóvenes, que se dirigen hacia otro tipo de establecimientos (“tiendas de chinos”, supermercados, empresas de suministro de “bebidas a domicilio”). Por otra, genera una imagen negativa del ocio nocturno por los inconvenientes que provoca entre los vecinos (ruidos, hogueras, suciedad, inseguridad, incomodidades, etc.) que termina afectando de forma indirecta a los propios establecimientos de ocio nocturno.

Esta situación debería obligar, por parte de los establecimientos de ocio nocturno, a redefinir estrategias dirigidas al colectivo de los más jóvenes, sobre todo desde el punto de vista de los precios, pero no solamente. También deberían incorporar elementos claves en el origen del “botellón” relacionados con el ambiente de relaciones, etc.

Cambios en las modas

Una posible amenaza se deriva de los posibles cambios en las modas relacionadas con el consumo del ocio nocturno. No parece previsible que se produzca un cambio drástico a corto plazo, pero sí pueden ir produciéndose cambios paulatinos que terminen generando nuevas pautas de consumo de ese tipo de actividades. En definitiva, esta situación obliga a que los empresarios del sector sean capaces de detectar las tendencias que se manifiestan y se anticipen a las mismas mediante una adaptación de su oferta, que les permita ser competitivos.

Aplicación estricta de la normativa

La posible aplicación estricta de la normativa existente, en especial si se genera un ambiente social negativo hacia determinados excesos que se asocian a estas actividades (consumo de alcohol por menores de edad, etc.) puede generar una situación de dificultades para una parte de los establecimientos de ocio nocturno. La existencia de situaciones de incumplimiento de la normativa –falta de licencia de funcionamiento, discrepancias entre la licencia que se tiene y la actividad que realmente se oferta, problemas de seguridad e insonorización, etc.- pueden llevar a un planteamiento más duro del cumplimiento de la normativa existente. Esta situación obligaría a un esfuerzo económico para hacer frente a esos procesos de regularización, con la consiguiente pérdida de rentabilidad para una parte relevante de los establecimientos del sector.

Este proceso podría tener un efecto negativo para un cierto segmento de la oferta, que consideran más rentable trabajar al margen de la normativa existente que invertir para regularizar su situación, pero supondría un saneamiento del sector en su conjunto contribuyendo a que se mantuvieran en el mercado aquellas iniciativas más viables y con capacidad de cumplimiento de la normativa.

ANÁLISIS DAFO DEL SECTOR DEL OCIO NOCTURNO EN LA COMUNIDAD DE MADRID

FORTALEZAS

- ✍ Demanda creciente
- ✍ Diversificación de la oferta
- ✍ La natalidad de las empresas supera a la mortalidad de las mismas
- ✍ Fuerte dinamismo empresarial
- ✍ Reducidas barreras de entrada ✍ inversión accesible y oferta poco innovadora para entrar en el mercado
- ✍ Concentración espacial ✍ economías de aglomeración (atracción de la demanda)
- ✍ La cultura de la noche
- ✍ El clima

DEBILIDADES

- ✍ Bajo nivel de profesionalidad ✍ baja calidad del servicio
- ✍ Elevada temporalidad de los trabajadores ✍ inestabilidad profesional
- ✍ Elevada rotación y mortalidad de los establecimientos
- ✍ Excesivo minifundismo del sector
- ✍ Presencia de economía sumergida ✍ rebaja de los estándares requeridos para el adecuado desarrollo de la actividad
- ✍ Excesiva concentración de la oferta en determinadas zonas ✍ deseconomías de aglomeración ✍ problemas de congestión y molestias vecinales
- ✍ Incumplimientos normativos ✍ imagen negativa del sector ✍ ausencia del permiso de apertura

OPORTUNIDADES

- ✍ Importancia del ocio ✍ creciente valoración del tiempo de ocio
- ✍ Crecimiento del nivel de renta familiar ✍ cambio en los hábitos de consumo
- ✍ Atractivo turístico ✍ puesta en valor de la imagen positiva de “la noche madrileña” unida a otros parámetros como la diversificación de la oferta, la seguridad, etc.
- ✍ Incremento de la calidad ✍ creciente profesionalización del sector ✍ adecuación a la normativa y estrategia de permanente renovación de la oferta
- ✍ Mayor diversificación de los servicios ✍ incorporación de valor añadido (copas, espectáculos, exposiciones culturales, fotografía, pintura, etc.)

AMENAZAS

- ✍ Generación de una opinión pública contraria a estas actividades ✍ imagen negativa del sector ✍ ruido, suciedad, concentraciones callejeras, etc.
- ✍ Excesiva saturación del sector ✍ mortalidad empresarial y baja rentabilidad
- ✍ El “botellón” ✍ menores ingresos para los establecimientos e imagen negativa del sector
- ✍ Cambios en las modas ✍ aparición de nuevas pautas de consumo de este tipo de actividades ✍ necesaria capacidad de anticipación a las tendencias y adecuación de la oferta
- ✍ Aplicación estricta de la normativa ✍ endurecimiento de las sanciones

4.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DEL SECTOR

A continuación se plantean los principales problemas que presenta el sector de las actividades de ocio nocturno desde la perspectiva de distintos colectivos implicados: empresarios, usuarios y vecinos.

DESDE EL LADO DE LA OFERTA (EMPRESAS)

En opinión de los empresarios del sector, los principales problemas que afectan a las actividades de ocio nocturno son, entre otros, los siguientes:

La restricción horaria

La restricción horaria ha incidido de forma muy negativa sobre el sector de las actividades de ocio nocturno. La tendencia a prolongar la hora de salida de los usuarios unido a los recortes horarios de los establecimientos mantiene unos márgenes de actividad muy reducidos para las empresas. Esta situación desencadena un freno en el consumo que repercute significativamente sobre el sector de hostelería y por extensión del turismo, ya que el ambiente nocturno madrileño conocido como "la movida" constituye uno de los puntos fuertes de atracción para aproximadamente el 60-80 por ciento de los turistas extranjeros procedentes de países europeos como Alemania, Italia, Portugal o Francia.

Uno de los riesgos que se apuntan desde el lado empresarial es que a corto-medio plazo la vida nocturna de Madrid no sea lo suficientemente atractiva como para competir con los ambientes cada vez más en boga de otras ciudades europeas como Amsterdam o Londres. La *movida* es un bien turístico muy importante que debe ser explotado, máxime en un momento en el que se comienza a apostar por la calidad y profesionalización del servicio.

La adquisición de la licencia de funcionamiento

La ralentización que caracteriza los procesos de adquisición de la licencia de funcionamiento sigue siendo un problema que afecta de forma especial al sector de la hostelería, llegando a alcanzar largos períodos de espera. La lentitud de este proceso supone una traba tanto para la concesión de la licencia de adaptación como para acceder a la línea de ayudas de Incentivos a las Empresas Turísticas, Ocio y Recreo convocada por la Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid en marzo de 2000.

Las condiciones de los bares catalogados como bares especiales

La catalogación de un establecimiento como bar especial no ha tenido especial acogida entre los empresarios del sector ya que, en opinión de la Asociación Empresarial de Bares de copas y pubs de la Comunidad de Madrid, la ventaja horaria que supone dicho traspaso (una hora más que los bares-cafetería) no compensa el esfuerzo económico que supone la adecuación a la normativa y la pérdida de las ventajas de la anterior categoría (apertura de 20 horas diarias, posibilidad de tener plancha, etc.).

Actualmente existen en la Comunidad de Madrid en torno a 350 bares especiales, lo que supone aproximadamente un 7 por ciento del total de establecimientos. Esta cifra pone efectivamente de manifiesto la escasa repercusión de esta propuesta sobre el sector.

El botellón

La práctica del consumo colectivo de alcohol en la calle se ha convertido en un fenómeno que ha comenzado a formar parte de la cultura de los jóvenes. Este modo de diversión ha generado efectos perniciosos tanto para los empresarios del sector que han experimentado una pérdida sustancial de demanda potencial, como para los vecinos que sufren las consecuencias derivadas de la concentración de personas en la calle y de los comportamientos incívicos (ruidos, suciedad, etc.).

La oferta de actividades de ocio alternativas que impidan la estancia de los jóvenes en las calles (centros y locales municipales) se plantean como soluciones a largo plazo, de modo que la única solución viable para la erradicación de esta práctica sería la aprobación de una ley nacional que prohíba el consumo colectivo de alcohol en la calle, sin que esto se traduzca en una merma del Estado de Derecho ni en un recorte de las libertades de las personas. Otras medidas menos drásticas e igualmente efectivas -aunque a más largo plazo-, son todas aquellas que incidan sobre la concienciación cívica y la sensibilización de la sociedad con el problema (campañas de promoción de nuevas alternativas, foros contra la práctica del botellón, etc.).

La saturación del mercado

El mercado de las actividades de ocio nocturno en la Comunidad de Madrid está saturado. Si se observa el movimiento del mercado cada vez se realizan un mayor número de traspasos de locales que, en numerosas ocasiones, son una consecuencia directa de la restricción horaria y, por ende, del notable freno del consumo. Uno de los principales cambios que se han producido desde la época dorada de la movida es que ahora ya no es suficiente que el establecimiento esté localizado en una buena zona sino que además es necesario captar y atraer a la demanda de forma continuada a través del desarrollo de distintas estrategias empresariales (diferenciación, ventajas basadas en los costes/precios, etc.). Factores como la diversificación, la especialización y el aumento del nivel de exigencia de los consumidores han determinado la aparición de un tipo de actividad más centrado en los gustos y preferencias de la demanda.

Modificaciones a la normativa

Las principales propuestas de cambio que se plantean desde el sector empresarial son:

- ✍ Ampliación del horario de cierre
- ✍ Disponibilidad del permiso de terraza para los bares especiales
- ✍ Disponibilidad para bailar dentro del local en los bares especiales

DESDE EL LADO DE LA DEMANDA (USUARIOS)

Para el colectivo de usuarios consultado los principales problemas que cabría destacar los siguientes:

El precio

Por lo general, los bares de copas no presentan una buena relación calidad-precio. El coste de las copas es excesivamente caro y no siempre se corresponde con bebidas de calidad. Este es, en su opinión, uno de los principales motivos que ha impulsado el desarrollo del botellón. Ahora bien, el precio no suele constituir por sí mismo un elemento de discriminación a la hora de optar por un tipo de establecimiento u otro sino que está asociado al valor que los usuarios atribuyen al conjunto de su oferta (tipo de música, ambiente, calidad de la bebida, etc.).

“Yo puedo permitirme pagar 900 pesetas por una copa, pero va a estar malísima y haciendo el botellón sé lo que bebo y encima me lo paso bien” [adultos de 25 a 35 años]

La restricción horaria

Uno de los principales aspectos sobre los que debería incidir la Administración es la restricción horaria de los locales de copas. La reducción de la franja horaria de los establecimientos no se ajusta a las necesidades y preferencias de los usuarios quienes tienen a prolongar cada vez más el horario de salida nocturno. En su opinión, la ampliación de horarios en aquellos recintos que cumplan con la normativa establecida contribuiría a reducir sustancialmente los problemas que se derivan de la prolongación del aforo.

- ✍ “Lo que hace ruido no es la música, es la gente que está afuera”
- ✍ “(...) Y cuando hay más ruido es a las tres de la mañana cuando te cortan, te apagan las luces y te echan a la calle”
- ✍ “Te cortan en lo mejor de la noche, cuando más a gusto estás te dicen que todos a la calle”
- ✍ “Es que no es lo mismo que cuando sales a las seis de la mañana de un bar que sales derrengado y con ganas de irte a dormir (...), me voy a mi casa y no digo ni pío”
- ✍ “No hay más que ver la diferencia entre cruzarse a las tres de la madrugada con la gente que sale, que a las once de la mañana con la gente que viene de empalmar toda la noche y está zombi”

[adultos de 25 a 35 años]

El derecho de admisión

La selección del público que puede acceder a los locales es interpretada de una manera muy particular por los empresarios y la ley tampoco establece unos requisitos específicos por los que el derecho de admisión pueda ser ejercido con su correspondiente reserva.

Según la ley no se puede someter al usuario a una situación de desigualdad o trato discriminatorio, sin embargo, a menudo se aplican unos criterios de acceso, que defienden preventivo y que en muchas ocasiones responde a la búsqueda de un ambiente definido, que ponen de manifiesto un claro trato diferencial (pago de entrada en locales de acceso libre, etc.).

La vigilancia policial

Los jóvenes consideran que existe poca presencia policial en las calles, si bien difiere de una zona a otra, y tienen la sensación de que hay una cierta pasividad por parte de las autoridades. El control policial se intensifica cuando determinados conflictos se convierten en noticia a través de los medios de comunicación.

✍ "La presencia policial es según se haya publicado una noticia en los periódicos, pero que salga en el periódico, no que te hayas enterado tú de que haya habido una movida (...) al fin de semana siguiente y en los tres sucesivos hay policía, pero al siguiente no"

✍ "La policía pasa mucho"

[jóvenes de 16 a 24 años]

Consideran necesario incrementar el nivel de vigilancia y regular la venta de alcohol en los establecimientos, pero no están de acuerdo con la imposición de medidas prohibitivas.

✍ "Si pasa una patrulla de vez en cuando tú ya estás al loro o tu amigo de que no se desmadre demasiado pegándole patadas a un coche, o a un retrovisor porque te puede venir el policía y darte un toque"

✍ "Salen calentitos voceando y gritando porque nunca hay ningún poli"

[adultos de 25 a 35 años]

En opinión del grupo consultado, este tipo de acciones de vigilancia podría tener una función ejemplarizante y serviría para controlar los comportamientos de los jóvenes, siempre con la salvedad de aquéllos colectivos más agresivos.

La falta de conciencia cívica

A menudo, la manifestación de comportamientos incívicos está motivada por la confluencia de varios factores: el fácil acceso a las bebidas alcohólicas, una educación familiar excesivamente permisiva, un escaso control policial y la masiva concentración de personas que permite diluir responsabilidades.

El tipo de comportamiento está determinado por la educación y conciencia de cada uno. En opinión de los colectivos consultados, los problemas de suciedad y ruidos derivados de la práctica del botellón se deben a una falta de respeto y solidaridad hacia el vecino residente, no obstante la falta de conciencia cívica no debería buscarse en un único colectivo, el de los jóvenes, sino en el conjunto de la sociedad que se ha vuelto excesivamente permisiva.

La falta de alternativas estables de ocio

Los jóvenes coinciden en apuntar el botellón como una moda que ha comenzado por motivos fundamentalmente económicos y que ha pasado a formar parte de la cultura de la gente. La combinación de los tres elementos que caracterizan a este fenómeno: hablar, tomar una copa a precios económicos y escuchar la música preferida, ponen de manifiesto la existencia de necesidades no cubiertas susceptibles de constituirse en un nuevo nicho de mercado.

“(…) las discotecas o los locales convencionales no te ofrecen el ambiente del botellón, te ofrecen copas caras, dificultades para hablar y relacionarte (...) digamos que la gente va muy a su bola y eso acaba por quemarte”

[jóvenes de 16 a 24 años]

Sería necesario llevar a cabo un análisis que permita identificar las razones que han motivado la aparición de un fenómeno de estas características y ofrecer medidas alternativas que permitan reconducir el movimiento hacia otras formas de diversión que no tengan como protagonista la calle. La solución más factible, en opinión de los colectivos de jóvenes consultados, sería habilitar espacios y locales acondicionados en los que se desarrollen actividades suficientemente atractivas y adecuadas a las necesidades existentes como para captar la demanda.

DESDE EL LADO DE LAS ASOCIACIONES/COMUNIDADES DE VECINOS QUE RESIDEN EN ZONAS DE OCIO

Desde la perspectiva de los representantes de los vecinos afectados por las consecuencias que se derivan de la práctica de las actividades de ocio nocturno, éstas presentan los siguientes problemas e inconvenientes:

El control del cumplimiento de la normativa

A lo largo de los tres últimos años se observa una mayor intensificación de las intervenciones policiales y una menor expansión del sector que se encuentra actualmente colapsado. Ahora bien, esta realidad no obvia el incumplimiento de algunos aspectos de la normativa tales como la exhibición al público del cartel identificativo que no existe en la práctica totalidad de los establecimientos de la Comunidad de Madrid.

La intensificación del control del cumplimiento de la normativa no debe entenderse como un único medio de satisfacer las necesidades vecinales en términos de eliminación de ruido y suciedad. La adaptación de los establecimientos a la legislación vigente permitirá profesionalizar el sector y ofrecer unos niveles de calidad adecuados erradicando dentro del propio sector situaciones de competencia desleal que inciden muy negativamente sobre aquellas empresas que sí han realizado este esfuerzo.

