

# 3

**ACTUALIDAD**



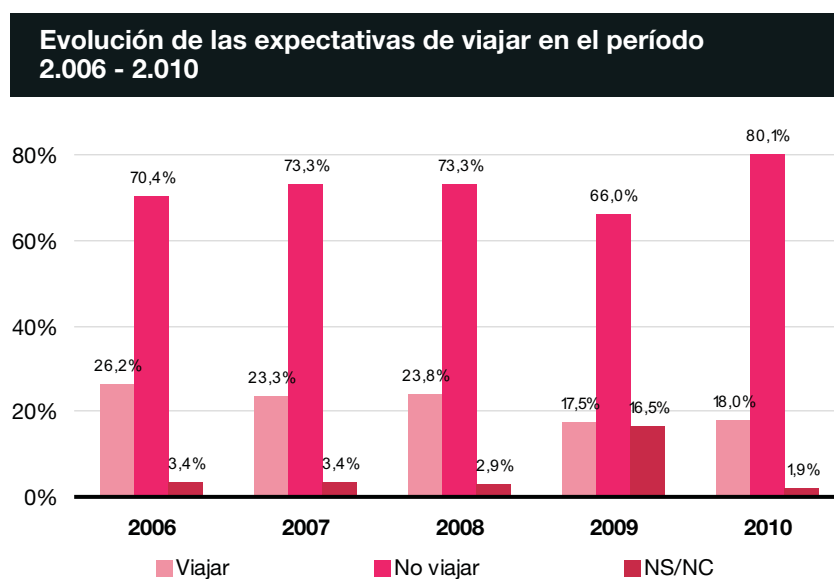
### 3. DESPLAZAMIENTOS DE NAVIDAD

Se cierra otro año de profunda crisis económica en el que los consumidores siguen sufriendo sus embates. Navidad es el último test importante del año para las economías familiares, dada la presión que tienen que soportar debido a gastos que superan a los del resto del año. Muchos consumidores han sufrido un duro aprendizaje, terminando por interiorizar unas prácticas de control y austeridad que también van a reflejar en estas fechas.

#### 3.1 Viajes previstos y hábitos de viajar en navidad

El hecho de viajar o no viajar en este período del año, así como los viajes que se esperan hacer, vienen determinados por unas circunstancias distintas de las que se dan en los otros períodos vacacionales, debido a que la Navidad, al margen de la climatología, trae implícita unas costumbres sociales que afectan a estas decisiones.

Sólo el 18,8% de los hogares indican que al menos uno de sus miembros tiene claro que va a viajar esta Navidad.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

En principio, las expectativas de los madrileños de viajar en estas fechas han descendido con la crisis en el entorno de los 14 puntos porcentuales y si se comparan las cifras con las del año pasado se sitúan en niveles similares, aunque se da una peculiaridad muy esclarecedora: mientras en las Navidades pasadas había un porcentaje nada despreciable (16,5%) de hogares que no sabían si iban a viajar o no, este año ese porcentaje baja hasta el 1,9%, lo que demuestra que ahora tienen las ideas mucho más claras a este respecto, y que a estas alturas de la crisis hay menos espacio para alimentar especulaciones y dudas sobre lo que hacer.

**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
<b>Siempre viaja</b>	95,2	4,8	0,0	100
<b>Normalmente sí</b>	71,4	24,9	3,7	100
<b>Normalmente no</b>	1,4	97,8	0,8	100
<b>Nunca viaja</b>	0,6	98,0	1,4	100
<b>Total</b>	18,0	80,1	1,9	100

La inercia de la costumbre de viajar en estas fechas se mantiene, especialmente en los colectivos con rutinas más contundentes (o siempre, o nunca), mientras que se dan situaciones más flexibles en el resto de los hogares.

**Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.**

Al confrontar la costumbre de los madrileños de viajar en esta época del año y lo que piensan hacer a este respecto estas navidades, se observa que el 95,2% de los hogares en los que alguno (o todos) de sus componentes suele viajar, también piensa hacerlo esta Navidad; en el polo opuesto, un 97,8%, de quienes nunca viajan tampoco lo van a hacer este año. Se puede concluir, pues, que la inercia de la costumbre se mantiene, especialmente en los colectivos con rutinas más contundentes (o siempre, o nunca), mientras que se dan situaciones más flexibles en el resto de los hogares.

En todos los tipos de hogares, sea cual sea su nivel de ingresos, se hace una política restrictiva de gastos, al menos en lo que se refiere al capítulo de los viajes.

### Variación de expectativas de viajar esta Navidad frente a los hábitos de años anteriores 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
<b>Costumbre de viajar en navidad</b>					
<b>Siempre o casi siempre</b>	12,6	16,5	23,8	31,2	41,2
<b>Nunca o casi nunca</b>	87,4	83,1	76,2	67,8	58,8
<b>NS/NC</b>	0,0	0,4	0,0	1,0	0,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100
<b>Expectativas de viajar esta navidad</b>					
<b>Sí</b>	9,6	11,6	20,0	23,1	33,1
<b>No</b>	87,4	87,6	77,8	75,4	64,9
<b>NS/NC</b>	2,9	0,8	2,2	1,5	2,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los grupos de hogares según su nivel de ingresos disminuyen su porcentaje de las expectativas de viajar frente a lo que era costumbre de otros años, lo que muestra que en todos los tipos de hogares, sea cual sea su nivel de ingresos, se hace una política restrictiva de gastos, al menos en lo que se refiere al capítulo de los viajes.

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

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

Si ya de por sí no parece que los madrileños elijan estas fechas para viajar, la situación económica ha empujado a reducir aún más el número de viajes.

	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899€	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más
<b>Costrumbre de viajar en navidad</b>					
<b>Siempre o casi siempre</b>	9,0	16,1	21,5	36,2	41,7
<b>Nunca o casi nunca</b>	91,0	83,6	78,5	62,4	58,3
<b>NS/NC</b>	0,0	0,3	0,0	1,3	0,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100
<b>Expectativas de viajar esta navidad</b>					
<b>Sí</b>	8,1	11,4	15,1	30,2	34,0
<b>No</b>	89,2	87,0	83,6	65,8	65,4
<b>NS/NC</b>	2,7	1,6	1,4	4,0	0,6
<b>Total</b>	100	100	100	100	100

**Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.**

Visto el reparto de los hogares desde la perspectiva de los ingresos per capita se puede observar que los comentarios que se pueden hacer son similares a los expuestos, pues también desde esta óptica se observa que todos los grupos de hogares reducen sus expectativas de viajar frente a lo que acostumbraban hacer.

La conclusión es que si ya de por sí no parece que los madrileños elijan estas fechas para viajar, la situación económica ha empujado a reducir aún más el número de viajes. En definitiva, la reducción de los gastos en este capítulo es una forma realista de hacer frente a una situación económica que no termina de aclararse.

El tipo de hogares que indica que en mayor proporción suele viajar siempre o normalmente en Navidad es el compuesto de dos adultos con menores (30,7%), seguido del compuesto por un adulto solo (28,1%) y por dos adultos solos (21,2%). En el extremo opuesto están los hogares compuestos por un adulto con menores (12,9%) y por tres o más adultos con menores (14,0%), colectivos que menos suelen viajar en estas fechas. Todos los grupos reducen sus expectativas de viajar esta Navidad.

