





# Barómetro Municipal de Consumo

3<sup>o</sup> Cuatrimestre de 2006



EDITA: Ayuntamiento de Madrid  
Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana

Imprime: PISCEGRAF, S.L.  
Depósito Legal: M-51524-2006

## Presentación

Con el propósito de conocer el comportamiento del consumidor madrileño, sus necesidades, hábitos y demandas concretas, a la vez que se aborda la complejidad del consumo para arbitrar posibles soluciones, el Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana ha editado el Barómetro Municipal de Consumo.

Esta publicación, de periodicidad cuatrimestral, pretende ser un referente tanto para los ciudadanos como para expertos en temas de consumo. En este sentido, a través del Barómetro, el Ayuntamiento de Madrid plasma su compromiso en la defensa y promoción de los derechos e intereses de los consumidores y pone los datos y conclusiones del estudio a disposición de las asociaciones de consumidores, medios de comunicación, organizaciones sociales, administraciones públicas y todas aquellas personas interesadas en esta materia.

Desde el Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana confiamos en que el Barómetro Municipal de Consumo sea una valiosa fuente de información, una guía útil para el análisis de la evolución del consumo y del comportamiento de los consumidores, así como un instrumento indispensable para planificar políticas de consumo eficaces que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía.

**Miguel Ángel Villanueva González**

Consejero Delegado de Economía  
y Participación Ciudadana



## Índice

Introducción	9
<b>1. Objetivos y metodología</b>	<b>13</b>
1.1. Objetivos	15
1.2. Metodología	16
<b>2. Aspectos generales del consumo</b>	<b>19</b>
2.1. Expectativas de gasto para los próximos cuatro meses	21
2.2. Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (Percepción de los ciudadanos sobre la economía)	26
<b>3. El consumo en Navidad</b>	<b>41</b>
3.1. Viajes en Navidad	43
3.2. Momento de compra de productos navideños	45
3.3. Gasto en regalos	48
3.4. Actividades organizadas por el Ayuntamiento de Madrid	52
<b>4. Madrid Calle 30</b>	<b>67</b>
4.1. Necesidad de la reforma Calle 30	69
4.2. Beneficios obtenidos con la creación de la Calle 30	78
4.3. Valoración global de la obra	99
<b>5. Valoración de los servicios municipales</b>	<b>103</b>
5.1. Servicios de Limpieza y Recogida de Basura	105
5.2. Servicio de Bomberos	108
5.3. Servicio de Policía Municipal	109
5.4. SAMUR	113
5.5. SAMUR Social	115
5.6. Servicio 010 Línea Madrid	121

5.7. Servicio de Agentes de Movilidad .....	124
5.8. Agencia Municipal de Alquiler .....	129
<b>6. Conclusiones .....</b>	<b>135</b>
<b>Anexo: Cuestionario .....</b>	<b>143</b>



## Introducción





Investigar periódicamente en el ámbito del consumidor y sus actitudes requiere establecer mecanismos de recogida y análisis de información que permita a las Administraciones el desarrollo y puesta en marcha de medidas acordes con la realidad socioeconómica, incidiendo en la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos.

El Barómetro Municipal de Consumo se viene afianzando año tras año como un instrumento que permite analizar los comportamientos, actitudes, opiniones y tendencias de los ciudadanos de Madrid sobre diversos aspectos del consumo, presentando en la edición correspondiente al último cuatrimestre de 2006 además de una comparativa en el tiempo de la evolución de la confianza en el consumo a través del Índice de Confianza del Consumidor Madrileño, un abanico amplio de datos que contemplan aspectos de gran actualidad e interés social, tales como la opinión y valoración de la Reforma de Madrid Calle 30, el comportamiento del consumidor en Navidades y por último el grado de conocimiento y satisfacción con algunos Servicios Municipales relacionados con el consumo.

Por todo ello, el Barómetro Municipal de Consumo se considera una fuente de información primordial para medir la incidencia de determinadas situaciones en el consumo y en el consumidor e implementar medidas que promuevan la defensa y protección de los derechos de los consumidores.



**1. Objetivos y metodología**

**Objetivos**  
**Metodología**

pág. 15

pág. 15

pág. 16





## 1.1. Objetivos

El objeto general es la realización, edición y publicación del **Barómetro Municipal de Consumo**, compuesto por sondeos de opinión con carácter cuatrimestral con el propósito de disponer periódicamente de datos actualizados sobre los aspectos más relevantes de los ciudadanos de Madrid en relación con el consumo.

Los contenidos del estudio se agrupan en:

- ◆ **Contenidos estructurales:** miden y establecen las dimensiones de las variables más significativas de los diferentes campos sobre el consumo a lo largo del tiempo.

Los contenidos estructurales son invariables en cada sondeo y proporcionan información acerca de la valoración de los consumidores madrileños sobre tendencias, motivaciones y frenos en el consumo. Estos indicadores permiten, a su vez, calcular el **Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM)** que refleja la percepción de los ciudadanos sobre la situación económica actual y sus expectativas para los próximos cuatro meses, tanto con relación a su propia economía familiar como respecto a la situación económica del país, analizando también sus proyectos de compra en bienes de consumo duraderos.

Los contenidos estructurales son:

- Cálculo del **Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM)** y su evolución.
  - La salud económica familiar: ahorro o endeudamiento.
  - Factores de confianza a la hora de adquirir productos y/o servicios.
  - Niveles o garantías de productos y servicios por grupos de consumidores y tipo de establecimientos.
  - Nivel de vida: situación económica. Acceso/adquisición de servicios.
- Factores condicionantes del gasto por grupos significativos.
- ◆ **Contenidos coyunturales** de cierto interés para el ciudadano. En este tercer cuatrimestre se analiza las previsiones de los madrileños sobre el "**Consumo en Navidad**" y su valoración acerca de los "**Servicios Municipales**".
- ◆ **Tema de actualidad** que esté incidiendo, en un determinado momento, o época del año, en la vida activa de la sociedad, y por supuesto, tenga relación directa con el consumo. "**Madrid Calle 30**" es el tema de actualidad por el que se le ha preguntado a los madrileños en este tercer cuatrimestre en relación a la valoración de los efectos de la reforma.

### 1.2. Metodología

Para la consecución de los objetivos anteriormente descritos, la recogida de información se ha obtenido a través de una investigación cuantitativa basada en la realización de encuestas telefónicas mediante sistema CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*) a población mayor de 16 años residente en el área geográfica de Madrid capital.

Con el fin de proporcionar una información exhaustiva y representativa de todo el territorio de la ciudad de Madrid, en el presente estudio se agrupan los distintos Distritos en cinco áreas de residencia geográfica:

- Área NORTE. Correspondiente a los Distritos:

Fuencarral - El Pardo.  
Tetuán.

- Área SUR. Correspondiente a los Distritos:

Carabanchel.  
Puente de Vallecas.  
Usera.  
Villa de Vallecas.  
Villaverde.

- Área CENTRO. Correspondiente a los Distritos:

Arganzuela.  
Centro.  
Chamartín.  
Chamberí.  
Retiro.  
Salamanca.

- Área ESTE. Correspondiente a los Distritos:

Barajas.  
Ciudad Lineal.  
Hortaleza.  
Moratalaz.  
San Blas.  
Vicálvaro.

- Área OESTE. Correspondiente a los Distritos:

Latina.  
Moncloa - Aravaca.

Por otra parte, el universo de la muestra, se agrupa en cuatro categorías de edad:

- De 16 a 29 años.
- De 30 a 44 años.
- De 45 a 64 años.
- De 65 y más años.

La agrupación de los individuos en función del nivel de estudios supone las siguientes cinco categorías:

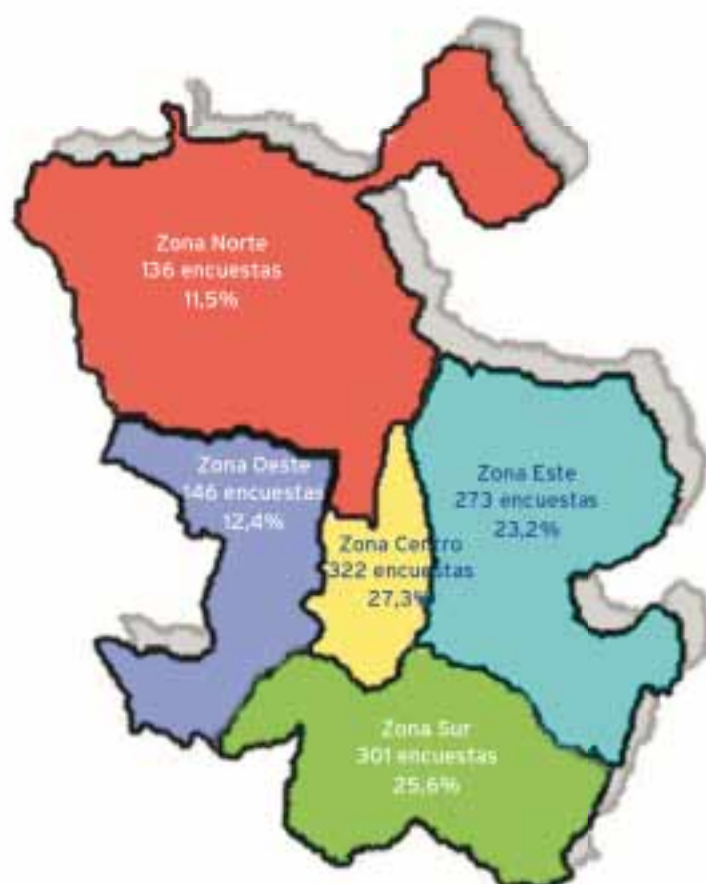
- Inferior a educación primaria.
- Educación primaria.
- Educación secundaria obligatoria.
- Educación secundaria post-obligatoria.
- Educación superior.



### Ficha Técnica

- **Ámbito de la investigación:** Madrid capital.
- **Universo:** población de Madrid, de 16 o más años.
- **Unidad informante:** persona de 16 o más años.
- **Técnica de investigación:** encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI: *Computer Assisted Telephone Interview*).
- **Fecha de realización del trabajo de campo:** del 16 al 24 de octubre de 2006.
- **Diseño muestral:** muestreo aleatorio estratificado por áreas de residencia, con cuotas de edad, sexo y distritos de la ciudad de Madrid.
- **Tamaño muestral:** 1.178 encuestas.
- **Margen de error:** +/- 2,91% para datos globales, con un nivel de confianza del 95,5% en condiciones normales de muestreo (2 sigma,  $p=q=0,5$ ).
- **Realización del sondeo:** TELECYL, S.A.

Distribución muestral por áreas de residencia geográfica



Base = 1.178



## **2. Aspectos generales del consumo**

**Expectativas de gasto para los próximos cuatro meses**

**pág. 21**

**pág. 21**

**Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (Percepción de los ciudadanos sobre la economía)**

**pág. 26**





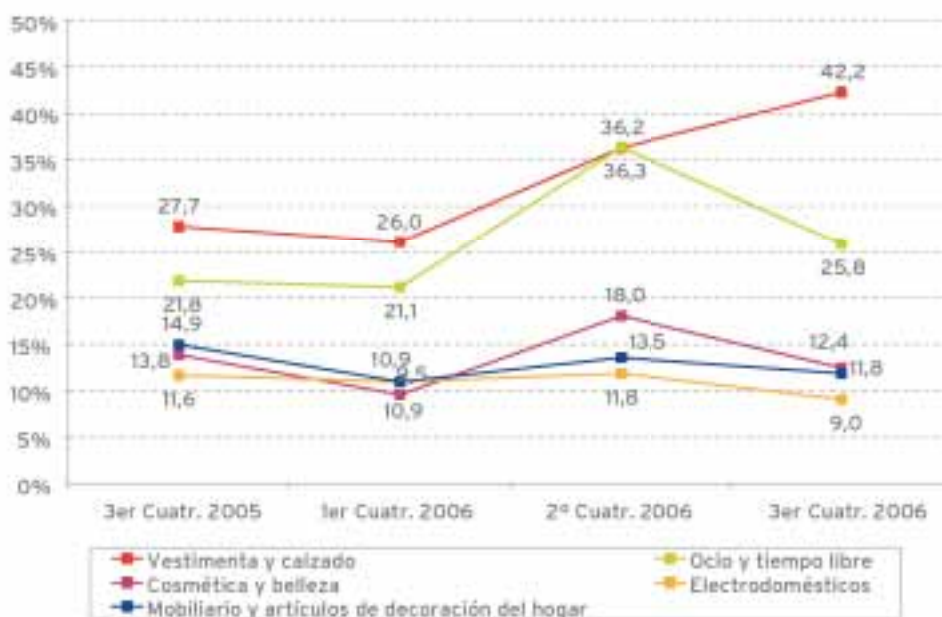
## 2.1. Expectativas de gasto para los próximos cuatro meses

En este apartado se analizan las expectativas de gasto de los ciudadanos madrileños para los próximos cuatro meses del año respecto a artículos de consumo cotidiano que se agrupan en: vestimenta y calzado; artículos de ocio y tiempo libre; artículos de cosmética y belleza; electrodomésticos, así como mobiliario y artículos de decoración del hogar.

### 2.1.1. Evolución de las expectativas de aumento del gasto

El gráfico 2.1.1.1. refleja la evolución cuatrimestral e interanual de las expectativas de aumento del gasto para los próximos cuatro meses, considerando la serie histórica desde la tercera oleada de 2005.

GRÁFICO 2.1.1.1.  
EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE AUMENTO DEL GASTO



Las expectativas de aumento del gasto disminuyen en este cuatrimestre, excepto para los artículos de vestimenta y calzado que registra el nivel máximo del último año.

Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

En el análisis de evolución del gasto esperado para cada tipo de artículo, en este tercer cuatrimestre del año y respecto al cuatrimestre anterior (segunda oleada de 2006) se aprecia un descenso generalizado de las proporciones de madrileños que esperan aumentar su gasto, excepto en los artículos de vestimenta y calzado para los que el 42,2% de los madrileños considera que gastará más durante los próximos cuatro meses (gráfico 2.1.1.1.).

La reducción del porcentaje de madrileños que aumentarán su gasto es mayor en el caso de los artículos referidos a ocio y tiempo libre (gráfico 2.1.1.1), que disminuye en 10,5 puntos porcentuales al tiempo que aumenta en 6,7 puntos la proporción de los que esperan mantener su gasto en este apartado durante los próximos cuatro meses (Gráfico 2.1.2.2.).

Centrando el análisis en la evolución interanual de las expectativas, el porcentaje de madrileños que espera aumentar su gasto durante los próximos cuatro meses es mayor para los artículos de vestimenta y calzado, con un incremento de 14,5 puntos porcentuales (gráfico 2.1.2.1.) y para los de ocio y tiempo libre, con un incremento de 4 puntos porcentuales (gráfico 2.1.2.2.).