En opinión de representantes del colectivo de vecinos, la Ley puede ser adecuada, si no para solucionar los problemas que hay en este momento, sí para paliarlos y afrontarlos en la medida en que hay que luchar desde el punto de vista tanto del cumplimiento de la misma como de la prevención a medio y largo plazo.

El botellón

El botellón es un fenómeno que ha ido derivando en una moda que tiene poco que ver con los argumentos de carácter económico que se vienen manejando desde los medios de comunicación. Se trata de una práctica que con el paso del tiempo se ha convertido en una costumbre que ha calado entre jóvenes de distintos segmentos de edad y diferente poder adquisitivo. El fenómeno del pub ha dado paso a una nueva modalidad de diversión que tiene como protagonista la calle; es precisamente este hecho, la concentración en la vía pública, unido a un comportamiento incívico de buena parte de sus usuarios, lo que ha despertado la alarma social. Como medio para paliar esta situación se ha planteado desde diferentes instancias el desarrollo de actividades alternativas que permitan a los jóvenes divertirse sin tener que estar en la calle.

Por otro lado, se baraja la posibilidad de intensificar actuaciones preventivas y aquellas otras encaminadas a sensibilizar y concienciar a los usuarios sobre la necesidad de conciliar el

derecho al ocio y al descanso y de mantener un equilibrio armónico de ciudad en términos acústicos, de limpieza y de respeto por el mobiliario urbano.

Estas actuaciones constituyen un buen comienzo pero no resultan efectivas por sí mismas sino se complementan con la existencia de una normativa que regule, por una parte, el consumo colectivo de alcohol en la calle y, por otra, la venta de alcohol en tiendas de comestibles (el alcohol está medido en el mismo epígrafe que la leche).

No se trata de señalar los problemas (suciedad, ruido, etc.) sino de asumir responsabilidades y ofrecer soluciones. Se plantea la necesidad de estudiar y reflexionar acerca de la confluencia de los elementos que han favorecido la multiplicación del botellón y lo que esto significa, más que evaluar las consecuencias que se derivan de su práctica.

La falta de conciencia cívica

La falta de conciencia cívica de buena parte de los jóvenes madrileños que ha puesto de manifiesto la práctica del botellón debe constituir una llamada de atención a los modelos de educación familiar y escolar que se han ido asentando entre la población. En opinión de algunos de los representantes de las asociaciones de vecinos, la extensión de este fenómeno no hace sino constatar el problema de la falta de prevención por parte de las autoridades estatales, municipales y autonómicas. Es necesario poner en marcha un plan que apueste fuertemente por la educación y la prevención en los ámbitos escolar y familiar y que, a su vez, esté reforzado por el desarrollo de medidas alternativas adecuadas a las necesidades emergentes.

Los procedimientos para la formulación de denuncias

Existe cierta desconfianza entre los vecinos sobre la actuación de la Administración en los procesos de tramitación de las denuncias.

La voluntad de cumplimiento empresarial

En opinión del colectivo vecinal no existe por parte de los empresarios una voluntad de cumplir con la legislación a pesar de las importantes cuantías de las sanciones.

La Comisión Consultiva

A lo largo de los tres últimos años se ha observado cierta mejoría; ahora bien, esta percepción de mejora no es posible contrastarla con ningún dato o análisis específico ya que finalmente, y

como planteaba la normativa, no se ha creado una Comisión de Seguimiento que permitiera, por un lado, realizar una radiografía de la situación y, por otro, que fuera un órgano que permitiera abordar aquellas cuestiones que no se dirimen en el municipio.

El efecto “esponjamiento”

Los locales tienden a concentrarse para aprovechar las economías de aglomeración lo cual favorece la existencia de un volumen importante de personas en un área limitada. Por este motivo, las distintas asociaciones vecinales plantean la posibilidad de restringir la apertura de nuevos locales en zonas especialmente saturadas e incentivar el traslado de aquellos establecimientos que no disponen de licencia de funcionamiento e incumplen la normativa a otras áreas menos masificadas.

IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS DEL SECTOR DEL OCIO NOCTURNO

DESDE EL LADO DE LA OFERTA (EMPRESAS)

- ✍ La restricción horaria
- ✍ La adquisición de la licencia de funcionamiento
- ✍ Las condiciones de los bares catalogados como bares especiales
- ✍ El botellón
- ✍ La saturación del mercado
- ✍ Modificaciones a la normativa

DESDE EL LADO DE LA DEMANDA (USUARIOS)

- ✍ El precio
- ✍ La restricción horaria
- ✍ El derecho de admisión
- ✍ La vigilancia policial
- ✍ La falta de conciencia cívica
- ✍ La falta de alternativas estables de ocio

DESDE EL LADO DE LAS ASOCIACIONES/C. VECINOS QUE RESIDEN EN ZONAS DE OCIO

- ✍ El control del cumplimiento de la normativa
- ✍ El botellón
- ✍ La falta de conciencia cívica
- ✍ Los procedimientos para la formulación de denuncias
- ✍ La voluntad de cumplimiento empresarial
- ✍ La Comisión Consultiva
- ✍ El efecto “esponjamiento”

5. RESUMEN Y RECOMEDACIONES

Los “establecimientos de bebidas” y “salas de baile y discotecas”

El subsector del ocio nocturno comprende un **amplio abanico de actividades** de diferente naturaleza que tienen gran importancia en la Comunidad de Madrid, más allá de las cifras puramente económicas.

Estas actividades están incluidas en las subclases de “establecimientos de bebidas” y “otras actividades artísticas y de espectáculos” de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-93). Las cifras existentes no son homogéneas, pues varían de forma sensible según la fuente estadística utilizada. Sin embargo, todas ponen de manifiesto una tendencia hacia el incremento del número de establecimientos existentes en ambas subclases, aunque en determinados años se produzcan ligeros retrocesos. En este sentido, **el número de locales de bebidas estaría en torno a 21.660 en el año 2000**, mientras que habría 3.591 locales de “otras actividades artísticas y de espectáculos”, si bien esta subclase incluye una gama de actividades muy variada y que no tienen siempre relación con el ocio nocturno.

La estructura empresarial de estas actividades se caracteriza por un **elevado grado de atomización**, superior en los “establecimientos de bebidas”. Más de la mitad de los locales carecen de asalariados, mientras que un 39,70 por ciento tienen entre 1 y 5 asalariados. El predominio de los **micro-establecimientos** es abrumador, pues representan casi un 98 por ciento de todos los locales que se dedican a estas actividades.

El **empleo** generado por estas actividades ha experimentado una **tendencia al alza**, tanto como resultado del crecimiento y consolidación de una parte relevante de las empresas existentes como por la aparición de nuevas iniciativas empresariales. Se puede estimar que el empleo generado por los “establecimientos de bebidas” y las “salas de baile y discotecas” está en torno a **85.600 personas**. De esta cantidad, 82.000 empleos corresponderían a los “establecimientos de bebidas” y 3.600 empleos a “salas de baile, discotecas y actividades similares”

A este empleo generado directamente por estos locales habría que añadir el inducido por su actividad en el conjunto de la economía madrileña. El multiplicador del empleo de estas actividades se ha estimado en torno a 1,39 aplicando la metodología de las tablas input-output.

De esta cifra 1 empleo corresponde a los puestos de trabajo generados en el propio sector (empleo directo) y los 0,39 empleos restantes al empleo indirecto inducido en el resto de ramas de la economía. Por tanto, el **empleo indirecto** generado por el sector en el conjunto de la economía madrileña sería de **casi 33.400 personas**, por lo que el empleo directo e indirecto se situaría en torno a 119.000 personas.

La distribución territorial de los locales dedicados a “establecimientos de bebidas” y a “salas de baile y discotecas” está muy relacionada con el asentamiento de la población. Existen establecimientos de alguna de esas actividades en la mayor parte de los municipios de la Comunidad de Madrid, pues únicamente hay 13 en los que no existe ningún local de esas características. En general, se trata de pequeños municipios (no suelen superar los 150 habitantes) situados en el vértice norte de la región, si bien aparecen algunos de una dimensión algo mayor (Valdeolmos-Alalpardo, Fresno de Torote y Puentes Viejas), cuya inclusión en este grupo puede deberse a problemas de índole estadística.

El municipio de Madrid muestra una situación de absoluto predominio, pues concentra casi un 57,00 por ciento de la oferta, si bien esta cifra es algo inferior al peso que tiene en el conjunto de la población regional.

El siguiente grupo está formado por aquellos municipios en los que el número de establecimientos de ambas subclases se sitúan entre la media municipal (83,99 locales) y ésta más una vez la desviación típica. Un total de 19 municipios conforman este grupo, que se encuentran agrupados por grandes ejes, con la excepción de Colado Villalba.

El primer eje es el formado por el Corredor del Henares, que integra a los cuatro municipios de este corredor, es decir Coslada, San Fernando de Henares, Torrejón de Ardoz y Alcalá de Henares. El segundo es el eje norte integrado por Alcobendas, San Sebastián de los Reyes, Algete y Colmenar Viejo. El tercero es el formado por los municipios del sur metropolitano, en el que se integran Móstoles, Alcorcón, Leganés, Fuenlabrada, Getafe, Parla, Pinto y Valdemoro, con la extensión más al sur del municipio de Aranjuez. Próximo a esta zona está el municipio de Pozuelo de Alarcón, aunque realmente forma parte de la corona metropolitana del oeste. Por último, y sin proximidad a los anteriores se encuentra Colado Villalba.

Se trata de municipios que tienen un elevado peso demográfico en la región –incluye todos los municipios con un mayor número de habitantes por detrás de Madrid- que se integran en ejes

relevantes desde el punto de vista económico –Corredor del Henares, Sur metropolitano, eje norte- o que pueden considerarse como centros comarcales asilados –Colmenar Viejo, Collado Villalba, Aranjuez, etc.-.

El otro grupo es el formado por los municipios en los que el número de establecimientos está situado entre la media y ésta menos una vez la desviación típica. Se trata del grupo más numeroso, pues integra al 78,77 por ciento de los municipios existentes en la Comunidad de Madrid.

La distribución de los establecimientos de bebidas se ajusta a la anterior, por su elevado número, mientras que la de los locales de “salas de baile y discotecas” es bastante diferente.

También en este caso el municipio de Madrid presenta un fuerte predominio, concentrando en torno a un 57,30 por ciento de los locales, porcentaje ligeramente superior al que representaba en los “establecimientos de bebidas”.

El resto de municipios se encuentra a gran distancia, ocupando el segundo lugar aquellos en los que el número de locales se encuentra entre la media y ésta más una vez la desviación típica. Este grupo comprende 21 municipios cuya distribución territorial no es tan homogénea como la descrita anteriormente. Se pueden identificar algunas agrupaciones territoriales, como el Corredor del Henares, con los cuatro municipios (Coslada, San Fernando de Henares, Torrejón de Ardoz y Alcalá de Henares), parte del sur metropolitano (Móstoles, Alcorcón, Fuenlabrada y Getafe), la Sierra Centro (Collado Villalba, Navacerrada, San Lorenzo de El Escorial, El Escorial y Guadarrama), la periferia metropolitana oeste, con Pozuelo de Alarcón y Majadahonda. Además, también se encuentran en este grupo Arganda del Rey, Aranjuez, La Cabrera, Villa del Prado y Villarejo de Salvanes.

El siguiente grupo está formado por los 30 municipios que se encuentran por debajo de la media. Este grupo presenta una distribución territorial muy dispersa, pues junto a un cierto número de municipios metropolitanos (Fuenlabrada, Parla, Alcobendas, Tres Cantos, Rivas Vaciamadrid, etc.) hay otros situados en zonas bastante alejadas del municipio de Madrid (El Álamo, Estremera, Carabaña, Morata de Tajuña, etc.).

El último grupo es el formado por los municipios en los que no hay ninguna sala de baile o discoteca; es el más numeroso pues está formado por el 71,50 por ciento de los municipios existentes en la región.

Esta situación se modifica sensiblemente cuando se analiza la dotación de establecimientos por 1.000 habitantes. Las mayores dotaciones relativas se registran en Colmenar Viejo, que es el municipio con una mayor dotación relativa (27,40 establecimientos por 1.000 habitantes), Braojos (20,41), Gascones (20,00), Prádena del Rincón (20,0), Colmenar de Oreja (18,76) y Pinilla del Valle (18,40). Los municipios con una mayor dotación relativa se encuentran bastante dispersos territorialmente, tratándose, en general, de municipios de reducida dimensión situados en las fronteras de la región, con excepción de la zona centro-sur.

A continuación existe un grupo formado por 42 municipios que tienen entre 4 y 6,33 establecimientos. Estos municipios, la mayor de reducida población, se encuentran fundamentalmente en la zona de la Sierra Centro-Norte, el vértice este y el oeste de la región.

En cambio las dotaciones relativas de los municipios con un mayor número de establecimientos están entre 2,5 y 3,5 locales por cada 1.000 habitantes: Madrid (3,11), Alcalá de Henares (3,13), Móstoles (2,61), Fuenlabrada (3,02), Leganés (2,85), Alcorcón (2,81) y Torrejón de Ardoz (3,53).

La misma situación de concentración territorial que se observa en la región se produce en el interior del municipio de Madrid, tanto a nivel de distritos como de barrios. El distrito Centro se configura como el principal espacio para las actividades de ocio nocturno no sólo del municipio de Madrid, sino también de la región. En este distrito hay 1.120 establecimientos de bebidas y 43 salas-discotecas, representando un 13,29 por ciento y un 36,44 por ciento respectivamente del total de la ciudad. Además, la dotación relativa en relación al número de habitantes es más de tres veces superior a la media de la ciudad.

Sin duda, existe un elevado número de razones que justifican esta privilegiada situación del distrito Centro. La centralidad económica, geográfica, urbanística, etc., de esta zona, junto a la presencia de un número importante de alojamientos hoteleros, de establecimientos comerciales y de otras actividades culturales y de ocio (museos, cines, teatros, etc.) explican esa situación de predominio.

El segundo grupo está formado por Carabanchel y Puente de Vallecas. Estos dos distritos tienen un elevado número de "establecimientos de bebidas" como consecuencia de la elevada población que reside en ellos, pero la imposibilidad de diferenciar entre los locales de ocio nocturno (bares de copas, etc.) y el resto no permite afinar esta clasificación.

El tercer grupo está compuesto por Chamberí, Ciudad Lineal, Latina, Salamanca y Tetuán, en los que el número de establecimientos de ambas actividades se encuentra entre la media y ésta más una vez la desviación típica. Sin embargo, posiblemente Chamberí ocupa el segundo en cuanto a presencia de actividades de ocio nocturno, con zonas de gran concentración como la zona de Fuencarral y aledaños, zona de Malasaña, incluidas zonas de “botellón” como la Plaza de Barceló, Aurrerá, etc.

El cuarto grupo es el formado por los distritos de Arganzuela, Retiro, Chamartín, Fuencarral-El Pardo, Moncloa-Aravaca, Usera, Moratalaz, Hortaleza, Villaverde y San Blas. Este grupo engloba a casi la mitad de los distritos de la ciudad, concentrando el mayor volumen de población. El número de establecimientos existentes en estos distritos va desde los cerca de cuatrocientos (398) de Fuencarral-El Pardo hasta los 172 de Moratalaz

El último grupo está integrado por Barajas (74 locales), Villa de Vallecas (136) y Vicálvaro (137). Son distritos de la periferia este de la ciudad con una reducida población, resultado de la segregación de distritos de mayores dimensiones en la última reestructuración administrativa de la ciudad.

Los establecimientos de bebidas presentan una distribución similar a la señalada para ambas subclases de actividades, manteniéndose los cinco grupos identificados. Sin embargo, existen importantes diferencias en las “salas de bailes, discotecas y similares” tanto por su menor número como por su diferente localización geográfica. El predominio del distrito Centro es aún más relevante que entre los “establecimientos de bebidas”. Es el único distrito que forma parte del primer grupo, es decir que tiene un número de locales superior a la media por distrito (5,47 locales) más dos veces la desviación típica.

Su predominio no sólo se manifiesta en esa posición relevante, sino también en que no existe ningún distrito en el segundo grupo, es decir que tengan un número de locales entre la media más una vez la desviación típica y la media más dos veces la desviación típica.

En el tercer grupo se integran seis distritos (Retiro, Salamanca, Chamberí, Tetuán, Chamartín y Moncloa-Aravaca), que excepto el último se encuentran dentro de la “almendra central” de la ciudad. El último grupo está formado por los restantes catorce distritos, que se encuentran en la periferia municipal, con la excepción de Moncloa-Aravaca, más Arganzuela que pertenece a la Almendra Central.