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

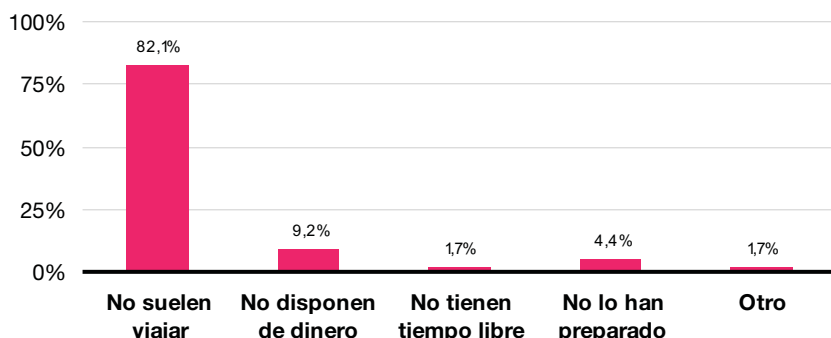
	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores
<b>Costrumbre de viajar en navidad</b>						
<b>Siempre o casi siempre</b>	28,1	12,9	21,2	30,7	18,6	14,0
<b>Nunca o casi nunca</b>	71,9	87,1	77,8	69,3	81,4	86,0
<b>NS/NC</b>	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100,0
<b>Expectativas de viajar esta navidad</b>						
<b>Sí</b>	22,2	16,1	17,5	22,3	12,0	12,8
<b>No</b>	76,2	80,6	79,5	76,9	85,8	87,2
<b>NS/NC</b>	1,6	3,2	3,0	0,8	2,2	0,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

El tipo de hogares que indica que en mayor proporción suele viajar siempre o normalmente en Navidad es el compuesto de dos adultos con menores (30,7%), seguido del compuesto por un adulto solo (28,1%) y por dos adultos solos (21,2%). También estos grupos son los que muestran mayores porcentajes en sus expectativas de viaje para esta Navidad, (22,3%, 22,2% y 17,5% respectivamente), pero con valores menores. También las inercias, en esta ocasión, se mantienen, pero pierden fuerza.

En el extremo opuesto están los hogares compuestos por un adulto con menores (12,9%) y por tres o más adultos con menores (14,0%), colectivos que menos suelen viajar en estas fechas. Como se indica en otros lugares, el tamaño, así como la presencia de menores en determinadas condiciones, suele proporcionar mayor complejidad al hogar y añadir dificultades económicas, lo que hace que el viajar, por ejemplo, resulte más costoso.

### Razones para no viajar



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

La falta de dinero se convierte en la auténtica razón de peso para no viajar; de hecho, un 9,2% de los hogares madrileños la esgrimen. Incluso, no resulta ninguna osadía afirmar que de los hogares que indican que no suelen viajar, una buena proporción de ellos encubren razones económicas.

Partiendo del hecho de que una parte de la población madrileña no tiene por costumbre viajar en Navidad (un 82,1%), la falta de dinero se convierte en la auténtica razón de peso para no hacerlo; de hecho, un 9,2% de los hogares madrileños esgrimen este motivo para no viajar esta Navidad. Incluso, no resulta ninguna osadía afirmar que de los hogares que indican que no suelen viajar, una buena proporción de ellos encubren razones económicas. Por otro lado, que haya un 4,4% de hogares que alegan como razón para no viajar el no haberlo preparado sugiere la complejidad de algunos tipos de viajes que se suelen planear en estas fechas, como por ejemplo los viajes a la nieve o al hemisferio sur. Por fin, la falta de tiempo libre (1,7%) indica que hay ciudadanos madrileños cuya actividad laboral, principalmente, les impide tomar vacaciones en estas fechas.

### 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	81,9	80,8	84,9	78,9	83,2	78,7	82,1
No disponen de dinero	9,0	19,2	5,7	11,4	7,5	16,0	9,2
No tienen tiempo libre	3,5	0,0	1,6	1,6	0,6	1,3	1,7
No lo han preparado	3,5	0,0	4,1	5,4	6,2	2,7	4,4
Otro	1,4	0,0	1,6	2,2	1,9	1,3	1,7
NS/NC	0,7	0,0	2,0	0,5	0,6	0,0	1,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Los hogares que se componen sólo de adultos tienden a viajar menos en este período navideño.

No todos los grupos aducen con el mismo peso las distintas razones para no viajar en estas fechas. Las económicas pesan más en aquellos tipos de hogar en los que se adivinan mayores estrecheces: hogares compuestos de un adulto con menores (19,2%) o de tres o más adultos con menores (16,0%). Por otro lado, los hogares que se componen sólo de adultos tienden a viajar menos en este período navideño. A este respecto se puede señalar que a muchos hogares les resulta mejor via-



jar en otra época del año; para otros hogares son fechas en las que sencillamente no se plantean viajar; por fin, están los hogares que reciben visitas en estas fechas.

También en el nivel superior de ingresos se invoca la razón económica como motivo para no viajar (10,1%), lo que se explica porque se puede suponer con buen criterio que en cada nivel de ingresos se pueden dar viajes diferentes en términos económicos.

#### 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
<b>No suelen viajar</b>	81,9	84,1	85,1	78,4	78,8	82,1
<b>No disponen de dinero</b>	13,4	8,6	5,4	7,2	10,1	9,2
<b>No tienen tiempo libre</b>	0,5	2,3	0,7	4,6	0,0	1,7
<b>No lo han preparado</b>	2,8	2,3	6,1	7,8	5,1	4,4
<b>Otro</b>	0,9	1,8	1,4	1,3	4,0	1,7
<b>NS/NC</b>	0,5	0,9	1,4	0,7	2,0	1,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 están más presentes entre los hogares de menor nivel de ingresos (13,4%), sin obviar el hecho de que también en el nivel superior se invoca esta razón (10,1%), lo que se explica porque se puede suponer con buen criterio que en cada nivel de ingresos se pueden dar viajes diferentes en términos económicos. Por otro lado, el peso de la razón de no haber preparado el viaje se incrementa a medida que aumenta el nivel de ingresos, dándose un corte sustancial a partir de los 1.500 euros.

Si en lugar de establecer la tipología de hogar sólo por sus ingresos se tiene además en cuenta el tamaño del mismo (ingresos per capita del hogar), se observa que desde esta perspectiva las razones para no viajar por motivo económico son más concluyentes, sin olvidar nunca que esta época no parece la más adecuada para viajar para ninguno de los grupos

#### Razones para no viajar según ingresos per capita del hogar

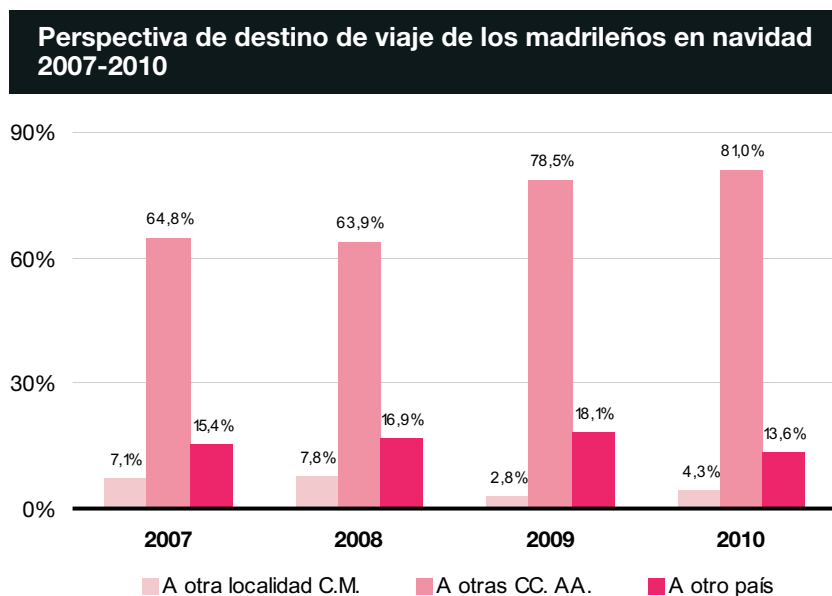
	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899 €	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más	Total
<b>No suelen viajar</b>	81,4	82,4	81,7	79,8	84,5	
<b>No disponen de dinero</b>	17,6	9,4	8,1	8,7	2,9	
<b>No tienen tiempo libre</b>	0,0	1,5	1,6	1,0	4,9	
<b>No lo han preparado</b>	1,0	4,1	5,4	5,8	5,8	
<b>Otro</b>	0,0	2,1	1,1	2,9	1,9	
<b>NS/NC</b>	0,0	0,6	2,2	1,9	0,0	
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 17,6% a un 2,9%). Igualmente, la proporción de hogares que aduce no haber preparado el viaje aumenta con el ingreso per cápita (desde un 1,0% hasta un 5,8%), apoyando la idea de que a medida que éstos crecen el viaje que se plantea el hogar es más complicado de organización y seguramente más caro.

