

2

ACTUALIDAD

2. DESPLAZAMIENTOS DE NAVIDAD

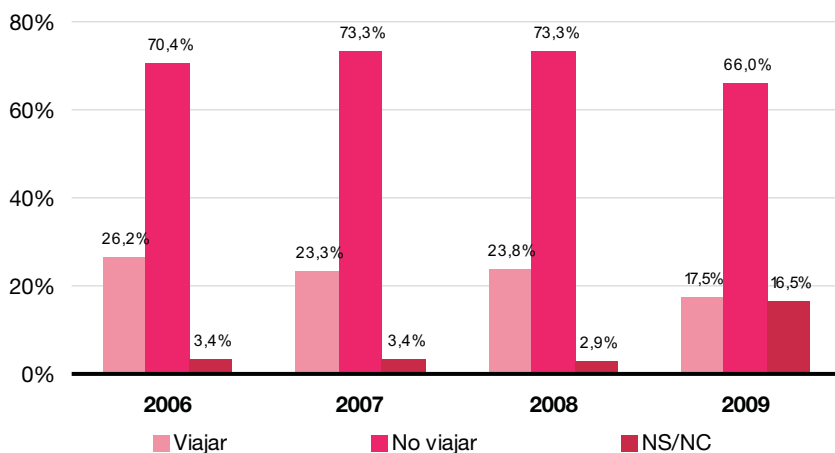
Navidad es una época en la que la economía de las familias aguanta una presión particular a la sombra de unas tradiciones que implican hacer frente a unos niveles de gasto muy superiores a los del resto del año. Esta Navidad es la segunda de una crisis económica, a la que el consumidor llega con unos comportamientos aprendidos e interiorizados y que, tal como se desprende de las respuestas de los madrileños, van a tener incidencia en el consumo; al menos así lo indican sus expectativas.

2.1 Viajes previstos y hábitos de viajar en navidad

Sólo el 17,5% de los hogares indican que al menos uno de sus miembros tiene claro que va a viajar esta Navidad.

Navidad es una temporada en la que el madrileño no manifiesta una intención mayoritaria de viajar, sea cual sea la situación económica del hogar, y así lo demuestran los datos de los últimos años. La nota peculiar de este año es que hay una importante cantidad de hogares que no sabe, o no ha decidido, si va a viajar (16,5%); ello explica que tanto el porcentaje de los que piensan viajar (17,5%), como de los que no piensan viajar (66,0%) estén por debajo de lo que se señalaba en otros años. Como ya se ha dicho a lo largo de esta crisis, entre sus efectos está la generación de desconfianza en los consumidores, aunque su situación económica sea solvente. La realidad de lo que ocurra puede que no rompa la tendencia de años anteriores, pero a estas alturas muchos hogares madrileños todavía no lo saben.

Evolución de las expectativas de viajar en el período 2.006 - 2.009



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2006-2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Al comparar la costumbre de los madrileños de viajar en esta época del año y lo que piensan hacer a este respecto en esta Navidad, se observa que el 78,7% de los hogares en los que alguno (o todos) de sus componentes suele viajar, también piensa hacerlo esta Navidad; en el polo opuesto, un 92,6%, de quienes nunca viajan tampoco lo van a hacer este año. El saldo de la costumbre frente a la expectativa de este año es de una pérdida de viajes de los hogares madrileños.

Comportamiento comparado entre lo que habitualmente hacían otros años los madrileños en navidad y lo que piensan hacer este año

	Piensa viajar este año	No piensa viajar esta año	NS/NC	Total
Siempre viaja	78,7	13,9	7,4	100
La mayoría de los años	73,2	23,2	3,7	100
Normalmente no	2,4	77,3	20,2	100
Nunca viaja	2,7	92,6	4,7	100
NS/NC	4,9	39,0	56,1	100
Total	18	66	17	1

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

De esta caída de las expectativas de viaje para esta Navidad, frente a lo que era costumbre otros años, no se salva ninguno de los grupos de hogares según su nivel de ingresos, con la particularidad añadida del peso que tiene la situación de duda o de no haber decidido todavía lo que van a hacer a este respecto, especialmente en los rangos medios de ingresos, entre 1.000 y 3.000 euros.

La nota peculiar de este año es que hay una importante cantidad de hogares que no sabe, o no ha decidido, si va a viajar (16,5%); ello explica que tanto el porcentaje de los que piensan viajar (17,5%), como de los que no piensan viajar (66,0%) estén por debajo de lo que se señalaba en otros años.

El 78,7% de los hogares en los que alguno (o todos) de sus componentes suele viajar, también piensa hacerlo esta Navidad; en el polo opuesto, un 92,6%, de quienes nunca viajan tampoco lo van a hacer este año.

En todos los tipos de hogar, las expectativas de viajar esta Navidad son menores que sus hábitos de viajar.

Variación de expectativas de viajar este año frente a los hábitos de años anteriores según ingresos de los hogares

Costumbre de viajar en navidad

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Siempre o casi siempre	7,8	17,7	19,1	27,3	34,0
Nunca o casi nunca	88,4	78,9	76,9	68,4	61,1
NS/NC	3,9	3,4	4,0	4,3	4,9
Total	100	100	100	100	100

Expectativas de viajar esta navidad

Sí	6,0	14,7	16,2	23,8	31,9
No	81,9	67,7	61,8	59,3	53,5
NS/NC	12,1	17,7	22,0	16,9	14,6
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Se puede matizar esta realidad económica del hogar, agrupándolos por el nivel de ingresos por miembro del mismo.

De esta caída de las expectativas de viaje para esta Navidad, frente a lo que era costumbre de otros años, no se salva ninguno de los grupos de hogares según su nivel de ingresos, con la particularidad añadida del peso que tiene la situación de duda o de no haber decidido todavía lo que van a hacer a este respecto.

Variación de expectativas de viajar este año frente a los hábitos de años anteriores según ingresos per cápita de los hogares

Costumbre de viajar en navidad

	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899€	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más
Siempre o casi siempre	3,8	14,9	18,3	32,8	34,3
Nunca o casi nunca	94,3	80,5	78,6	62,4	60,5
NS/NC	1,9	4,6	3,1	4,8	5,2
Total	100	100	100	100	100

Expectativas de viajar esta navidad

Sí	1,9	10,6	18,7	31,2	29,1
No	86,7	70,4	61,8	58,4	56,4
NS/NC	11,4	19,0	19,5	10,4	14,5
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los comentarios que se pueden hacer desde esta perspectiva no se alejan de los ya expuestos. Al cruzar tamaño del hogar e ingresos se modulan los resultados, se suavizan las cifras medias, incluso puede aparecer un grupo (entre 600 y 899 euros) en el que el porcentaje de los que piensan viajar esta Navidad supera ligeramente al porcentaje de

los que suelen hacerlo, pero los grandes rasgos se mantienen.

La conclusión es que en el estado de ánimo de la ciudadanía de Madrid continúa instalada una sensación de incertidumbre, basada en razones objetivas o en sensaciones subjetivas, que la empuja a comportarse cautamente; la reducción de los gastos en viajar es una forma realista de hacer frente a un futuro que persiste incierto, por tratarse de un capítulo prescindible en su cesta de la compra.

Variación de expectativas de viajar este año frente a los hábitos de años anteriores según tipología del hogar

Costumbre de viajar en Navidad

	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores
Siempre o casi siempre	21,2	23,3	21,5	26,0	11,3	14,4
Nunca o casi nunca	73,5	66,7	76,0	71,3	83,3	80,0
NS/NC	5,3	10,0	2,6	2,7	5,4	5,6
Total	100	100	100	100	100	100

Expectativas de viajar este verano

Sí	18,0	20,0	18,9	23,3	10,7	8,9
No	65,1	60,0	68,9	58,3	71,4	68,9
NS/NC	16,9	20,0	12,2	18,4	17,9	22,2
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

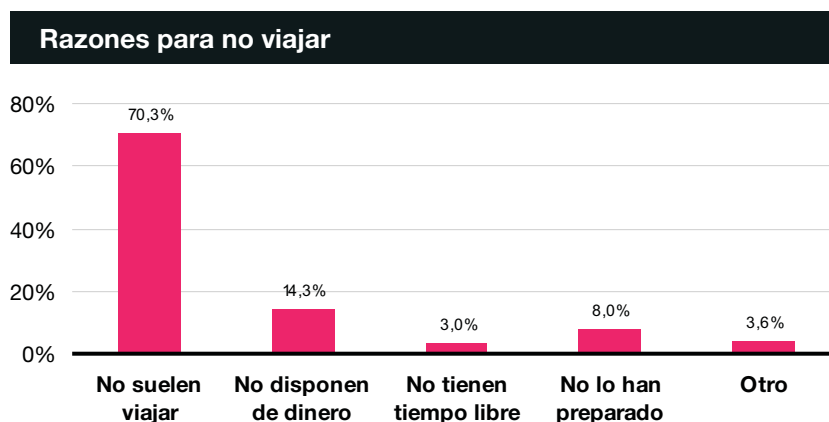
El tipo de hogares que en mayor proporción indica que suele viajar siempre o normalmente en Navidad es el de dos adultos con menores (26,0%) y el de un adulto con menores (23,3%). También son los que más piensan viajar esta Navidad, aunque en ambos casos en proporción menor a lo acostumbrado en otros años.