Por tanto, **la parte más importante de la actividad de ocio nocturno se concentra en la "Almendra Central" de la ciudad**, pues los siete distritos que se encuentran dentro del perímetro de la M-30 representan un 43,66 por ciento del total, aunque suponen un 85,6 por ciento de las "salas de baile, discotecas y similares". Ahora bien, la presencia de estas actividades es muy diferente entre los propios distritos de la "Almendra Central", siendo especialmente importante en los distritos de Centro, Chamberí, Tetuán, Salamanca y Chamartín.

La distribución de estas actividades en el interior de los propios distritos también es muy diversa, pues tienden a producirse aglomeraciones importantes en ciertas zonas de un distrito, mientras que su presencia es muy inferior en otras áreas del mismo.

En todos los barrios de Madrid existe algún establecimiento de estas dos subclases, con la excepción de El Goloso, si bien se puede deber a algún tipo de problema estadístico. Esta misma situación se produce en los "establecimientos de bebidas", pero no así en las "salas de baile, discotecas y similares". El menor número de locales clasificados como tales en esta última actividad hace que sólo exista algún establecimiento de este tipo en 41 de los 126 barrios de la ciudad.

Se pueden identificar cinco grupos. El primer grupo está formado por ocho barrios: Universidad, Justicia, Embajadores y Palacio en Centro, Vista Alegre (Carabanchel), Pilar (Fuencarral-El Pardo), Aluche (Latina) y Pueblo Nuevo (Ciudad Lineal). El número de locales de este grupo supera la media por barrio (66,23 establecimientos) más dos veces la desviación típica.

El segundo está compuesto por 12 barrios, que tienen entre la media más una vez la desviación típica y la media más dos veces la desviación típica. El número oscila entre los 158 establecimientos de Cortes (Centro) y los 125 de Numancia (Puente de Vallecas). Junto a estos dos barrios se encuentran Sol (Centro), Trafalgar y Gaztambide (Chamberí), Goya (Salamanca), Cuatro Caminos (Tetuán), Ventas (Ciudad Lineal), Entrevías y San Diego (Puente de Vallecas), Puerta del Ángel (Latina) y Pinar de Rey (Hortaleza).

Un total de 35 barrios forman el tercer grupo, en los que el número de establecimientos está entre la media y ésta más una vez la desviación típica. Sin embargo, el grupo más numeroso es el de aquellos barrios en los que el número de locales se encuentra por debajo de la media, en concreto entre la media y ésta menos una vez la desviación típica, que está formado por 55 barrios, es decir casi el 44 por ciento de todos los barrios de la ciudad.

El último grupo está formado por 16 barrios, que son los que tienen un menor número de establecimientos. Se trata de barrios que pertenecen a los distritos de Fuencarral-El Pardo (Fuentelarreina, Mirasierra, El Goloso), Hortaleza (Palomas y Piovera), Barajas (Aeropuerto, Timón y Corrales), Arganzuela (Atocha), Moncloa-Aravaca (Valdemarín, El Plantío), Villaverde (Butarque), Ciudad Lineal (Atalaya y San Juan Bautista), San Blas (Simancas y Rejas). Muchos de estos barrios se caracterizan por tener un reducido número de habitantes, lo que constituye un factor disuasorio para la ubicación de "establecimientos de bebidas" o de "salas de baile, discotecas o similares"

Tal como sucedía con los distritos, apenas existen diferencias respecto a esta distribución entre los "establecimientos de bebidas", pero sí en la de "salas de baile, discotecas y similares". En este caso, el primer grupo está formado por sólo seis barrios, cuatro de ellos en el distrito Centro (Justicia, Universidad, Palacio y Sol), más Cuatro Caminos (Tetuán) y Nueva España (Chamartín).

El segundo grupo está constituido por 12 barrios, en los que el número de establecimientos está entre la media más una vez la desviación típica y la media más dos veces la desviación típica. Se trata de Cortes y Embajadores (Centro), Castellana, Recoletos y Goya (Salamanca), Ibiza (Retiro), Trafalgar, Gaztambide y Almagro (Chamberí), Castillejos (Tetuán), El Viso (Chamartín) y Argüelles (Moncloa-Aravaca).

El tercer grupo es algo más numeroso, pues está formado por 23 barrios, en los cuales hay un número de locales entre la media y ésta más una vez la desviación típica, mientras que no hay ninguno en la mayor parte de los barrios, en total 85 (las dos terceras partes del total).

Por tanto, la oferta de "salas de baile, discotecas y similares" se concentra en apenas 18 barrios los cuales pertenecen a seis distritos, todos ellos en la zona central de la ciudad, con la inclusión de Moncloa-Aravaca, algunos de cuyos barrios, como Argüelles donde se localiza básicamente la oferta de este tipo, tienen una posición relativamente central en la ciudad.

El análisis de la dotación de locales por 1.000 habitantes confirma la imagen obtenida. Sólo hay tres barrios que superan los 10 locales por 1.000 habitantes: Sol (20,38), Cortes (15,93) y Justicia (14,39), todos ellos en el distrito Centro. Los dos barrios que ocupan las posiciones siguientes son Palacio (9,27) y Universidad (8,33), también pertenecientes al distrito Centro.

Este predominio del distrito Centro tiene una doble explicación; por una parte, el elevado número de establecimientos que existen en esos barrios, que se encuentran entre los primeros del municipio; por otra, el proceso de pérdida de población de estos barrios centrales de la ciudad por la competencia por el uso del suelo que ejercen otras actividades con mayor poder de compra que la residencial, tales como oficinas, comercios, bancos, cines, etc.

A continuación se sitúan tres barrios que superan la cifra de 5 establecimientos por 1.000 habitantes; se trata de Gaztambide (6,14) y Trafalgar (6,05), en Chamberí y Embajadores (5,13), que es el último barrio del distrito Centro.

En definitiva, **la localización de estas actividades tiende a producirse buscando una cierta proximidad a otros locales similares**. El reducido tamaño de la mayoría de ellos hace que, salvo excepciones, carezcan de capacidad de atracción por sí solos, por lo que procuran aprovecharse de "economías de aglomeración", tal como sucede con actividades como los cines, zapaterías, boutiques de ropa, etc. La existencia de un alto número de establecimientos localizados de forma relativamente próxima actúa como un factor de atracción de potenciales clientes, que se desplazan a esa zona sabiendo que puede satisfacer su demanda en alguno de los establecimientos existentes, al margen de que pueda existir problemas de saturación en aquél o aquellos que constituyen su objetivo inicial.

El subsector del ocio nocturno

El subsector del ocio nocturno está formado por aquellas actividades de esparcimiento, ocio y diversión que prologan su horario de cierre hasta la madrugada. Entre ellas se encuentran café-espectáculos, salas de fiesta, restaurante-espectáculo, discotecas, salas de baile y bares especiales (con o sin actuaciones musicales en directo).

El **número total de establecimientos existentes en la Comunidad de Madrid dentro del sector del ocio nocturno oscilaría entre 6.600 y 6.800**. Estas cifras suponen un aumento cercano al 6,25 por ciento respecto a la cifra existente en 1999, con un crecimiento medio anual de un 3,12 por ciento.

Aproximadamente un 82,1 por ciento de los establecimientos de ocio nocturno son bares de copas, un 15,9 por ciento son discotecas, salas de fiesta y similares, mientras que un 2 por ciento son locales que, por la actividad que realizan, pueden catalogarse en ambas subclases.

Esta distribución es prácticamente idéntica a la existente en 1999, de tal forma que habría unos 5.580 bares de copas, unas 1.080 discotecas y salas de baile y unos 140 de bares de copas-discotecas.

Algo más de la sexta parte (17,5 por ciento) de las empresas del sector de ocio nocturno disponen de más de un establecimiento, aunque el porcentaje supera el 54 por ciento entre los bares de copas/discotecas pero es de un 18,64 por ciento en las discotecas, salas de fiesta y similares y de un 16,31 por ciento en los bares de copas

El número medio de establecimientos de cada una de las actividades que conforman el sector difiere entre sí: 1,20 en los bares de copas, 1,29 en las discotecas y salas de fiesta y 1,79 en los bares-discotecas. Estas cifras se han modificado respecto a las existentes hace dos años, pues disminuye el número medio de establecimientos tanto en los bares de copas (de 1,27, a 1,20) como en las salas de fiestas y discotecas (de 1,42 a 1,29), mientras que aumenta muy ligeramente en los bares/discotecas (de 1,76 a 1,79).

Por tanto, se puede estimar que **el número de empresas existentes en la Comunidad de Madrid de ocio nocturno estaría entre 5.400 y 5.550**, lo que representa un crecimiento relativamente significativo respecto a hace dos años. Del total aproximadamente 4.600 serían bares de copas, unas 850 salas de fiesta o discotecas y unas 80 bares de copas/discotecas. Una característica empresarial de este subsector es la elevada tasa de rotación, con una mortalidad empresarial significativa, pero con la rápida aparición de nuevas iniciativas que hacen crecer el tejido empresarial.

El **empleo directo generado por el subsector asciende a aproximadamente 45.500 trabajadores**, en torno a un 2,2 por ciento del empleo total de la región. El empleo medio del subsector es de unos 6,8 empleados por local, ligeramente inferior al existente hace dos años (7 trabajadores por establecimiento).

Unos 33.500 trabajadores (73,62 por ciento del total) trabajan en bares de copas, mientras que 12.000 lo hacen en discotecas y salas de fiesta, así como en establecimientos mixtos. Las discotecas y salas de fiesta y los bares de copas/discotecas tienen un mayor tamaño medio (10 empleados) que los bares de copas (6 empleados).

Ahora bien, para realizar una aproximación correcta a la dimensión del subsector del ocio nocturno hay que analizar no sólo el empleo directo, sino también el indirecto generado por este subsector. Ambas magnitudes permiten conocer la capacidad real de generación de empleo del sector.

El **empleo indirecto generado por el sector ascendería a unas 17.550 personas**, por lo que la capacidad de generación de empleo del conjunto de actividades que forman el sector del ocio nocturno estaría en torno a 63.050 empleados.

La **distribución geográfica de los locales muestra una notable concentración en el municipio de Madrid**, pues este tipo de actividades tiene una ubicación bastante ligada a la propia localización espacial de la demanda. Otros focos de cierta concentración de establecimientos dedicados al ocio nocturno son el "triángulo del sur", formado por Alcorcón, Fuenlabrada, Leganés y Móstoles, así como, en menor medida, el Corredor del Henares. Además, conviene destacar que Collado Villalba se ha consolidado como un centro de ocio nocturno debido a la existencia de numerosas urbanizaciones en sus proximidades.

La **facturación global del subsector del ocio nocturno oscila entre 520.000 y 550.000 millones de peseta (3.125.262.942,80 y 3.305.566.574,11 euros)**, lo supone aproximadamente entre un 2,0 por ciento y un 2,1 por ciento de la producción valorada a precios básicos de la economía madrileña. Un 40,95 por ciento del valor de la producción corresponde a los consumos intermedios y el restante 59,05 por ciento al valor añadido, por lo que el valor añadido generado está entre 307.000 y 325.000 millones de pesetas (1.845.107.160,46 y 1.953.289.339,25 euros). Estas cifras significan aproximadamente un 2,15 por ciento del valor añadido bruto generado por la economía madrileña.

Los bares de copas facturarían en torno 405.000 millones –2.434.099.022,75 euros- (73,64 por ciento del total), mientras que las discotecas, salas de baile y similares alcanzarían un volumen global de negocio de 145.000 millones (871.467.551,36 euros). Por tanto, la facturación por empresa es notablemente superior entre las discotecas y salas de fiesta (156 millones, 937.578,88 euros) que en los bares de copas (88 millones, 528.890,65 euros).

La **productividad**, entendida como la relación entre el volumen de negocio y el número de trabajadores, se sitúa entre **11 y 12 millones de peseta (66.111,33 y 72.121,45 euros)**, siendo superior en las discotecas, salas de fiesta y similares (12,1 millones por empleado), que en los bares de copas (11 millones).

La Normativa

La Normativa que afecta al subsector del ocio nocturno **no ha experimentado apenas modificaciones en los últimos dos años**. La norma de referencia sigue siendo la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas. Esta Ley define los principales elementos de carácter normativo a los que están sujetos los establecimientos de ocio nocturno, tales como las licencias y autorizaciones, la inspección y el régimen sancionador, la creación de órganos de evaluación y seguimiento, etc.

Los principales problemas relacionados con esta norma se deben no a su contenido, que sigue siendo valorado de forma positiva por los profesionales del sector y por las asociaciones de vecinos, sino a su aplicación (dificultades, retrasos en la puesta en marcha, falta del Reglamento, etc.). De hecho, el porcentaje de establecimientos que han solicitado la catalogación es reducido, en torno a la cuarta parte de los que deberían haberlo solicitado, aunque se aprecia un esfuerzo tanto por parte de las entidades locales para facilitar el proceso como por parte de las empresas del sector.

De igual manera, estas actividades están sujetas a una abundante legislación colateral o indirecta, que afecta de forma importante al desarrollo de su actividad: protección contra incendios, derechos de la infancia, medio ambiente, propiedad horizontal, nueva ordenación del territorio, etc.

En general, la principal carencia que se observa es la falta de desarrollo del reglamento de la Ley de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas. Este reglamento previsto por la Ley no se ha aprobado todavía, aunque existen diferentes borradores. En parte, esta ausencia se justifica por la aprobación del **Reglamento de Prevención de Incendios de la Comunidad de Madrid (Decreto 341/1999, de 23 de diciembre)**.

Este Decreto es una de las escasas novedades legislativas en los dos últimos años respecto al subsector del ocio nocturno. Su objetivo es dar una respuesta adecuada a las condiciones de prevención y protección contra incendios de acuerdo con lo previsto a la citada Ley en aquellos locales que desarrollen ese tipo de actividades.

La otra novedad ha sido la publicación de una **Orden de ayudas de Incentivos a las Empresas Turísticas, Ocio y Recreo para su adaptación a la normativa de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas (Orden 2071/2000, de 20 de mayo)**.

Esta Orden ha tenido una escasa repercusión en el sector de las actividades de ocio nocturno. El número de solicitudes presentadas fue muy inferior a las esperadas y el número de concesiones de ayudas realmente mínimo. Dos factores han sido, desde el punto de vista de la concesión, los causantes de la baja tasa de concesiones; por un lado, la falta de inscripción en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas y, por otro, la carencia de la licencia de funcionamiento. Ahora bien, previamente a estos factores, la principal razón que puede explicar la falta de solicitudes se debe a la escasa compensación que significan los posibles beneficios que se podían obtener como resultado de la adaptación frente al esfuerzo económico necesario para llevar a cabo la adaptación de los locales a las condiciones exigidas por la Ley aprobada en 1999.

Modelos de comportamiento

Los adolescentes definen como verdaderas prácticas de ocio en el período de tránsito hacia la pubertad todas aquellas actividades que se mantienen al margen de la escuela y el hogar. Los ritos de tránsito hacia la pubertad encierran todo un conjunto de símbolos, tales como la ruptura con la familia (los grupos de iguales se convierten en sucedáneos de la familia), el ansia de transgresión de normas (el consumo de alcohol, la ruptura de horarios, etc.) y la transmisión de información privilegiada (los encuentros entre amigos son una manera de transmitir los cambios tecnológicos, de estilo de modas). Una persona se hace joven a medida que descubre el ocio y los grupos de gente de la misma edad y estilo como su verdadera escuela de aprendizaje social y de relaciones humanas.

Al margen de la función de relación social que desempeñan los bares y plazas como lugar de encuentro, el modelo de diversión que se ha dio implantando en nuestra sociedad es cada vez más pasivo. A menudo, las salidas no encierran ninguna actividad específica más allá de escuchar música, charlar o beber.

Los hábitos de vida van modificando y adecuando el modelo de ocio a las nuevas necesidades y cambios sociales. Los principales cambios que se han producido en los últimos años hacen referencia a los siguientes aspectos: **prolongación de los horarios de salida nocturnos, aumento del nivel de exigencia de los consumidores, aumento del gusto por las concentraciones masivas en la vía pública en detrimento del uso de los establecimientos como lugares de encuentro y anticipación de la edad de inicio de las salidas grupales.**

Los principales criterios que determinan la elección de los jóvenes por un tipo u otro de actividad se pueden resumir en los siguientes: el estilo de música, por encima incluso de otros factores como el precio o la localización del establecimiento; el cambio de ambiente, cada establecimiento crea su propio estilo y los usuarios aprovechan esas diferencias para cambiar de ambiente; el precio, no tanto como elemento de discriminación sino asociado al valor que los usuarios atribuyen al producto conjunto que ofrecen los establecimientos (ambiente, trato, música, etc.); el horario, de forma que la franja horaria es uno de los elementos clave para elegir una zona u otra; y el aforo, pues la presencia de grandes concentraciones facilita el contacto y las relaciones sociales.