### 3.2 Destino y duración del viaje

Destino y duración del viaje son características que lo definen, variables que hablan de la importancia del mismo. En lo que al destino de las vacaciones de Navidad se refiere, el gráfico muestra la evolución 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 (81,0%), siendo los que van a la segunda vivienda y los determinados por motivos familiares los que constituyen el colectivo principal de tales viajes.

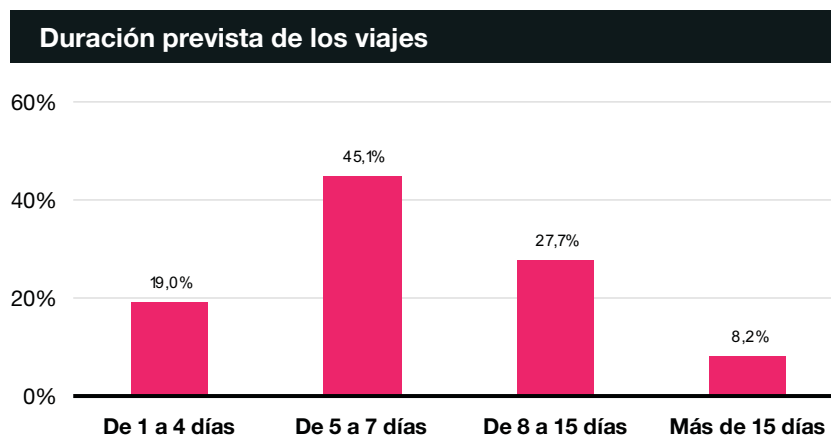
**Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.**

Se mantiene a grandes rasgos la estructura de reparto de los destinos geográficos de quienes piensan viajar en estas fechas, 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 (81,0%), siendo los que van a la segunda vivienda y los determinados por motivos familiares los que constituyen el colectivo principal de tales viajes. La reducción de los viajes al extranjero también es otra manifestación de la crisis, que alcanza a colectivos que los solían realizar, como son, por ejemplo, los de los emigrantes.

Por lo que se refiere a la duración del viaje, en el caso 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 (has-

ta 15 días); y por fin, los viajes que se alargan por encima de la quince-  
na.

Más de la mitad de los viajes previstos (64,1%) apenas tienen una semana de duración, lo que es coherente con la duración de las vacaciones de quienes trabajan.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Más de la mitad de los viajes previstos (64,1%) apenas tienen una semana de duración, lo que es coherente con la duración de las vacaciones de quienes trabajan. Un 27,7% indica que la duración de su viaje va a durar entre 8 y 15 días, lo que es coherente con las vacaciones escolares. Sólo un 8,2% de los viajes previstos piensan que van a tener una duración de más de 15 días.

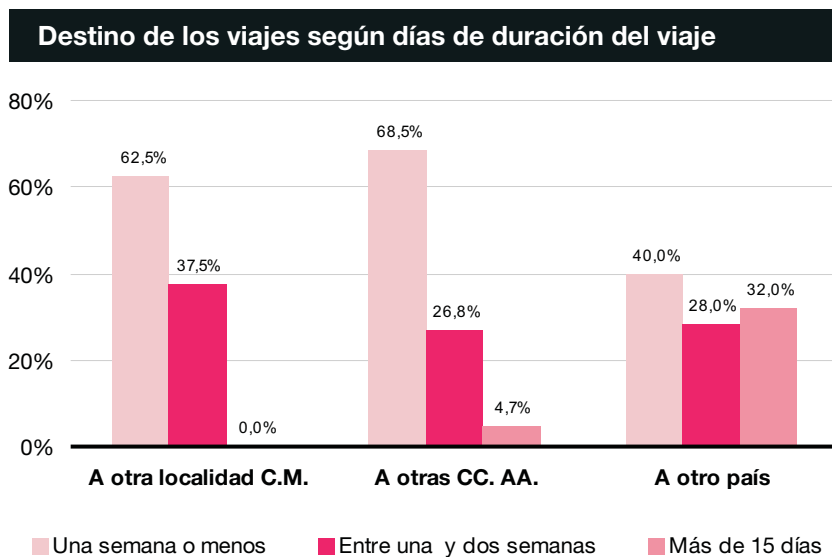
El nivel de ingresos de los hogares no supone comportamientos muy diferentes en lo que se refiere a la duración de los viajes

**Duración prevista del viaje según ingresos del hogar**

	Hasta 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
De 1 a 4 días	15,4	27,0	17,4	18,4	19,0
De 5 a 7 días	40,4	32,4	52,2	53,1	45,1
De 8 a 15 días	34,6	35,1	23,9	18,4	27,7
Más de 15 días	9,6	5,4	6,5	10,2	8,2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 permite estancias más alargadas con costes asumibles. Por otra parte, hogares de menores rentas pueden alargar sus permanencias fuera del hogar cuando se trata de jubilados.



**Fuente:** ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 larga duración que los que se realizan a municipios de la propia Comunidad, y si tienen por meta algún país extranjero también son más largos que estos últimos.

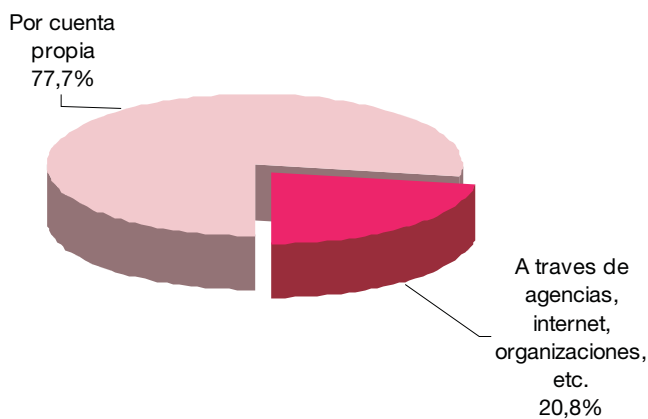
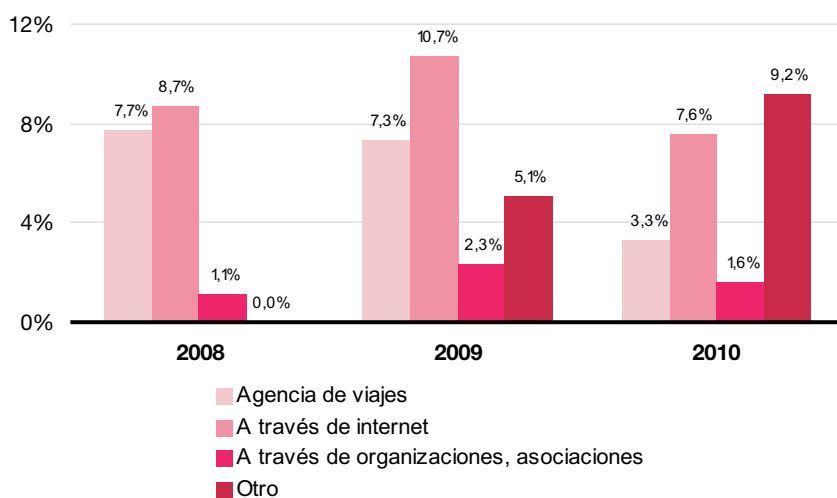
Los viajes que los madrileños prevén para esta Navidad, y cuyo destino está fuera de la Comunidad de Madrid, suelen ser de más larga duración que los que se realizan a municipios de la propia Comunidad, y si tienen por meta algún país extranjero también son más largas que estos últimos, todo ello en la lógica de que a más distancia mayor duración del viaje para aprovechar economías de escala.