En el extremo opuesto están los hogares compuestos por tres o más adultos solos o con menores, colectivos que menos suelen viajar (11,3% y 14,4% respectivamente) y que a su vez son los que menos van a viajar esta Navidad, rebajando incluso esos porcentajes a 10,7% y 8,9% respectivamente. Como se indica en otros lugares, el tamaño suele proporcionar mayor complejidad al hogar, con dificultades económicas añadidas, lo que hace que el consumo de viajes, por ejemplo, resulten afectados.

Por fin, si se atiende a las expectativas de viajar esta Navidad desde esta misma perspectiva de tipos de hogar se advierte que todos los grupos las reducen con respecto a sus hábitos de viaje, aunque sus variaciones porcentuales no sean muy importantes; en un extremo se sitúan los hogares que menos piensan variar en sus hábitos son los compuestos por tres o más adultos (suelen viajar un 11,3% y piensan hacerlo un 10,7%); en el otro extremo estarían los hogares, compuestos por tres o más adultos con menores, que mayor variación presentan

entre sus hábitos y sus expectativas de viaje esta Navidad (suelen viajar un 14,4% y piensan hacerlo un 8,9%).

Partiendo de que una parte de la población madrileña no tiene por costumbre viajar en Navidad (un 70,3%), la falta de dinero se convierte en la auténtica razón de peso para no hacerlo; de hecho, un 14,2% de los hogares madrileños invocan este motivo para no viajar esta Navidad.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Partiendo del hecho de que una parte de la población madrileña no tiene por costumbre viajar en Navidad (un 70,3%), la falta de dinero se convierte en la auténtica razón de peso para no hacerlo; de hecho, un 14,2% de los hogares madrileños invocan este motivo para no viajar, lo que resulta coherente con la situación económica de muchos hogares, unido a reacciones de precaución o miedo de otros tantos. Que haya un 8,0% de hogares que invoquen como razón para no viajar el no haberlo preparado indica la complejidad de algunos tipos de viajes que se suelen planear en estas fechas, como son los viajes a la nieve o al hemisferio sur. Por fin, la falta de tiempo libre (3,0%) indica que hay ciudadanos madrileños cuyas actividades les impiden cogerlas estos meses.

Razones para no viajar según tipología del hogar.

	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores	Total
No suelen viajar	71,0	58,3	73,5	69,6	72,7	59,8	70,3
No disponen de dinero	14,2	29,2	10,3	13,5	15,3	22,0	14,3
No tienen tiempo libre	1,3	0,0	2,8	5,3	2,0	4,9	3,0
No lo han preparado	6,5	8,3	7,5	9,9	5,3	13,4	8,0
Otro	6,5	4,2	4,7	1,2	3,3	0,0	3,6
NS/NC	0,6	0,0	1,2	0,6	1,3	0,0	0,8
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Con todo, no todos los grupos aducen con el mismo peso las diversas razones para no viajar esta Navidad. Las económicas pesan más en aquellos tipos de hogar en los que se adivinan mayores problemas de esta índole: hogares compuestos de un adulto con menores (29,2%) o de tres o más adultos con menores (22,0%). Por otro lado, los hogares que se componen sólo de adultos tienden a no viajar en este período

navideño: en general hay que indicar que a muchos hogares les resulta mejor viajar en otra época del año; para otros hogares son fechas en las que sencillamente no se plantean viajar; por fin, están aquellos hogares que reciben visitas en estas fechas.

Razones para no viajar según ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
No suelen viajar	64,2	73,2	71,0	75,0	68,4	70,3
No disponen de dinero	22,5	12,1	13,8	9,1	10,2	14,3
No tienen tiempo libre	1,8	0,5	4,8	6,3	2,0	3,0
No lo han preparado	5,0	6,6	6,9	8,5	18,4	8,0
Otro	5,5	6,1	2,8	0,6	1,0	3,6
NS/NC	0,9	1,5	0,7	0,6	0,0	0,8
Total	100	100	100	100	100	100

La razón de no haber preparado el viaje se incrementa con los niveles de ingresos y resulta muy importante para los hogares situados en el extremo superior (18,4%), lo que apoya la idea de que los viajes que pueden plantear en esta época del año por tal tipo de hogares necesitan de planificación.

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Atendiendo a los hogares por niveles de ingresos, se advierte que, al margen de los hogares que no suelen viajar en estas fechas, las razones económicas son importantes en el colectivo de hogares de menor nivel de ingresos (22,5%), sin obviar el hecho de que también en el nivel superior se invoca esta razón (10,2%). Los hogares que alegan falta de tiempo libre se concentran en aquéllos cuyos ingresos se sitúan entre los 1.500 y los 3.000 euros y que concentran hogares con un número limitado de días libres. Por fin, el peso de la razón de no haber preparado el viaje se incrementa con los niveles de ingresos y resulta muy importante para los hogares situados en el extremo superior (18,4%), lo que apoya la idea de que los viajes que pueden plantear en esta época del año por tal tipo de hogares necesitan de planificación.

Si en lugar de establecer tipos de hogar sólo por sus ingresos se tiene en cuenta además el tamaño del mismo (ingresos per capita del hogar), se observa que desde esta perspectiva las razones para no viajar, especialmente las económicas, son más concluyentes, sin olvidar nunca que en esta época es una actividad que no se suele hacer.

Razones para no viajar según ingresos per capita del hogar

	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899 €	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más	Total
No suelen viajar	63,1	65,9	77,5	77,9	69,7	70,3
No disponen de dinero	28,2	16,7	8,5	4,7	13,1	14,3
No tienen tiempo libre	2,9	3,2	2,8	3,5	2,5	3,0
No lo han preparado	3,9	7,4	7,5	9,3	13,1	8,0
Otro	1,9	5,1	2,8	4,7	1,6	3,6
NS/NC	0,0	1,6	0,9	0,0	0,0	0,8
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

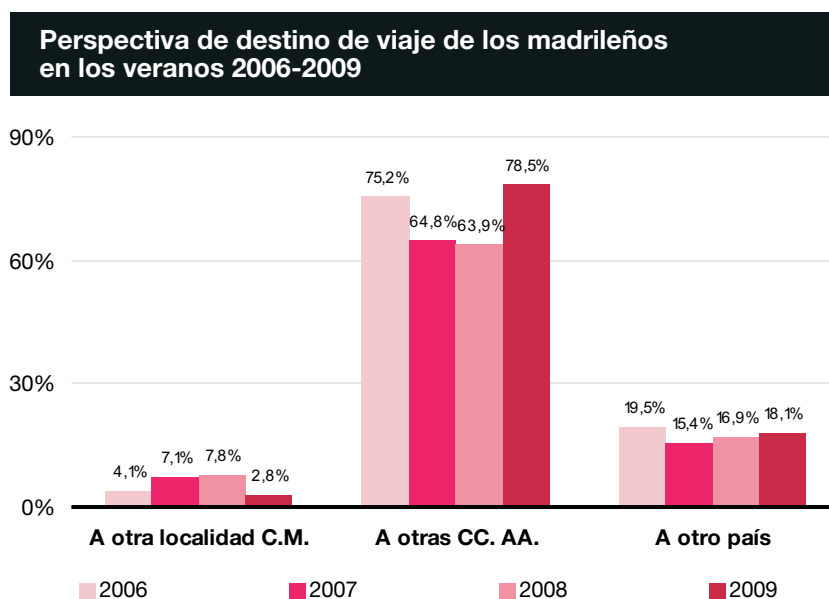
De hecho, el porcentaje de hogares que alega falta de dinero disminuye a medida que aumentan los ingresos per capita (desde un 28,16% a un 4,65%), tendencia que se rompe con el grupo de ingresos per capita más elevado (13,11%); esta excepcionalidad se puede explicar por el coste de los tipos de viajes que probablemente se plantean este tipo de hogares. Igualmente, la proporción de hogares que aduce no haber preparado el viaje aumenta con el ingreso per cápita, apoyando la idea de que a medida que éste crece el viaje que se plantea el hogar es más complicado de organización y seguramente más caro. Por fin, la razón de falta de tiempo libre en estas fechas se reparte de manera semejante entre todos los grupos.