Un elemento que está en el centro de las polémicas en torno a las actividades de ocio nocturno es el denominado **“botellón”**. Esta práctica se ha extendido de forma muy importante en los últimos años, llegando a concentrar un gran número de personas en espacios relativamente reducidos. Esta práctica se ha convertido en una moda, cuyos principales atractivos residen en que no existen horarios, resulta económico, permite charlar y relacionarse con otros grupos y la música que se escucha es la que elige el grupo.

Sin embargo, esta práctica está generando tensiones con los vecinos en aquellas zonas en las que se produce debido a que se realizan hogueras como consecuencia del frío que hace durante las épocas invernales, el exceso de consumo de alcohol, sobre todo entre los más jóvenes, debido al reducido coste que tiene en comparación con los locales de ocio nocturno (las bebidas se compran en tiendas de comestibles o incluso se llegan a servir a “domicilio” por empresas), la suciedad que generan los restos abandonados y tirados como consecuencia de una noche de “botellón” (vasos, restos de comida, botellas, etc.) y el mal olor debido a que se realizan las necesidades fisiológicas en plena calle o en los portales de la zona de concentración.

Por otra parte, esta práctica también afecta de forma negativa a los establecimientos de ocio nocturno desde una doble perspectiva. Por una parte, reduce el consumo que realizan en estos locales un amplio volumen de potenciales consumidores; por otra, genera una imagen negativa del ocio nocturno que afecta también a los propios establecimientos.

Se pueden distinguir diferentes tipos de “botellones” en función de sus características y de su funcionalidad (fase previa al desarrollo de otras actividades o fin en sí mismo). La práctica del “botellón” se ha generalizado entre jóvenes de familias acomodadas y se produce con especial

intensidad en zonas relativamente próximas a concentraciones de locales de ocio nocturno. Este motivo es lo que explica la especial concentración que se produce en plazas y sitios públicos del centro del municipio de Madrid o en lugares de similares características en otros municipios de la región, en especial en aquellos de mayor volumen de población joven y de locales de ocio nocturno.

Ahora bien, en general esta práctica se tiende a abandonar según aumenta la edad y la independencia económica, si bien otros grupos de personas más jóvenes ocupan su lugar. Esta situación explica el aumento de la intensidad del problema y su prolongación en el tiempo, mientras que se consolida como una "moda" de consumo de la "noche".

En este tipo de situaciones en las que se manifiesta más claramente la necesidad de compaginar el derecho al ocio con el derecho al descanso de los vecinos. Este problema, junto a la creciente preocupación por el consumo de alcohol por los más jóvenes, ha llevado a la puesta en marcha de una serie de iniciativas destinadas a promover actividades alternativas para la noche por parte de un número cada vez mayor de Ayuntamientos españoles.

La primera experiencia surge en la ciudad de Gijón en 1997 a partir de la iniciativa de un grupo de jóvenes involucrados en una organización juvenil relacionada con temas de empleo, ocio y tiempo libre. El éxito de esta iniciativa pionera desarrollada en los barrios de La Calzada y Natahoyo de Gijón (participaron más de 10.000 jóvenes) dio paso a una serie de experiencias en otros municipios (Fuenlabrada, Leganés, Torrejón de Ardoz, Castellón de la Plana, Vic, Huelva, Almería, Burgos, Aranda del Duero, Valladolid, Melilla, Langreo, La Fresneda, Avilés, etc., o en barrios de grandes ciudades como Vallecas (Madrid).

El mayor éxito ha sido posiblemente el alcanzado en Gijón, modelo que ha sido seguido por otros municipios, pues la organización de las actividades alternativa cumplía un triple objetivo: tenía un carácter educativo, permitía disfrutar de otra forma diferente del tiempo libre y generaba empleo para los propios jóvenes.

En esta misma línea de búsqueda de una alternativa diferente al tiempo de ocio nocturno se pueden señalar los programas que está desarrollando el Ayuntamiento de Madrid desde el Plan Municipal contra las Drogas. Esta campaña tiene una doble vertiente; bajo el eslogan "No t_pases, enter_t" el "Programa de Intervención en Plazas y Parques Públicos durante el fin de semana" pretende desarrollar una serie de actuaciones encaminadas a informar a los jóvenes

sobre los efectos del alcohol y orientarles hacia un consumo responsable, contribuyendo a difundir las alternativas de ofertas lúdicas que existen en Madrid y a reducir el impacto medioambiental que produce ese modelo de consumo. Este programa se lleva a cabo en las principales zonas de “botellón” de la capital: Plaza de Las Salesas, Plaza de Barceló, Plaza del Dos de Mayo, Plaza de la Villa de París, Plaza Vázquez de Mella, Avenida de Brasil, Aurrerá, Parque del Oeste, etc.

El Ayuntamiento de Madrid también lleva a cabo dos programas “La tarde más joven” y “La noche más joven” dentro del marco del “Programa de Ocio Saludable para el Fin de Semana”. Las dos modalidades están orientadas a los colectivos de adolescentes y jóvenes diferenciados en función de su edad. El objetivo de estos programas es ofrecer a los adolescentes entre 12 y 16 años y a los jóvenes de 16 a 24 años espacios y actividades de ocio saludable durante los fines de semana y períodos vacacionales que supongan una alternativa al modelo de ocio pasivo de bares y copas.

Las diferentes experiencias de ocio nocturno alternativo desarrolladas hasta el momento ponen de manifiesto la existencia de ciertas deficiencias que es necesario corregir si realmente se pretende que sean una alternativa para el ocio nocturno y de fin de semana de los jóvenes.

El principal problema deriva del carácter discontinuo de su celebración lo que no contribuye a que estas propuestas se conviertan realmente en una alternativa estable de ocio nocturno. Una de las ventajas de los programas que está implementando el Ayuntamiento de Madrid es que asegura una continuidad que es imprescindible para su éxito. Por otra parte, es necesario un mayor nivel de participación de los propios interesados en el diseño y definición de las actividades e iniciativas, pues de esta forma se incrementa su compromiso con ellas. Por último, es necesario una fuerte implicación de los Ayuntamientos para que puedan tener éxito. El desarrollo de esas actividades tiene un coste económico, requiere del uso de equipamientos a menudo públicos –centros culturales, centros polideportivos, etc.- y exige un esfuerzo publicitario. Es evidente que ninguna asociación de jóvenes está en condiciones de asegurar estos tres elementos por sí misma, siendo los Ayuntamientos los que pueden aportar los medios necesarios, al menos de forma inicial, hasta que el mercado pueda dar una respuesta a esas inquietudes de un ocio nocturno diferente.

Un elemento absolutamente necesario para el éxito es el esfuerzo publicitario. Este esfuerzo no sólo contribuye a difundir el programa y fomentar la participación de los jóvenes, sino que

permite presentar una imagen diferente del ocio nocturno y de fin de semana para contrarrestar, al menos en parte, la que realizan las actividades tradicionales de ocio nocturno.

El ocio nocturno como atractivo turístico

El sector del turismo tiene una gran importancia en la economía española, tanto por su capacidad de generar riqueza como por el empleo asociado que conlleva. La Comunidad de Madrid también se ve afectada por esta situación, pues es una región que tiene un producto de enorme calidad no minoritario, y un significativo volumen de visitantes extranjeros.

Parte importante del turismo que acude a Madrid está relacionado con los negocios y la cultura. Madrid es un importante centro de negocios internacional, con una infraestructura relevante para la realización de actividades relacionadas con los negocios, las ferias y muestras, etc. De hecho, Madrid se sitúa desde hace más de una década entre las primeras ciudades del mundo en cuanto a número de reuniones internacionales celebradas por año, sólo por detrás de urbes como París, Londres, Ginebra o Bruselas.

A este tipo de turismo hay que añadir el que acude por razones culturales. Madrid puede considerarse como una de las capitales de la cultura europea, con presencia de elementos de relevancia mundial. No sólo cuenta con museos y pinacotecas como el Museo del Prado, Thyssen-Bornemisza, Reina Sofía, sino que además, existe un entorno privilegiado tanto en la propia región (Aranjuez, El Escorial, Alcalá de Henares, Chinchón, etc.) como a una distancia relativamente corta (Toledo, Segovia, La Granja, etc.).

También, existe un importante número de actividades de esparcimiento, ocio y tiempo libre que abarcan prácticamente todas las apetencias. (Parques de atracciones, Parques Acuáticos, Estaciones de Esquí, campos de golf, espectáculos taurinos, etc.). Esta importante oferta se verá reforzada el próximo año con la apertura del Parque Temático de la Warner en San Martín de la Vega.

Dentro de este contexto, **las actividades relacionadas con el ocio nocturno pueden ser consideradas como un producto turístico dentro de la amplia oferta que brinda la región madrileña, una de las más sólidas y diversificadas de Europa**. Profesionales del sector turístico coinciden en señalar la demanda de actividades de ocio nocturno por los visitantes que acuden a Madrid. Los visitantes que vienen a la región solicitan información habitualmente sobre

determinado tipo de espectáculos y locales de ocio nocturno (salas de flamenco, Scala Melia, etc.), aunque no existen paquetes turísticos específicos consistentes en un fin de semana como en Mallorca e Ibiza, cuyo principal atractivo es la asistencia a salas de baile y discotecas de moda. Sin embargo, la imagen que conserva la “movida madrileña” fuera de nuestro país, consolidada por importantes figuras del cine y otras representaciones artísticas, es un factor de refuerzo a la hora de elegir la Comunidad de Madrid como destino turístico.

La gran mayoría de los viajeros que visitan Madrid atraídos por su oferta turística no tienen como motivo principal de su desplazamiento el acudir a establecimientos de ocio nocturno, aunque esta posibilidad se incluya en sus planes de ocio. Solamente en casos puntuales la motivación principal de este tipo de turistas es acudir a los locales nocturnos de Madrid. Esta última circunstancia suele estar asociada a acontecimientos excepcionales (actuaciones exclusivas de profesionales del sector -discjockeys- con prestigio internacional, actuaciones de grupos musicales, etc.). Por tanto, el ocio nocturno debe considerarse como un complemento al resto de los productos turísticos que ofrece la región madrileña.

En definitiva, el ocio nocturno se puede considerar como lo que los expertos en turismo denominan un *producto turístico de la región*, junto con otros tales como el turismo cultural, turismo de compras, turismo de negocio, etc. Dentro de estos productos turísticos existen segmentos específicos dedicados a la música, los museos, etc., que, a pesar de no estar situados aún en la esfera internacional (fundamentalmente porque el producto cultural localizado en la Comunidad de Madrid es complejo en su explotación), constituyen una de las bazas más fuertes del turismo español.

Análisis DAFO

Las **principales fortalezas** del subsector del ocio nocturno se pueden resumir en: **demandas creciente**, como consecuencia de la mayor importancia que la sociedad actual concede a las actividades de ocio, incluidas las relacionadas con la noche; aumenta el número de usuarios de estas actividades y se diversifica la demanda; **fuerte dinamismo empresarial**, pues el crecimiento del sector del ocio nocturno atrae a un número importante de potenciales emprendedores, que cuentan con la existencia de una demanda creciente; **reducidas barreras de entrada**, pues los conocimientos necesarios para introducirse en el sector son sencillos de adquirir, no existiendo barreras tecnológicas que dificulten la entrada de nuevos competidores; **la concentración espacial**, que es un elemento especialmente importante para el funcionamiento del sector del

ocio nocturno pues permite aprovecharse de “economías de aglomeración”; **la cultura de la noche**, como elemento cultural que existe en una sociedad como la española al margen de las modas o tendencias concretas de cada momento.

Por su parte, las **principales debilidades** son: **bajo nivel de profesionalidad**, por la elevada temporalidad de los trabajadores de muchos locales de ocio nocturno que no favorece la adquisición de los elementos básicos de profesionalidad necesarios para hacer realmente competitiva a la oferta existente; **elevada rotación de establecimientos**, la excesiva mortalidad puede generar situaciones negativas, pues supone un coste importante en términos de inversión perdida y crea una situación de incertidumbre económica, que puede terminar afectando a potenciales emprendedores; **presencia de economía sumergida**, que es una respuesta a la búsqueda de beneficios para rentabilizar la inversión realizada, pero que dificulta la adquisición de profesionalidad y puede traducirse en la rebaja de los estándares requeridos para el desarrollo de la actividad; **excesiva concentración de la oferta y la demanda**, que puede terminar por generar la aparición de deseconomías de aglomeración, junto con una mala percepción de los residentes por factores como la congestión del tráfico, las restricciones para la movilidad, el ruido, etc.; por su parte, la excesiva concentración de la demanda en fines de semana puede provocar dificultades para la rentabilidad de los establecimientos, al menos de una parte, pues reduce de forma significativa el período de generación de ingresos, sin que se produzca una disminución equivalente de los gastos; **incumplimientos normativos**, pues determinados incumplimientos pueden tener un efecto negativo sobre la capacidad de atraer clientes, en especial aquellos relacionados con la seguridad de las personas; además los relacionados con los horarios pueden llegar a provocar reacciones de fuerte rechazo por los vecinos que terminen afectando de una forma negativa a la actividad de los establecimientos situados en esa zona.

Las **principales oportunidades** se pueden resumir en: **importancia del ocio**, y en particular el nocturno, tiene importantes oportunidades de desarrollo por la creciente importancia que se concede al tiempo libre, en todas sus formas, en la sociedad actual, que aumentará en un futuro próximo por una mayor valoración del “tiempo de ocio” en la vida de las personas; **crecimiento del nivel de renta**, que suele ir asociado con un cambio en los hábitos de consumo, perdiendo peso los gastos relacionados con las necesidades básicas, como la alimentación, y ganando peso otro tipo de gastos como los relacionados con la salud y el cuidado personal, el ocio, etc.; **atractivo turístico**, la imagen positiva de la “noche madrileña” es una oportunidad que puede ser puesta en valor y generar un incremento de la actividad, siempre que vaya ligada a otros

parámetros como la calidad, la diversificación de la oferta, la seguridad, etc.; **incremento de la calidad**, pues existe una tendencia entre los clientes de exigir una mayor calidad lo que obliga a una profesionalización del sector y a definir una estrategia de permanente renovación de la oferta, mejorando los equipos humanos y técnicos, e incorporando nuevos elementos externos; **mayor diversificación de los servicios**, la adaptación a los gustos de los clientes tiende a hacer que exista una mayor diversificación de la oferta, pues muchos consumidores no solamente buscan un lugar en el que tomar una copa sino que también demandan otros servicios complementarios (por ejemplo, espectáculos); los clientes buscan ocio, lo que es un concepto relativamente diferente del concepto tradicional que se tenía de un establecimiento de bebidas.

Por su parte, las **principales amenazas** a las que se tiene que enfrentar el subsector son: **generación de una opinión pública contraria a estas actividades** por la confluencia de diversos factores (excesivo consumo de alcohol por parte de los más jóvenes, ruidos, molestias, inseguridad, etc.); aunque el origen de estas situaciones no sea responsabilidad directa de los propios establecimientos están asociados a ellas en la percepción de los ciudadanos; **excesiva saturación del sector**, que se puede traducir en un mercado insuficiente para todos los locales existentes, intensificando los procesos de mortalidad empresarial y de baja rentabilidad, que hagan que los potenciales emprendedores busquen otro tipo de actividades más atractivas; **el “botellón”** es una amenaza para el sector del ocio nocturno porque drena los ingresos de los establecimientos y genera una imagen negativa del ocio nocturno por los inconvenientes que provoca entre los vecinos (ruidos, hogueras, suciedad, inseguridad, incomodidades, etc.) que terminan afectando de forma indirecta a los propios establecimientos de ocio nocturno; **cambios en las modas**, pues aunque no parece previsible que se produzca un cambio drástico a corto plazo, sí se pueden ir produciendo cambios paulatinos que terminen generando nuevas pautas de consumo de ese tipo de actividades, lo que obliga a que los empresarios del sector sean capaces de detectar las tendencias y se anticipen a ellas mediante una adaptación de su oferta; **aplicación estricta de la normativa**, en especial si se crea un ambiente social negativo hacia determinados excesos que se asocian a estas actividades (consumo de alcohol por menores de edad, etc.) puede generar dificultades para una parte de los establecimientos de ocio nocturno, pues obligaría a un esfuerzo económico para hacer frente a esos procesos, con la consiguiente pérdida de rentabilidad para una parte relevante de los establecimientos del sector.