### 3.3 Organización del viaje

La fórmula utilizada en la organización del viaje también contribuye a hacerse una idea de su entidad, de su grado de complejidad, de la comodidad que se persigue en su desarrollo, y por otro, muestra los modos empleados para obtener tal propósito, modos cuyo peso va evolucionando al amparo de las nuevas tecnologías.

Aquéllos que no viajan por cuenta propia, principalmente viajes a segundas viviendas o a casas de familiares o amigos (77,7%), se organizan fundamentalmente a través de Internet (7,6%) o mediante agencias de viaje (3,3%).

### Evolución de la forma de organización de los viajes de Navidad en los años 2.008-2.010



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Dado el tipo dominante de viajes en la Navidad, bien a segundas viviendas, bien a casas de familiares o amigos, se deriva que la forma mayoritaria de organización del viaje, con un 77,7% del total, sea por cuenta propia. El resto de viajes se organizan fundamentalmente a través de Internet (7,6%) o mediante agencias de viaje (3,3%).

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.

Viajar a otro municipio de la Comunidad de Madrid no necesita de apoyos externos; viajar a otra comunidad autónoma supone, en ocasiones, servirse de Internet (4,0%) o de agencias de viajes (2,0%); viajar a otro país implica un mayor uso de tales servicios (un 28,0% utiliza Internet, y un 12,0% lo organiza a través de una agencia de viajes, llegando hasta un 60% los que lo preparan por su cuenta).

#### Forma de organización del viaje según destino

	Otra localidad C.M.	A otras CC.AA.	A otro país	Total
Agencia de viajes	0,0	2,0	12,0	3,3
Internet	0,0	4,0	28,0	7,6
Por cuenta propia	87,5	81,2	60,0	77,7
Asociaciones, etc.	0,0	2,0	0,0	1,6
Otro	12,5	10,1	0,0	9,2
NS/NC	0,0	0,7	0,0	0,5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

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 bien servirse de Internet (4,0%) o de agencias de viaje (2,0%); viajar a otro país implica un mayor uso de tales servicios (un 28,0% utiliza Internet, y un 12,0% lo organiza a través de una agencia de viajes, llegando hasta un 60% los que lo preparan por su cuenta).

#### Forma de organización del viaje según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 1.499 €	De 1.500 € a 2.999 €	3.000 € o más	Total
Agencia de viajes	5,8	1,2	4,1	3,3
Internet	5,8	3,6	16,3	7,6
Por cuenta propia	75,0	86,7	65,3	77,7
Asociaciones, etc.	1,9	1,2	2,0	1,6
Otro	11,5	7,2	10,2	9,2
NS/NC	0,0	0,0	2,0	0,5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 lo que son precisamente este tipo de hogares los que más utilizan, un 20,4%, los servicios de las agencias de viajes o de Internet.

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 lo que son precisamente este tipo de hogares los que más utilizan, un 20,4%, los servicios de las agencias de viajes o de Internet. No obstante, ambos modos de organización del viaje también son utilizados en los niveles menores de renta, lo que se puede deber tanto a la emigración como a la búsqueda de viajes económicos.

Al margen de los viajes a casa de familiares o amigos, los viajes sin programar son importantes cuando se sale del país (56,0%), lo que indica el peso que en este colectivo tienen los emigrantes que viajan en estas fechas.

<b>Tipo de viaje a programar según destino</b>			
	<b>Otra localidad de la C.M.</b>	<b>A otras CC.AA.</b>	<b>A otro país</b>
<b>Todo programado</b>	0,0	10,1	12,0
<b>Programado sin alojamiento</b>	0,0	0,7	8,0
<b>Sin programar</b>	37,5	28,2	56,0
<b>A casa de familiares/amigos</b>	50,0	50,3	24,0
<b>Otro</b>	12,5	10,1	0,0
<b>Total</b>	100	100	100

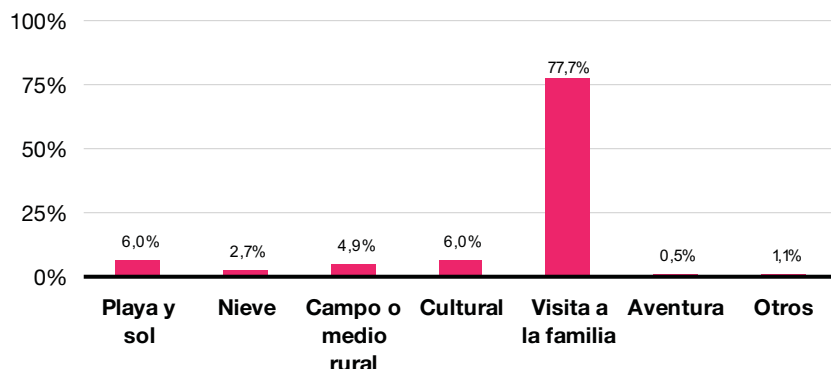
**Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.**

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 (20,0%) y en menor medida de los viajes a otra comunidad autónoma (10,8%). Al margen de los viajes a casa de familiares o amigos, los viajes sin programar son importantes cuando se sale del país (56,0%), lo que indica el peso que en este colectivo tienen los emigrantes que viajan en estas fechas; también tienen importancia (28,2%) los viajes sin programar de quienes viajan a otra comunidad autónoma y no van a casa de familiares o amigos.

### 3.4 Características del viaje

Otras dos características que conlleva cualquier viaje son, por un lado, la atracción fundamental que se busca y, por otro, el lugar de pernoctación que se va a utilizar.

### Atractivo fundamental del viaje



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

De acuerdo con el espíritu de estas fiestas, el propósito principal de los viajes que los madrileños se plantean para esta Navidad es el que tiene por objeto la visita a familiares o amigos (77,7%). El resto de propósitos se pueden considerar secundarios, ya se trate de ir a la playa en busca del sol (6,0%), visitas de índole cultural (6,0%) o viajes cuyo destino es el campo o el medio rural (4,9%).

Cada destino puede dar una respuesta diferente a los posibles objetivos que los madrileños se plantean para su viaje.