Así, es posible afirmar que **la evolución interanual de las expectativas es positiva** para los artículos de moda (vestimenta y calzado) y para el ocio y tiempo libre, gasto que tradicionalmente aumenta en este último periodo del año, aunque disminuye respecto del cuatrimestre anterior, que coincide con la época veraniega.

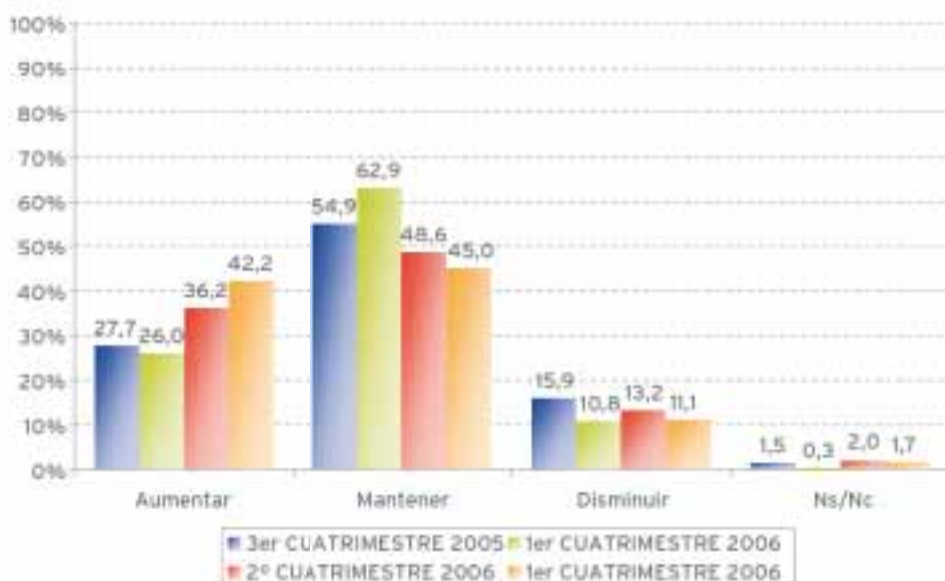
Las perspectivas sobre el gasto en artículos de cosmética y belleza son similares a las expresadas en el primer cuatrimestre del año y para los artículos domésticos (electrodomésticos y mobiliario) la probabilidad al transcurrir un año es de mantener el gasto en lugar de disminuirlo, como se esperaba en el tercer cuatrimestre de 2005 (gráficos 2.1.2.3., 2.1.2.4. y 2.1.2.5.).

### 2.1.2. Análisis en detalle de cada artículo de consumo

Considerando las expectativas de gasto en vestimenta y calzado, la tendencia que se aprecia en aumentar el gasto esperado en este tipo de artículos es mayor a la observada en el mismo periodo del año anterior.

Más de cuatro de cada diez madrileños (42,2%) afirman que en los próximos meses gastarán más en este tipo de artículos, aumentando este porcentaje tanto en la comparativa cuatrimestral como interanual (gráfico 2.1.2.1.), al tiempo que disminuye el porcentaje de madrileños que espera mantener su gasto (45,0%).

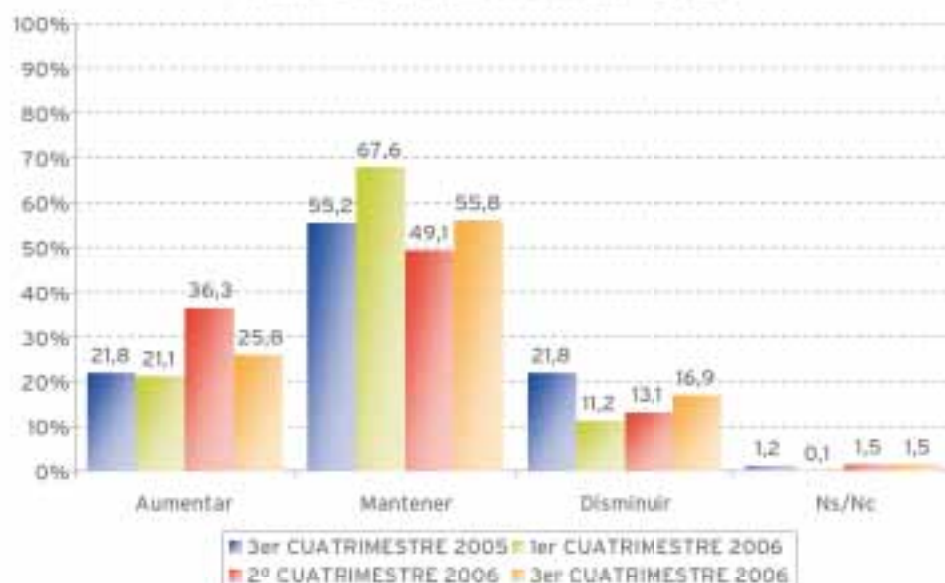
GRÁFICO 2.1.2.1.  
EXPECTATIVAS DE GASTO EN VESTIMENTA Y CALZADO  
PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO MESES



Base 3º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

En cuanto al gasto en ocio y tiempo libre, las posibilidades de aumento se disminuyen hasta el 25,8% (10,5 puntos porcentuales). En cambio, las expectativas de mantenimiento ascienden al 55,8%, lo que supone un incremento de 6,7 puntos porcentuales respecto al cuatrimestre anterior como se observa en el gráfico 2.1.2.2.

GRÁFICO 2.1.2.2.  
EXPECTATIVAS DE GASTO EN OCIO Y TIEMPO LIBRE  
PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO MESES



Los madrileños esperan mantener su gasto en ocio y tiempo libre durante los próximos cuatro meses. Las expectativas son algo más positivas que las registradas al mismo de 2005.

Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

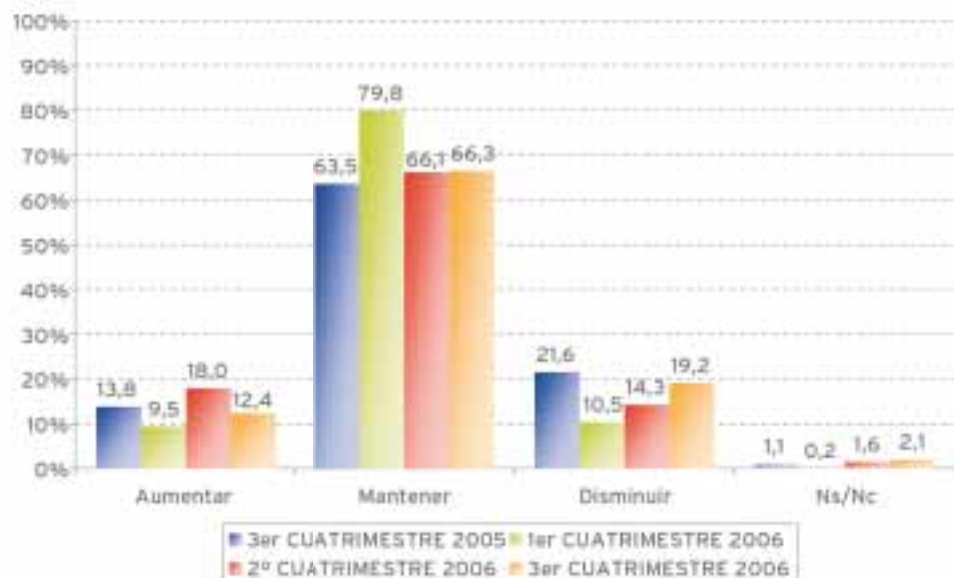
Por otra parte, la proporción de madrileños que esperan disminuir su gasto en ocio y tiempo libre durante los próximos meses, aumenta en este tercer cuatrimestre, aunque se encuentra por debajo del dato registrado hace un año.

Las expectativas relativas a artículos de cosmética y belleza continúan siendo de mantenimiento del gasto, ya que cerca de seis de cada diez madrileños (66,3%) espera mantener el desembolso destinado a estos artículos, lo que representa un porcentaje similar respecto al registrado en el cuatrimestre anterior y en el tercer cuatrimestre de 2005 (gráfico 2.1.2.3.).

## 2. Aspectos generales del consumo

Aunque en esta oleada disminuye el porcentaje de madrileños que espera aumentar su gasto en cosmética y belleza y aumenta el de aquellos que desean reducirlo, los valores registrados son muy similares a los observados en el mismo periodo del año anterior (gráfico 2.1.2.3.).

GRÁFICO 2.1.2.3.  
EXPECTATIVAS DE GASTO EN COSMÉTICA Y BELLEZA  
PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO MESES



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

En cuanto a las compras de electrodomésticos para los próximos cuatro meses, se aprecia una mayor tendencia a reducir el gasto que la manifestada en el cuatrimestre anterior, dado que se ha reducido el porcentaje de los que esperan aumentar o mantener este desembolso y se ha incrementado el de aquellos que piensan invertir menos en estos artículos (aumento en 8,8 puntos porcentuales). (Gráfico 2.1.2.4.).

El mayor porcentaje sigue siendo el de los ciudadanos que declaran su intención de mantener el gasto en estos artículos para los próximos cuatro meses (57,0%).



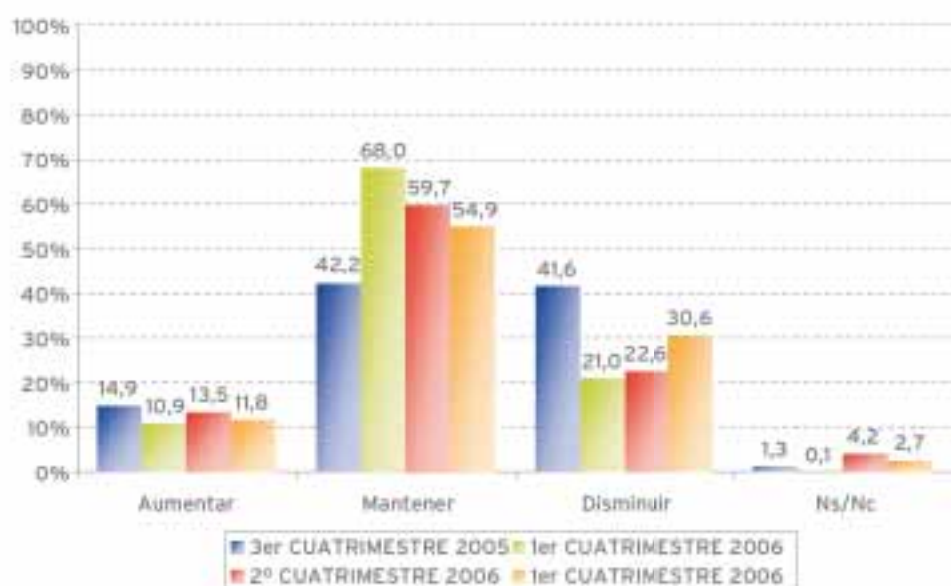
**GRÁFICO 2.1.2.4.**  
**EXPECTATIVAS DE GASTO EN ELECTRODOMÉSTICOS**  
**PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO MESES**



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

Al igual que ocurría con los electrodomésticos, a la hora de expresar sus expectativas de gasto en mobiliario y artículos de decoración del hogar, como se muestra en el gráfico 2.1.2.5., en este cuatrimestre aumenta la proporción de madrileños que consideran que disminuirán su gasto, y disminuye el porcentaje de los que afirman que aumentarán o mantendrán, aproximándose la distribución a la observada en el mismo periodo de 2005.

**GRÁFICO 2.1.2.5.**  
**EXPECTATIVAS DE GASTO EN MOBILIARIO Y ARTÍCULOS DE DECORACIÓN**  
**DEL HOGAR PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO MESES**



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

El porcentaje de madrileños que considera que los próximos meses gastará menos en mobiliario y artículos del hogar en este último cuatrimestre del año es del 30,6%, lo que supone un incremento de 8 puntos porcentuales respecto del cuatrimestre anterior, aunque no alcanza la proporción de hace un año (41,6%).

### 2.2. Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (Percepción de los ciudadanos sobre la economía)

El *Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM)* mide la confianza de los consumidores madrileños en la situación económica actual y sus perspectivas futuras.

Su construcción se lleva a cabo a través de la composición de dos subíndices: el *Índice Coyuntural* y el *Índice de Expectativas*. El primero mide la percepción de los ciudadanos sobre la situación económica actual en el momento en el que se realiza la encuesta (tanto en el ámbito personal como en el nacional), mientras que el segundo recoge la perspectiva que tienen los consumidores sobre su situación económica y la realidad económica nacional en un periodo de cuatro meses a partir de la fecha de elaboración de la encuesta.

El *Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM)* se calcula utilizando una metodología empleada por la Universidad de Michigan (EE.UU.) y por los organismos oficiales de la Unión Europea, a partir de cinco preguntas a los encuestados.

El valor de este índice varía entre 0 y 100 y la fórmula que se aplica para su cálculo es la siguiente:

$$ICCM = 50 * (p - n + 1)$$

Donde:

*p* es la proporción (en tanto por uno) de respuestas positivas sobre el total de encuestados.

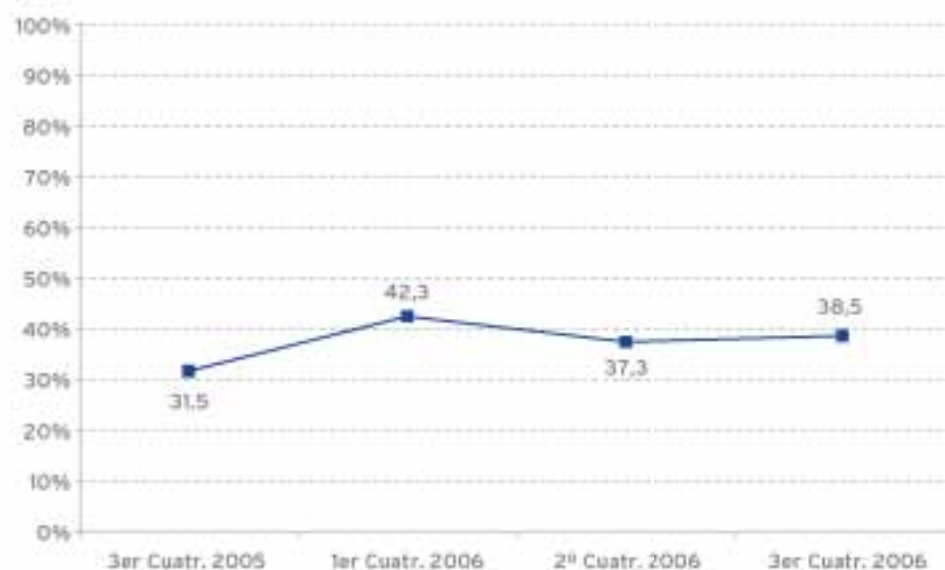
*n* es la proporción (en tanto por uno) de respuestas negativas sobre el total de encuestados.