Identificación de los principales problemas del sector

Los principales problemas que presenta el subsector de las actividades de ocio nocturno desde la perspectiva de los **empresarios** son, entre otros, los siguientes:

- ✍ **La restricción horaria**, pues incide de forma negativa en las actividades de ocio nocturno, ya que la tendencia a retrasar la hora de salida de los usuarios junto a los recortes horarios provoca unos márgenes de actividad muy reducidos para las empresas.
- ✍ **La adquisición de la licencia de funcionamiento**: la lentitud en disponer de la licencia de funcionamiento sigue siendo un problema que afecta negativamente al sector de la hostelería.
- ✍ **Las condiciones de los bares catalogados como bares especiales**, no resultan atractivas para los empresarios del sector ya que la ventaja horaria que supone (una hora más que los bares-cafetería) no compensa el esfuerzo económico que representa la adecuación a la normativa y la pérdida de las ventajas de la anterior categoría (apertura de 20 horas diarias, posibilidad de tener plancha, etc.).
- ✍ **El botellón** ha generado efectos perniciosos tanto para los empresarios del sector que han experimentado una pérdida sustancial de demanda potencial, como para los vecinos que sufren las consecuencias de la concentración de personas en la calle y de los comportamientos incívicos (ruidos, suciedad, etc.).
- ✍ **La saturación del mercado**: ahora ya no es suficiente que el establecimiento esté localizado en una buena zona sino que además necesita captar y atraer a la demanda de forma continuada a través de distintas estrategias empresariales (diferenciación, ventajas basadas en los costes/precios, etc.).
- ✍ **Modificaciones a la normativa**, sobre todo respecto a la ampliación del horario de cierre, la disponibilidad del permiso de terraza para los bares especiales y la posibilidad de bailar dentro del local en los bares especiales

Los principales problemas para los **colectivos de usuarios** son:

- ✍ **El precio**, pues la relación calidad-precio no es buena, siendo el coste de las copas excesivamente caro y no siempre se corresponde con bebidas de calidad.
- ✍ **La restricción horaria**, pues se ha modificado la hora de salida, al tiempo que la ampliación de horarios en aquellos recintos que cumplan con la normativa establecida contribuiría a reducir sustancialmente los problemas de concentración a la terminación de estas actividades.
- ✍ **El derecho de admisión**, pues es interpretado de manera muy particular por los empresarios y la ley tampoco establece unos requisitos específicos para que pueda ser ejercido con su correspondiente reserva.

- ✍ **La vigilancia policial:** es necesario incrementar el nivel de vigilancia y regular la venta de alcohol en los establecimientos y fuera de ellos.
- ✍ **La falta de conciencia cívica,** motivada por la confluencia de factores como el fácil acceso a las bebidas alcohólicas, una educación familiar excesivamente permisiva, un escaso control policial y la masiva concentración de personas que permite diluir responsabilidades.
- ✍ **La falta de alternativas estables de ocio,** sería necesario ofrecer medidas alternativas que permitan reconducir el movimiento hacia otras formas de diversión que no tengan como protagonista la calle

Desde la perspectiva de los *representantes vecinales* los principales problemas son:

- ✍ **El control del cumplimiento de la normativa:** durante los tres últimos años se observa una mayor intensificación de las intervenciones policiales y una menor expansión del sector pero todavía se produce el incumplimiento de algunos aspectos de la normativa.
- ✍ **El botellón:** la concentración en la vía pública, unida a un comportamiento incívico de buena parte de sus usuarios es lo que ha despertado la alarma social, planteándose la necesidad de intensificar actuaciones preventivas y otras encaminadas a sensibilizar y concienciar a los usuarios sobre la necesidad de conciliar el derecho al ocio y al descanso y de mantener un equilibrio armónico de ciudad en términos acústicos, de limpieza y de respeto por el mobiliario urbano.
- ✍ **La falta de conciencia cívica** debe constituir una llamada de atención a los modelos de educación familiar y escolar que se han ido asentando entre la población.
- ✍ **Los procedimientos para la formulación de denuncias,** pues existe cierta desconfianza entre los vecinos sobre la actuación de la Administración en los procesos de tramitación de las denuncias.
- ✍ **La voluntad de cumplimiento empresarial,** pues, en su opinión, no existe en los empresarios una voluntad de cumplir con la legislación a pesar de las importantes cuantías de las sanciones.
- ✍ **La Comisión Consultiva:** aunque durante los tres últimos años se ha observado cierta mejoría no se ha creado una Comisión de Seguimiento que permita analizar la situación y que sea un órgano para abordar aquellas cuestiones que no se dirimen en el municipio.
- ✍ **El efecto "esponjamiento"** destinado a reducir la concentración en determinadas zonas y descentralizar estas actividades hacia otras áreas menos masificadas.

Recomendaciones

Las principales recomendaciones que se pueden formular que podrían ayudar a mejorar algunos aspectos relacionados con el ocio nocturno, que precisa de una regulación ajustada a la importancia e impacto social que genera, son las siguientes:

- ✍ Promover e impulsar campañas de concienciación y sensibilización –educativas y familiares- para fomentar una mayor conciencia cívica entre la población, especialmente entre los más jóvenes
- ✍ Intensificar la labor de inspección para asegurar el cumplimiento del control de la normativa por parte de los establecimientos de ocio nocturno, en especial de aquellos aspectos (seguridad, insonorización, cartel identificativo, etc.) que más afectan a usuarios y vecinos
- ✍ Sensibilizar al propio colectivo empresarial sobre la necesidad de cumplir con la normativa vigente de establecimientos de ocio nocturno
- ✍ Desarrollar normativas que permitan un mayor control del consumo de alcohol en la vía pública, especialmente de los menores de edad, cubriendo el vacío legal existente, así como de la venta de alcohol en establecimientos comerciales situados en las inmediaciones de los locales de ocio
- ✍ Intensificar la labor de control del consumo de alcohol entre los menores de edad, en especial en las vías y lugares públicos
- ✍ Impulsar y desarrollar medidas alternativas de carácter estable de ocio nocturno y de fin de semana para los jóvenes en colaboración con las administraciones locales
- ✍ Desarrollar una normativa que garantice un trato igualitario en el acceso a los locales mediante la regulación del derecho de admisión
- ✍ Intensificar la vigilancia policial en las calles y vías públicas, tanto como elemento de seguridad como para el control de la venta de alcohol a menores
- ✍ Sería necesario agilizar los procedimientos de concesión de las licencias de funcionamiento a los establecimientos que cumplan la normativa, reduciendo de forma sustancial los plazos de tramitación
- ✍ Estudiar y analizar la viabilidad de ampliar la franja horaria de los establecimientos que cumplan la normativa
- ✍ Analizar la posibilidad de incorporar nuevas ventajas a los bares especiales, tales como la posibilidad de disponer de terraza, de que se pueda bailar dentro del local, etc.

- ✍ Estimular la creación de los nuevos establecimientos y el traslado de existentes en zonas congestionadas hacia zonas de ocio que tengan un menor grado de saturación
- ✍ Apoyar los procesos de adaptación de los establecimientos a la normativa vigente mediante líneas de ayudas financieras, que deberán ser suficientemente publicitadas
- ✍ Incrementar los procesos de información a los establecimientos de ocio nocturno sobre la necesidad de inscribirse en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas
- ✍ Mejorar el funcionamiento de la Comisión de Seguimiento, de forma que cumpla las funciones de consenso y participación de las partes implicadas
- ✍ Mejorar los niveles de coordinación entre las diferentes administraciones públicas con la finalidad de evitar solapamientos y favorecer el consenso en la toma de decisiones

6. BIBLIOGRAFÍA

ABIERTO HASTA EL AMANECER, *Ahora puedes elegir. Rompe los hilos. Una alternativa deportiva y cultural para tus fines de semana*, Ayuntamiento de Gijón, Gijón, 2000.

ACOSTA, J. (De), *Ocio y trabajo en la sociedad tecnológica*, Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 1997.

AGUINAGA, J. y COMAS, D., *Cambios de hábito en el uso del tiempo. Trayectorias temporales de los jóvenes españoles*, Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Juventud, Madrid, 1997.

AGUINAGA, J. y COMAS, D., *Infancia y adolescencia, la mirada de los adultos*, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1991.

ALONSO, L.E. y CONDE, F., "Crisis y transformación de las sociedades de consumo: de los modelos nacionales al modelo glocal", *Revista de Estudios sobre Consumo*, Ministerio de Sanidad y Consumo, Instituto Nacional de Consumo, Madrid, nº 36, 1996.

ARISTÓTELES, *Política*, Alianza Editorial, Madrid, 1991.

ARZA, J. y ZUBILLAGA, A., "Redes para el tiempo libre: "otra forma de moverte", *Ocio y tiempo libre: identidades y alternativas*, *Revista de Estudios de Juventud*, nº 50, Instituto de la Juventud, Madrid, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.

AYSE, *El ocio nocturno en Madrid. Informe sectorial*, Consejería de Economía y Empleo, Comunidad de Madrid, Madrid, 1999.

AYUNTAMIENTO DE MADRID, *Programa de ocio saludable para el fin de semana "La tarde más joven" y "La noche más joven"*, Plan Municipal contra las Drogas, Ayuntamiento de Madrid, Madrid, 2001.

AYUNTAMIENTO DE MADRID, *Programa de intervención en plazas y parques públicos durante el fin de semana "No_t_pases, ENTERA_T_"*, Plan Municipal contra las Drogas, Ayuntamiento de Madrid, Madrid, 2001.

CASTILLA, A. y DÍAZ, J.A., *Ocio, trabajo y nuevas tecnologías*, Los Libros de Fundesco, Colección Impacto, Madrid, 1988.

CEAPA, *Los padres y madres ante el consumo de alcohol de los jóvenes*, EDIS, 1998.

CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS FUNDACIÓN TOMILLO, *La economía de Madrid según la Tabla Input-Output de 1996*, Consejería de Economía y Empleo y Consejería de Hacienda, Comunidad de Madrid, Editorial Civitas, Madrid, 2000.

CIRES, *La droga como problema social*, Cires, Madrid, 1991.

CIRES, *La realidad social en España 1995-96*, Cires, Madrid, 1997.

COMAS, D., *Los jóvenes y el uso de las drogas en la España de los años 90*, Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Juventud, Madrid, 1994.

COMAS, D., *La evaluación de programas de ocio alternativo de fin de semana*, Instituto de la

Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2001.

COMAS, D., "La representación social del fin de semana de los jóvenes", *La noche un conflicto de poder*, Revista de Estudios de juventud, nº 54, Instituto de la Juventud, Madrid, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2001.

COORDINADORA DE ONG'S que intervienen en drogodependencia, "Visión Global sobre el consumo de alcohol", Cuadernos de información, nº 5, marzo, 1998.

ELZO, J. y LAESPADA, Mª T., "El alcohol y la noche", *Jóvenes y fin de semana*, Revista de Estudios de juventud, nº 37, Instituto de la Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, octubre, 1996.

INE, *Directorio Central de Empresas*, Instituto Nacional de estadística, Madrid, varios años.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICA, *Directorio de Unidades de Actividades Económicas de la Comunidad de Madrid*, Instituto de Estadística, Comunidad de Madrid, Madrid, varios años.

COMUNIDAD DE MADRID, *Tabla Input-Output y Contabilidad Regional de la Comunidad de Madrid 1996*, Consejería de Economía y Empleo y Consejería de Hacienda, Comunidad de Madrid, Madrid, 1999.

LAESPADA, Mª T. y PALLAR2ÉS, J., "¿Qué hacen?", *La noche un conflicto de poder*, Revista de Estudios de juventud, nº 54, Instituto de la Juventud, Madrid, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2001.

GARCÍA, Mª I., ENCINAR DEL POZO, Mª I. y Muñoz, F.-F., *La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB*, Colección Datautor, Madrid, 1996.

GIL, E. y MENÉNDEZ, E., *Ocio y prácticas culturales de los jóvenes*, Ministerio de Cultura, Instituto de la Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 1985.

HANDY, CH., *El futuro del trabajo humano*, Editorial Ariel, Barcelona, 1986.

"Las representaciones sociales sobre la salud de los jóvenes madrileños", Documentos Técnicos de Salud Pública, Madrid, 1996.

INJUVE, *Informe Juventud en España*, Instituto de la Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, varios años.

INJUVE, *Ocio y tiempo libre: identidades y alternativas*, Revista de Estudios de la Juventud nº 50, Instituto de la Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.

INJUVE, *La noche un conflicto de poder*, Revista de Estudios de la Juventud nº 54, Instituto de la Juventud, Mª de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2001.

LAFARGUE, P., *El derecho a la pereza. La religión del capital*, edición de Manuel Pérez Ledesma, Editorial Fundamentos, Madrid, 1974.

LEIRA, J., "El consumo de alcohol en la adolescencia", *Crítica*, nº 853, marzo, 1998.

LUCAS, A. (De), "Fantasmática de la publicidad", Curso: *Praxis de la sociología del consumo: teoría y práctica de la investigación de mercados*, Madrid.

MEAD, M., *Cultura y compromiso*, Gedisa, Barcelona, 1980.

Mº DE SANIDAD Y CONSUMO, *Estudio de los estilos de vida de la población adulta española*, Ministerio de Sanidad y Consumo, Dirección General de Salud Pública, Madrid, 1992.

MIGUEL, A. (De), "La sociología del bar", ABC, Madrid, abril, 1997.

MORENO, S., El País, Sección Local, Madrid, 5 de abril de 1999.

NEGRE, P., *El ocio y las edades. Estilo de vida y oferta lúdica*, Hacer editorial, Madrid, 1993.

Nueva Enciclopedia Larousse, Editorial Planeta, S.A., 2ª edición, Barcelona, Tomo 14, 1983.

PALLARÉS, J. y FREIXA, C., "Espacio e itinerarios para el ocio juvenil alternativo", *Ocio y tiempo libre: identidades y alternativas*, Revista de Estudios de juventud, nº 50, Instituto de la Juventud, Madrid, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.

RACIONERO, L., *Del paro al ocio*, Anagrama, 12ª edición, Barcelona, 1983.

RODRÍGUEZ, E., *Actitudes de los adolescentes de Castilla-La Mancha ante las drogas*, Consejería de Sanidad, Plan Regional de Drogas, Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 1995.

RODRÍGUEZ, E. y MEGÍAS, I., "Estructura y funcionalidad de las formas de diversión nocturna", *La noche un conflicto de poder*, Revista de Estudios de juventud, nº 54, Instituto de la Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2001.

ROTELLA, I., "Abierto hasta el amanecer", *Ocio y tiempo libre: identidades y alternativas*, Revista de Estudios de juventud, nº 50, Instituto de la Juventud, Mº de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, 2000.

RULLÁN, G., "Del ocio al neg-ocio... y otra vez al ocio", *Papers Revista de Sociología*, nº 53, 1997.

VELÁZQUEZ, J.Mª, "Las posibilidades de la Administración local", *Estudios de Juventud*, nº 37, 1996.

ZÁRRAGA, J.L. (De), *Informe juventud en España 1988*, Instituto de la Juventud, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1989.

7. ANEXO 1. LEGISLACIÓN VIGENTE

7. LA LEGISLACIÓN VIGENTE

7.1. LA LEGISLACIÓN DIRECTA

Los espectáculos públicos y actividades recreativas, las normas de seguridad que deben cumplir los establecimientos en los que se celebren y sus condiciones de desarrollo en el ámbito de la Comunidad de Madrid se encuentran actualmente regulados por la Ley 17/1997, de 4 de julio⁸.

La Ley nace con la pretensión de crear un marco normativo adecuado que se ajuste, por una parte, a las nuevas necesidades y exigencias sociales y, por otro, que acabe con la disparidad normativa y procedimental que existía hasta el momento de su aprobación en materia de autorizaciones y licencias entre los distintos municipios madrileños.

Se estructura en cinco títulos:

1. **Disposiciones generales.** Incluye la delimitación del *ámbito de aplicación* de la Ley que viene determinada por la naturaleza del espectáculo o actividad; las *normativas sectoriales*; las actividades que quedan excluidas; el *catálogo* que recoge los espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos regulados en la Ley; las *prohibiciones*; los requisitos y condiciones técnicas en *materia de seguridad e higiene* que deben reunir los establecimientos; las medidas o servicios de *vigilancia* que, por su naturaleza, requieren determinados establecimientos.
2. **Licencias y autorizaciones.** Trata de homogeneizar los requisitos y trámites que deban observarse en los distintos municipios de la Comunidad de Madrid para acabar con la disparidad que existía hasta el momento, respetando al máximo la autonomía local.
3. **Regulación de la actividad.** Contiene un conjunto de disposiciones dirigidas a garantizar que el desarrollo de las actividades y espectáculos se hagan efectivos los principios protectores que inspiran la Ley, dentro del respeto a las normas sectoriales reguladoras de cada tipo de actividad.

⁸ B.O.C.M. N° 159, de 7 de julio de 1999

4. **Inspección y régimen sancionador**. Contiene las disposiciones imprescindibles para garantizar una efectiva aplicación de la Ley.
5. **Organización administrativa**. Contiene disposiciones de carácter organizativo. En él se crea la Comisión Consultiva de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas como órgano de coordinación y de consulta de la administración Local y Autonómica.