### Atractivo fundamental del viaje según destino

	Otra localidad C.M.	A otras CC.AA.	A otro país	Total
Playa y sol	0,0	7,4	0,0	6,0
Nieve	12,5	2,7	0,0	2,7
Campo o medio rural	0,0	6,0	0,0	4,9
Cultural	0,0	4,7	16,0	6,0
Visita a la familia	87,5	77,2	84,0	77,7
Otros	0,0	2,0	0,0	1,6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Dado el carácter de estas fechas, sea cual sea el destino de los viajes, el motivo fundamental que los anima es la visita a la familia. El resto de objetivos se buscan o bien donde se pueden encontrar en estas fechas, dada la climatología esperada, como ocurre con los viajes de playa, sol o nieve, o en los lugares donde se encuentran todo el año, y que se aprovechan estas fechas para visitarlos, como es el caso de los viajes culturales.

De acuerdo con el espíritu de estas fiestas, el propósito principal de los viajes que los madrileños se plantean para esta Navidad es el que tiene por objeto la visita a familiares o amigos (77,7%).



### Atractivo fundamental del viaje según nivel de ingresos del hogar

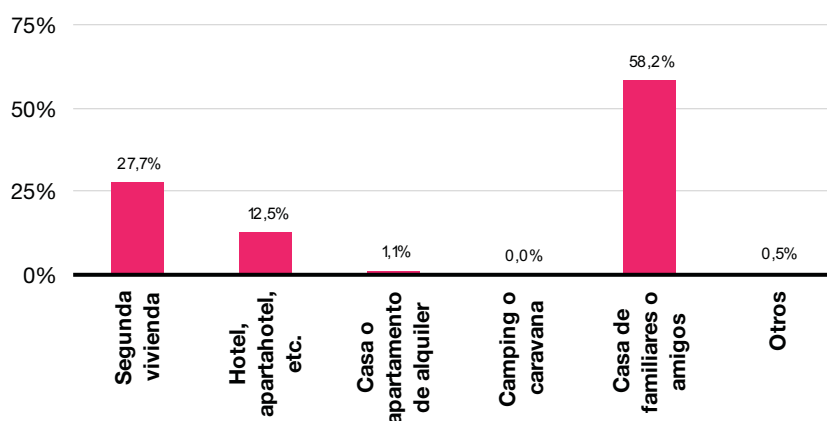
	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
<b>Playa y sol</b>	0,0	3,4	8,1	8,7	6,1
<b>Nieve</b>	0,0	6,9	2,7	2,2	2,0
<b>Campo o medio rural</b>	4,3	0,0	5,4	10,9	2,0
<b>Cultural</b>	0,0	3,4	8,1	2,2	12,2
<b>Visita a la familia</b>	91,3	86,2	75,7	76,1	69,4
<b>Otros</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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, hasta 21,9 puntos porcentuales), el resto de los objetivos 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 favorece el que se sumen nuevos colectivos de hogares a viajes con estos otros atractivos.

De forma mayoritaria, quienes proyectan viajar esta Navidad piensan pernoctar en casa de familiares o amigos (58,2%) o en una segunda vivienda (27,7%), dejando en tercer lugar, con un 13,6% del total de los viajes, en hoteles, apartahoteles o casas y apartamentos de alquiler.

### Lugar de pernoctación del viaje



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Los datos, en consonancia con otras cifras, indican que de forma mayoritaria, quienes proyectan viajar esta Navidad piensan pernoctar en casa de familiares o amigos (58,2%) o en una segunda vivienda (27,7%), dejando en tercer lugar, con un 13,6% del total de los viajes, 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	17,4	31,0	27,0	32,6	26,5
Hotel, etc.	13,0	0,0	13,5	8,7	22,4
Casa de alquiler	0,0	3,4	0,0	0,0	2,0
Casa de familiares	69,6	65,5	59,5	58,7	46,9
Otros	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

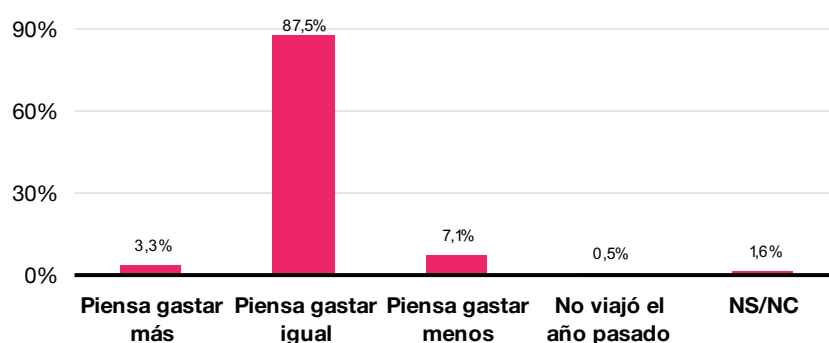
Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

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, ya que se trata del componente económico con más peso; de hecho, a mayor nivel de ingresos menor es el peso de las casa de familiares y amigos (se pasa de un 69,6% a un 46,9%) y mayor es el peso de hoteles o de casas de alquiler (se pasa de un 30,4% a un 48,9%).

## 3.5 Comportamiento económico

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

### Perspectiva de gasto en el viaje previsto



Domina la postura de quienes piensan gastar lo mismo que en otros años, con un 87,5%; pero el peso de quienes piensan gastar menos supera en 3,8 puntos porcentuales al de quienes piensan gastar más, por lo que el saldo final indica que se va a gastar menos.

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Así pues, ante la perspectiva de viajar, el resultado de preguntar 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 87,5%; pero el peso de quienes piensan gastar menos supera en 3,8 puntos porcentuales al de quienes piensan gastar más, por lo que 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, sin tener en cuenta 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.

Todos los hogares que indican haber mejorado su situación económica con respecto al año pasado indican que van a gastar lo mismo (90,9%) o menos (9,1%).

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

	Mejor	Igual	Peor	Total
<b>Piensa gastar más</b>	0,0	5,1	1,4	3,3
<b>Piensa gastar igual</b>	90,9	89,9	83,8	87,5
<b>Piensa gastar menos</b>	9,1	4,0	10,8	7,1
<b>El año pasado no viajó</b>	0,0	0,0	1,4	0,5
<b>NS/NC</b>	0,0	0,0	2,6	1,6
<b>Total</b>	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los hogares que indican haber mejorado su situación económica con respecto al año pasado indican que van a gastar lo mismo (90,9%) o menos (9,1%). Aquellos que valoran que su situación no ha cambiado señalan mayoritariamente que van a gastar lo mismo (89,%) y el saldo entre los que dicen que van a gastar más y menos se inclina levemente del lado de quienes piensan gastar más (1,1 puntos porcentuales). Por fin, dentro de la lógica esperada, la reacción de aquellos hogares que apuntan haber empeorado su situación, un 83,8% piensa hacer un gasto semejante, mientras que 10,8% piensa gastar menos.

En todos los rangos domina la perspectiva de hacer un gasto similar al del mismo viaje en el año pasado; pero por otro lado, el resto de los hogares da en todos los rangos un saldo favorable a quienes piensan gastar menos frente a los que piensan gastar más.