2.2 Destino y duración del viaje

Destino y duración son dos características del viaje que lo definen, variables que hablan de la importancia del mismo.

En cuanto al destino de las vacaciones de Navidad, el gráfico muestra la evolución de la perspectiva que a este respecto han tenido los madrileños a lo largo de las cuatro últimas Navidades.

Predominan los viajes con destino a otras comunidades autónomas (78,5%); se mantiene, e incluso supera al año pasado, el peso de los viajes al extranjero (18,1%); en definitiva, una vez que se ha decidido viajar, las condiciones de los viajes a otros países han mejorado en términos de precios, ofertas, etc., a lo que hay que agregar los viajes de los emigrantes que aprovechan estas fechas para visitar a sus familiares.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2005-2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Aun cuando las cifras definitivas de quienes tienen en perspectiva viajar esta Navidad se mantienen todavía en suspenso, dado el alto porcentaje de dudosos, quienes lo tienen claro también tienen claro su destino (sólo un 0,6% no lo tiene frente al 11,5% del año pasado). Se mantiene a grandes rasgos la estructura de reparto de los destinos geográficos de quienes piensan viajar, no exenta de particularidades que se originan en la situación económica tanto de los hogares madrileños como del sector turístico nacional e internacional. Predominan los viajes con destino a otras comunidades autónomas (segunda vivienda y viajes por motivos familiares conforman el colectivo princi-

pal de tales viajes); se mantiene, e incluso supera al año pasado, el peso de los viajes al extranjero (18,1%); y es que a este respecto hay que indicar, que una vez que se ha decidido viajar, las condiciones de los viajes a otros países han mejorado en términos de precios, ofertas, etc., a lo que hay que agregar los viajes de los emigrantes que aprovechan estas fechas para visitar a sus familiares en sus países de origen.

Perspectiva del destino de los viajes según ingresos del hogar

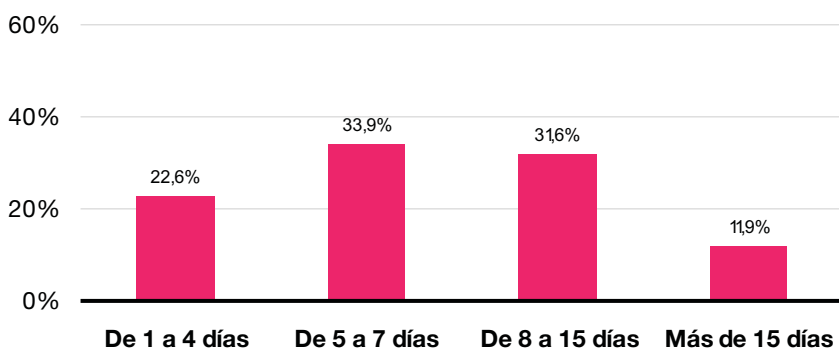
	Hasta 1.499 €	De 1.500 € a 2.999€	De 3.000 € o más	Total
A otra localidad C.M.	4,2	2,4	2,2	2,8
A otras CC. AA.	66,7	85,5	78,3	78,5
A otro país	29,2	10,8	19,6	18,1
NS/NC	0,0	1,2	0,0	0,6
Total	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Aunque el destino a otras Comunidades Autónomas es mayoritario para todos los grupos de hogares según su nivel de ingresos, los datos demuestran lo que se acaba de indicar: el peso que tienen los viajes con destino a otro país de hogares ubicados en el menor nivel de ingresos, y que sólo se explica por la presencia de población emigrante. Naturalmente, en el otro extremo de la escala están los hogares con mayores ingresos, cuyos viajes al extranjero tienen unas características totalmente diferentes.

Por lo que se refiere a la duración del viaje, en el caso de de los viajes de Navidad se pueden fijar cuatro grupos. En principio estarían los viajes de corta duración (de 1 a 4 días); luego se dan los viajes que giran en torno a una semana (de 5 a 7 días); otros en torno a medio mes (hasta 15 días); y por fin, los viajes que se alargan por encima de la quincena.

Duración prevista de los viajes



El 56,5% de los viajes previstos tienen una duración como máximo de 7 días.

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Más de la mitad de los viajes previstos (56,5%) apenas tienen una semana de duración, lo que es coherente con la duración de las vacaciones navideñas de quienes trabajan. Un 31,6% indica que la duración de su viaje va a ser de entre 8 y 15 días. Sólo un 11,9% de los viajes previstos piensan que van a tener una duración de más de 15 días.

Duración prevista del viaje según ingresos del hogar

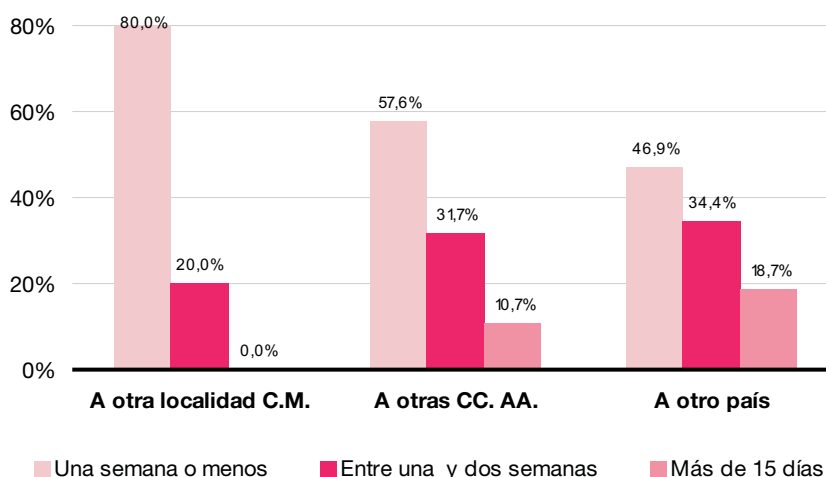
	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
De 1 a 4 días	21,4	8,8	21,4	25,5	30,4	22,6
De 5 a 7 días	21,4	44,1	21,4	34,5	37,0	33,9
De 8 a 15 días	21,4	29,4	53,6	30,9	23,9	31,6
Más de 15 días	35,7	17,6	3,6	9,1	8,7	11,9
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El nivel de ingresos de los hogares no supone comportamientos muy diferentes en lo que se refiere a la duración de los viajes, o al menos no parece que discriminen, dado que no todos los viajes están sujetos a costes elevados; en efecto, disponer de segunda vivienda o alojamiento en casa de familiares o amigos pueden permitir estancias más largas. También hay que considerar que las vacaciones para quienes trabajan han ido perdiendo rigidez.

Los viajes que los madrileños prevén para esta Navidad y cuyo destino está fuera de la Comunidad de Madrid suelen ser de más duración que los que se realizan a municipios de la propia Comunidad, y si tienen por meta algún país extranjero se alargan más que si se dirigen a otra comunidad autónoma.

Destino de los viajes según días de duración del viaje



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los viajes que los madrileños prevén para esta Navidad, y cuyo destino está fuera de la Comunidad de Madrid, suelen ser de más duración que los que se realizan a municipios de la propia Comunidad, y si tienen por meta algún país extranjero se alargan más que si se dirigen a otra comunidad autónoma, todo ello en la lógica de que a más distancia más duración para vacaciones laboralmente cortas.