Desde su aprobación hasta estos momentos no se han producido modificaciones legislativas en la legislación directa que afecten a las actividades de ocio nocturno, de forma que la situación normativa es similar a la existente en 1999, momento en el que se realizó el anterior informe sectorial.

COMENTARIOS A LA NORMATIVA VIGENTE

La aprobación de la Ley 17/1997 de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas ha sido fruto del consenso entre todas las partes que inciden sobre el sector de las actividades de ocio y tiempo libre:

- ✍ Comunidad de Madrid
- ✍ Federación de Municipios de Madrid
- ✍ Sindicatos
- ✍ Organizaciones Empresariales
- ✍ Organizaciones de Consumidores y Usuarios
- ✍ Organizaciones de la Juventud
- ✍ Organizaciones de Padres
- ✍ Organizaciones de Vecinos
- ✍ (...)

Las pretensiones de la Ley apuntaban a ofrecer un sistema de garantías que facilitaran la conciliación de las actividades de ocio y de descanso a partir del cumplimiento de una serie de normas de calidad. En este sentido, existe una valoración positiva de la normativa desde el punto de vista de su adecuación a la nueva realidad económica y social de la región madrileña.

En efecto, en opinión de las distintas partes implicadas, el contenido de la Ley responde a las necesidades y deficiencias normativas que existían hasta el momento de su aprobación. No obstante, a lo largo de su período de vigencia determinados colectivos han observado la aparición de una serie de cuestiones y problemáticas susceptibles de mejora que, en muchos casos, suponen una propuesta de modificación de la normativa, tanto en términos de contenido como de funcionamiento. Dichas cuestiones podrían resumirse en los siguientes puntos:

- ✍ **Reunión de la Comisión Consultiva de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.** Se ha puesto de manifiesto la pertinencia de crear mecanismos de evaluación y seguimiento y/o activar en mayor medida los ya existentes, cuyos resultados sirvan para realizar las modificaciones que sean necesarias y elaborar nuevas propuestas de futuro. En el Título V de la Ley se crea la Comisión Consultiva de Espectáculos Públicos y Actividades recreativas como órgano de coordinación y de consulta de la Administración Local y Autonómica. Una de sus principales atribuciones es emitir informes que permitan conocer el grado de

aplicación y cumplimiento de la normativa. Sin embargo, en opinión de las organizaciones de vecinos no se ha puesto en marcha ningún mecanismo de seguimiento que permitiera evaluar la incidencia de su aplicación.

✍ **Solicitud del Cartel Identificativo.** Según lo establecido en la Ley 17/1999 en el exterior de los locales y recintos de espectáculos públicos y actividades recreativas debería exhibirse un documento en el que constaran los datos esenciales de la licencia. A tal fin, y mediante la Orden 434/1999, de 12 de marzo, se aprueba un modelo de cartel identificativo que deberán solicitar los distintos establecimientos a los ayuntamientos correspondientes, en el plazo máximo de dos años si los titulares disponen ya de la licencia de funcionamiento.

En opinión de las asociaciones de vecinos la percepción de mejora generalizada no obvia el incumplimiento de algunos aspectos de la normativa tales como la exhibición al público del cartel identificativo. La disponibilidad de este cartel se concentra casi exclusivamente en aquellos establecimientos catalogados como bares especiales, lo cual supone apenas un 7 por ciento sobre el total de la región. Esta situación pone de manifiesto la existencia de irregularidades en los modos de funcionamiento de los establecimientos ya que, en numerosas ocasiones, los bares de copas actúan como bares especiales sin haber realizado el correspondiente esfuerzo de adaptación a la normativa y sin haber solicitado la licencia de funcionamiento como bar especial.

✍ **Reducción de los plazos de tramitación.** A lo largo de los tres últimos años se ha producido una mayor intensificación de las inspecciones por parte de los técnicos de Protección Civil y ha aumentado el control policial, como pone de manifiesto el número medio de expedientes que se instruyen semanalmente que se sitúa entre las 200 y 300 actas.

Ahora bien, según el Departamento de Seguridad Ciudadana, la legislación vigente requiere una amplia modificación encaminada a reducir los plazos en las tramitaciones y a redefinir las condiciones por las que las infracciones que comente un establecimiento deberían ser calificadas como falta leve, grave o muy grave.

La pérdida de actividad que supone el cierre de un establecimiento se ampara en la vulneración del derecho al trabajo como principal obstáculo a la propuesta de clausura, de este modo los procesos de sanción por cúmulo de faltas leves no suelen llegar a la fase final de cierre del local. Esta situación dificulta el proceso de control del cumplimiento de la

normativa y genera situaciones de desequilibrio entre los empresarios y los vecinos afectados a favor de los primeros.

✍ **Control y estipulación horaria.** Existe una percepción generalizada de la existencia de un mayor control del cumplimiento de los horarios de apertura y cierre de los establecimientos. Sin embargo, desde el punto de vista vecinal, la intensificación de las inspecciones se circunscribe a zonas muy específicas y a momentos muy puntuales.

En su opinión, no existe por parte de los empresarios del sector una concienciación sobre la necesidad de cumplir los requisitos estipulados en la Ley ya que en su mayoría se amparan en los comportamientos permisivos de las instancias encargadas de supervisar su cumplimiento. La solución a esta situación, es decir, la adopción de un compromiso de mejora por parte de los establecimientos, constituye la base fundamental a partir de la cual se podrían introducir nuevas modificaciones a la normativa (horarios, etc.).

Por su parte, el sector empresarial defiende el cumplimiento mayoritario de los bares especiales con los requisitos necesarios para su adecuado funcionamiento y, entre ellos, el ajuste a la normativa horaria.

En su opinión, la clasificación de un local de copas como bar especial constituye un paso fundamental para la mejora de la calidad y profesionalización de los establecimientos; ahora bien, para que este cambio se produzca es necesario que se den una serie de ventajas lo suficientemente atractivas como para que el empresario realice la inversión requerida para su adaptación. Considerando, por un lado, la localización relativamente aislada de los establecimientos que están actualmente catalogados como bares especiales y, por otro, el hecho de que cumplen mayoritariamente con los requisitos necesarios para su adecuado funcionamiento, podría ser pertinente proceder a ampliar la hora de cierre de manera que pueda cubrir las expectativas de la demanda existente. Esta situación generaría un efecto de mimesis y, por tanto, una mejora sustancial del sector en términos de calidad del servicio y de las instalaciones. En este sentido, la prolongación de la franja horaria de apertura de estos establecimientos se propone desde el sector empresarial como uno de los posibles cambios futuros de la normativa.

✍ **Aceleración de los procesos de obtención de la licencia de funcionamiento.** En opinión del colectivo empresarial la ralentización en los procesos de adquisición de la licencia de

funcionamiento sigue siendo un problema que afecta de forma especial al sector de la hostelería llegando a producirse largos períodos de espera. No obstante, destacan el hecho de que esta situación no se produce en los bares especiales, quienes presentan en su totalidad el cartel identificativo.

✍ **Apoyo a los procedimientos de denuncia.** En opinión de las personas que residen en zonas de bares, la fórmula y tramitación de una denuncia supone iniciarse en un largo proceso lleno de obstáculos que, a menudo, lleva a un abandono prematuro del mismo. Según representantes de las asociaciones de vecinos concluir el procedimiento de denuncia por vía civil supone pasar por las siguientes fases:

1. Presentar la denuncia a la Administración
2. Movilizar y conseguir el respaldo vecinal
3. Contratar un abogado para enviar un requerimiento en el que se explique que se va a iniciar un procedimiento
4. Convocar una junta en la Comunidad de vecinos en la que se llegue a un acuerdo para iniciar las acciones
5. Afrontar un proceso más o menos incierto para solucionar los problemas

✍ **Adopción de actuaciones “a medida”.** El carácter global de la Ley determina que la misma no tenga ni pueda tener carácter exhaustivo. La variedad de situaciones que quedan incluidas en el ámbito de aplicación de la normativa demanda, en ocasiones, actuaciones específicas que no se contemplan en el marco de una regulación genérica de estas características.

Existe una opinión generalizada que incide sobre la necesidad de aplicar medidas adecuadas a la situación y necesidades específicas de cada zona de concentración de bares, entre otros, en los siguientes términos:

1. Intensificar las actuaciones de prevención y vigilancia policial en aquellas zonas especialmente conflictivas o de grandes concentraciones de personas en la vía pública.
2. Realizar un estudio de necesidades por zonas de los empresarios, usuarios y vecinos que permita definir líneas de actuación específicas.
3. Facilitar el proceso de adaptación a la normativa de aquellos bares que estén dispuestos a realizar ése esfuerzo.

En estos momentos sería necesario desarrollar el Reglamento de la Ley que consolide en un solo instrumento la dispersión de normas que existe, incluso desarrollando aquellos aspectos que todavía no están contemplados en las normas existentes (regulación del derecho de admisión, autorizaciones de otro tipo de espectáculos y actividades recreativas, por ejemplo las que necesitan de la participación de animales, las actividades extraordinarias específicas, etc.).

Por otra parte, hasta la fecha están catalogados más de cuatro mil establecimientos, aunque deberían alcanzar los veinticinco mil entre todos los establecimientos que entran en el Catálogo (bares, bares de copas, bares especiales, restaurantes, cafeterías, teatros, cines, etc., es decir todos los lugares donde se realicen actividades de ocio).

Los establecimientos que más acuden a la vía de regularización mediante el Catálogo son los restaurantes, cafeterías y bares, los locales tradicionales de hostelería. Los locales de ocio y esparcimiento que se dedican a ofrecer un servicio recreativo no meramente hostelero como son bares de copas, discotecas, etc., presentan un menor número relativo de solicitudes.

No se sabe cuando se producirá el cierre del Catálogo, ya que es una actividad que está sometida a los calendarios impuestos por el Decreto del Catálogo que ya se han superado. No hay por el momento un plan de actuación efectivo, porque no existe la posibilidad de que se imponga una actuación desde la Comunidad de Madrid hacia los ayuntamientos fuera del ámbito normativo. Serían posible hacer planes de colaboración con los ayuntamientos, aunque es prácticamente imposible que la Comunidad de Madrid pueda hacer planes o convenios de colaboración con los entes locales, con los medios que tiene. Su contenido consistiría en la mera supervisión por parte de la Comunidad de Madrid de lo que estén haciendo los ayuntamientos, porque hacer un convenio de colaboración para que se agilice el proceso resulta difícil.

Los establecimientos que no estén regularizados quedarán fuera del Catálogo, pero mientras no medie una denuncia oficial no se ha cometido la infracción. Por este motivo, sería conveniente llevar a cabo alguna iniciativa encaminada a que los empresarios tomen conciencia de su obligación de tener al día las condiciones de seguridad de sus establecimientos y que se lleve a cabo a través de los requerimientos que les puedan hacer los ayuntamientos. Algunos ayuntamientos han puesto en marcha sus planes de actuación particular, de forma que hay municipios de la corona metropolitana que pueden tener registrado en torno a un 90% de estos

establecimientos, como son Alcorcón y Fuenlabrada, que están llevando esta iniciativa con gran agilidad.

Ahora bien, hay que tener en cuenta que existen establecimientos que han solicitado la catalogación, pero se encuentran en proceso de tramitación en función de las obligaciones y normativa específica de cada ayuntamiento.

Por su parte, todavía existen muchos establecimientos que carecen de su cartel identificativo. Las policías locales de los municipios están llevando a cabo una inspección exhaustiva, en la medida de lo posible, de todo este tipo de actividades de hostelería, con el buen sentido de no interferir en la actividad del sector para colapsarlo, sino como medida de advertencia y de información a todos los empresarios.

El aspecto interesante de la puesta en marcha de los carteles es que a medida que se vayan viendo en los establecimientos que ya lo han conseguido, esto podría animar a los que aún no lo tienen a iniciar las gestiones y tramitaciones necesarias. El cartel es un elemento que avala la calidad, el usuario puede conocer exactamente qué actividad desarrolla, el aforo del establecimiento (sólo hay seguridad para atender a esas personas como máximo) etc. No sólo es un requisito legal, sino también un suplemento de calidad a través de la información que proporciona a los usuarios; es lo que obliga al establecimiento con los usuarios, de forma que si no se contemplan los requisitos de ese cartel identificativo, el empresario está deslegitimado para ejercer esa actividad.

7.2. LA LEGISLACIÓN INDIRECTA

Los establecimientos relacionados con el ocio nocturno están afectados por toda una serie de normativas y disposiciones legales que controlan sus actividades, instalaciones, etc. Este tipo de normativa indirecta que los regula no se ha modificado desde el anterior informe, por lo que no se considera necesario su explicación detallada, si bien, conviene una breve enumeración para su mayor conocimiento.

CONDICIONES DE PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

El Real Decreto 2177/1996, de 4 de octubre, aprobó la Norma Básica de la Edificación “NBE-CPI/96: Condiciones de protección contra incendios en los edificios”. Esta normativa establece las condiciones que deben reunir los edificios para la protección y seguridad de las personas frente a los riesgos originados por los incendios, es decir, dirige sus objetivos a la protección contra el incendio una vez declarado éste.

Esta norma básica establece las condiciones que deben reunir los edificios para proteger a sus ocupantes frente a los riesgos originados por un incendio, para prevenir los daños en los edificios o establecimientos próximos y facilitar la intervención de los bomberos y equipos de rescate.

Se aplica a los proyectos y obras de nueva construcción, de reforma de edificios y establecimientos o de cambio de uso de los mismos. El cumplimiento de esta norma básica debe quedar reflejado en el proyecto general del edificio o establecimiento, así como en la documentación necesaria para la obtención de las autorizaciones y licencias preceptivas.

SERVICIOS DE PREVENCIÓN Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS Y SALVAMENTO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Estos servicios se regulan mediante la Ley 14/1994, de 28 de diciembre. Esta Ley recoge en su artículo 7 que todos los ciudadanos están en la obligación de colaborar personal y materialmente en la prevención y extinción de incendios. Esta obligación de colaborar se concreta en dos aspectos:

- ✍ Cumplir las medidas de prevención y protección para personas y bienes establecidas por las leyes
- ✍ Realizar las prácticas oportunas e intervenir operativamente en las situaciones de emergencia cuando lo requieran las circunstancias

Esta Ley establece que los propietarios de locales de espectáculos públicos y actividades recreativas deberán realizar uno o varios contratos de seguro que cubran los riesgos de incendio del local y de responsabilidad civil de carácter general por el uso público de los locales.

Los titulares de los locales deberán presentar dichos contratos en cualquier momento a la autoridad competente, así como la certificación de cumplimiento de la Normativa de Protección contra Incendios. La carencia de dichos contratos o de la certificación de los mismos constituirá infracción administrativa grave que será sancionada con el cierre temporal de la actividad hasta que se presente la documentación mencionada.

PLAN TERRITORIAL DE PROTECCIÓN CIVIL

El Decreto 85/92, de 17 de diciembre, por el que se aprobó el Plan Territorial de Protección Civil de la Comunidad de Madrid (PLATERCAM) regula todos los aspectos relacionados con la autoprotección, protección civil y seguridad de los ciudadanos.

Los principales objetivos del PLATERCAM son:

- ✍ Dar respuesta a todas las emergencias que puedan producirse en la Comunidad de Madrid como consecuencia de los riesgos identificados en el Plan
- ✍ Coordinar todos los servicios, medios y recursos existentes en la región madrileña incluyendo los de las entidades públicas y privadas y los procedentes de otras Administraciones Públicas
- ✍ Permitir la integración de los Planes Territoriales de ámbito inferior

LEY DE PROPIEDAD HORIZONTAL

La normativa sobre propiedad horizontal se adecuó a los nuevos requerimientos sociales mediante la nueva Ley 8/1999, de 6 de abril, de Reforma de la Ley 49/1960, de 21 de julio, sobre Propiedad Horizontal.

Dentro de esta Ley 8/1999 se establece que al propietario y al ocupante del piso o local no les está permitido desarrollar en él actividades que resulten dañosas para la finca o que contravengan las disposiciones generales sobre actividades molestas, insalubres, nocivas, peligrosas o ilícitas.

También plantea que el presidente de la comunidad de vecinos, a iniciativa propia o de cualquiera de los propietarios, puede requerir la inmediata paralización de cualquier tipo de actividad molesta o ilícita bajo el apercibimiento de iniciar las acciones judiciales procedentes.

Por otro lado, establece las obligaciones que debe cumplir todo propietario de un piso o un local, entre las que destacan respetar las instalaciones generales de la comunidad y de más elementos comunes, mantener en buen estado de conservación su propio piso o local para no perjudicar a la comunidad o a otros propietarios, contribuir con su parte correspondiente a los gastos generales para el adecuado sostenimiento del inmueble, sus servicios, etc.