#### 2.2.1. La confianza del consumidor madrileño en la economía

El *Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM)* en esta tercera oleada del año 2006 tiene un valor de 38,5% (gráfico 2.2.1.1.), aumentando respecto al cuatrimestre anterior en 1,2 puntos porcentuales.

Con este nuevo valor, el *Índice de Confianza* inicia un repunte y supera en 7 puntos porcentuales el valor registrado hace un año.

GRÁFICO 2.2.1.1.  
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR MADRILEÑO  
(ICCM)



El Índice de Confianza aumenta en 1,2 puntos porcentuales este cuatrimestre y supera el nivel de hace un año.

Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

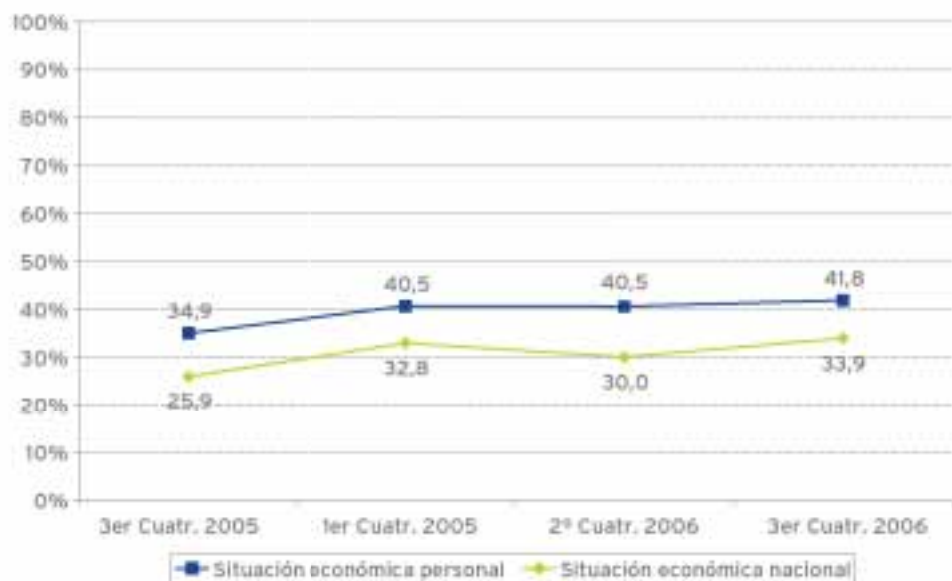
Como en oleadas anteriores, las perspectivas más optimistas de los consumidores se refieren a la evolución de su situación económica personal o familiar.

### 2.2.2. Índice coyuntural

Como muestra el gráfico 2.2.2.1., los índices coyunturales, tanto en el ámbito personal como nacional, aumentan en este tercer cuatrimestre del año y los valores son los más altos del último año.

De este modo, se mantiene la tendencia de valoración positiva de la actualidad económica en el plano personal y se recupera el puesto de la situación nacional (aumento de 3,9 puntos porcentuales respecto al segundo cuatrimestre de 2006 y aumento de 8 puntos porcentuales respecto al tercer cuatrimestre de 2005).

GRÁFICO 2.2.2.1.  
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE COYUNTURAL EN EL ÚLTIMO AÑO



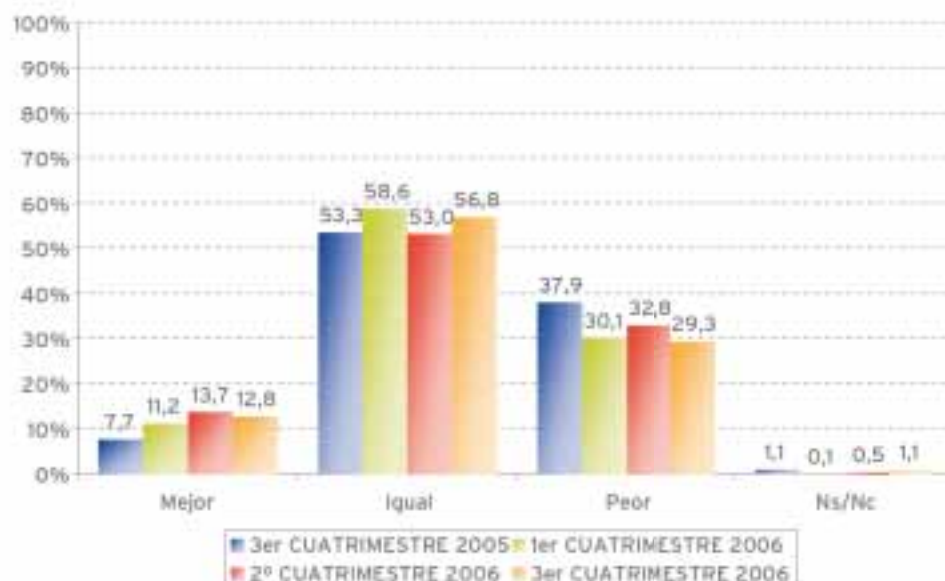
Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

#### 2.2.2.1. Valoración anual de la la situación económica

La valoración que los consumidores madrileños hacen de la situación económica familiar actual respecto a la que tenían hace un año sigue siendo desfavorable, aunque en menor medida. En este sentido para el 12,8% es mejor y para el 56,8% es igual, tal como se muestra en el gráfico 2.2.2.2.

Aumentan en este tercer cuatrimestre las valoraciones indiferentes respecto a la situación económica familiar actual.

GRÁFICO 2.2.2.2.  
VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ACTUAL  
CON RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1178.

Tres de cada diez madrileños (29,3%) afirman que su situación económica actual ha empeorado respecto a la de hace un año. Este porcentaje es inferior al del cuatrimestre anterior en 3,5 puntos y ha disminuido en 8,6 puntos respecto al mismo período del año 2005.

Como se observa en la tabla 2.2.2.1., se aprecia que cuanto menor es la edad mayor es la tendencia a valorar favorablemente en el último año la evolución de su situación económica familiar. Y, al contrario, los ciudadanos de 45 años en adelante son quienes manifiestan en mayor medida que su situación económica familiar ha empeorado en este mismo período.

TABLA 2.2.2.1.  
VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ACTUAL CON  
RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO SEGÚN LA EDAD

Situación económica familiar respecto a la de hace un año	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Mejor	20,5%	17,4%	7,6%	4,3%	12,8%
Igual	61,2%	53,8%	59,1%	52,9%	56,8%
Peor	15,6%	28,5%	32,7%	41,6%	29,3%
No sabe	2,7%	0,3%	0,0%	0,8%	0,9%
No contesta	0,0%	0,0%	0,6%	0,4%	0,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

**TABLA 2.2.2.2.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ACTUAL CON RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Situación económica familiar respecto a la de hace un año	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado - Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Mejor	14,8%	19,1%	5,2%	12,2%	18,8%	8,2%	33,5%	12,8%
Igual	58,0%	57,8%	55,0%	38,3%	69,9%	52,0%	34,1%	56,8%
Peor	26,7%	22,2%	38,6%	45,7%	8,0%	29,8%	32,4%	29,3%
No sabe	0,5%	0,0%	0,8%	2,6%	3,3%	0,0%	0,0%	0,9%
No contesta	0,0%	0,9%	0,4%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

En función de la situación laboral (tabla 2.2.2.2), los trabajadores por cuenta propia y los estudiantes son los colectivos que realizan una valoración más positiva de la evolución de su situación económica (el 19,1% y el 18,8%, respectivamente, indican que ha mejorado).

Por su parte, los madrileños que se encuentran desempleados o jubilados son quienes más negativamente valoran su situación económica (el 45,7% y el 38,6%, respectivamente, valoran la evolución de su situación económica como peor).

En la tabla 2.2.2.3. se aprecia que existe una tendencia creciente en las valoraciones positivas de la situación económica actual entre los hogares con rentas más altas, al tiempo que los madrileños con unos ingresos en su hogar inferiores a 12.000 euros anuales son quienes principalmente afirman que su situación ha empeorado en el último año (46,5%).

**TABLA 2.2.2.3.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ACTUAL CON RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO SEGÚN NIVEL DE INGRESOS**

Situación económica familiar respecto a la de hace un año	Nivel de ingresos					Ns/Nc	Total
	Menos de 12.000 euros	Entre 12.000 y 30.000 euros	Entre 30.000 y 42.000 euros	Entre 42.000 y 54.000 euros	Más de 54.000 euros		
Mejor	6,4%	12,3%	13,7%	24,2%	33,4%	11,7%	12,8%
Igual	45,2%	54,8%	65,4%	64,4%	54,9%	62,8%	56,8%
Peor	46,5%	32,5%	20,3%	11,4%	9,9%	23,2%	29,3%
No sabe	1,4%	0,2%	0,6%	0,0%	0,0%	2,3%	0,9%
No contesta	0,5%	0,2%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%	0,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	222	434	180	54	51	237	1178

**TABLA 2.2.2.4.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ACTUAL CON**  
**RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO SEGÚN TIPO DE HOGAR**

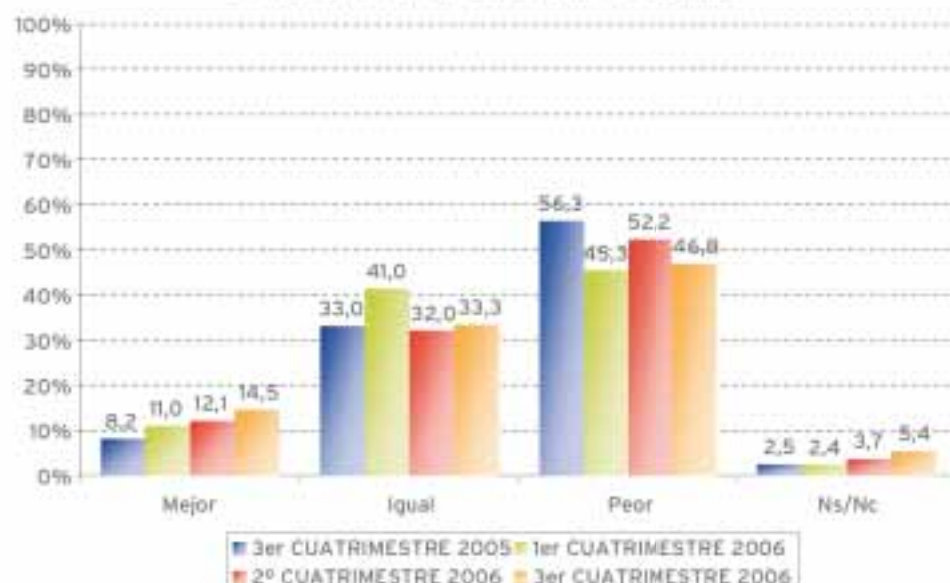
Situación económica familiar respecto a la de hace un año	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Mejor	9,5%	10,0%	18,2%	5,7%	8,1%	0,0%	13,7%
Igual	50,9%	49,7%	53,4%	55,7%	62,9%	84,3%	53,0%
Peor	39,6%	40,3%	27,7%	37,4%	26,8%	15,7%	32,8%
No sabe	0,0%	0,0%	0,5%	1,2%	2,2%	0,0%	0,4%
No contesta	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	159	262	597	88	49	6*	1161

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Considerando el tipo de hogar en el que residen, las personas que viven solas y las parejas sin hijos son quienes afirman en mayor medida que su situación económica familiar ha empeorado (tabla 2.2.2.4.).

A la hora de valorar la situación económica nacional y su evolución con respecto a la que existía hace un año, se observa a lo largo del último ejercicio una tendencia creciente en el porcentaje de madrileños que aprecia una mejoría en esta situación (gráfico 2.2.2.3.).

**GRÁFICO 2.2.2.3.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA NACIONAL ACTUAL**  
**CON RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO**



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

De otro modo, la proporción de ciudadanos que opina que la economía nacional está peor que hace un año ha descendido tanto respecto de la registrada el cuatrimestre anterior, como respecto del dato del mismo cuatrimestre de 2005.

La visión que tienen los madrileños de la evolución económica nacional varía en función de las distintas variables sociodemográficas analizadas, como se refleja en las siguientes tablas.

En la tabla 2.2.2.5., que recoge la segmentación por edad, se observa que los ciudadanos de 64 años en adelante son quienes se muestran más negativos en su forma de valorar la evolución de la economía nacional en el último año (el 55,2% considera que ha empeorado), mientras que los madrileños de 16 a 29 años son quienes principalmente afirman que la situación económica del país está mejor que hace un año (18,0%).

**TABLA 2.2.2.5.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA NACIONAL ACTUAL CON RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO SEGÚN EDAD**

Situación económica nacional respecto a la de hace un año	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mejor	18,0%	12,3%	15,4%	12,5%	14,5%
Igual	35,7%	35,6%	34,3%	26,5%	33,3%
Peor	37,3%	48,6%	46,4%	55,2%	46,8%
No sabe	9,0%	3,2%	3,9%	5,8%	5,3%
No contesta	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Los estudiantes son el grupo poblacional que en mayor medida considera que la evolución de la situación económica nacional ha sido favorable en el último año (22,3% frente al 14,5% del total) y las amas de casa quienes fundamentalmente afirman que la economía ha empeorado en el último año (58,4% frente al 46,8% del total), como muestra la tabla 2.2.2.6.

**TABLA 2.2.2.6.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA NACIONAL ACTUAL CON RESPECTO A LA DE HACE UN AÑO SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Situación económica nacional respecto a la de hace un año	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado - Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Mejor	14,2%	12,4%	13,9%	14,8%	22,3%	9,5%	32,4%	14,5%
Igual	37,7%	33,0%	30,6%	23,4%	35,3%	25,4%	34,1%	33,3%
Peor	43,7%	51,8%	51,2%	50,1%	33,5%	58,4%	33,5%	46,8%
No sabe	4,2%	2,8%	4,3%	11,7%	8,9%	6,7%	0,0%	5,3%
No contesta	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.



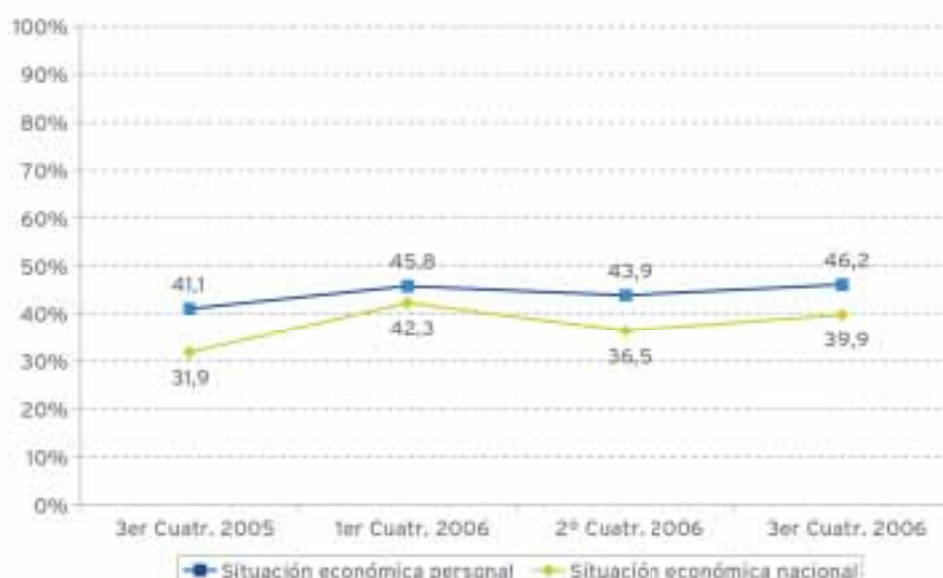
### 2.2.3. Índice de Expectativas

En el análisis de las expectativas para el próximo cuatrimestre, se aprecia un aumento, tanto en el ámbito personal como nacional, respecto del segundo cuatrimestre de 2006 (gráfico 2.2.3.1.).