2.3 Organización del viaje

La forma de organización del viaje también sirve para dar cuenta de la entidad del mismo, bien por su complejidad, bien por la comodidad que se persigue en su desarrollo, y por otro, indica los métodos utilizados para obtener tal propósito, métodos cuyos pesos van evolucionando al amparo de las nuevas tecnologías.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2005-2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Dado el tipo dominante de viajes en la Navidad, bien a la segunda vivienda, bien a casas de familiares o amigos, se deriva que la forma mayoritaria de organización del viaje, con un 74,0% del total, sea por cuenta propia. El resto de viajes se organizan fundamentalmente a través de internet (10,7%) o mediante agencias de viaje (7,3%). A grandes rasgos se mantiene la estructura del año anterior.

Forma de organización del viaje según destino

	Otra localidad C.M.	A otras CC.AA.	A otro país	Total
Agencia de viajes	0,0	5,8	15,6	7,3
Internet	0,0	6,5	31,3	10,7
Por cuenta propia	100,0	79,9	46,9	74,0
Asociaciones, etc.	0,0	2,2	3,1	2,3
Otro	0,0	5,8	3,1	5,1
NS/NC	0,0	0,0	0,0	0,6
Total	100	100	100	100

De acuerdo con el tipo dominante de viajes en Navidad, la forma mayoritaria de organización del viaje, con un 74,0% del total, es por cuenta propia. El resto de viajes se organizan fundamentalmente a través de internet (10,7%) o mediante agencias de viaje (7,3%).

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El grado de preparación del viaje depende en gran medida del destino del mismo, así como de la razón del viaje y del medio de vehículo utilizado. No es lo mismo viajar a otro municipio de la Comunidad de Madrid que hacerlo al extranjero, ni tampoco alojarse en casa de familiares o amigos que hacerlo en un hotel, o tener que utilizar el avión en vez del automóvil. A viajes más complejos les corresponde mayor utilización de servicios de apoyo en su organización.

Las respuestas obtenidas por parte de quienes piensan viajar se encuadran estrictamente en esta lógica. Viajar a otro municipio de la Comunidad de Madrid no necesita de apoyos externos; viajar a otra comunidad autónoma supone, en ocasiones, o acudir a Internet (6,5%) o a agencias de viajes (5,8%); viajar a otro país implica un mayor uso de tales servicios (un 31,3% utiliza Internet, y un 15,6% lo organiza a través de una agencia de viajes, siendo menos de la mitad los que lo preparan por su cuenta).

Resulta normal pensar que los viajes más caros son los más complejos de organizar y que se concentran en los hogares de nivel de ingresos más alto; por ello son precisamente este tipo de hogares los que más utilizan los servicios de las agencias de viajes (10,9%) e internet (13,0%).

Forma de organización del viaje según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Agencia de viajes	7,1	11,8	0,0	5,5	10,9
Internet	0,0	11,8	7,1	12,7	13,0
Por cuenta propia	78,6	70,6	78,6	74,5	71,7
Asociaciones, etc.	7,1	2,9	3,6	1,8	0,0
Otro	7,1	2,9	10,7	3,6	4,3
NS/NC	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Parece normal pensar que los viajes más caros son los más complejos de organizar y que se concentran en los hogares de nivel de ingresos más alto; por ello son precisamente este tipo de hogares los que más utilizan los servicios de las agencias de viajes (10,9%) e internet (13,0%).

Tipo de viaje a programar según destino

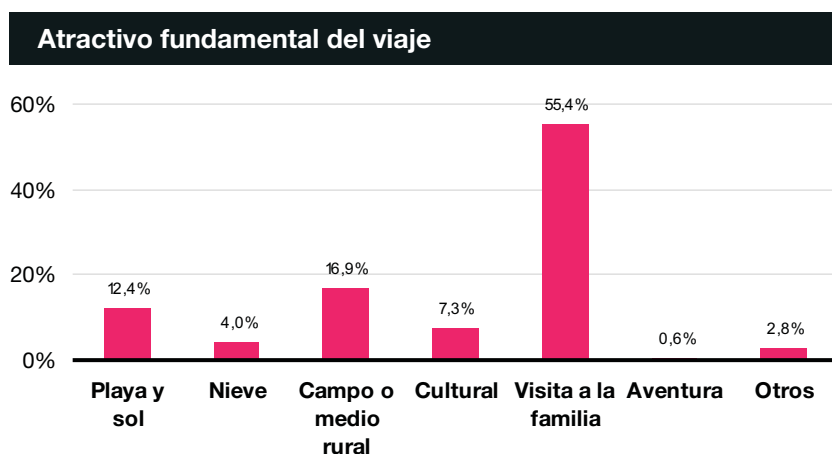
	Otra localidad de la C.M.	A otras CC.AA.	A otro país	Total
Todo programado	0,0	9,4	34,4	13,6
Programado sin alojamiento	0,0	0,0	3,1	0,6
Sin programar	0,0	19,4	9,4	16,9
A casa de familiares/amigos	100,0	66,9	50,0	64,4
Otro	0,0	4,3	3,1	4,0
Total	100	100	1	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Ya se ha indicado que el grado de organización del viaje viene determinado por la complejidad del mismo, lo que normalmente coincide con el destino. Así pues, los viajes programados son propios, especialmente, de los viajes al extranjero (37,5%) y en menor medida de los viajes a otra comunidad autónoma (9,4%). Al margen de los viajes a casa de familiares o amigos, los viajes sin programar son poco importantes cuando se sale del país (9,4%) y algo más numerosos cuando se va a otra comunidad autónoma (19,4%).

2.4 Características del viaje

Entre las características de cualquier viaje se pueden destacar, por un lado, el atractivo fundamental que se busca y, por otro, el lugar de pernoctación que se va a utilizar.



Según el espíritu de estas fiestas, el propósito principal de estos viajes es la visita a familiares o amigos (55,4%); le siguen a distancia los viajes cuyo destino es el campo o el medio rural (16,9%), la playa (12,4%), o la cultura (7,3%).

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

De acuerdo con el espíritu de estas fiestas, el propósito principal de los viajes que los madrileños piensan realizar esta Navidad es el que tiene por objeto la visita a familiares o amigos (55,4%); le siguen a distancia los viajes cuyo destino es el campo o el medio rural (16,9%), la playa en busca del sol (12,4%), o la cultura (7,3%).

Cada destino tiene su atracción, que a grandes rasgos muestra lo que los madrileños buscan cuando lo eligen.

Atractivo fundamental del viaje según destino

	Otra localidad C.M.	A otras CC.AA.	A otro país	Total
Playa y sol	0,0	14,4	6,3	12,4
Nieve	0,0	5,0	0,0	4,0
Campo	40,0	19,4	3,1	16,9
Cultural	0,0	4,3	21,9	7,3
Visita familia	60,0	54,7	59,4	55,4
Otros	0,0	2,2	6,3	4,0
Total	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Dado el carácter de estas fechas, sea cual sea el destino de los viajes, el motivo fundamental de los mismos es la visita a la familia. El resto de objetivos se buscan donde se encuentran en estas fechas, dada la climatología esperada para esta época del año. La playa, el sol o la nieve (16,4%) en algunas comunidades autónomas o en otro país, el campo o el medio rural en cualquier parte, incluida la Comunidad de Madrid (16,9%). Los motivos culturales se buscan en otra comunidad autónoma o en otro país (7,3%).

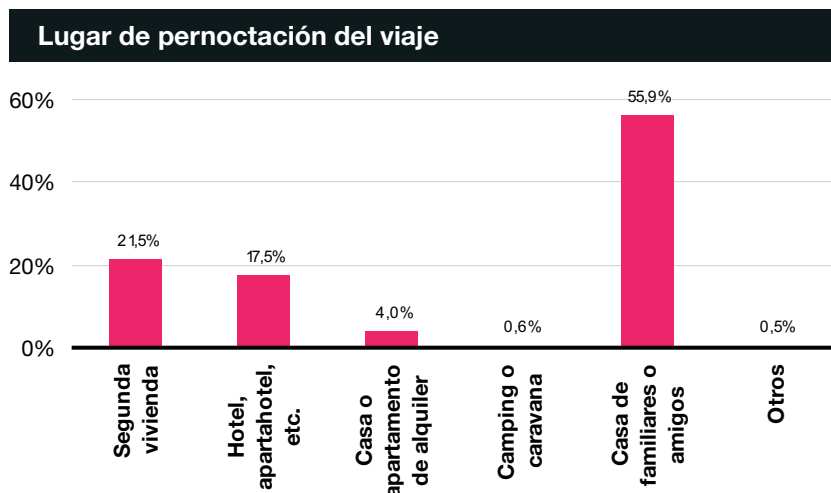
Los atractivos que se persiguen en estos viajes navideños, al margen del contacto familiar, se distribuyen por todos los grupos, sin que el nivel de ingresos discrimine en favor de ninguno de ellos. En definitiva, ser temporada baja, ofertas, vuelos de bajo coste, etc., es decir, el abaratamiento de los viajes, abre posibilidades a nuevos colectivos de hogares.