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

La Ley 10/1991, de 4 de abril, para la Protección del Medio Ambiente regula las solicitudes de licencias de instalación de actividades sujetas al trámite de calificación ambiental, entre las que se incluyen las relacionadas con el sector del ocio nocturno.

La Ley establece que toda persona natural o jurídica, pública o privada que planifique, proyecte realizar o realice cualquier actividad susceptible de producir un deterioro en el entorno, está obligada a eliminar o reducir ese efecto. Por tanto, el artículo 11 de esta Ley establece que los bares especiales, pubs, discotecas y salas de fiestas deberán someterse a Calificación Ambiental.

Se entiende por calificación ambiental el análisis al que debe someterse una actividad con objeto de conocer las posibles perturbaciones producidas en el medio ambiente derivadas de su puesta en funcionamiento. La calificación ambiental determina la conveniencia o no de otorgar licencias de apertura de actividades industriales o mercantiles, tanto públicas como privadas.

ORDENACIÓN DEL TURISMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

La Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, ha permitido la reorganización de estas actividades en el ámbito de la región madrileña. Los principales objetivos que pretende cubrir esta Ley son:

- ✍ Favorecer el desarrollo y la competitividad de las actividades turísticas
- ✍ Proteger los derechos de los usuarios de los servicios turísticos

- ✍ Favorecer la creación de empleo estable en el ámbito de la actividad turística

Esta Ley establece como empresa turística toda aquella que, mediante precio y de forma habitual, presta servicios en el ámbito de la actividad turística, tales como empresas de alojamiento, de intermediación, de restauración, de información y de actividades turísticas complementarias. Dentro de las actividades de restauración se clasifican los restaurantes, cafeterías, bares y similares y establecimientos de elaboración de comidas para su consumo fuera de los mismos.

Las principales obligaciones de las empresas turísticas son:

- ✍ Anunciar o informar a los usuarios sobre las condiciones de prestación de los servicios y sus precios
- ✍ Facilitar los bienes y servicios con la máxima calidad de acuerdo con lo dispuesto en la reglamentación correspondiente
- ✍ Facultar los servicios de acuerdo con los precios establecidos
- ✍ Cuidar del buen funcionamiento y mantenimiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento

GARANTÍAS DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

Como la legislación vigente sobre espectáculos públicos y actividades recreativas contempla la protección de los menores, se recoge la Ley 6/1995, de 28 de marzo, de Garantías de los Derechos de la Infancia y Adolescencia en la Comunidad de Madrid.

Dicha Ley establece un marco normativo general que fija las garantías necesarias para que los menores de edad puedan ejercer sus derechos en las materias competentes de la Comunidad de Madrid.

7.3. NOVEDADES LEGISLATIVAS

Como respuesta a la existencia de notables lagunas y deficiencias derivadas de la aplicación del Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas⁹, el 4 de julio de 1997 se aprueba la Ley 17/1997 de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas cuyo objetivo es crear un marco normativo que dé adecuada satisfacción a los problemas que se plantean en la actualidad y que asiente unos principios que permitan hacer frente a los que genere la evolución de la sociedad.

Con la aplicación de esta normativa se pretende, entre otras cuestiones, garantizar la seguridad del público asistente y la higiene de sus instalaciones de los espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos regulados en la Ley, así como evitar molestias a terceros.

ORDEN 2071/2000, DE 20 DE MARZO, DE AYUDAS DE INCENTIVOS A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS, OCIO Y RECREO, PARA SU ADAPTACIÓN A LA NORMATIVA DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS

La adaptación de los establecimientos a la normativa en materia de seguridad e insonorización requiere, a menudo, una inversión económica que los empresarios no pueden asumir. A tal fin, la Consejería de Economía y Empleo de la Comunidad de Madrid ha convocado, mediante la **Orden 2071/2000, de 20 de marzo**, una serie de ayudas destinadas a aquellos proyectos que faciliten la adaptación de las empresas turísticas, ocio y recreo a la normativa de espectáculos públicos y actividades recreativas.

LÍNEAS DE AYUDAS

1. Adaptación de las instalaciones a la normativa de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, establecido en la Ley 17/1997 (Protección del medio ambiente, seguridad de trabajadores y clientes, y supresión de barreras arquitectónicas).
2. Traslado de las instalaciones desde una zona protegida a otra con menor impacto ambiental.
3. Creación o ampliación de los Servicios de vigilancia.

BENEFICIARIOS

Podrán beneficiarse de las ayudas las **PYMEs¹⁰** o **agrupaciones de las mismas y empresarios individuales** que cumplan los siguientes requisitos:

⁹ Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto.

¹⁰ Se considerarán PYMEs aquellas empresas que cumplan con los siguientes requisitos:

- ☞ Tener una cifra de negocio anual no superior a 40.000.000 de euros, o bien un balance general anual no superior a 27.000.000 de euros, según el último Impuesto de Sociedades liquidado. Tener menos de 250 trabajadores.
- ☞ No estar vinculados o participados en una cantidad igual o superior al 25 por 100 del capital por empresas o instituciones que no cumplan cualquiera de los requisitos establecidos en los apartados anteriores, salvo si éstas son empresas públicas de inversión, empresas de capital riesgo o inversiones institucionales en los términos establecidos por la normativa comunitaria aplicable.

1. Pertener al sector turístico (inscripción en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas) y cuya actividad esté comprendida dentro de la siguiente tipología:
 - ✍ Café teatro
 - ✍ Salas de fiestas
 - ✍ Restaurante espectáculo
 - ✍ Discotecas y salas de baile
 - ✍ Bares de copas con o sin actuaciones musicales en directo
2. Su ámbito de actuación deberá radicar en la Comunidad de Madrid
3. Que esté al corriente de sus obligaciones con la Seguridad Social y con la Hacienda del Estado y de la Comunidad de Madrid
4. En el caso de haber sido beneficiado de subvenciones anteriores, haber cumplido con las obligaciones inherentes a las mismas



ACTUACIONES SUBVENCIONABLES

Línea 1

- ✍ Obras destinadas a la protección del medio ambiente: insonorización, higiene de las instalaciones, protección del entorno urbano.
- ✍ Obras destinadas a aumentar la seguridad de los trabajadores y clientes.
- ✍ Supresión de barreras arquitectónicas.
- ✍ Gastos derivados de la elaboración de planes de emergencia, prevención y protección de incendios y otros riesgos.

Línea 2

- ✍ Los costes de redacción del proyecto técnico y del estudio de seguridad e higiene, siempre que vayan acompañados de la realización de obras.
- ✍ Los costes de ejecución material de las obras, incluyendo los honorarios profesionales de dirección de obra, mano de obra, materiales, gastos generales y beneficio industrial.
- ✍ Los costes de equipamiento (mobiliario, equipos y programas informáticos).

En las Líneas 1 y 2 es obligación del beneficiario mantener la inversión subvencionada en el patrimonio de la empresa durante al menos dos años.

Línea 3

- ✍ Los contratos de prestación de servicios de vigilancia y seguridad interna y externa de las instalaciones, cuya duración sea igual o superior al año, celebrado con empresas de Servicios de vigilancia o seguridad.



PERIODO DE REALIZACIÓN DE INVERSIONES

Líneas 1 y 2

Podrán beneficiarse de las ayudas, los proyectos de inversión y actividades que se desarrollen entre el 1 de noviembre de 1999 y el 31 de octubre de 2000.

Línea 3

Podrán beneficiarse de las ayudas, los contratos celebrados durante los doce meses inmediatamente anteriores a la fecha de presentación de la solicitud.

**GASTOS NO SUBVENCIONABLES**

No será computables entre otros como gastos subvencionables:

- ✍ La adquisición, alquiler o traspaso de solares, terrenos y locales.
- ✍ Los gastos derivados de la obtención de permisos, autorizaciones o licencias.
- ✍ Los gastos derivados de estudios, informes, publicidad, u otro tipo de gastos corrientes del proyecto.
- ✍ Los gastos relativos a personal, corrientes u ordinarios propios del beneficiario, así como los vehículos y otros medios de transporte.
- ✍ Los gastos financieros y los gastos relativos a impuestos, tasas, etc.
- ✍ Los gastos de carácter suntuario (colecciones de arte, antigüedades, vajillas de lujo y similares).

**CUANTÍA DE LA AYUDA****Líneas 1 y 2**

1. La cuantía de las ayudas se calculará en función del presupuesto de la convocatoria y del volumen de los proyectos elegidos, con un límite máximo del 40 por 100 del proyecto estimado como subvencionable
2. Dicho porcentaje se determinará del siguiente modo:
 - ✍ El 32 por 100 cuando la empresa cumpla con todos los requisitos
 - ✍ En función del porcentaje de trabajadores con contrato indefinido sobre el total de trabajadores de la plantilla de la entidad solicitante, en el momento de presentación de la solicitud, el porcentaje subvencionable se incrementará hasta un 8 por 100 (criterios de género)
3. La cuantía de la subvención finalmente abonada será calculada en función de la justificación aportada, de tal forma que su importe deberá ponderarse con la actuación proyectada o la anualización en su caso, reduciéndose la cuantía de la ayuda en función de la justificación presentada, en caso de ser ésta inferior a la del proyecto elegido como subvencionable.

Línea 3

La cuantía de las ayudas es de 150.000 pesetas, por contrato destinado a los Servicios de vigilancia y seguridad.

El pago de la ayuda estará supeditado a la presentación de la documentación requerida y a la comprobación del material de la inversión en el caso de las líneas 1 y 2. Por otra parte, los beneficiarios quedan sometidos al control financiero de la Intervención General de la Comunidad de Madrid y a la fiscalización del Tribunal de Cuentas y otros Órganos competentes, de acuerdo con el régimen de control de subvenciones regulado en la Ley 2/1995, de 8 de marzo, de Subvenciones de la Comunidad de Madrid.

A continuación se recogen los formularios de solicitud de ayuda (anexos I, II y III).

ANEXO I

SOLICITUD DE AYUDAS ORDEN 2071/2000. CONCESIÓN DE AYUDAS DE INCENTIVOS A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS, OCIO Y RECREO, PARA SU ADAPTACIÓN A LA NORMATIVA DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y ACTIVIDADES RECREATIVAS

Comunidad de Madrid. Consejería de Economía y Empleo. Dirección General de Turismo

1. DATOS DEL SOLICITANTE		
Nombre.....N.I.F./C.I.F.....		
Domicilio (calle o plaza).....Nº.....Código Postal.....		
Localidad.....Teléfono.....Fax.....		
2. DATOS DEL REPRESENTANTE O PERSONA AUTORIZADA		
Apellidos.....Nombre.....		
N.I.F.....Domicilio (calle o plaza).....Nº.....		
Localidad.....Código Postal.....		
3. DATOS DEL PROYECTO		
↖ Línea 1 Objeto..... Inversión total del Proyecto..... Inversión anualizada: Año 2000:.....Ptas. Año 2001:.....Ptas. Año 2002:.....Ptas. Otros:.....Ptas.	↖ Línea 2 	↖ Línea 3
4. AYUDA SOLICITADA (PESETAS):		
Línea 1:Ptas.	Línea 2:Ptas.	Línea 3:Ptas.
5. DATOS DE LA ENTIDAD BANCARIA		
Entidad.....Código.....		
Oficina.....Código.....		
Dirección.....Código N° Cuenta.....		

Los datos que se recogen se tratarán informáticamente o se archivarán con el consentimiento del ciudadano, quien tiene derecho a decidir quién puede tener sus datos, para qué los usa, solicitar que los mismos sean exactos y que se utilicen para el fin que se recogen, con las excepciones contempladas en la legislación vigente. Para cualquier cuestión relacionada con esta materia puede dirigirse al teléfono de información administrativa 012.

El/la abajo firmante

DECLARA

- Que son ciertos cuantos datos figuran en la presente solicitud.
- Que conoce las estipulaciones de la presente Orden.
- Que cumple los requisitos señalados en la Orden que regula las ayudas.
- Que se compromete a destinar el importe de la ayuda al objeto del proyecto indicado.

SOLICITA

Le sea concedida la ayuda solicitada en el apartado 4 para el desarrollo del proyecto que se describe en esta solicitud y documentación anexa, con arreglo a lo establecido en la Orden.

NOTA.- En caso de cambio de teléfono de contacto o domicilio a efectos de notificación, se comunicará al Servicio de Espectáculos y Actividades recreativas de la Dirección General de Turismo haciendo referencia al número de expediente y programa.

En Madrid, a..... de de 2000

(Firma)

EL/LA SOLICITANTE

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO, DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO
C/ Príncipe de Vergara, 132, 5ª planta, 28802 Madrid

ANEXO II

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO.....			
ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICA:			
<input type="checkbox"/> Café teatro	<input type="checkbox"/> Sala de fiestas	<input type="checkbox"/> Restaurante-espectáculo	<input type="checkbox"/> Discoteca
<input type="checkbox"/> Sala de baile	<input type="checkbox"/> Bar de copas		
<input type="checkbox"/> Otros (señalar cuál).....			
Categoría.....			
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:			
Domicilio (calle o plaza).....			
Nº.....Localidad.....Código Postal.....			
LÍNEA 1. NUEVA DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO. (Rellenar sólo en caso de traslado de las instalaciones.)			
Domicilio (calle o plaza).....			
Nº.....Localidad.....Código Postal.....			
NÚMERO DE REGISTRO DEL SERVICIO DE EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y EMPLEO.....			

Los datos que se recogen se tratarán informáticamente o se archivarán con el consentimiento del ciudadano, quien tiene derecho a decidir quién puede tener sus datos, para qué los usa, solicitar que los mismos sean exactos y que se utilicen para el fin que se recogen, con las excepciones contempladas en la legislación vigente. Para cualquier cuestión relacionada con esta materia puede dirigirse al teléfono de información administrativa 012.

ANEXO III
DECLARACIÓN JURADA DE OTRAS AYUDAS CONCURRENTES

D./D.^a.....en calidad de....., declara que la empresa/institución....., con C.I.F....., además de la presente petición de ayuda, ha presentado solicitud y/u obtenido ayuda en los siguientes organismos hasta el día de la fecha:

ORGANISMOS AJENOS A LA COMUNIDAD DE MADRID

ORGANISMO FECHA DE SOLICITUD O CONCESIÓN	OBJETO DE LA AYUDA	SUBVENCIÓN SOLICITADA	SUBVENCIÓN CONCEDIDA
1)			
2)			
3)			
4)			
5)			

COMUNIDAD DE MADRID

ORGANISMO FECHA DE SOLICITUD O CONCESIÓN	OBJETO DE LA AYUDA	SUBVENCIÓN SOLICITADA	SUBVENCIÓN CONCEDIDA
1)			
2)			
3)			
4)			
5)			

No he solicitado ni recibido ninguna otra ayuda o subvención para el presente proyecto.

Asimismo, el solicitante se compromete a comunicar cuantas solicitudes de subvención presente en cualquier organismo público, a partir de la fecha de hoy.

Madrid, a.....de.....de 2000.....

(FIRMA DEL SOLICITANTE)

Los datos que se recogen se tratarán informáticamente o se archivarán con el consentimiento del ciudadano, quien tiene derecho a decidir quién puede tener sus datos, para qué los usa, solicitar que los mismos sean exactos y que se utilicen para el fin que se recogen, con las excepciones contempladas en la legislación vigente. Para cualquier cuestión relacionada con esta materia puede dirigirse al teléfono de información administrativa 012.

(03/7.392/00)

DECRETO 341/1999, DE 23 DE DICIEMBRE, POR EL QUE SE APRUEBA EL REGLAMENTO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID

El 23 de diciembre de 1999 se aprueba, mediante el **Decreto 341/1999**, el Reglamento de Prevención de Incendios de la Comunidad de Madrid como medio para dar una respuesta adecuada a lo previsto en la Ley 17/1997, de 4 de julio, de Espectáculos Públicos y Actividades recreativas, en todo lo referido a las condiciones de prevención y protección contra incendios en los locales donde se desarrollen este tipo de actividades.

Tiene por objeto establecer las condiciones de seguridad contra el incendio no premeditado, en la edificación y actividades, con el fin de tratar de evitar las posibilidades de iniciación, propagación y pérdida de vidas humanas, así como reducir al máximo la pérdida de bienes y facilitar las operaciones de extinción.