Al igual que en el índice coyuntural, en las expectativas personales o familiares es donde se registran valores más altos.

En la comparativa interanual también se observa un incremento del índice de expectativas en la realidad nacional y familiar, aunque comparados con los valores más altos correspondientes al primer cuatrimestre del año, la confianza mejora ligeramente en cuanto a la situación personal, pero desciende en el ámbito nacional.

GRÁFICO 2.2.3.1.  
EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE EXPECTATIVAS EN EL ÚLTIMO AÑO



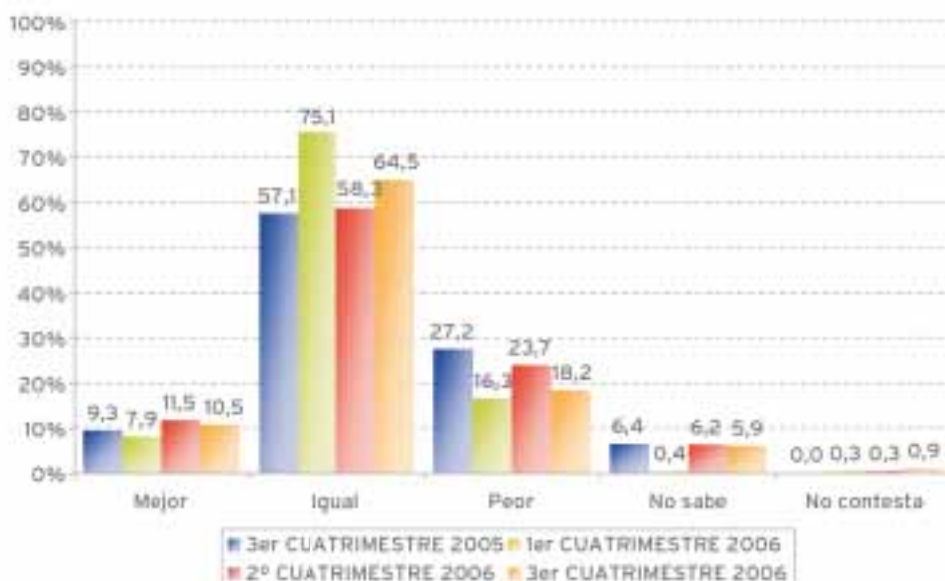
Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148, Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

#### 2.2.3.1. Valoración de la situación económica esperada para el próximo cuatrimestre

A continuación se estudia la percepción que tienen los madrileños acerca de cómo puede evolucionar su situación económica familiar y de la situación económica nacional durante el próximo cuatrimestre.

En esta última oleada del año aumentan las expectativas de mantenimiento de la situación económica personal y descienden las de aquellos que opinan que su economía familiar sufrirá cambios, tanto positivos como negativos. De este modo, se recupera la tendencia apreciada en el primer cuatrimestre del año.

GRÁFICO 2.2.3.2.  
VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ESPERADA  
DENTRO DE CUATRO MESES



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

Profundizando en el análisis sociodemográfico, en la tabla 2.2.3.1 se observa que los ciudadanos más jóvenes son quienes en mayor medida esperan una mejora en su situación económica próxima (18,5%), al tiempo que la tendencia en las expectativas se hace más pesimista a medida que aumenta la edad, siendo, por tanto, los mayores de 64 años quienes en mayor proporción creen que su economía puede empeorar en los próximos meses (30,7%).

TABLA 2.2.3.1.  
VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ESPERADA  
DENTRO DE CUATRO MESES SEGÚN EDAD

Situación económica familiar dentro de cuatro meses	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Mejor	18,5%	11,1%	4,8%	7,6%	10,5%
Igual	67,9%	69,1%	66,8%	52,0%	64,5%
Peor	9,1%	14,5%	20,3%	30,7%	18,2%
No sabe	3,4%	5,0%	6,8%	8,6%	5,9%
No contesta	1,1%	0,3%	1,3%	1,1%	0,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

El análisis de las opiniones en función de la situación laboral se recoge en la tabla 2.2.3.2. y muestra cómo los estudiantes se manifiestan más optimistas respecto a la evolución futura de su situación económica (el 19,5% espera

que mejore), mientras que los jubilados y las amas de casa son quienes peor ven su futuro económico (27,3% y 25,1%, respectivamente).

Los estudiantes son también el grupo de población que mayoritariamente prevé mantener una estabilidad en su economía familiar o personal (el 72,5% espera que se mantenga).

**TABLA 2.2.3.2.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ESPERADA DENTRO DE CUATRO MESES SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Situación económica familiar dentro de cuatro meses	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado - Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Mejor	10,1%	12,5%	6,9%	14,4%	19,5%	4,8%	33,5%	10,5%
Igual	67,0%	66,6%	55,9%	61,3%	72,5%	63,5%	66,5%	64,5%
Peor	17,0%	14,1%	27,3%	15,2%	4,8%	25,1%	0,0%	18,2%
No sabe	4,9%	6,8%	8,3%	9,1%	2,4%	5,8%	0,0%	5,9%
No contesta	1,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,8%	0,8%	0,0%	0,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

De otro modo y considerando el nivel de ingresos anuales en el hogar (tabla 2.2.3.3.), los ciudadanos pertenecientes a los hogares con ingresos de 30.000 euros anuales en adelante son los que fundamentalmente esperan mantener su situación económica igual que hasta ahora.

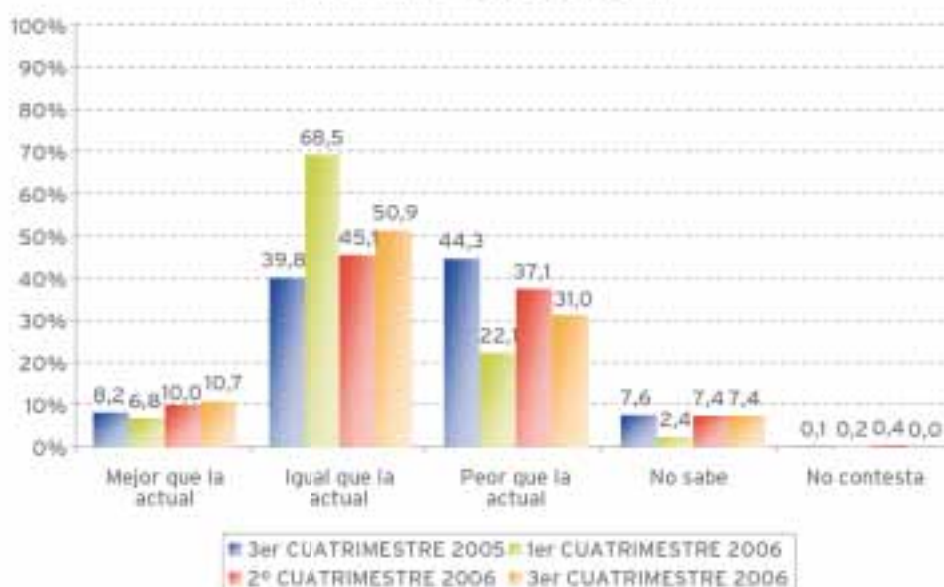
Por el contrario, los madrileños con nivel de ingresos en su hogar inferior a 12.000 euros se manifiestan más pesimistas respecto de la evolución que esperan para su economía en los próximos cuatro meses ( el 27,9% cree que empeorará).

**TABLA 2.2.3.3.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR ESPERADA DENTRO DE CUATRO MESES SEGÚN NIVEL DE INGRESOS**

Situación económica familiar dentro de cuatro meses	Nivel de ingresos					Ns/Nc	Total
	Menos de 12.000 euros	Entre 12.000 y 30.000 euros	Entre 30.000 y 42.000 euros	Entre 42.000 y 54.000 euros	Más de 54.000 euros		
Mejor	8,6%	10,0%	11,2%	12,9%	11,9%	11,6%	10,5%
Igual	53,0%	63,2%	72,9%	77,8%	70,7%	66,6%	64,5%
Peor	27,9%	21,5%	10,3%	7,4%	11,5%	13,3%	18,2%
No sabe	10,0%	4,4%	3,4%	0,0%	5,9%	8,1%	5,9%
No contesta	0,5%	0,9%	2,2%	1,9%	0,0%	0,4%	0,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	222	434	180	54	51	237	1178

Si se tiene en cuenta la valoración que hacen los madrileños de los cambios esperados para la situación económica nacional (gráfico 2.2.3.3.), se observa que aumenta el porcentaje de ciudadanos que creen que la coyuntura macroeconómica se mantendrá igual que en los próximos cuatro meses (5,8 puntos porcentuales más que el cuatrimestre anterior). Este aumento que se traduce en una disminución de las expectativas pesimistas (reducción en 6,1 puntos porcentuales).

**GRÁFICO 2.2.3.3.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA NACIONAL ESPERADA DENTRO DE CUATRO MESES**



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

Para los próximos cuatro meses los ciudadanos esperan un mantenimiento de la economía nacional (50,9%).

Cuanto mayor es la edad de los madrileños más aumenta su tendencia a mostrar una opinión pesimista respecto de la evolución que esperan en la economía nacional y, al contrario, cuanto menor es la edad, mayor es la apreciación optimista y de mantenimiento que se espera para la situación macroeconómica.

**TABLA 2.2.3.4.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA NACIONAL ESPERADA DENTRO DE CUATRO MESES SEGÚN EDAD**

Situación económica nacional dentro de cuatro meses	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Mejor que la actual	12,6%	10,4%	10,0%	9,9%	10,7%
Igual que la actual	60,5%	53,1%	48,5%	40,2%	50,9%
Peor que la actual	22,3%	31,8%	32,3%	38,0%	31,0%
No sabe	4,6%	4,7%	9,2%	11,9%	7,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Respecto a las expectativas de los madrileños en función de la situación laboral (tabla 2.2.3.5.), los trabajadores por cuenta propia son los que se declaran más pesimistas (el 38,2% afirma que la economía empeorará en los próximos cuatro meses), mientras que los estudiantes y los parados son los que principalmente esperan que la situación económica del país se mantenga igual que la actual (65,0% y 59,3%, respectivamente).

**TABLA 2.2.3.5.**  
**VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA NACIONAL ESPERADA DENTRO DE CUATRO MESES SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Situación económica nacional dentro de cuatro meses	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado - Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Mejor que la actual	11,4%	10,3%	10,1%	6,3%	12,0%	10,5%	32,4%	10,7%
Igual que la actual	52,6%	43,0%	42,7%	59,3%	65,0%	47,7%	34,1%	50,9%
Peor que la actual	30,9%	38,2%	36,0%	25,4%	18,0%	32,1%	33,5%	31,0%
No sabe	5,1%	8,5%	11,2%	9,0%	5,0%	9,7%	0,0%	7,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

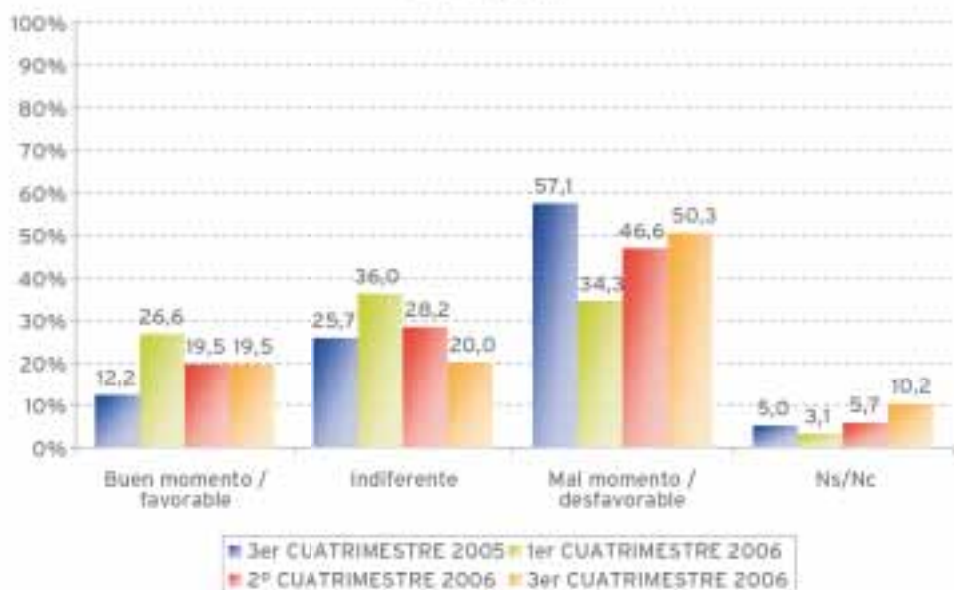
Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

### 2.2.4. Efectos sobre el consumo de bienes duraderos

Finalmente, el análisis de medición de la confianza de los consumidores y la percepción acerca de la situación económica y su evolución, tanto en el ámbito familiar como nacional, se complementa con una pregunta que mide la valoración de los consumidores sobre el momento actual para realizar compras domésticas de importe elevado.

En este tercer cuatrimestre del año continúa la percepción pesimista en el sondeo anterior sobre el momento presente para comprar bienes de importe elevado que suponen una decisión importante en el hogar.

GRÁFICO 2.2.4.1.  
VALORACIÓN DEL MOMENTO ACTUAL PARA HACER GRANDES COMPRAS DOMÉSTICAS



Base 3.º cuatrimestre de 2005 = 1.148. Base 1.º cuatrimestre de 2006 = 1.152. Base 2.º cuatrimestre de 2006 = 1.161. Base 3.º cuatrimestre de 2006 = 1.178.

De este modo, como se observa en el gráfico 2.2.4.1., ha aumentado la proporción de ciudadanos que valora negativamente el momento actual para realizar grandes compras domésticas (50,3%) y el porcentaje de los que otorgan una visión favorable se ha mantenido respecto al cuatrimestre anterior (19,5%).

En función de la edad de los encuestados (tabla 2.2.4.1.), los madrileños más jóvenes son los que manifiestan fundamentalmente las posiciones más favorables (26,2% frente al 19,5% del total) y desfavorables (57,8% frente al 50,3% del total), al tiempo que a medida que aumenta la edad aumenta también el porcentaje de valoraciones indiferentes.