Atractivo fundamental del viaje según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Playa y sol	21,4	14,7	3,6	16,4	8,7
Nieve	0,0	5,9	7,1	1,8	4,3
Campo	7,2	5,9	25,0	21,8	17,4
Cultural	0,0	5,9	0,0	12,7	8,7
Visita familia	71,4	64,7	57,1	41,8	58,7
Otros	0,0	2,9	7,2	5,4	2,2
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Al margen de los viajes por motivos familiares, que son mayoritarios en todos los grupos, aunque con notables diferencias (es mayor el porcentaje de este tipo de viajes en los grupos de familias con niveles inferiores de ingresos), el resto de los atractivos que explican los viajes de esta Navidad están presentes en todos los grupos, sin que el nivel de ingresos sea explicativo de ninguno de ellos. En definitiva, ser temporada baja, ofertas, vuelos de bajo coste, etc., es decir, el abaratamiento de los viajes abre posibilidades a nuevos colectivos de hogares.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los datos, en consonancia con datos anteriores, indican que de forma mayoritaria, quienes piensan viajar este Navidad piensan pernoctar en casa de familiares o amigos (55,9%) o en una segunda vivienda (21,5%), dejando otro 21,5% para quienes piensan hacerlo en hoteles, apartahoteles o casas y apartamentos de alquiler.

Lugar de pernoctación del viaje según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Segunda vivienda	14,3	8,8	17,9	27,3	28,3
Hotel, etc.	7,1	17,6	17,9	18,2	19,6
Casa de alquiler	0,0	0,0	3,6	5,5	6,5
Camping	0,0	0,0	3,6	0,0	0,0
Casa de familiares	78,6	73,5	57,1	49,1	43,5
Otros	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2
NS/NC	14,3	8,8	17,9	27,3	28,3
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

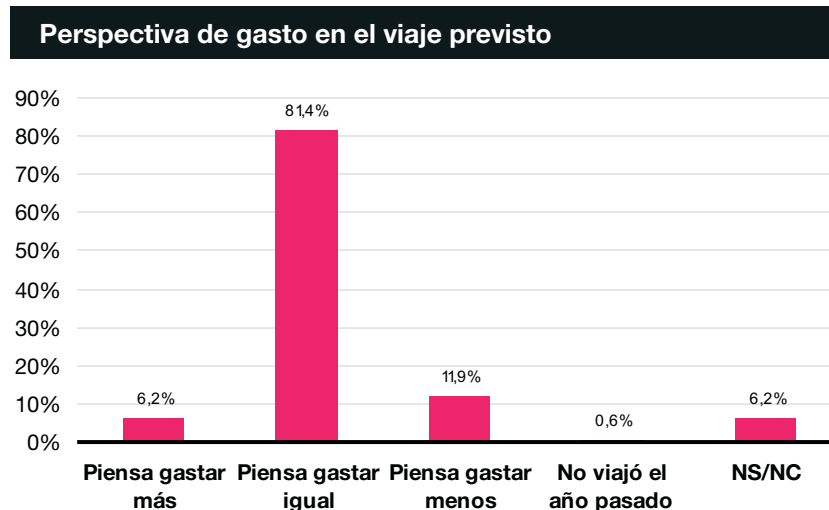
El nivel de ingresos del hogar parece ser una buena variable explicativa en lo que se refiere al lugar de pernoctación en los viajes previstos para esta Navidad; cuanto mayor es el nivel de ingresos mayor es el peso de hoteles o de casas de alquiler y de las segundas viviendas. Por el contrario, la pernoctación en casa de amigos o familiares se sitúa por encima de la media para los tres grupos de menor nivel (en torno al 70%).

Cuanto mayor es el nivel de ingresos mayor es el peso de las pernoctaciones en hoteles o casas de alquiler y en las segundas viviendas. Por el contrario, la pernoctación en casa de amigos o familiares se sitúa por encima de la media para los tres grupos de menor nivel.

2.5 Comportamiento económico

La decisión de viajar no impide que se tomen decisiones económicas sobre su contenido, afectando en todos o algunos de los aspectos que conforman un viaje.

De los que van a viajar, domina la postura de quienes piensan gastar lo mismo que en otros años (81,4%); pero el peso de quienes piensan gastar menos supera en 5,7 puntos porcentuales al peso de quienes piensan gastar más; así pues, el saldo final indica que se va a gastar menos.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Así pues, ante la perspectiva de viajar, el resultado de haber preguntado si tiene la intención de gastar más, menos o igual que en el viaje del año pasado, domina la postura de quienes piensan gastar lo mismo que en otros años, con un 81,4%; pero el peso de quienes piensan gastar menos supera en 5,7 puntos porcentuales al peso de quienes piensan gastar más; así pues, el saldo final indica que se va a gastar menos.

Ante las sensaciones de miedo y desconfianza, que suelen ser norma en las situaciones de crisis, conviene ponerlas en evidencia y mostrar cómo el ciudadano, al margen muchas veces de su situación económica concreta, rompe la lógica que de él espera el sistema económico. En el cuadro que sigue se cruzan la valoración que hace el hogar de su situación económica con respecto al año pasado y su actitud de gasto en este viaje de Navidad frente a la del año pasado.

Valoración de la situación económica del hogar con respecto al año pasado, según piensa gastar en este viaje.

	Mejor	Igual	Peor	Total
Piensa gastar más	11,1	7,0	2,5	6,2
Piensa gastar igual	88,9	84,4	70,0	81,4
Piensa gastar menos	0,0	7,8	27,5	11,9
No viajó el año pasado	0,0	0,8	0,0	0,5
Total	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los hogares que indican haber mejorado su situación económica con respecto al año pasado indican que van a gastar más (11,1%) o lo mismo (88,9%). Aquéllos que valoran que su situación no ha cambiado señalan mayoritariamente que van a gastar lo mismo (84,4%) y el saldo entre los que dicen que van a gastar más y menos es prácticamente nulo. Por fin, es lógica la reacción de aquellos hogares que apuntan haber empeorado su situación: un 70% piensa gastar igual y un 27,5% piensa gastar menos. La conclusión que se pueden sacar de estos resultados es que esta vez, frente a lo que sucedía en cuatrimestres anteriores, parece como si se estuviera imponiendo poco a poco la lógica que se espera de quienes dicen estar en una determinada situación y reaccionan cada vez más de acuerdo con ella.

Perspectiva de gasto por niveles de ingresos del hogar

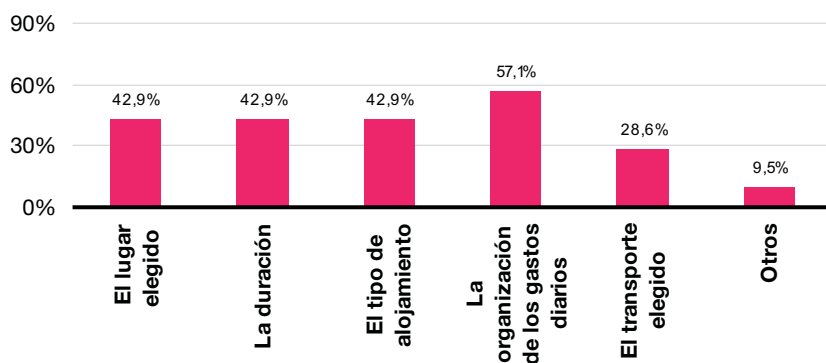
	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
Más	7,1	0,0	0,0	5,5	15,2	6,2
Igual	71,4	85,3	82,1	83,6	78,3	81,4
Menos	21,4	14,7	14,3	10,9	6,5	11,9
No viajó el año pasado	0,0	0,0	3,6	0,0	0,0	0,6
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Si se observan las intenciones de gasto de los hogares que piensan que van a viajar estas vacaciones, clasificados por nivel de ingresos, sólo en el rango más elevado de ingresos son más los hogares que piensan gastar más frente a los que piensan gastar menos en los viajes de esta Navidad con respecto a los viajes de la Navidad anterior (15,2% frente a 6,5%). En definitiva, sigue siendo superior el número de hogares que piensan viajar reduciendo gastos, frente al número de hogares que van a gastar más; pero también es cierto que cada vez tienen menos peso, comparado con los viajes de cuatrimestres anteriores.