#### Perspectiva de gasto por niveles de ingresos del hogar

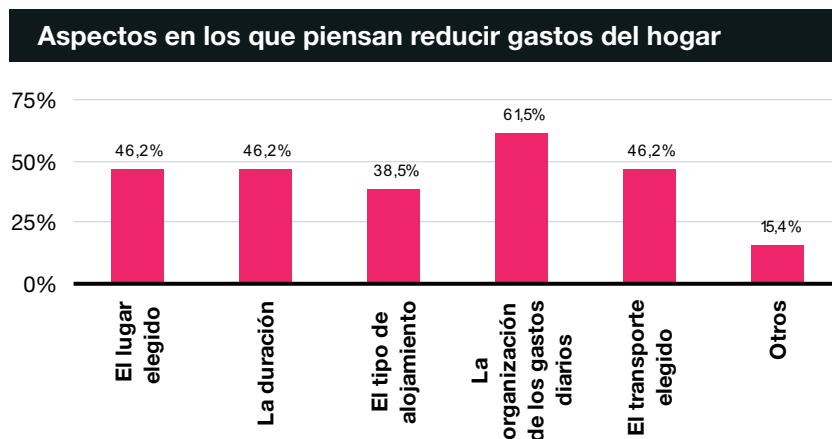
	Hasta 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
<b>Piensa gastar más</b>	3,8	5,4	2,2	2,0
<b>Piensa gastar igual</b>	88,5	78,4	91,3	89,8
<b>Piensa gastar menos</b>	5,8	10,8	6,5	6,1
<b>NS/NC</b>	0,0	2,7	0,0	0,0
<b>Total</b>	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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, en todos los rangos domina la perspectiva de hacer un gasto similar al del mismo viaje en el año pasado; pero por otro lado, el resto de los hogares da en todos los rangos un saldo favorable a quienes piensan gas-

tar menos frente a los que piensan gastar más. 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.

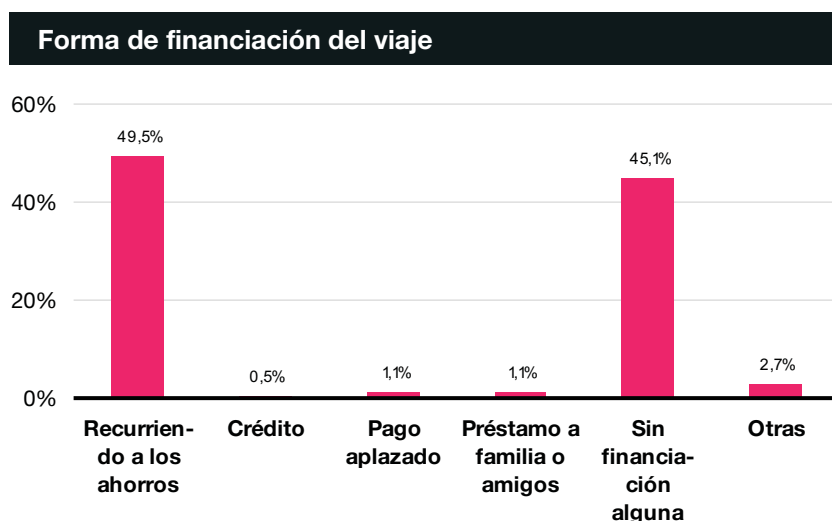


Como es tónica general, del aspecto que más se echa mano es del que se refiere a la organización de los gastos diarios (61,5%) por ser el más viable para aplicar comportamientos restrictivos.

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Son importantes las cifras de hogares que piensan reducir gastos en los diversos capítulos expuestos. Como es tónica general, del que más se echa mano es del que se refiere a la organización de los gastos diarios (61,5%) por ser el más viable para aplicar comportamientos restrictivos.

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 la manera en que se financia.



La inmensa mayoría de los hogares madrileños que piensan viajar este Navidad lo van a hacer recurriendo a sus ahorros o sin financiación alguna (94,6%).

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Las cifras muestran que la inmensa mayoría de los hogares madrileños que piensan viajar este Navidad lo van a hacer recurriendo a sus ahorros o sin financiación alguna (95,6%), El resto de fórmulas es marginal, agudizado por la situación del crédito.

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.

#### Forma de financiación del viaje según ingresos de 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
<b>Ahorro propio</b>	43,5	37,9	56,8	47,8	55,1
<b>Crédito</b>	0,0	0,0	0,0	2,2	0,0
<b>Pago aplazado</b>	4,3	0,0	0,0	0,0	2,0
<b>Préstamo familia o amigos</b>	4,3	0,0	2,7	0,0	0,0
<b>Sin financiación</b>	39,1	62,1	37,8	47,8	40,8
<b>Otras</b>	8,7	0,0	2,7	2,2	2,0
<b>Total</b>	100	100	100	100	100

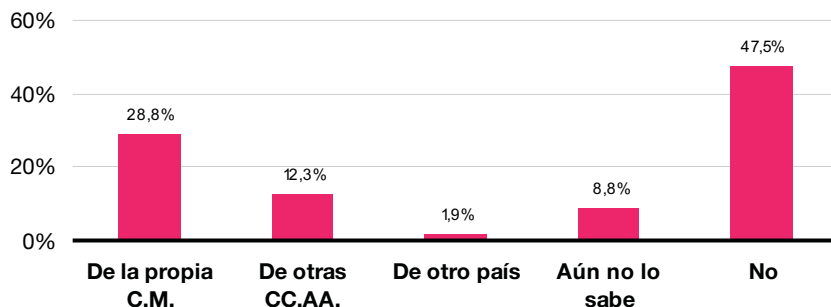
Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los grupos de hogares, sean cuales sean sus ingresos, utilizan mayoritariamente los ahorros o no recurren a financiación alguna. Naturalmente, 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.

## 3.6 Visitas a residentes

En estas fechas de colorido familiar, también el residente madrileño espera recibir visitas tal como se desprende de sus respuestas; de hecho un 43% de hogares madrileños indica que esperan recibir alguna visita de familiares o amigos. 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



Un 67,0% de las visitas que esperan los madrileños recibir en estas Navidades provienen de la misma Comunidad, un 28,7% de otras comunidades autónoma y el resto, un 4,3% de otros países,

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Un 43% de los hogares indican que van a recibir visitas en estas fechas. Un 67,0% de tales visitas provienen de la misma Comunidad, un 28,6% de otras comunidades autónoma y el resto, un 4,4% de otros países, cifras nada desdeñables para estas fechas del año con un peso apreciable en las cifras de turismo.

### 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
De la propia C.M.	78,0	68,8	73,2	60,7	46,0
De otras CC.AA.	20,2	26,8	25,4	36,9	39,7
De otro país	1,8	4,5	1,4	2,4	14,3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

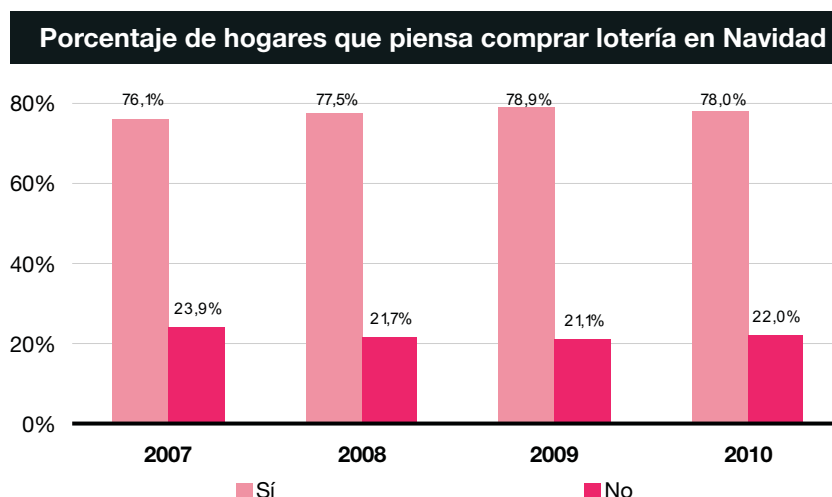
Las cifras indican que a medida que el nivel de ingresos del hogar se incrementa menor es el número de visitas que proceden de la Comunidad Autónoma de Madrid y mayor el que procede de otras comunidades autónomas.