**TABLA 2.2.4.1.**  
**VALORACIÓN DEL MOMENTO ACTUAL PARA HACER GRANDES COMPRAS DOMÉSTICAS SEGÚN EDAD**

Valoración del momento actual para hacer grandes compras domésticas	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Buen momento / Favorable	26,2%	20,6%	15,1%	15,8%	19,5%
Indiferente	9,6%	18,6%	23,7%	28,9%	20,0%
Mal momento / Desfavorable	57,8%	53,9%	48,7%	39,0%	50,3%
Ns/Nc	6,4%	6,9%	12,5%	16,3%	10,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Respecto al nivel de ingresos anuales en el hogar (tabla 2.2.4.2.), los ciudadanos con rentas a partir de 30.000 euros manifiestan en mayor medida que los restantes grupos una opinión indiferente respecto a la valoración del momento actual para realizar grandes compras domésticas, mientras que los ciudadanos con ingresos entre 12.000 y 30.000 euros opinan que es un momento desfavorable (56,0%).

**TABLA 2.2.4.2.**  
**VALORACIÓN DEL MOMENTO ACTUAL PARA HACER GRANDES COMPRAS DOMÉSTICAS SEGÚN NIVEL DE INGRESOS**

Valoración del momento actual para hacer grandes compras domésticas	Nivel de ingresos					Ns/Nc	Total
	Menos de 12.000 euros	Entre 12.000 y 30.000 euros	Entre 30.000 y 42.000 euros	Entre 42.000 y 54.000 euros	Más de 54.000 euros		
Buen momento / Favorable	13,6%	18,9%	23,2%	16,5%	19,2%	24,0%	19,5%
Indiferente	21,1%	18,8%	23,1%	29,1%	27,8%	15,0%	20,0%
Mal momento / Desfavorable	50,1%	56,0%	45,3%	48,7%	47,0%	44,7%	50,3%
Ns/Nc	15,2%	6,3%	8,4%	5,7%	6,0%	16,3%	10,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	222	434	180	54	51	237	1178





### **3. El consumo en Navidad**

**Viajes en Navidad**

**pág. 43**

**Momento de compra de  
productos navideños**

**pág. 43**

**Gasto en regalos**

**pág. 45**

**Actividades organizadas por  
el Ayuntamiento en Navidad**

**pág. 48**

**pág. 52**





Como viene siendo habitual en fechas próximas al período navideño, el Barómetro de Consumo incluye un análisis exhaustivo del comportamiento del consumidor madrileño para estas fiestas tan señaladas. Se profundiza en sus hábitos de compra y preferencias, en la adquisición de regalos, productos navideños, así como en la participación de los madrileños en las distintas actividades que organiza el Ayuntamiento durante las navidades.

Por otro lado, se realiza un seguimiento de los desplazamientos que los madrileños tienen previstos en las próximas navidades.

### 3.1. Viajes en Navidad

Durante las fiestas navideñas el 26,2% de los madrileños tiene previsto salir de su residencia habitual para pasar algunos días fuera de la ciudad. (Gráfico 3.1.1.).



Siete de cada diez madrileños declaran no tener intención de salir de vacaciones durante el período navideño.

Base = 1.178.

En este sentido, el número de madrileños que viajará en Navidad ha aumentado con respecto al 2005, cuando esta cifra se situaba en un 19,7% frente al 26,2% del presente año. De ellos, un 18,9% tiene pensado viajar a otra Comunidad Autónoma, un 5,0% a otro país y un 2,3% a otra localidad de la Comunidad de Madrid.

**TABLA 3.1.1.**  
**DESPLAZAMIENTOS EN NAVIDAD FUERA DE LA RESIDENCIA HABITUAL SEGÚN SEXO**

Tiene pensado desplazarse fuera de Madrid en Navidad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí, a otra localidad de la Comunidad de Madrid	3,3%	1,5%	2,3%
Sí, a otra comunidad autónoma	22,8%	15,5%	18,9%
Sí, a otro país	5,8%	4,3%	5,0%
No	66,2%	74,1%	70,4%
No sabe	1,9%	3,7%	2,9%
No contesta	0,0%	0,9%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Como se observa en la tabla 3.1.1., los hombres manifiestan en mayor medida que las mujeres su intención de salir unos días fuera de Madrid durante la época navideña (el 31,9% de los hombres tiene pensado viajar frente al 21,3% de las mujeres).

**TABLA 3.1.2.**  
**DESPLAZAMIENTOS EN NAVIDAD FUERA DE LA RESIDENCIA HABITUAL SEGÚN EDAD**

Tiene pensado desplazarse fuera de Madrid en Navidad	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	Total
Sí, a otra localidad de la Comunidad de Madrid	2,2%	2,8%	1,6%	2,6%	2,3%
Sí, a otra comunidad autónoma	26,7%	23,6%	16,0%	7,5%	18,9%
Sí, a otro país	11,3%	5,1%	2,9%	0,4%	5,0%
No	57,2%	64,5%	75,4%	87,2%	70,4%
No sabe	2,6%	2,9%	3,8%	1,9%	2,9%
No contesta	0,0%	1,1%	0,3%	0,4%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En función de la edad de los ciudadanos, la tabla 3.1.2. muestra dos tendencias opuestas. Por una parte, a medida que aumenta la edad de los madrileños, se incrementa también la proporción de aquellos que declaran que estas Navidades no se desplazarán fuera de su residencia habitual; mientras que

cuanto menor es la edad de los ciudadanos, mayor es su propósito de viajar durante las fiestas navideñas a otra comunidad autónoma o incluso a otro país.

**TABLA 3.1.3.**  
**DESPLAZAMIENTOS EN NAVIDAD FUERA DE LA RESIDENCIA HABITUAL**  
**SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Tiene pensado desplazarse fuera de Madrid en Navidad	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Sí, a otra localidad de la Comunidad de Madrid	3,0%	0,0%	2,0%	0,0%	3,2%	3,0%	0,0%	2,3%
Sí, a otra comunidad autónoma	22,5%	20,2%	8,3%	23,9%	31,5%	6,7%	67,6%	18,9%
Sí, a otro país	5,2%	9,8%	0,8%	1,3%	14,5%	0,9%	0,0%	5,0%
No	65,5%	69,0%	85,9%	68,4%	47,4%	86,9%	32,4%	70,4%
No sabe	3,2%	1,0%	2,7%	5,1%	3,4%	1,6%	0,0%	2,9%
No contesta	0,6%	0,0%	0,3%	1,3%	0,0%	0,9%	0,0%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

En consonancia con lo anterior, al realizar el análisis en función de la situación laboral (tabla 3.1.3.), se concluye que los madrileños que principalmente tienen pensado salir de la ciudad durante las próximas fiestas son los estudiantes (el 31,5% a otra comunidad autónoma y el 14,5% a otro país), mientras que los jubilados y pensionistas son, junto con las amas de casa, los grupos con menor intención de viajar fuera de su residencia habitual en estas fechas (85,9% y 86,9%, respectivamente).

### 3.2. Momento de compra de productos navideños

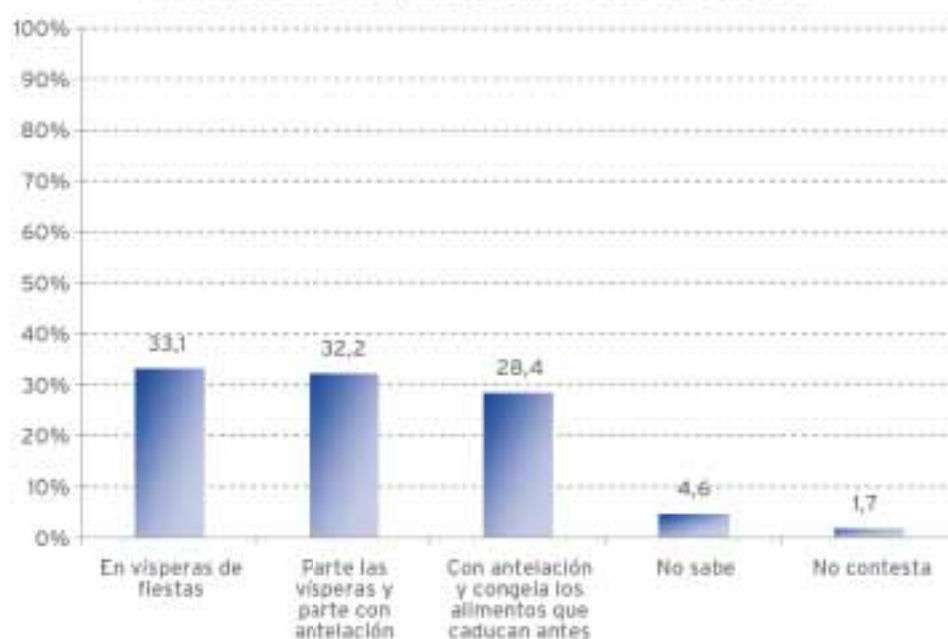
A la hora de comprar los alimentos que consumirán durante las fiestas navideñas, los hábitos de consumo de los madrileños resultan diversos, de tal forma que, mientras unos planifican las compras con antelación y congelan los alimentos que caducan antes, otros prefieren realizar las compras las vísperas de las fiestas y, un tercer grupo organiza las compras realizando una parte de ellas con anterioridad y otra parte las vísperas.

### 3. El consumo en Navidad

Respecto al hábito de compra de los alimentos para Navidad los consumidores madrileños se reparten casi por igual en tres grupos:

- Los que realizan las compras las vísperas.
- Los que compran con antelación y congelan.
- Los que compran parte antes y parte las vísperas.

GRÁFICO 3.2.1.  
MOMENTO DE COMPRA DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS



Base = 1,178.

El gráfico 3.2.1. muestra cómo los madrileños se distribuyen de forma similar entre las tres opciones, de forma que, alrededor de tres de cada diez encuestados se decantan por cada una de ellas (el 33,1% compra los alimentos las vísperas, el 28,4% con antelación y el 32,2%, compra parte con antelación y parte las vísperas).

TABLA 3.2.1.  
MOMENTO DE COMPRA DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS SEGÚN EDAD

Cuándo compra los alimentos que consumirá por Navidad	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
En vísperas de fiestas	34,7%	32,1%	30,9%	35,5%	33,1%
Con antelación y congela los alimentos que caducan antes	19,3%	27,5%	33,3%	34,1%	28,4%
Parte las vísperas y parte con antelación	41,8%	34,6%	31,7%	18,9%	32,2%
No sabe	3,5%	3,9%	2,9%	8,5%	4,6%
No contesta	0,7%	1,9%	1,2%	3,0%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Cuanto mayor es la edad del entrevistado mayor es el grado de preferencia en comprar con antelación las compras de los alimentos que consumirán en Navidad, congelando aquellos que caduquen antes. (tabla 3.2.1.).

Sin embargo, cuanto menor es la edad, aumenta la tendencia a organizar las compras de alimentación para las fiestas realizando parte con antelación y parte las vísperas.

Las amas de casa y los parados (tabla 3.2.2.) son los grupos de población que en mayor medida indican que compran los alimentos que consumirán en las fiestas con antelación y congelan parte de ellos (38,5% y 35,8%, respectivamente), mientras que los estudiantes son quienes fundamentalmente señalan que compran una parte de los alimentos con antelación y dejan otra parte para las vísperas (40,8%).

**TABLA 3.2.2.**  
**MOMENTO DE COMPRA DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Cuándo compra los alimentos que consumirá por Navidad	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
En vísperas de fiestas	32,8%	37,1%	35,5%	30,0%	35,4%	25,1%	33,5%	33,1%
Con antelación y congela los alimentos que caducan antes	26,7%	18,3%	33,4%	35,8%	21,1%	38,5%	0,0%	28,4%
Parte las vísperas y parte con antelación	35,7%	32,6%	20,8%	30,5%	40,8%	32,5%	34,1%	32,2%
No sabe	3,4%	6,8%	7,9%	3,7%	2,7%	2,5%	32,4%	4,6%
No contesta	1,4%	5,2%	2,4%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

**TABLA 3.2.3.**  
**MOMENTO DE COMPRA DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Cuándo compra los alimentos que consumirá por Navidad	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
En vísperas de fiestas	31,7%	36,4%	32,4%	31,2%	37,9%	0,0%	33,1%
Con antelación y congela los alimentos que caducan antes	27,5%	32,9%	26,3%	32,1%	32,1%	0,0%	28,4%
Parte las vísperas y parte con antelación	25,9%	24,9%	38,1%	29,9%	20,4%	59,1%	32,2%
No sabe	10,1%	4,0%	2,9%	4,2%	5,7%	40,9%	4,6%
No contesta	5,4%	1,8%	0,3%	2,6%	3,9%	0,0%	1,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	177	266	609	68	53	5*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Considerando el tipo de hogar en el que residen, como recoge la tabla 3.2.3., los ciudadanos que en mayor medida realizan las compras de los alimentos las vísperas de las fiestas son aquellos que pertenecen a hogares formados por parejas sin hijos (36,4%) y otro tipo de hogares, en su mayoría pisos compartidos por familiares o amigos (37,9%).

Los madrileños que pertenecen a hogares formados por parejas con hijos son quienes mayoritariamente planifican sus compras de alimentación para Navidad, comprando parte con antelación y parte las vísperas (38,1%).

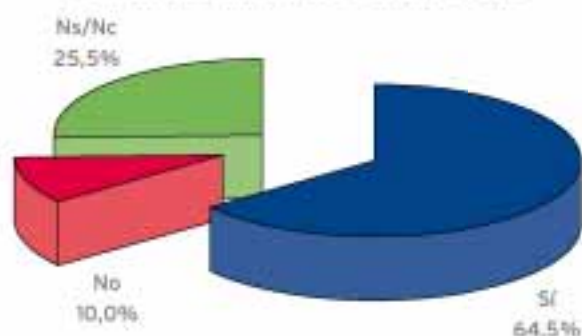
### 3.3. Gasto en regalos

Las fiestas navideñas son una época del año en la que es habitual realizar regalos, por este motivo, se ha consultado a los madrileños acerca de sus expectativas de gasto en regalos para estas navidades.

Como muestra el gráfico 3.3.1., el 64,5% de los ciudadanos afirma que comprará regalos en estas fiestas, mientras que el 10,0% asegura que no compra regalos.



**GRÁFICO 3.3.1.**  
**COMPRA DE REGALOS EN NAVIDAD**



Seis de cada diez madrileños compran regalos en Navidad.

Base = 1.178.

Las mujeres son quienes en mayor medida indican que no compran regalos en Navidad (12,7% frente al 6,8% de los hombres que no compra regalos).