Entre los capítulos que configuran la estructura de gasto de cualquier viaje, quienes piensan reducirlo se decantan por alguno de ellos.

Aspectos en los que piensan reducir gastos del hogar



Excepto en el transporte, donde resulta difícil reducir gastos, en el resto de epígrafes los hogares que piensan reducir gastos encuentran holgura suficiente como para hacerlo, siendo el de la organización de los gastos diarios del que más se echa mano (57,1%).

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Excepto en el transporte elegido, capítulo en el que resulta más difícil reducir gastos, en el resto de epígrafes los hogares que piensan reducir gastos encuentran holgura suficiente como para hacerlo, siendo el de la organización de los gastos diarios del que más se echa mano (57,1%).

Aunque los viajes de Navidad no tienen la importancia de los viajes de otras épocas del año, lo cierto es que sigue siendo un aspecto importante es el de su forma de financiación.

La inmensa mayoría de los hogares madrileños que piensan viajar este Navidad lo van a hacer recurriendo a sus ahorros (95,5%).

Forma de financiación del viaje según ingresos de los hogares

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Ahorro propio	92,9	100,0	96,4	96,4	91,3
Crédito	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pago aplazado	0,0	0,0	0,0	1,8	2,2
Préstamo familiar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sin financiación	0,0	0,0	3,6	0,0	4,3
Otras	7,1	0,0	0,0	1,8	2,2
Total	100	100	100	100	100

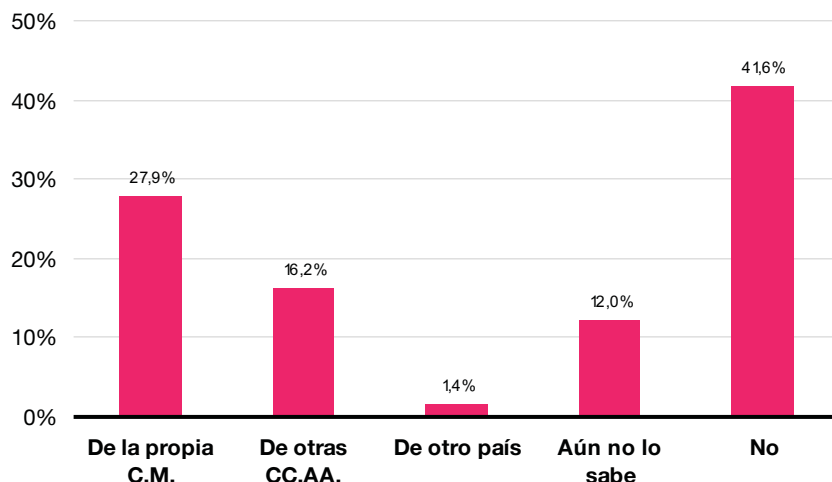
Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los grupos de hogares según sus ingresos utilizan mayoritariamente la fórmula autofinanciarse el viaje echando mano de los ahorros. Naturalmente, la cuestión de la necesidad de financiación está muy ligada al coste del viaje que se pretende hacer, por lo que el nivel de ingresos, aunque resulta importante, no excluye la exigencia, en ocasiones, de fuentes adicionales de financiación.

2.6 Visitas a residentes

Visitar a familiares o amigos es otra actividad social que la navidad propicia. No sólo el madrileño sale de su ciudad para realizarla sino que también las recibe en su domicilio. Además, en Navidad Madrid ofrece todo un elenco de espectáculos propios de esta época que se añaden a la oferta cultural permanente, lo que la convierte en una plaza atractiva para visitar en estas fechas.

Hogares de la Ciudad de Madrid que esperan visitas



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Tal como se desprende de sus respuestas, un 45,5% de hogares madrileños indica que esperan recibir alguna visita de familiares o amigos. Su origen puede ser la propia Comunidad de Madrid (27,9%), otras Comunidades Autónomas (16,2%) e incluso otros países. Sin embargo, un 41,5% de hogares indica que no va a recibir visitas junto con un 12% que no lo sabe todavía.

También el residente madrileño espera recibir visitas; de hecho un 45,5% de hogares madrileños esperan recibir alguna visita de familiares o amigos.

Perspectiva de visitas a los hogares madrileños esta navidad según nivel de ingresos

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
De la propia C.M.	70,3	71,3	60,5	54,2	44,3	61,1
De otras CC.AA.	27,7	28,7	34,6	39,3	52,9	35,7
De otro país	2,0	0,0	4,9	5,6	2,9	3,0
Aún no lo sabe	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	0,2
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las cifras indican que a medida que el nivel de ingresos del hogar se incrementa menor es el número de visitas que proceden de la Comunidad Autónoma de Madrid y mayor el que procede de otras comunidades autónomas.

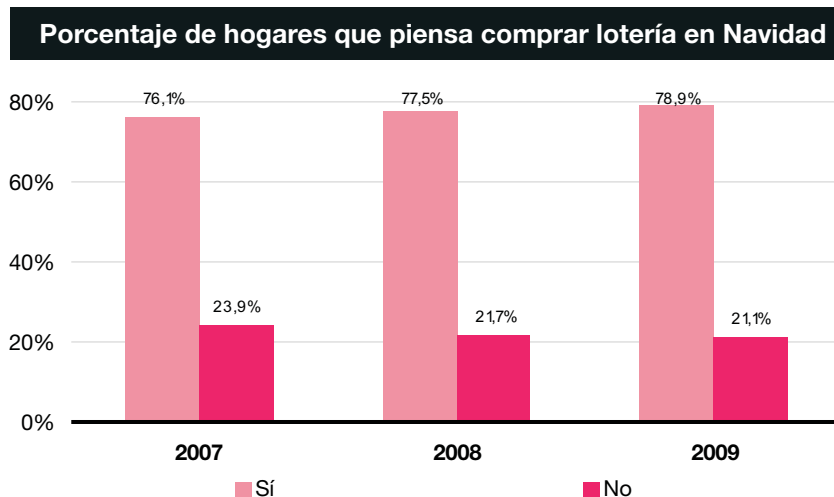
2.7 Navidad

Las fechas navideñas están llenas de costumbres y convenciones sociales que para los hogares comportan una concentración de gastos que no se dan en otras épocas del año. A continuación se repasa la

perspectiva de los madrileños sobre alguna de estas costumbres, así como su conocimiento y participación en algunos de las múltiples actividades que se desarrollan en la ciudad, y en las que el Ayuntamiento es protagonista.

Una de las costumbres más arraigadas en estas fechas es la participación en la lotería de Navidad, hasta tal punto que la convierte en una figura del paisaje navideño. Esto explica que un 78,9% de los hogares madrileños indica que van a participar en el sorteo de este año.

Un 78,9% de los hogares madrileños indica que van a participar en el sorteo de la lotería de Navidad. Comparado con la compra de lotería de los últimos años se observa un crecimiento, que parece apoyar la idea de que en momentos de crisis se incrementa el número de personas que echan mano del azar para hacer frente a las dificultades del momento.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Comparado con la compra de lotería de los últimos años se observa un crecimiento (2,8 puntos porcentuales con respecto a la Navidad de 2007) que parece apoyar la idea de que en momentos de crisis se incrementa el número de personas que echan mano del azar para hacer frente a las dificultades del momento. Pero como van a indicar los datos que siguen, si bien son más los que compran lotería, es menos lo que se gasta en lotería.

Una vez mantenida la tradición, la situación económica repercute en buena parte de los compradores de lotería, ya que un 24,6% de los mismos piensan comprar menos lotería que en años anteriores; el 74,3% piensan comprar la misma cantidad y sólo el 1,1% de los hogares piensan gastar más.