**ÁMBITO DE APLICACIÓN**

1. Es aplicable, en todo el ámbito de la Comunidad de Madrid, a todos los proyectos y obras de nueva edificación, reforma y reestructuración, cambio de uso y cambio de titularidad, así como a todas aquellas actividades de nueva implantación.
2. Con respecto a los edificios y actividades ya existentes sólo se permitirán obras o cambios de uso que mejoren las condiciones de seguridad.
3. Cuando en un recinto o actividad con licencia en vigor se pretenda variar temporalmente, en alguna forma, cualquiera de las condiciones amparadas por la licencia, se debe solicitar la autorización correspondiente, con una antelación de un mes como mínimo, aportándose información detallada del objeto de la notificación

**COMPETENCIAS**

La Comunidad de Madrid y los Municipios incluidos en su territorio ejercerán la competencia en materia de prevención y extinción de incendios en los términos establecidos en la Ley 14/1994, de 28 de diciembre, modificada por la Ley 19/1999, de 29 de abril, por la que se regulan los Servicios de Prevención y Extinción de Incendios y Salvamentos de la Comunidad de Madrid y demás legislación aplicable.

**DOCUMENTACIÓN**

En la documentación que compone los expedientes de solicitud de Licencia de Obra o de Actividades e Instalaciones, deben quedar reflejadas, como mínimo, las siguientes condiciones de seguridad:

1. Condiciones de seguridad que deben quedar reflejadas en la memoria:
 - a) Del mobiliario o asientos necesarios para el funcionamiento de la actividad, cuando se requiera en cada caso
 - b) Cálculo de la evacuación
 - c) De la estabilidad, resistencia y reacción al fuego

- d) De la detección y alarma de incendios
- e) De los pulsadores de alarma
- f) De los extintores de incendios
- g) De la extinción automática
- h) Del alumbrado de emergencia
- i) De la señalización
- j) Cálculo del control de humos
- k) Del abastecimiento de agua
- l) De la alimentación eléctrica secundaria o de emergencia
- m) Del bloqueo y retención de puertas
- n) De los ascensores de emergencia

2. Condiciones de seguridad que deben quedar reflejadas en la memoria:

- a) De entorno y accesibilidad
- b) De los usos de cada recinto
- c) De compartimentación
- d) Dimensionando vías de evacuación
- e) De la ventilación natural
- f) De las bocas de incendio equipadas
- g) De los hidrantes
- h) De la columna seca
- i) Dimensionando el control de humos

La documentación de proyecto y la certificación de final de obra deberán estar suscritas por un técnico competente para ejercer su profesión en la edificación o sus instalaciones y visados por su colegio profesional, o en su caso por el órgano de supervisión de la administración. En ambos documentos deberá quedar de manifiesto el cumplimiento del contenido del presente Reglamento.



USOS ESPECÍFICOS. ESPECTÁCULOS Y REUNIÓN

ÁMBITO DE APLICACIÓN

1. Este uso comprende aquellos edificios, establecimientos y recintos en los que se desarrolla la actividad de espectáculo propiamente dicho (salas de baile y fiestas con orquesta y/o espectáculos, entre otros), y aquellos recintos y establecimientos de reunión de personas como discotecas, salas de baile y fiesta sin espectáculo, bares, restaurantes, cafeterías, cafés, etc.
2. Los recintos destinados a este uso, además de cumplir las condiciones establecidas en la normativa relativa a la edificación deben cumplir todo lo dispuesto en la Ley de Espectáculos Públicos y Actividades recreativas de la Comunidad de Madrid, las normas de carácter general del presente reglamento y las específicas de las actividades de usos secundarios que en los mismos se ejerza o desarrolle.

CLASIFICACIÓN

GRUPO II. "Cafés-espectáculo" cuando el número de actores autorizados en la Licencia de Funcionamiento sea superior a 10, "Salas de fiestas", "Restaurante-espectáculo", "Discotecas, salas de baile", "Salas de juventud", "Salones banquetes", platós de televisión con espectadores y similares.

GRUPO IV. "Cafés-espectáculo" cuando el número de actores autorizados en la Licencia de Funcionamiento sea igual o menor de 10, "Locales de exhibiciones" cuando el número de actores sea igual o menor de 10, "Casinos", "Establecimientos de juegos colectivos de dinero y azar", "Salones de juego y recreativos", "Salones de recreo y diversión", "Rifas y tómbolas", "Bares especiales", "Tabernas y bodegas", "Cafeterías, Bares, café-bares y asimilables", "Chocolaterías, heladerías, salones de té, croissanterías y asimilables", "Bares-restaurantes", "Bares y restaurantes de hoteles", y asimilables.

 **GRUPO II****SECTORIZACIÓN**

1. Deben constituir sector de incendio independiente.
2. El sector de incendio máximo admisible se establece en 2.500 m² de superficie útil, excepto si se cumplen las condiciones de recinto de gran volumen.
3. Las zonas utilizadas para estancia del público deben constituir sector de incendio.
4. Las cabinas de proyección, si las hubiera, deben constituir sector de incendio en grado PF-30.
5. Los guardarropas de más de 10 m² de superficie útil, deben constituir sector de incendio en grado PF-60.
6. Las zonas utilizadas por artistas o modelos deben ser sector de incendio independiente, cuando el número de éstos sea mayor de 10 personas, y sector de incendio RF-60 en los demás casos.

EVACUACIÓN

1. A efectos de estudio de evacuación la ocupación teórica de cálculo, por superficie útil es de:
 - ✍ Una persona/0,50 m² en zona de permanencia de público de pie
 - ✍ Una persona/1,5 m² en zona de permanencia de público sentado
 - ✍ Una persona/5 m² en vestuarios, camerinos y similares
 - ✍ Una persona/20 m² en zonas de personal de servicio
2. La zona de camerinos y los cuartos de artistas y modelos deben disponer de acceso independiente desde el espacio exterior seguro, cuando el número de éstos sea mayor de 10 personas.
3. Cuando sean exigibles salidas opuestas, éstas deben cumplir las condiciones de salidas de emergencia.

ESTABILIDAD, RESISTENCIA Y REACCIÓN AL FUEGO

1. La estructura, tanto sustentante como sostenida, debe garantizar su estabilidad al fuego en grado EF-120.
2. Los elementos constructivos delimitadores de cada sector de incendio deben ser RF-120.
3. La reacción al fuego de los revestimientos de suelos debe ser M2 y en paredes y techos M1, como máximo.
4. Los cortinajes, decoraciones, maderas y en general, todas las materias susceptibles de arder que se precisen para el funcionamiento de la actividad deben ser M2, como máximo.

DETECCIÓN Y ALARMA DE INCENDIOS

Las zonas no destinadas a público, que no constituyan sector de riesgo nulo, deben disponer de esta instalación.

PULSADORES DE ALARMA

Los establecimientos, en los que por sus condiciones de diseño cualquier supuesto de incendio no puede ser conocido en su inicio por la totalidad de ocupantes, deben disponer de esta instalación.

EXTINTORES DE INCEDIO

Todos los recintos deben quedar cubiertos por esta instalación.

BOCAS DE INCENDIO EQUIPADAS

Los establecimientos, con superficie útil superior a 300 m², deben disponer de BIE Ø25 mm en número y

situación tales que bajo su acción quede cubierta toda su superficie.

HIDRANTES

Los establecimientos, con superficie útil superior a 2.000 m², deben disponer de H Ø100 mm .

EXTINCIÓN AUTOMÁTICA

Los recintos situados bajo rasante y los establecimientos situados sobre rasante con superficie útil superior a 500 m², deben disponer de esta instalación.

ALUMBRADO DE EMERGENCIA

1. Todos los establecimientos deben disponer de esta instalación.
2. En cualquier caso debe quedar garantizada la perfecta visualización de la totalidad del peldañado que exista.
3. Los recintos que precisen oscurecimiento para la escenificación deben mantener, al menos en la zona de público y en todo momento, una iluminación de 0,5 lux.

SEÑALIZACIÓN

Todos los recintos deben cumplir las normas generales de señalización.

PARTICULARIDADES

1. Todo recinto que para su actividad precise de llama viva, debe disponer de autorización expresa para cada caso.
2. Los recintos situados bajo rasante deben disponer de ventilación natural, salvo que sean sector de riesgo nulo.

PLAN DE AUTOPROTECCIÓN

Los establecimientos de este grupo, con ocupación teórica de cálculo superior a 200 personas, deben contar con un Plan de Autoprotección.



GRUPO IV

SECTORIZACIÓN

1. Deben constituir sector de incendio, excepto los establecimientos subsidiarios de otros usos con superficie útil menor de 200 m².
2. El sector de incendio máximo admisible se establece en 2.500 m² de superficie útil, excepto si se cumplen las condiciones de recinto de gran volumen.

EVACUACIÓN

1. A efectos de estudio de evacuación la ocupación teórica de cálculo, por superficie útil es de:
 - ☞ Una persona/0,50 m² en zona de permanencia de público de pie
 - ☞ Una persona/1,5 m² en zona de permanencia de público sentado
 - ☞ Una persona/5 m² en vestuarios, camerinos y similares
 - ☞ Una persona/20 m² en zonas de personal de servicio
2. Todo recinto de superficie útil por planta superior a 300 m² debe disponer de salida de emergencia.

ESTABILIDAD, RESISTENCIA Y REACCIÓN AL FUEGO

1. La estructura, tanto sustentante como sostenida, debe garantizar su estabilidad al fuego en grado EF-90.

2. Los elementos constructivos delimitadores de cada sector de incendio deben ser RF-90.
3. La reacción al fuego de los revestimientos de suelos debe ser M2 y en paredes y techos M1, como máximo.

La reacción al fuego de las unidades de butacas debe ser M2 en la estructura, en el relleno M3 y en el recubrimiento M1, como máximo.

DETECCIÓN Y ALARMA DE INCENDIOS

Las zonas no destinadas a público, que no constituyan sector de riesgo nulo, deben disponer de esta instalación.

PULSADORES DE ALARMA

Los establecimientos, en los que por sus condiciones de diseño cualquier supuesto de incendio no puede ser conocido en su inicio por la totalidad de ocupantes, deben disponer de esta instalación.

EXTINTORES DE INCENDIO

Todos los recintos deben quedar cubiertos por esta instalación.

BOCAS DE INCENDIO EQUIPADAS

Los establecimientos, con superficie útil superior a 300 m², deben disponer de BIE Ø25 mm en número y situación tales que bajo su acción quede cubierta toda su superficie.

HIDRANTES

Los establecimientos, con superficie útil superior a 5.000 m², deben disponer de H Ø100 mm .

EXTINCIÓN AUTOMÁTICA

Los recintos situados bajo rasante y los establecimientos situados sobre rasante con superficie útil superior a 500 m², deben disponer de esta instalación.

ALUMBRADO DE EMERGENCIA

1. Todos los establecimientos deben disponer de esta instalación.
2. En cualquier caso debe quedar garantizada la perfecta visualización de la totalidad del peldañado que exista.
3. Los recintos que precisen oscurecimiento para la escenificación deben mantener, al menos en la zona de público y en todo momento, una iluminación de 0,5 lux.

SEÑALIZACIÓN

Todos los recintos deben cumplir las normas generales de señalización.

PARTICULARIDADES

1. Cuando es exigible salida de emergencia, ésta puede acceder a una vía de evacuación compartida siempre que se realice a través de vestíbulo de independencia.
2. Los recintos situados bajo rasante deben disponer de ventilación natural, salvo que sean sector de riesgo nulo.

PLAN DE AUTOPROTECCIÓN

Los establecimientos de este grupo, con ocupación teórica de cálculo superior a 200 personas, deben contar con un Plan de Autoprotección.

Asimismo, el Reglamento de Prevención de Incendios establece una serie de Disposiciones entre las cuales se detallan a continuación aquéllas que puedan afectar directamente a los establecimientos de ocio:

DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA

Los Departamentos municipales que tengan otorgadas por sus Ayuntamientos competencias de prevención de incendios, en aquellos municipios cuya población sea superior a 20.000 habitantes, y el Cuerpo de Bomberos de la Comunidad de Madrid, en los municipios de hasta 20.000 habitantes, podrán asumir soluciones diferentes a las contempladas en el Reglamento, y siempre que se alcancen las condiciones de seguridad establecidas en el mismo, cuando:

- a) No esté explicitado en el contenido del articulado
- b) Juzguen suficientemente juzgada su necesidad

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA

Las actividades incluidas en el uso de Espectáculos y Reunión calificadas de riesgo alto y medio y ejerzan su actividad al amparo de una licencia calificada, deberán adoptar las siguientes medidas correctoras, cuando éstas no existan y no supongan la alteración de elementos estructurales:

- a) Las instalaciones de alumbrado de emergencia y señalización.
- b) Las instalaciones de extinción de incendios automáticas en el plazo de tres años y las manuales en el plazo de un año.
- c) Las instalaciones de compartimentación encaminadas a evitar la propagación del incendio y la invasión de humo en las vías de evacuación, en el plazo de tres años.
- d) Presentar en el plazo de un año el Plan de Autoprotección.

Las zonas edificadas limítrofes o interiores a áreas forestales deberán cumplir lo dispuesto en el artículo 12 del presente Reglamento en el plazo de un año.

Los núcleos de población deberán instalar hidrantes para facilitar la intervención de los Cuerpos

de Bomberos, en el plazo de tres años, como mínimo en la siguiente proporción:

- ✍ Hasta 500 habitantes: 1 hidrante
- ✍ Entre 501 y 2.000 habitantes: 2 hidrantes
- ✍ Cada 2.000 habitantes más o fracción: 1 hidrante

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA

Cuando la adopción de las medidas correctoras mencionadas en la Disposición Transitoria Primera, no sea técnicamente posible o su coste sea demasiado gravoso para el ejercicio de su actividad, el interesado deberá presentar un proyecto realizado por un técnico competente en el que se propongan las medidas alternativas para mejorar los niveles de seguridad, de conformidad con la Disposición Adicional Primera del Reglamento.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA TERCERA

La Administración podrá en casos excepcionales, justificados por interés público o en razón de manifiesta peligrosidad, disponer la aplicación de medidas correctoras distintas de las establecidas en la Disposición Transitoria Primera, siempre que éstas sean técnicamente posibles.

COMENTARIOS A LA NUEVA NORMATIVA

La implantación del reglamento de Prevención de Incendios está asumido por las corporaciones locales. Se conoce con carácter general su contenido y se aplica en términos relativos con un nivel todavía no muy elevado debido a la escasez de medios con los que cuentan.

Por su parte, la línea de ayudas de Incentivos a las Empresas Turísticas, Ocio y Recreo para su adaptación a la normativa de espectáculos públicos y actividades recreativas ha tenido una escasa repercusión en el sector de las actividades de ocio nocturno.

El número de solicitudes presentadas ha sido muy inferior al esperado, apenas 22 empresas iniciaron los trámites de solicitud de la ayuda y finalmente tan sólo una de ellas se ha podido beneficiar de esta subvención. El principal motivo de esta criba radica en la imposibilidad de la mayoría de las empresas de cumplir con dos de los requisitos exigidos en la convocatoria:

- ✍ Estar inscrito en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas
- ✍ Estar en disposición de la licencia de funcionamiento

Probablemente, esta situación ha contribuido a frenar la intención de solicitud de las restantes empresas que no han iniciado esta gestión. No obstante, existen diferentes interpretaciones que varían según se trate de un interlocutor u otro.

Desde el punto de vista empresarial se trata de una ayuda interesante pero, al margen de las trabas que para muchos establecimientos suponen los requisitos solicitados, en su opinión, el mayor impulso a la adaptación de los bares a la nueva normativa radica en la ampliación horaria por encima de cualquier ayuda o subvención.

En opinión de la Asociación Empresarial de Bares de Copas y Pubs de la Comunidad de Madrid, la ventaja horaria que supone la catalogación de un establecimiento como bar especial (una hora más que los bares-cafetería) no compensa el esfuerzo económico que supone la adecuación a la normativa y la pérdida de las ventajas de la anterior categoría (apertura de 20 horas diarias, posibilidad de tener plancha, etc.).

Por su parte, el colectivo de vecinos considera que, en general, no existe por parte de los empresarios del sector una concienciación sobre la necesidad de cumplir los requisitos

estipulados en la Ley. En su opinión, el proceso de adaptación supone asumir un compromiso de mejora que garantice unos niveles mínimos de calidad adecuados a las nuevas necesidades y exigencias económicas y sociales de la región madrileña. El reducido número de establecimientos que han iniciado las medidas necesarias para adaptarse a la nueva normativa pone de manifiesto tres cuestiones fundamentales:

1. Que los establecimientos no están capacitados para adaptarse a la normativa
2. Que no existe una voluntad de cumplimiento de la normativa por parte de los empresarios
3. Que los contenidos de la Ley no se ajustan a la realidad del sector empresarial

En definitiva, la escasa repercusión de esta iniciativa plantea una serie de cuestiones que deben ser objeto de reflexión y análisis para el desarrollo de futuras líneas de actuación.