**TABLA 3.3.1.**  
**COMPRA DE REGALOS EN NAVIDAD SEGÚN SEXO**

Gasto en regalos estas Navidades	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Compra regalos	68,5%	61,0%	64,5%
No compra regalos	6,8%	12,7%	10,0%
Ns/Nc	24,7%	26,3%	25,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Atendiendo a la edad de los ciudadanos, los más jóvenes son los que en mayor medida afirman que comprarán regalos en Navidad (73,9%), mientras que cuanto mayor es la edad de los encuestados (28,2%), mayor es la tendencia a no realizar este gasto en obsequios. (Tabla 3.3.2.).

**TABLA 3.3.2.**  
**COMPRA DE REGALOS EN NAVIDAD SEGÚN EDAD**

Gasto en regalos estas Navidades	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Compra regalos	73,9%	75,8%	56,6%	48,4%	64,5%
No compra regalos	1,9%	3,9%	8,9%	28,2%	10,0%
Ns/Nc	24,2%	20,3%	34,5%	23,4%	25,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

### 3. El consumo en Navidad

Entre los madrileños que sí comprarán regalos en Navidad, la mitad tiene previsto no gastar más de 300 euros en adquisiciones, siendo el gasto medio superior a 400 euros. (Gráfico 3.3.2.).

*(Sólo entre los que sí comprarán regalos en Navidad. Base = 755)*

GRÁFICO 3.3.2.  
GASTO PREVISTO EN LA COMPRA DE REGALOS EN NAVIDAD



Base = 755.

Cerca de dos de cada diez ciudadanos que comprarán regalos en Navidad destinará entre 301 y 500 euros a los regalos para Navidad, mientras que el 23,4% realizará compras por un importe total superior a los 500 euros.

En la tabla 3.3.3. se observa que el gasto medio es menor para los más jóvenes. Y atendiendo a los rangos de gasto esperado, se observa que el 69,8% de los ciudadanos de 16 a 29 años piensa gastar hasta 300 euros en regalos esta Navidad, mientras que los grupos con edades entre 30 y 64 años son los que mayoritariamente gastarán más de 300 euros (el 49,4% de los ciudadanos de 30 a 44 años y el 47,2% de los que tienen entre 45 y 64 años).

La mitad de los madrileños que declara comprar regalos en Navidad tiene pensado gastar hasta 300 euros y el 43,2% de aquellos gastará más de esa cantidad.

**TABLA 3.3.3.**  
**GASTO PREVISTO EN LA COMPRA DE REGALOS EN NAVIDAD SEGÚN EDAD**

Gasto en regalos estas Navidades	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Hasta 100 euros	22,9%	9,4%	10,2%	25,2%	15,8%
Entre 101 y 300 euros	46,9%	41,2%	42,6%	28,6%	41,0%
Entre 301 y 500 euros	16,6%	21,3%	22,2%	18,5%	19,8%
Entre 501 y 1000 euros	11,6%	21,4%	19,2%	17,2%	17,6%
Más de 1000 euros	2,0%	6,7%	5,8%	10,5%	5,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<i>Gasto medio</i>	<i>316,89</i>	<i>500,31</i>	<i>459,71</i>	<i>531,29</i>	<i>446,13</i>
Base	197	255	177	126	755

**TABLA 3.3.4.**  
**GASTO PREVISTO EN LA COMPRA DE REGALOS EN NAVIDAD SEGÚN NIVEL DE INGRESOS**

Gasto en regalos estas Navidades	Nivel de ingresos netos al año en su hogar						Total
	Menos de 12000 euros	Entre 12000 y 30000 euros	Entre 30000 y 42000 euros	Entre 42000 y 54000 euros	Más de 54000 euros	Ns/Nc	
Hasta 100 euros	31,8%	12,4%	6,3%	9,1%	0,0%	25,4%	15,8%
Entre 101 y 300 euros	38,5%	43,6%	42,7%	29,5%	25,5%	43,9%	41,0%
Entre 301 y 500 euros	13,1%	23,2%	21,7%	22,9%	14,5%	16,2%	19,8%
Entre 501 y 1000 euros	15,7%	16,3%	18,9%	31,5%	40,3%	9,8%	17,6%
Más de 1000 euros	0,9%	4,5%	10,4%	6,9%	19,7%	4,7%	5,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
<i>Gasto medio</i>	<i>296,17</i>	<i>433,05</i>	<i>517,15</i>	<i>607,16</i>	<i>899,99</i>	<i>362,75</i>	<i>446,13</i>
Base	120	303	126	44	35	127	755

Como recoge la tabla 3.3.4. a medida que aumenta el nivel de ingresos del hogar, se incrementa también el gasto previsto en regalos para las próximas Navidades.

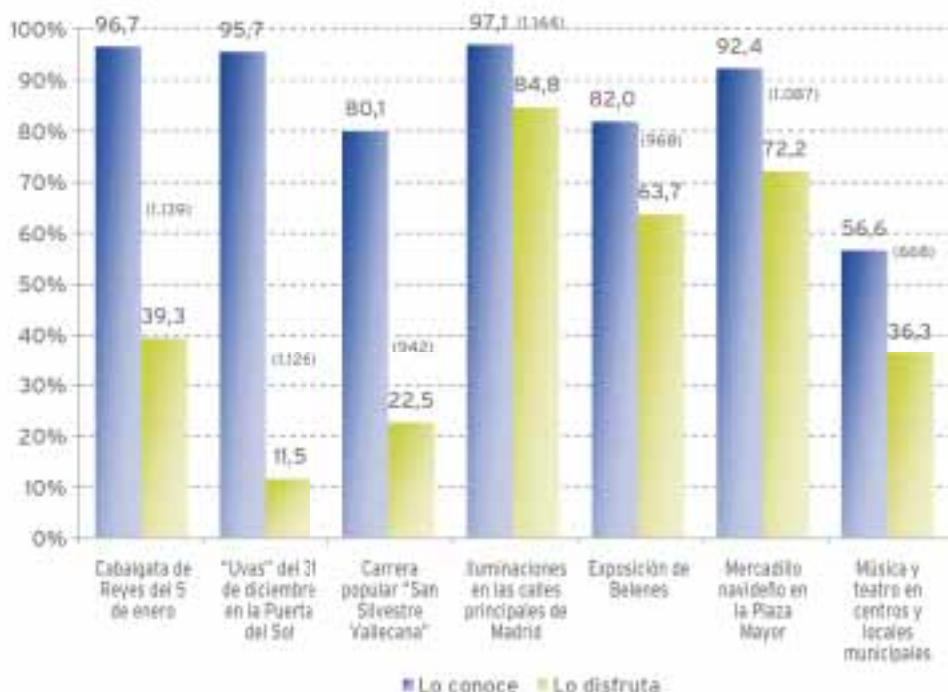
De este modo, el 60,0% de los hogares con un nivel de ingresos superior a los 54.000 euros tiene previsto gastar más de 500 euros en regalos, siendo el gasto medio esperado para este grupo de hogares de aproximadamente 900 euros.

### 3.4. Actividades organizadas por el Ayuntamiento en Navidad en Navidad

La práctica totalidad de los madrileños conoce las distintas actuaciones que se organizan desde el Ayuntamiento de Madrid para el disfrute popular de las fiestas navideñas. Concretamente, como recoge el gráfico 3.4.1., más de nueve de cada diez madrileños conoce la iluminación que se instala en las principales calles de Madrid, el mercadillo navideño de la Plaza Mayor, la Cabalgata de Reyes que se celebra el 5 de enero, y las "uvas" que se toman la noche del 31 de diciembre en la Puerta del Sol.

GRÁFICO 3.4.1.  
CONOCIMIENTO Y DISFRUTE DE LAS ACTUACIONES MUNICIPALES PARA NAVIDAD

(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen)



Base de la pregunta de si lo conoce = 1.178.

Por otra parte, ocho de cada diez ciudadanos conoce la exposición de belenes y la carrera popular "San Silvestre Vallecana" que se celebra el 31 de diciembre.

La actuación municipal menos conocida por los madrileños es la realización de actuaciones de música y teatro en los centros y locales municipales, aunque, entre los que están al tanto, el 36,3% afirma que disfruta de esta actividad.

En cuanto a la participación de las acciones municipales (gráfico 3.4.1.), la mayoría de los madrileños afirma que aprecia la iluminación especial que adorna las principales calles de la ciudad y el mercadillo que tradicionalmente se instala en la Plaza Mayor.

El 63,7% de los que tienen conocimiento de la exposición de belenes que organiza el Ayuntamiento en sus centros municipales disfruta de esta actividad.

### 3.4.1. Cabalgata de Reyes del 5 de enero

Respecto a la Cabalgata de Reyes del 5 de enero, como refleja la tabla 3.4.1.1., el 41,4% de las mujeres disfrutan de esta actividad frente al 36,7% de los hombres.

*(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 96,7%)*

**TABLA 3.4.1.1.**  
**DISFRUTE DE LA CABALGATA DE REYES DEL 5 DE ENERO SEGÚN SEXO**

Suele disfrutar de la cabalgata de Reyes del 5 de enero	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	36,7%	41,4%	39,3%
No	63,3%	58,6%	60,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	506	633	1139

En función de la edad, según muestra la tabla 3.4.1.2., son los mayores de 64 años quienes en menor medida aprecian la Cabalgata de Reyes (70,0% frente al 60,7% sobre el total).

**TABLA 3.4.1.2.**  
**DISFRUTE DE LA CABALGATA DE REYES DEL 5 DE ENERO SEGÚN EDAD**

Suele disfrutar de la cabalgata de Reyes del 5 de enero	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Sí	41,8%	42,8%	40,8%	30,0%	39,3%
No	58,2%	57,2%	59,2%	70,0%	60,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	259	326	299	255	1139

Los hogares familiares, formados por una pareja con hijos son quienes en mayor medida se divierten con la Cabalgata (44,4%). Mientras que las personas que viven solas, las parejas sin hijos o los hogares formados por un adulto con hijos señalan mayoritariamente que no disfrutan de esta actividad navideña.

**TABLA 3.4.1.3.**  
**DISFRUTE DE LA CABALGATA DE REYES DEL 5 DE ENERO SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Suele disfrutar de la cabalgata de Reyes del 5 de enero	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Si	32,9%	33,2%	44,4%	33,6%	37,7%	40,1%	39,3%
No	67,1%	66,8%	55,6%	66,4%	62,3%	59,9%	60,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	168	262	591	65	48	5*	1139

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

La tabla 3.4.1.4. recoge los datos en función del lugar de residencia y en ella se observa que los que viven en la zona norte son quienes en menor medida suelen disfrutar de la Cabalgata de la noche de Reyes, de forma que siete de cada diez afirma que no suelen estimar esta actividad (70,1%).

**TABLA 3.4.1.4.**  
**DISFRUTE DE LA CABALGATA DE REYES DEL 5 DE ENERO SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA**

Suele disfrutar de la cabalgata de Reyes del 5 de enero	Zona					Total
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	
Si	43,1%	36,4%	43,4%	29,9%	38,7%	39,3%
No	56,9%	63,6%	56,6%	70,1%	61,3%	60,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	293	311	265	128	142	1139

El perfil de los madrileños que suele acudir a la cabalgata de los Reyes Magos son mujeres (41,4%), entre 30 a 44 años (42,8%), viven en hogares formados por pareja con hijos (44,4%) y viven en la zona sur y este de Madrid (43,1% y 43,4% respectivamente).

### 3.4.2. "Uvas" del 31 de diciembre en la Puerta del Sol

Las tradicionales "uvas" que se toman en la Puerta del Sol la noche del 31 de diciembre son una actividad que disfrutan en mayor medida los más jóvenes (el 17,7% de los madrileños de 16 a 29 años), mientras que el 94,9% de los ciudadanos de más de 64 años asegura que no asiste a esta cita que organiza el Ayuntamiento.

(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 95,7%)

**TABLA 3.4.2.1.**  
**DISFRUTE DE LAS "UVAS" DEL 31 DE DICIEMBRE EN LA PUERTA DEL SOL**  
**SEGÚN EDAD**

Suele disfrutar las "uvas" del 31 de diciembre	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Sí	17,7%	13,5%	8,6%	5,1%	11,5%
No	82,3%	86,5%	91,4%	94,9%	88,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	262	322	291	251	1126

Según el análisis en función de la situación laboral se obtienen resultados que concuerdan con los datos por edad, como refleja la tabla 3.4.2.2. De esta forma, los estudiantes, grupo poblacional más joven, son los que en mayor medida indican que suelen disfrutar de las "uvas" en la Puerta del Sol (18,9%), mientras que quienes apuntan principalmente lo contrario son los jubilados y pensionistas, que normalmente coincide con el grupo poblacional de más edad, y las amas de casa (94,7% y 94,9%, respectivamente).

**TABLA 3.4.2.2.**  
**DISFRUTE DE LAS "UVAS" DEL 31 DE DICIEMBRE EN LA PUERTA DEL SOL**  
**SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Suele disfrutar las "uvas" del 31 de diciembre	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Sí	13,2%	13,5%	5,3%	15,0%	18,9%	5,1%	0,0%	11,5%
No	86,8%	86,5%	94,7%	85,0%	81,1%	94,9%	100,0%	88,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	466	102	244	76	120	115	3*	1126

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

### 3.4.3. Carrera popular "San Silvestre Vallecana" del 31 de diciembre

La carrera de "San Silvestre", que se celebra el 31 de diciembre es más conocida por los hombres que por las mujeres de la ciudad (87,1% frente al 74,0% de las mujeres). (Tabla 3.4.3.1.).

TABLA 3.4.3.1.  
CONOCIMIENTO DE LA CARRERA POPULAR "SAN SILVESTRE VALLECANA" SEGÚN SEXO

Conoce la carrera popular "San Silvestre Vallecana"	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	87,1%	74,0%	80,1%
No	12,9%	26,0%	19,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Atendiendo a la edad (tabla 3.4.3.2.), la población más joven y la de más edad son los grupos que menor conocimiento tienen de esta carrera popular. La desconocen el 25,5% de los madrileños de 16 a 29 años y el 26,4% de los que tienen más de 64 años, mientras que el 87,0% de los ciudadanos de 45 a 64 años declaran estar informados de la "San Silvestre Vallecana" que se organiza todos los años.

TABLA 3.4.3.2.  
CONOCIMIENTO DE LA CARRERA POPULAR "SAN SILVESTRE VALLECANA" SEGÚN EDAD

Conoce la carrera popular "San Silvestre Vallecana"	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	Total
Sí	74,5%	83,3%	87,0%	73,6%	80,1%
No	25,5%	16,7%	13,0%	26,4%	19,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En la tabla 3.4.3.3. se observa que los tipos de hogar que fundamentalmente conocen la carrera popular son los constituidos por parejas sin hijos, parejas con hijos y un adulto con hijos. Mientras tanto, las personas que viven solas y los pertenecientes a otro tipo de hogar, en su mayoría pisos compartidos, son quienes manifiestan mayor desconocimiento de esta carrera que tradicionalmente se celebra el 31 de diciembre.