Porcentaje de hogares que piensan comprar lotería en Navidad según su nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
Compran lotería	58,6	79,3	83,2	86,1	93,8	78,9
Piensa comprar más	0,7	1,6	0,7	0,5	2,2	1,1
Piensa comprar igual	60,3	71,2	72,2	79,4	87,4	74,3
Piensa comprar menos	39,0	27,2	27,1	20,1	10,4	24,6

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

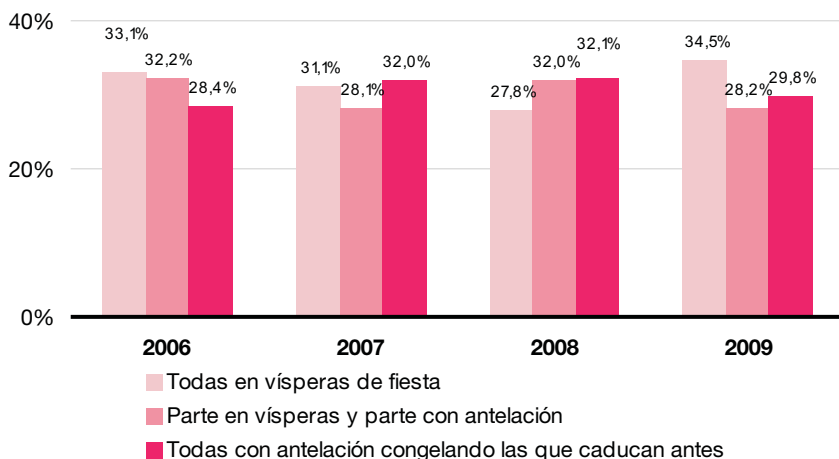
Aunque más de la mitad de los hogares compran lotería en cualquiera de los estratos del nivel de ingresos, las cifras indican que hay una correlación directa entre dicho nivel de ingresos y el hecho de comprar

lotería, de tal forma que entre el nivel superior y el nivel inferior la diferencia porcentual alcanza los 35,2 puntos porcentuales.

Una vez mantenida la tradición, la situación económica repercute en buena parte de los compradores de lotería, ya que un 24,6% de los mismos piensan comprar menos lotería que en años anteriores; el 74,3% piensan comprar la misma cantidad y sólo el 1,1% de los hogares indican que piensan gastar más. De nuevo, los datos muestran que el comportamiento tiene que ver con el nivel de ingresos: cuanto más alto es dicho nivel, mayor es el porcentaje de quienes piensan comprar al menos la misma cantidad de lotería, si no más.

Las comidas, junto con los regalos, son otro aspecto en torno al cual giran las celebraciones navideñas, representando una parte importante del gasto familiar. Ante la evolución alcista de los precios que suelen sufrir muchos productos, alimenticios entre otros, los hogares optan por políticas diversas que les permiten ahorrar, sobre todo en determinados artículos, cuya compra se puede adelantar a fechas en las que todavía no se ha dado el salto de los precios.

Porcentaje de hogares según el momento en que realizan las compras de Navidad



El comportamiento previsto de los madrileños en los últimos años con respecto a cuándo realizar las compras navideñas se mueve en porcentaje similares, lo que lleva a concluir que en este aspecto el comportamiento responde más a un hábito que a una estrategia coyuntural de índole económica.

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El comportamiento previsto de los madrileños en los últimos años con respecto a cuándo realizar las compras navideñas se mueven en porcentaje similares, lo que lleva a concluir que en este aspecto el comportamiento responde más a un hábito que a una estrategia coyuntural. A pesar de las campañas que apoyan un momento de la compra en el que los precios son más adecuados, “dejarlo todo para última hora” sigue siendo una práctica que ronda a un tercio de hogares madrileños, ligeramente por encima de quienes compran con tiempo.

El nivel de ingresos tampoco parece ser una variable que discrimine comportamientos muy diferentes en lo que respecta a las prácticas del hogar, pensadas para neutralizar las subidas de precios que se suelen producir en estas fechas.

Momento de realización de las compras navideñas según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499	De 1.500 €	De 2.000 € a 2.999	3.000 € o más	Total
Todas en vísperas de fiesta	35,3	36,1	27,2	37,7	38,6	34,5
Parte en vísperas y parte con antelación	28,4	25,9	33,0	28,4	22,9	28,2
Todas con antelación congelando las que caducan antes	22,6	29,5	33,5	30,6	36,1	29,8
NS/NC	13,7	8,4	6,3	3,3	2,4	7,5
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El grado de incorporación de estas prácticas en los hogares, pensadas para neutralizar el efecto precio que se suele dar en estas fiestas, especialmente en determinados tipos de productos alimenticios, juguetería y regalos, no arraiga de forma masiva, y el nivel de ingresos tampoco parece ser una variable que discrimine comportamientos muy diferentes en lo que a esto respecta. De hecho, los hogares que pertenecen a los niveles más altos de ingresos presentan tanto el mayor porcentaje de compras concentradas en las vísperas de fiesta (38,6%), como el mayor porcentaje de compras realizadas con antelación (36,1%); y comentarios similares se pueden hacer del resto de niveles de ingreso. De todo ello parece deducirse que es una cuestión más de hábito que de nivel de ingresos.

Momento de realización de las compras navideñas según tipología del hogar

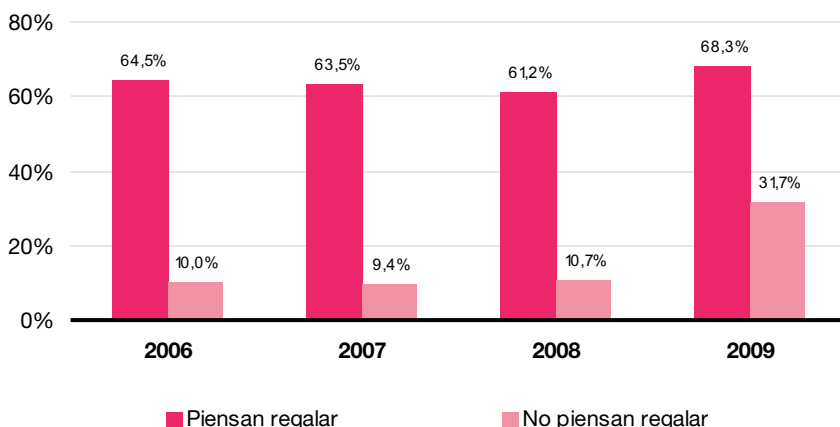
	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores	Total
Todas en vísperas de fiesta	35,4	43,3	35,3	35,0	30,4	33,3	34,5
Parte en vísperas y parte con antelación	28,6	16,7	26,9	29,6	31,5	25,6	28,2
Todas con antelación congelando las que caducan antes	22,8	23,3	29,8	30,5	32,7	40,0	29,8
NS/NC	13,2	16,7	8,0	4,9	5,4	1,1	7,5
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El adelanto de las compras parece ser una práctica que suelen llevar a cabo más los hogares con más miembros, lo que indica que los hogares numerosos son más proclives a este tipo de prácticas, por encontrar en ellas un alivio económico en unas fechas en las que determinados consumos se incrementan de manera espectacular.

Otro termómetro que sirve para pulsar el ánimo de los consumidores madrileños lo constituye su comportamiento en lo que se refiere a los regalos navideños.

Porcentaje de hogares que piensan comprar lotería en Navidad según su nivel de ingresos del hogar



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El porcentaje de hogares que piensan hacer regalos se mueve en el entorno de los dos tercios. Pero mientras otros años, la duda era muy importante, este año el porcentaje de los que dicen rotundamente que no piensan hacer regalos incorpora a una inmensa mayoría de aquéllos que dudaban.

Porcentaje de hogares que indican que piensan hacer regalos, según tipología del hogar

	Hogares sin menores	Hogares con menores	Total
Piensen regalar	61,3	81,9	68,3
No piensan regalar	38,7	18,1	31,7
Total	100	100	100

Los hogares con menores son más proclives al regalo navideño.

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El 68,3% de los hogares señalan que piensan hacer regalos, cifra relevante y de vital importancia para algunos sectores productivos, cuyos resultados anuales están muy ligados al gasto de estas fechas. Por otro lado, las cifras del cuadro muestran bien a las claras que los hogares con menores son más proclives al regalo navideño (81,9%), como corresponde a la costumbre, que los hogares en los que no hay menores entre sus miembros (61,3%).