## 3.7 Navidad

Los usos y costumbres sociales de estas fechas suponen en ocasiones para los hogares 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.

Incluso la idea de que en momentos de crisis se incrementa el número de personas que apuestan por el azar para hacer frente a las dificultades del momento también parece tener su límite.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Comparado con la compra de lotería de los últimos años se observa un incremento con respecto a 2007, pero este año se ha detenido. Incluso la idea de que en momentos de crisis se incrementa el número de personas que apuesta por el azar para hacer frente a las dificultades del momento también parece tener su límite. Pero como van a indicar los datos que siguen, si bien son más lo que compran lotería, es menos lo que se gasta en lotería.

La situación económica repercute en buena parte de los compradores de lotería, ya que un 21,2% de los mismos piensan comprar menos lotería que en años anteriores.

**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	61,5	82,3	78,4	84,9	87,8	78,0
Piensa comprar más	0,7	0,5	1,4	1,2	0,8	0,9
Piensa comprar igual	76,2	78,0	71,7	79,3	84,6	77,9
Piensa comprar menos	23,1	21,5	26,9	19,5	14,6	21,2

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

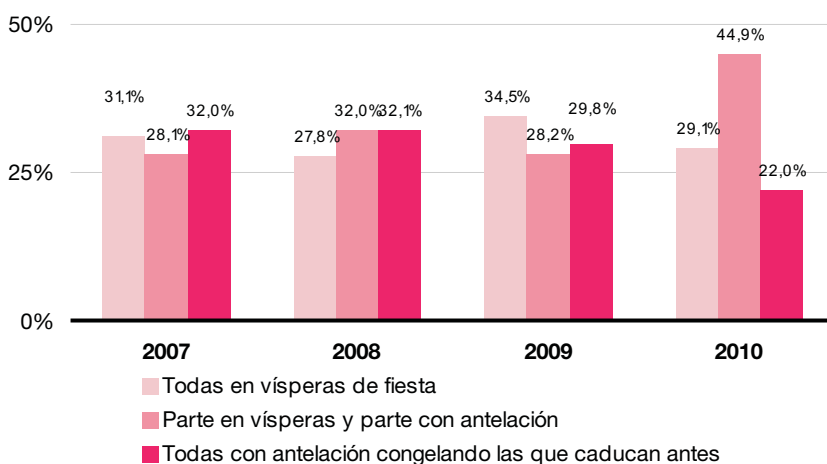
Aunque más de la mitad de los hogares compran lotería en cualquiera de los estratos del nivel de ingresos, las cifras indican, por un lado, que se da una relativa correlación directa entre dicho nivel de ingresos y el hecho de comprar lotería, de tal forma que entre el nivel superior y el nivel inferior la diferencia porcentual alcanza los 26,3 puntos porcentuales; por otro lado, se percibe un corte importante entre el grupo de hogares de nivel más bajo y el resto.

Una vez mantenida la tradición, la situación económica repercute en buena parte de los compradores de lotería, ya que un 21,2% de los mismos piensan comprar menos lotería que en años anteriores; el 77,9% piensan comprar la misma cantidad y sólo el 0,9% 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 y los regalos son particulares protagonistas en las celebraciones navideñas, representando una parte importante del gasto familiar en estas fechas. Ante la evolución alcista de los precios que suelen sufrir muchos productos, alimenticios entre otros, los hogares optan por políticas diversas que le 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**



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.

**Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2007-2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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.



### 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	33,5	26,5	20,5	28,6	37,8	29,1
Parte en vísperas y parte con antelación	38,5	43,8	47,0	53,3	43,2	44,9
Todas con antelación congelando las que caducan antes	20,9	26,1	25,9	17,1	18,2	22,0
NS/NC	7,1	3,6	6,5	1,0	0,7	4,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

El grado de incorporación de estas prácticas en los hogares, pensadas para neutralizar el efecto precio que se suele producir en estas fiestas, especialmente en determinados tipos de productos como son los alimentos, los juguetes y los 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.

### Momento de realización de las compras navideñas según tipología del hogar

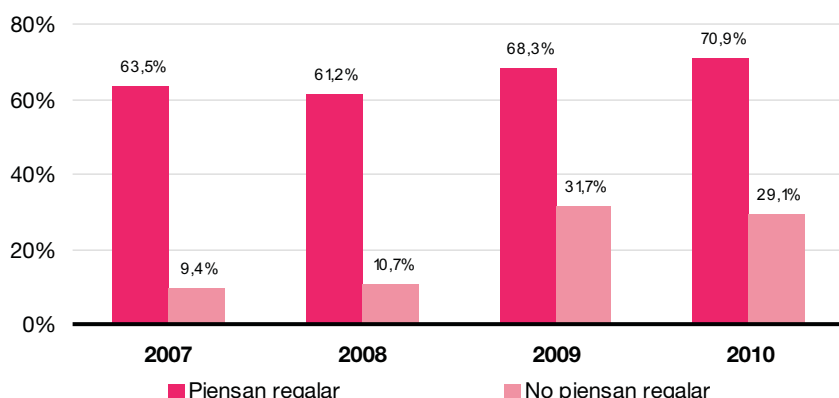
	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores	Total
Todas en vísperas de fiesta	34,6	22,6	28,3	29,0	24,0	33,7	29,1
Parte en vísperas y parte con antelación	37,3	51,6	44,8	47,1	51,9	38,4	44,9
Todas con antelación congelando las que caducan antes	16,8	22,6	23,2	22,7	21,9	26,7	22,0
NS/NC	11,4	3,2	3,7	1,3	2,2	1,2	4,0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

De la observación de los datos no se puede sacar conclusiones definitivas acerca del comportamiento de los hogares según su tipología. Tan sólo aquellos hogares compuestos por un solo miembro parecen los menos preocupados por llevar a cabo estas prácticas.

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 realizar regalos en Navidad**



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2007-2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

El porcentaje de hogares que piensan hacer regalos en esta Navidad se mueve por encima de los dos tercios. Hay que reconocer que, a pesar de la crisis, sigue siendo un fenómeno importante, no sólo de alcance social en las relaciones personales, sino también en las económicas, pues hay sectores económicos que dependen de las cifras totales que se consigan en estas fechas.

El porcentaje de hogares que piensan hacer regalos en esta Navidad se mueve por encima de los dos tercios. Hay que reconocer que, a pesar de la crisis, sigue siendo un fenómeno importante, no sólo de alcance social en las relaciones personales, sino también en las económicas.

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

	Hogares sin menores	Hogares con menores	Total
Piensan regalar	66,6	78,9	70,9
No piensan regalar	33,4	20,1	29,1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Las cifras del cuadro muestran bien a las claras que los hogares con menores son más proclives al regalo navideño (78,9%), que los hogares en los que no hay menores entre sus miembros (66,6%).