**TABLA 3.4.3.3.**  
**CONOCIMIENTO DE LA CARRERA POPULAR "SAN SILVESTRE VALLECANA"**  
**SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Conoce la carrera popular "San Silvestre Vallecana"	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Sí	75,0%	82,8%	81,1%	78,2%	71,5%	100,0%	80,1%
No	25,0%	17,2%	18,9%	21,8%	28,5%	0,0%	19,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	177	266	609	68	53	5*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Entre los madrileños que conocen la carrera de "San Silvestre", los hombres afirman en mayor medida que las mujeres que suelen disfrutar de ella (28,1% frente al 16,8% de las mujeres). (Tabla 3.4.3.4.).

*(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 80,1%)*

**TABLA 3.4.3.4.**  
**DISFRUTE DE LA CARRERA POPULAR "SAN SILVESTRE VALLECANA"**  
**SEGÚN SEXO**

Suele disfrutar de la carrera "San Silvestre Vallecana"	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	28,1%	16,8%	22,5%
No	71,9%	63,2%	77,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	458	484	942

Segmentando la información según la zona de residencia (tabla 3.4.3.5.), se aprecia que los ciudadanos de la zona Sur son quienes en mayor medida disfrutan de la carrera popular (37,1%), mientras que los residentes en las zonas centro y oeste señalan fundamentalmente que no acostumbran a participar de esta actividad (84,1% y 87,8%, respectivamente).

**TABLA 3.4.3.5.**  
**DISFRUTE DE LA CARRERA POPULAR "SAN SILVESTRE VALLECANA"**  
**SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA**

Suele disfrutar de la carrera "San Silvestre Vallecana"	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Sí	37,1%	15,9%	21,0%	19,6%	12,2%	22,5%
No	62,9%	84,1%	79,0%	80,4%	87,8%	77,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	243	242	230	111	116	942

#### 3.4.4. Iluminación de las principales calles de Madrid

La iluminación de las principales calles de la ciudad es una de las actuaciones municipales más conocidas por los ciudadanos (97,1%) y al mismo tiempo una de las que más deleitan a los madrileños (84,8%).

*(La pregunta de sí lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 97,1%)*

**TABLA 3.4.4.1.**  
**DISFRUTE DE LA ILUMINACIÓN DE LAS PRINCIPALES CALLES**  
**SEGÚN EDAD**

Suele disfrutar de las iluminaciones en las calles	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	Total
Sí	87,1%	87,0%	85,1%	79,0%	84,8%
No	12,9%	13,0%	14,9%	21,0%	15,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	257	330	308	249	1144

En función de la edad, como se recoge en la tabla 3.4.4.1., los ciudadanos de más de 64 años son quienes mayoritariamente señalan que no valoran la iluminación navideña de las calles (21,0%), mientras que entre los restantes grupos de edad no se observan diferencias significativas.

**TABLA 3.4.4.2.**  
**DISFRUTE DE LA ILUMINACIÓN DE LAS PRINCIPALES CALLES**  
**SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Suele disfrutar de las iluminaciones en las calles	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Sí	78,2%	81,0%	88,6%	86,0%	79,9%	79,9%	84,8%
No	21,8%	19,0%	11,4%	14,0%	20,1%	20,1%	15,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	166	261	599	63	50	5*	1144

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Por otra parte, la tabla 3.4.4.2. refleja cómo el 21,8% de las personas que viven solas afirman que no suelen admirar la iluminación especial de las principales calles de la ciudad en estas fechas, mientras que los ciudadanos pertenecientes a los restantes tipos de hogar indican mayoritariamente que sí lo hacen.

### 3.4.5. Exposición de belenes en los centros municipales

La exposición de belenes en los centros municipales es una actuación conocida por ocho de cada diez ciudadanos y en función de la edad (tabla 3.4.5.1.) el grupo de 45 a 64 años es el que principalmente la conoce (87,1%), mientras que entre los jóvenes de 16 a 29 años el 26,5% no tiene conocimiento de estas exposiciones navideñas.

**TABLA 3.4.5.1.**  
**CONOCIMIENTO DE LA EXPOSICIÓN DE BELENES EN LOS CENTROS**  
**MUNICIPALES SEGÚN EDAD**

Conoce la exposición de Belenes que realiza el Ayuntamiento en sus diversos centros municipales	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Sí	73,5%	81,6%	87,1%	85,8%	82,0%
No	26,5%	18,4%	12,9%	14,2%	18,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Los estudiantes, grupo de población que coincide normalmente con los más jóvenes, son los que en mayor medida desconocen las exposiciones de belenes, tal y como muestra la tabla 3.4.5.2. (24,4%), mientras que aquellos que indican fundamentalmente que sí las conocen son los jubilados y pensionistas (87,6%) y las amas de casa (87,8%).

**TABLA 3.4.5.2.**  
**CONOCIMIENTO DE LA EXPOSICIÓN DE BELENES EN LOS CENTROS MUNICIPALES SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Conoce la exposición de Belenes que realiza el Ayuntamiento en sus diversos centros municipales	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a e casa	Ns/Nc	
Sí	79,3%	82,0%	87,6%	82,9%	75,6%	87,8%	100,0%	82,0%
No	20,7%	18,0%	12,4%	17,1%	24,4%	12,2%	0,0%	18,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Entre la población que conoce las exposiciones de belenes que se organizan en los centros municipales, en la tabla 3.4.5.3. se aprecia que las mujeres manifiestan en mayor medida que los hombres que suelen acudir a estas exposiciones (67,9% frente al 58,7%).

*(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 82,0%)*

**TABLA 3.4.5.3.**  
**DISFRUTE DE LA EXPOSICIÓN DE BELENES EN LOS CENTROS MUNICIPALES SEGÚN SEXO**

Suele disfrutar de la exposición de Belenes	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	58,7%	67,9%	63,7%
No	41,3%	32,1%	36,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	429	539	968

Respecto a la edad, como se recoge en la tabla 3.4.5.4., los madrileños de 16 a 29 años son los ciudadanos que mayoritariamente indican que no suelen disfrutar de estas exposiciones organizados por el Ayuntamiento en Navidad (46,7%).

**TABLA 3.4.5.4.**  
**DISFRUTE DE LA EXPOSICIÓN DE BELENES EN LOS CENTROS**  
**MUNICIPALES SEGÚN EDAD**

Suele disfrutar de la exposición de Belenes	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Sí	53,3%	66,3%	67,8%	65,2%	63,7%
No	46,7%	33,7%	32,2%	34,8%	36,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	196	275	273	224	968

### 3.4.6. Mercadillo navideño en la Plaza Mayor

El mercadillo navideño que se instala cada año en la Plaza Mayor es una actividad que conoce la práctica totalidad de los madrileños (92,4%) y al que asisten siete de cada diez, en mayor medida las mujeres, como muestra la tabla 3.4.6.1.

*(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 92,4%)*

**TABLA 3.4.6.1.**  
**DISFRUTE DEL MERCADILLO NAVIDEÑO EN LA PLAZA MAYOR**  
**SEGÚN SEXO**

Suele disfrutar el mercadillo navideño en la Plaza Mayor	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	69,7%	74,5%	72,2%
No	30,3%	25,5%	27,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	493	594	1087

Según la edad (tabla 3.4.6.2.), los ciudadanos de 65 años en adelante son los que en mayor medida señalan que no suelen acudir a este mercadillo (43,7%), mientras que los madrileños menores de 45 años son los grupos de población que fundamentalmente aprovechan esta actividad (el 80,2% de los ciudadanos de 16 a 29 años y el 77,4% de los que tienen entre 30 y 45 años).

**TABLA 3.4.6.2.**  
**DISFRUTE DEL MERCADILLO NAVIDEÑO EN LA PLAZA MAYOR**  
**SEGÚN EDAD**

Suele disfrutar el mercadillo navideño en la Plaza Mayor	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Sí	80,2%	77,4%	71,8%	56,3%	72,2%
No	19,8%	22,6%	28,2%	43,7%	27,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	248	314	294	231	1087

En la tabla 3.4.6.3. se observa que el 42,2% de los jubilados y pensionistas no participa del mercadillo instalado en la Plaza Mayor durante la Navidad, al tiempo que los parados y los estudiantes, que habitualmente son personas más jóvenes, indican en mayor medida que sí acostumbran a visitarlo (79,5% y 78,6%, respectivamente).

**TABLA 3.4.6.3.**  
**DISFRUTE DEL MERCADILLO NAVIDEÑO EN LA PLAZA MAYOR**  
**SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Suele disfrutar el mercadillo navideño en la Plaza Mayor	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Sí	75,8%	69,6%	57,8%	79,5%	78,6%	76,2%	100,0%	72,2%
No	24,2%	30,2%	42,2%	20,5%	21,4%	23,8%	0,0%	27,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	451	97	229	73	119	115	3*	1087

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Segmentando los datos en función del tipo de hogar, como muestra la tabla 3.4.6.4., las parejas con hijos (77,8%) y las personas pertenecientes a otro tipo de hogar (78,5%) son los que principalmente se desplazan al tradicional mercadillo navideño de la Plaza Mayor, frente a los que viven solos o en hogares formados por una pareja sin hijos (36,9% y 35,4%, respectivamente).

**TABLA 3.4.6.4.**  
**DISFRUTE DEL MERCADILLO NAVIDEÑO EN LA PLAZA MAYOR**  
**SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Suele disfrutar el mercadillo navideño en la Plaza Mayor	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Sí	63,1%	64,6%	77,8%	67,6%	78,5%	79,9%	72,2%
No	36,9%	35,4%	22,2%	32,4%	21,5%	20,1%	27,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	154	249	571	58	50	5*	1087

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

### 3.4.7. Actuaciones de música y teatro en centros y locales municipales

Las actuaciones de música y teatro que se organizan en los centros y locales municipales durante la época navideña son el tipo de actividad menos conocida por los madrileños. Por grupo de edad, el de 45 a 64 años es el que más conoce estos espectáculos (67,9%), mientras que entre los más jóvenes el 54,0% indica que desconoce la celebración de estos espectáculos. (Tabla 3.4.7.1.).

**TABLA 3.4.7.1.**  
**CONOCIMIENTO DE LAS ACTUACIONES EN CENTROS MUNICIPALES**  
**SEGÚN EDAD**

Conoce las actuaciones en centros y locales municipales	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Sí	46,0%	54,1%	67,9%	58,1%	56,6%
No	54,0%	45,9%	32,1%	41,9%	43,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En función de la situación laboral, puede verse en la tabla 3.4.7.2., el 61,3% de los estudiantes desconoce los espectáculos que se ofrecen en los centros y locales municipales durante la Navidad, mientras que los trabajadores por cuenta propia son los que principalmente frecuentan estas actuaciones (62,6%).

**TABLA 3.4.7.2.**  
**CONOCIMIENTO DE LAS ACTUACIONES EN CENTROS MUNICIPALES**  
**SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Conoce las actuaciones en centros y locales municipales	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Sí	56,5%	62,6%	59,8%	60,6%	38,7%	60,4%	100,0%	56,6%
No	43,5%	37,4%	40,2%	39,4%	61,3%	39,6%	0,0%	43,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Los madrileños que en mayor medida señalan que conocen las actuaciones que se ofertan durante la Navidad en los centros y locales municipales son los que residen en hogares formados por parejas sin hijos (65,9%), mientras que los pertenecientes a hogares compuestos por un adulto con hijos manifiestan mayor desconocimiento de estas actividades (53,1%). (Tabla 3.4.7.3.)

**TABLA 3.4.7.3.**  
**CONOCIMIENTO DE LAS ACTUACIONES EN CENTROS MUNICIPALES**  
**SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Conoce las actuaciones en centros y locales municipales	Tipo de hogar					Ns/Nc	Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar		
Sí	57,6%	65,9%	53,4%	46,9%	59,2%	20,8%	56,6%
No	42,4%	34,1%	46,6%	53,1%	40,8%	79,2%	43,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	177	266	609	68	53	5*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Entre los madrileños que conocen la oferta cultural de los centros y locales municipales durante la Navidad, las mujeres indican en mayor medida que suelen disfrutar de estos espectáculos (39,9%), como se detalla en la tabla 3.4.7.4.



(La pregunta de si lo disfruta es sólo para los que lo conocen: 56,6%)

**TABLA 3.4.7.4.**  
**DISFRUTE DE LAS ACTUACIONES EN CENTROS MUNICIPALES**  
**SEGÚN SEXO**

Suele disfrutar las actuaciones en centros y locales municipales	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	32,4%	39,9%	36,3%
No	67,6%	60,1%	63,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	314	354	668

Las personas que viven solas, como se observa en la tabla 3.4.7.5., son el grupo de población que en mayor medida suele disfrutar de las actuaciones que se ofrecen en los centros y locales municipales durante las fiestas navideñas (51,0%), al tiempo que los residentes en hogares compuestos por un adulto con hijos manifiestan menor interés por estos espectáculos (el 72,1% no suele disfrutar de ellos).

**TABLA 3.4.7.5.**  
**DISFRUTE DE LAS ACTUACIONES EN CENTROS MUNICIPALES**  
**SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Suele disfrutar las actuaciones en centros y locales municipales	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Sí	51,0%	31,6%	34,8%	27,9%	39,0%	0,0%	36,3%
No	49,0%	68,4%	65,2%	72,1%	61,0%	100,0%	63,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	102	175	327	32	31	*	668

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

### 3. El consumo en Navidad

Respecto a la zona de residencia (tabla 3.4.7.6.), los habitantes que en mayor medida acuden a estos centros durante la época navideña son los residentes de la zona centro (43,2%) y los pertenecientes a la zona oeste son los que tienen menos costumbre de acudir a estos espectáculos que el Ayuntamiento programa durante la Navidad (78,1%).

TABLA 3.4.7.6.  
DISFRUTE DE LAS ACTUACIONES EN CENTROS MUNICIPALES  
SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA

Suele disfrutar las actuaciones en centros y locales municipales	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Sí	32,3%	43,2%	41,2%	33,4%	21,9%	36,3%
No	67,7%	56,8	58,8%	66,6%	78,1%	63,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	173	180	160	69	86	668

#### **4. Madrid Calle 30**

**Necesidad de la reforma  
Calle 30**

**pág. 69**

**Beneficios obtenidos con  
la creación de la Calle 30**

**pág. 69**

**Valoración global de  
la obra**

**pág. 78**

**pág. 99**





De la misma forma que en ediciones anteriores, uno de los objetivos de el Barómetro Municipal de Consumo es conocer la opinión de los ciudadanos madrileños sobre algún tema coyuntural de interés general. En este tercer cuatrimestre el asunto propuesto es el proyecto de transformación Madrid Calle 30, que pretende recuperar este viario esencial en las comunicaciones diarias de la ciudad.

Dada la enorme repercusión de esta reforma en la vida y hábitos diarios de transporte de los madrileños, y la expectación que su transformación genera entre los ciudadanos, desde el Barómetro se analiza en esta ocasión las opiniones respecto a la necesidad de esta obra, la recuperación de nuevas zonas deportivas y de esparcimiento para los ciudadanos y el grado en que consideran que la reforma podrá satisfacer los objetivos propuestos.