Porcentaje de hogares que indican que piensan hacer regalos, según nivel de ingresos

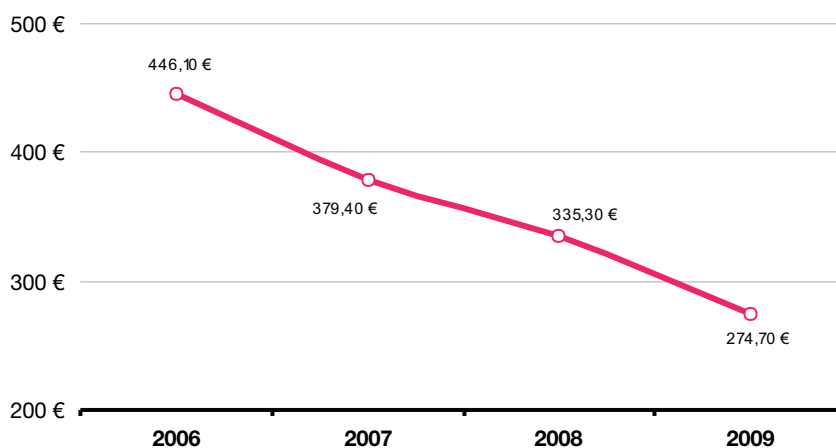
	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499	De 1.500 €	De 2.000 € a 2.999	3.000 € o más	Total
Piensan regalar	41,8	62,9	73,4	82,3	91,0	68,3
No piensan regalar	58,2	37,1	26,6	17,7	9,0	31,7
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Al tratarse de un puro fenómeno de consumo, en ocasiones suntuario, y casi siempre no necesario aunque ligado a costumbres sociales muy arraigadas, el nivel de ingresos es determinante a la hora de analizar el comportamiento de los hogares con respecto al hecho de regalar. Nada menos que se da una diferencia de 49,2 puntos porcentuales entre los hogares con mayor nivel de ingresos que piensan regalar y los hogares con menor nivel de ingresos que también piensan regalar.

En los últimos años se ha ido reduciendo la cifra prevista de gasto en regalos; por ejemplo, con respecto a la media de gasto previsto de 2006 la cifra que se piensa gastar este año disminuye en un 38,4%.

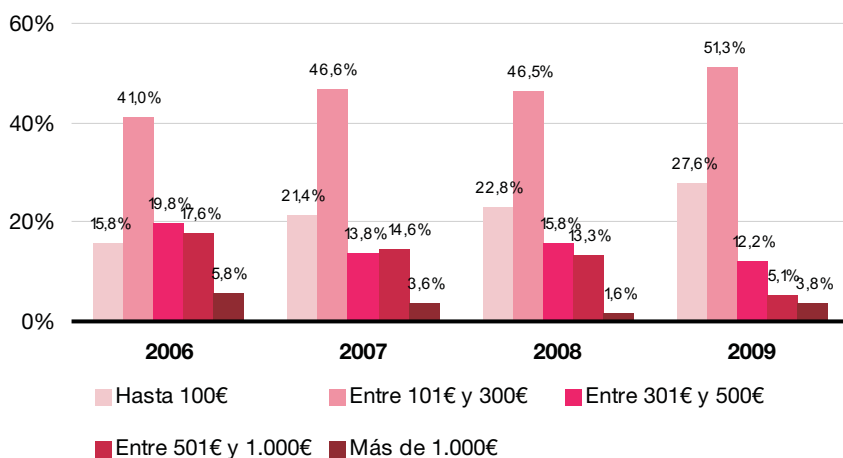
Media de gasto en regalos en los últimos cuatro años



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Sin embargo en los últimos años se ha ido reduciendo la cifra prevista de gasto en regalos; así, por ejemplo, con respecto a la media de gasto previsto de 2006 la cifra que se piensa gastar este año disminuye en un 38,4%.

Porcentaje de hogares según estrato de gastos en regalos navideños en los años 2008 y 2009



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El incremento del porcentaje de hogares que se han ido ubicando en los dos niveles inferiores de gasto en regalos de Navidad, hasta los 300 euros, ha sido progresivo desde 2006. Si entonces la cifra era de un 56,8%, año a año ha ido creciendo hasta alcanzar un 78,9% de hogares que este año piensan que sus regalos no van a pasar de los 300 euros.

En el otro extremo, el porcentaje de hogares que piensan hacer regalos por encima de los 500 euros pasa de un 23,4% en el año 2006 a un 8,9% en el presente año. Es como si con este capítulo de gasto la gente se hubiese adelantado a una situación de crisis que se avecinaba y de la que no tenía conciencia, porque en definitiva se trata de los típicos capítulos de gasto en los que se da mucho margen de maniobra y sufren la primera respuesta ante un ligero deterioro de la economía del hogar.

Gasto medio de los hogares que piensan hacer regalos en Navidad según nivel de ingresos

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
Gasto medio	174,8	230,7	227,9	288,6	423,0	274,7

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Además de ser mayor el porcentaje de hogares que piensan hacer regalos navideños a medida que crece el nivel de ingresos, también es mayor el gasto medio, hasta un 142,0% entre los dos extremos. Así pues, el fenómeno navideño de los regalos queda constreñido en su extensión y en su intensidad al nivel de ingresos de los hogares.

Por otra parte, el periodo navideño reúne un conjunto de actividades en el municipio, normalmente abiertas, que ayudan a reforzar el ambiente peculiar e inconfundible de estas fiestas y que permiten a residentes y no residentes ser partícipes de tales eventos.

Se trata de actividades que, con motivo de las fiestas navideñas, el Ayuntamiento de Madrid organiza, y que conocen y esperan la práctica totalidad de los madrileños. Las cifras así lo corroboran, pues la casi totalidad de los vecinos manifiestan conocerlas. Eventos como la Iluminación de las calles, las uvas en la Puerta del Sol, la Cabalgata de Reyes, el Mercadillo de la Plaza Mayor, la Exposición de Belenes y la San Silvestre Vallecana, son actividades que forman ya parte de la tradición navideña de la ciudad.

El grado de conocimiento de las actividades que el Ayuntamiento organiza en estas fechas es casi total. El grado de disfrute o participación en los mismos depende de las características de los mismos.

Conocimiento y disfrute por parte de los madrileños de las principales actividades del Municipio de Madrid

	2007		2008		2009	
	Conoce	Disfruta	Conoce	Disfruta	Conoce	Disfruta
La cabalgata de Reyes	89,4	38,5	98,9	38,4	99,3	32,9
Las "uvas" de la Puerta del Sol	83,6	8,4	98,5	12,4	99,5	3,0
La "San Silvestre Vallecana"	75,3	17,2	94,6	20,6	97,4	13,1
La iluminación de las calles	97,4	85,5	99,0	86,9	99,3	70,1
Exposiciones de Belenes	82,3	63,5	96,2	57,9	98,9	60,7
Mercadillo Plaza Mayor	90,0	72,2	98,6	69,0	99,0	61,7
Actuaciones de música y teatro	56,0	35,4	91,0	29,1	89,0	19,4

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Es dispar el nivel de participación de los madrileños en estos eventos, y depende de las características de los mismos. Admirar la iluminación navideña de sus calles, visitar el mercadillo de la Plaza Mayor o ir a visitar belenes parece más fácil de disfrutar que ir a tomar las "uvas" a la Puerta del Sol o asistir a la San Silvestre. El espectáculo de la Cabalgata de Reyes es una atracción dirigida más a los menores y las actuaciones de música y teatro implica casi siempre pagar una entrada, en lo que ya tiene influencia el estado de la economía del hogar. De hecho, en este apartado parece que va a haber una disminución de asistentes con respecto al año pasado.

Porcentaje de hogares que disfrutan de los eventos navideños según tengan menores o no

Los hogares con menores disfrutan en mayor proporción de estos eventos que los que no los tienen

	Hogares sin menores	Hogares con menores	Total
La cabalgata de Reyes	49,3	24,6	32,9
Las "uvas" de la Puerta del Sol	3,2	2,9	3,0
La "San Silvestre Vallecana"	14,8	12,2	13,1
La iluminación de las calles	80,6	64,7	70,1
Exposiciones de Belenes	70,8	55,6	60,7
Mercadillo navideño de la Plaza Mayor	74,4	55,1	61,7
Actuaciones de música y teatro	21,5	18,4	19,4

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Inciendo en lo que antes se apuntaba, la presencia de menores en el hogar supone un discriminante, en mayor o menor medida, en el disfrute de todas las actividades que organiza el Ayuntamiento. Naturalmente la Cabalgata de Reyes (49,3%), la iluminación de las calles (80,6%), la visita a los belenes (70,8%) y el mercadillo de la Plaza Mayor (74,4%) son las actividades más queridas y participadas por parte de los niños.