Los hogares con menores son más proclives al regalo navideño (78,9%), que los hogares en los que no hay menores entre sus miembros (66,6%),

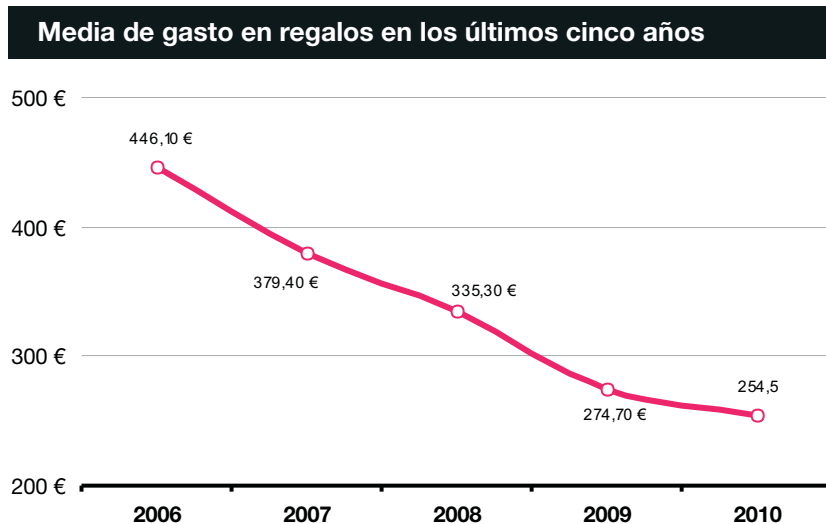
**Porcentaje de hogares que indican que piensan hacer regalos, según nivel de ingresos**

	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
Piensan regalar	45,2	70,7	69,7	86,9	92,6	70,9
No piensan regalar	54,8	29,3	30,3	13,1	7,4	29,1
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 47,4 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.

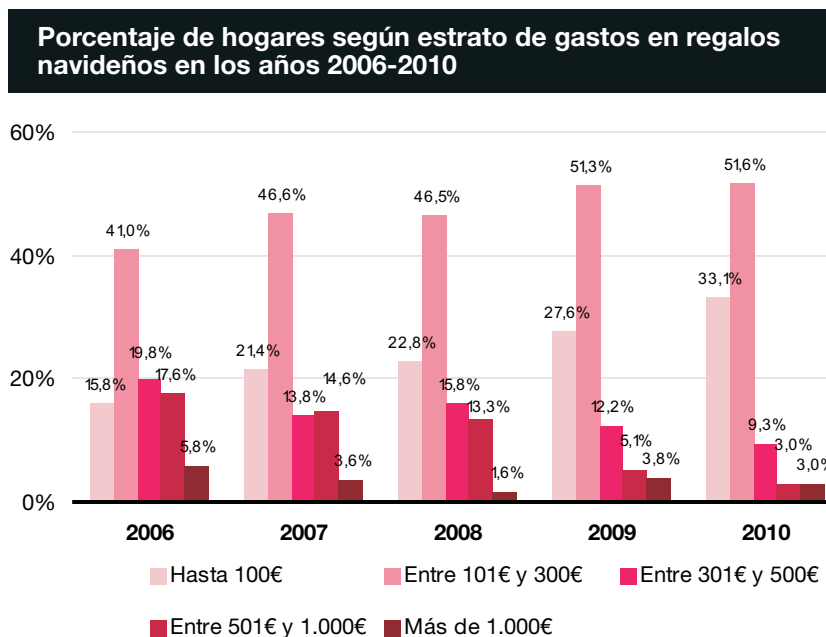
La crisis deja su marca en forma de un constante descenso de la previsión del gasto medio por hogar, y así, comparando con el año 2006, el presente año piensa gastar un 43% menos.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2006-2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Indudablemente la crisis deja su marca en forma de un constante descenso de la previsión del gasto medio por hogar, y así, comparando con el año 2006, el presente año piensa gastar un 43% menos.

La mayoría de los hogares que piensan hacer regalos estas Navidades, un 51,6%, se sitúa en el tramo de gastos que va desde los 101 euros a los 300 euros.



Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2006-2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

La mayoría de los hogares que piensan hacer regalos estas Navidades, un 51,6%, se sitúa en el tramo de gastos que va desde los 101 euros a los 300 euros, estrato en el que se sitúa la media (254,5 euros) y, que por otra parte, también era el de más peso antes de la crisis, si bien se ha incrementado en 10,6 puntos porcentuales con respecto al año 2006. El resto de tramos con gastos superiores han ido perdiendo peso a favor del menor. Es otro de los capítulos de gasto que se resiente con la crisis: si en 2006 el 43,2% de los hogares pensaban gastar más de 300 euros, en 2010 ese porcentaje cae hasta el 15,3%.

**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
<b>Gasto medio</b>	135,0	204,2	210,8	285,7	415,3	254,5

**Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. 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 empleado, hasta algo más de tres veces entre los dos extremos. Por lo tanto, el fenómeno navideño de los regalos queda constreñido en su extensión y en su intensidad al nivel de ingresos de los hogares.

El periodo navideño sirve de excusa para promover un conjunto de actividades en el municipio, normalmente abiertas, que ayudan a animar el ambiente peculiar e inconfundible de estas fiestas y que permiten a residentes y no residentes ser partícipes de tales eventos, convirtiéndose en un atractivo más de la ciudad.

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 fenómeno navideño de los regalos queda constreñido en su extensión y en su intensidad al nivel de ingresos de los hogares.

El conocimiento que tiene el madrileño de estos eventos es muy alto, por no decir, que prácticamente todos admiten tener noticia de su existencia. Otra cosa es la participación en los mismos.

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

	2008		2009		2010	
	Conoce	Disfruta	Conoce	Disfruta	Conoce	Disfruta
<b>La cabalgata de Reyes</b>	98,9	38,4	99,3	32,9	99,8	34,9
<b>Las "uvas" de la Puerta del Sol</b>	98,5	12,4	99,5	3,0	99,9	5,9
<b>La "San Silvestre Vallecana"</b>	94,6	20,6	97,4	13,1	94,5	14,6
<b>La iluminación de las calles</b>	99,0	86,9	99,3	70,1	99,5	75,3
<b>Exposiciones de Belenes</b>	96,2	57,9	98,9	60,7	98,4	55,8
<b>Mercadillo Plaza Mayor</b>	98,6	69,0	99,0	61,7	99,2	66,0
<b>Actuaciones de música y teatro</b>	91,0	29,1	89,0	19,4	91,6	18,8

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2008-2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

El conocimiento que tiene el madrileño de estos eventos es muy alto; prácticamente todos admiten tener noticia de su existencia, aunque no participen en 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. La Cabalgata de Reyes es una atracción dirigida más a los menores y las actuaciones de música y teatro implican un gasto, por lo que influye la economía del hogar. De hecho, la tendencia que muestran las cifras apunta a que se están resintiendo las cifras de participación.

La presencia de menores en el hogar es un discriminante, en mayor o menor medida, en el disfrute de todas las actividades que organiza el Ayuntamiento.

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

	Hogares con menores	Hogares sin menores	Total
<b>La cabalgata de Reyes</b>	50,7	26,5	34,9
<b>Las "uvas" de la Puerta del Sol</b>	8,7	3,6	5,9
<b>La "San Silvestre Vallecana"</b>	16,7	13,6	14,6
<b>La iluminación de las calles</b>	82,7	71,3	75,3
<b>Exposiciones de Belenes</b>	62,8	52,0	55,8
<b>Mercadillo navideño de la Plaza Mayor</b>	75,9	60,8	66,0
<b>Actuaciones de música y teatro</b>	16,0	20,3	18,8

Fuente: ECCM. 3º cuatrimestre de 2010. Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. Ayuntamiento de Madrid.

Inciendiando en lo que antes se apuntaba, la presencia de menores en el hogar es un discriminante, en mayor o menor medida, en el disfrute de todas las actividades que organiza el Ayuntamiento. Naturalmente la Cabalgata de Reyes (50,7%), la iluminación de las calles (82,7%), la visita a los belenes (62,8%) y el mercadillo de la Plaza Mayor (75,9%) son las actividades más queridas y participadas por parte de los menores.