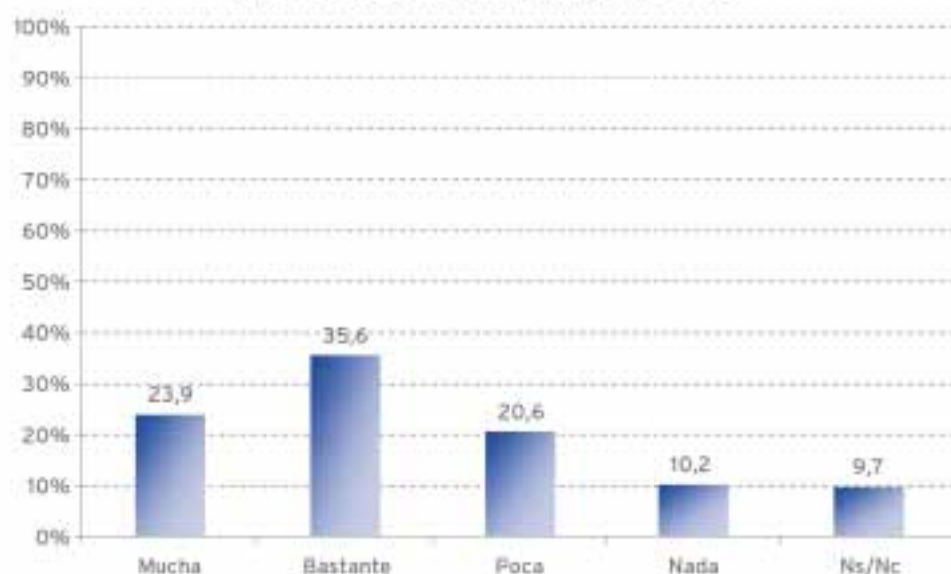
Entre otras cosas, se analizan las repercusiones del proyecto Madrid Calle 30 sobre la reducción de la contaminación, de los tiempos de desplazamientos, la disminución de la accidentalidad, así como el efecto que la nueva infraestructura tendrá en el equipamiento de Madrid para situarla al nivel de las principales capitales europeas y permitir la organización de unos Juegos Olímpicos.

## 4.1. Necesidad de la reforma Calle 30

A la hora de analizar la necesidad de emprender la transformación de la M-30 en el nuevo viario Calle 30, se ha consultado a los ciudadanos en qué medida consideran que Madrid necesitaba acometer este proyecto, así como su posición acerca del grado en que esperan que el resultado final compense las molestias ocasionadas por las obras y justifique la inversión realizada.

### 4.1.1. Valoración de la necesidad de la reforma en la Ciudad de Madrid

GRÁFICO 4.1.1.1.  
NECESIDAD DE LA REFORMA CALLE 30



Para seis de cada diez madrileños la M-30 presentaba mucha o bastante necesidad de ser reformada (59,5%).

Base = 1.178.

Respecto al grado de necesidad de la reforma, seis de cada diez madrileños afirma que Madrid requería mucho o bastante acometer el proyecto Calle 30 (59,5%), frente al 30,8% que considera que había poca o ninguna necesidad de ello. (Gráfico 4.1.1.1.).

Los hombres opinan, en mayor medida que las mujeres, que el proyecto emprendido Calle 30 era muy o bastante necesario para la ciudad de Madrid (64,4% frente al 55,3% de las mujeres). (Tabla 4.1.1.1.).

TABLA 4.1.1.1.  
NECESIDAD DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN SEXO

Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucha	26,8%	21,4%	23,9%
Bastante	37,6%	33,9%	35,6%
Poca	20,8%	20,4%	20,6%
Nada	10,0%	10,4%	10,2%
Ns/Nc	4,8%	13,9%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Atendiendo a la segmentación por edad, el grupo de población con edades entre 16 y 29 años es el que principalmente afirma que la ciudad tenía poca necesidad de acometer la reforma del viario.

TABLA 4.1.1.2.  
NECESIDAD DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN EDAD

Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Mucha	24,2%	24,1%	22,7%	24,7%	23,9%
Bastante	35,3%	35,3%	35,3%	36,7%	35,6%
Poca	26,8%	23,1%	22,2%	8,5%	20,6%
Nada	8,8%	11,3%	11,2%	9,3%	10,2%
Ns/Nc	4,9%	6,2%	8,6%	20,8%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En la tabla 4.1.1.3. se muestra la valoración del grado de necesidad que tenía la ciudad de Madrid de acometer la reforma de la M-30 en función de las expectativas que los ciudadanos tienen acerca de los efectos positivos que esta remodelación va a aportar a la capital.

TABLA 4.1.1.3.  
NECESIDAD DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN LA MEDIDA EN QUE  
ESPERA EFECTOS POSITIVOS

Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Liberar parte del tráfico que actualmente pasa por el centro					
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Mucha	46,1%	27,6%	17,4%	7,5%	10,9%	23,9%
Bastante	37,0%	50,3%	30,8%	15,7%	25,1%	35,6%
Poca	9,6%	14,1%	35,2%	35,7%	15,1%	20,6%
Nada	3,2%	2,2%	12,1%	35,9%	9,8%	10,2%
Ns/Nc	4,1%	5,8%	4,5%	5,2%	39,1%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	217	406	218	174	163	1178
Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Disminuir el tiempo de viaje					
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Mucha	50,2%	27,7%	17,8%	7,4%	11,5%	23,9%
Bastante	37,6%	48,7%	33,2%	15,5%	22,6%	35,6%
Poca	8,7%	14,9%	32,3%	33,2%	17,7%	20,6%
Nada	2,3%	1,9%	10,7%	39,0%	11,5%	10,2%
Ns/Nc	1,2%	6,8%	6,0%	4,9%	36,7%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	171	436	244	163	164	1178
Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Disminuir el consumo de combustible					
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Mucha	54,2%	27,6%	23,6%	9,9%	15,3%	23,9%
Bastante	29,8%	54,5%	33,6%	24,1%	24,9%	35,6%
Poca	9,2%	10,9%	30,6%	32,7%	15,0%	20,6%
Nada	4,5%	1,9%	7,6%	28,8%	8,6%	10,2%
Ns/Nc	2,3%	5,1%	4,6%	4,5%	36,2%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	130	333	274	244	197	1178

La tendencia que se aprecia es creciente en la valoración de la necesidad de la reforma cuanto mayores son las expectativas de los madrileños (tabla 4.1.1.3.). Es decir, los ciudadanos que en mayor medida aprecian la necesidad del proyecto Calle 30, son aquellos que confían en que contribuya a liberar parte del tráfico del centro, acortar el tiempo de desplazamiento, disminuir

la contaminación atmosférica y acústica, agilizar la conexión entre distintas zonas de la ciudad y reducir la accidentalidad.

TABLA 4.1.1.3. (continuación)  
NECESIDAD DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN LA MEDIDA EN QUE ESPERA EFECTOS POSITIVOS

Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Disminuir la contaminación atmosférica y acústica					
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Mucha	52,8%	24,4%	24,4%	11,7%	17,4%	23,9%
Bastante	33,6%	48,6%	32,0%	27,0%	25,6%	35,6%
Poca	7,1%	16,0%	26,9%	30,8%	14,0%	20,6%
Nada	3,4%	2,6%	11,3%	24,3%	9,8%	10,2%
Ns/Nc	3,1%	8,4%	5,4%	6,2%	33,2%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	126	379	276	252	145	1178
Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Agilizar la conexión entre diferentes zonas de la ciudad					
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Mucha	49,6%	24,0%	15,9%	8,0%	10,3%	23,9%
Bastante	32,6%	47,4%	25,5%	17,1%	21,9%	35,6%
Poca	11,7%	18,4%	34,4%	27,5%	20,5%	20,6%
Nada	4,6%	3,1%	17,0%	39,6%	14,3%	10,2%
Ns/Nc	1,5%	7,1%	7,2%	7,8%	33,0%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	198	547	160	113	160	1178
Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Reducir la accidentalidad					
	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Mucha	52,6%	32,0%	21,7%	15,0%	12,2%	23,9%
Bastante	26,2%	46,6%	37,7%	25,8%	34,9%	35,6%
Poca	11,7%	11,8%	27,2%	28,9%	17,5%	20,6%
Nada	4,4%	2,6%	9,9%	25,1%	6,6%	10,2%
Ns/Nc	5,1%	7,0%	3,5%	5,2%	28,8%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	112	280	310	249	227	1178



Sin embargo, cuanto menores son las expectativas que los ciudadanos tienen en la reforma, menor grado de necesidad ven en su realización. (Tabla 4.1.1.3.).

De igual modo, considerando el grado de utilidad que las zonas recuperadas reportarán a los madrileños, los ciudadanos que valoran estas zonas verdes y áreas deportivas como muy o bastante útiles son los que consideran la reforma más necesaria para la ciudad. (Tabla 4.1.1.4.).

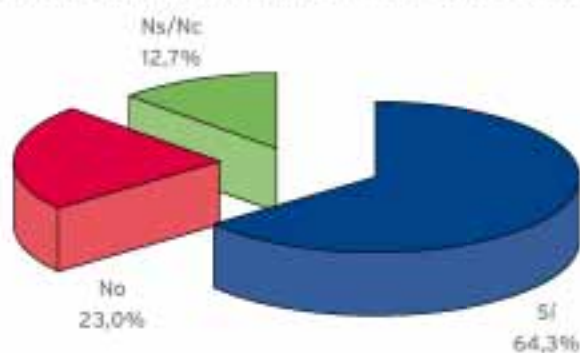
**TABLA 4.1.1.4.**  
**NECESIDAD DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN GRADO DE UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y ÁREAS DEPORTIVAS**

Necesidad de la reforma en la M-30 para la ciudad de Madrid	Utilidad de las nuevas zonas verdes y áreas deportivas					Total
	Mucha utilidad	Bastante utilidad	Poca utilidad	Ninguna utilidad	Ns/Nc	
Mucha	37,3%	21,6%	10,7%	5,1%	6,1%	23,9%
Bastante	38,8%	41,8%	23,5%	13,0%	18,0%	35,6%
Poca	13,9%	21,4%	37,5%	27,7%	12,9%	20,6%
Nada	3,9%	7,1%	22,7%	40,8%	22,0%	10,2%
Ns/Nc	6,1%	8,1%	5,6%	13,4%	41,0%	9,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	408	486	158	39	87	1178

#### 4.1.2. Compensación de las molestias con los resultados finales

El 64,3% de los ciudadanos consultados opina que los resultados que se obtendrán finalmente compensarán las molestias ocasionadas por las obras de ejecución.

**GRÁFICO 4.1.2.1.**  
**COMPENSACIÓN DE LAS MOLESTIAS CON LOS RESULTADOS FINALES**



Base = 1.178.

Los resultados finales del proyecto compensarán las molestias ocasionadas por las obras de ejecución (64,3%).

Esta misma pregunta se realizó en el primer y tercer cuatrimestre de este año. En el primer cuatrimestre los madrileños se mostraban más optimistas, el 68,2% opinaba que los resultados de la reforma de la M30 compensaría las molestias ocasionadas por las obras, mientras que como se acaba de exponer en el tercer cuatrimestre, el porcentaje de madrileños que se muestran optimistas ante la reforma desciende, casi un 4%, cifrándose en un 64,3%.

En la tabla siguiente se compara la opinión que tienen los madrileños y las madrileñas sobre los resultados finales de las obras de la M30. En el primer cuatrimestre del año, existe un mayor porcentaje de mujeres (73,5%) que se muestra optimista con los resultados finales que reportarán las obras. Sin embargo, en el tercer cuatrimestre se invierte la tendencia y aumenta el porcentaje de hombres (66,3%) que se manifiestan positivos superando incluso al porcentaje de mujeres. Esta última proporción destaca por el descenso de más del 10% que experimenta la opinión de las mujeres (62,6%) con respecto al anterior (73,5%).

**TABLA 4.1.2.1.**  
**COMPENSACIÓN DE LAS MOLESTIAS CON LOS RESULTADOS FINALES**  
**SEGÚN SEXO**

Los resultados finales compensarán las molestias ocasionadas	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
<b>Primer cuatrimestre (marzo 2006)</b>			
Sí	62,0%	73,5%	68,2%
No	34,0%	20,7%	26,8%
Ns/Nc	4,1%	5,8%	5,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	532	620	1152
<b>Tercer cuatrimestre (octubre 2006)</b>			
Sí	66,3%	62,6%	64,3%
No	23,0%	22,9%	23,0%
Ns/Nc	10,7%	14,5%	12,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

En función del sexo (tabla 4.1.2.1.) se observa que en este momento los hombres son quienes esperan principalmente que los resultados de la reforma compensen las molestias originadas por las obras (66,3%). Sin embargo, en el primer cuatrimestre eran las mujeres las que albergaban más expectativas en relación a los resultados de los trabajos de la M30, porque un 73,5% de las mujeres veía compensadas las molestias.

Considerando el nivel de estudios, en la tabla 4.1.2.2. se aprecia que en el tercer cuatrimestre del año, el 28,9% de los madrileños con estudios superiores se declara pesimista respecto a los resultados de la reforma, ya que considera que no compensarán las molestias ocasionadas por las obras de remodelación (frente al 23,0% del total de ciudadanos que opina así).

Por otro lado, en el primer cuatrimestre, el 70,9% de los encuestados con educación primaria y el 77,6% con educación inferior mantienen una opinión más favorable sobre los resultados finales de las obras, a diferencia de la visión que mantienen los madrileños con estudios de educación secundaria obligatoria (68,1%), post-obligatoria (65,8%) y superior (67,5%). Sin embargo, en el tercer cuatrimestre se equiparan las diferencias existentes entre el nivel de estudios y resulta más cuantioso el porcentaje de madrileños con educación post-obligatoria (69,0%), y menos el 60,1% de los madrileños con estudios superiores que consideran que los resultados finales de las obras compensarán las molestias ocasionadas.

**TABLA 4.1.2.2.**  
**COMPENSACIÓN DE LAS MOLESTIAS CON LOS RESULTADOS FINALES**  
**SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS**

Los resultados finales compensarán las molestias ocasionadas	Nivel de estudios terminados						Total
	Inferior a educación primaria	Educación primaria	Educación secundaria obligatoria	Educación post-obligatoria	Educación superior	Ns/Nc	
<b>Primer cuatrimestre (marzo 2006)</b>							
Sí	77,6%	70,9%	68,1%	65,8%	67,5%	66,1%	68,2%
No	17,9%	24,1%	26,9%	28,8%	27,8%	16,8%	26,8%
Ns/Nc	4,5%	5,0%	5,0%	5,3%	4,7%	17,1%	5,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	44	220	160	298	424	6*	1152
<b>Tercer cuatrimestre (octubre 2006)</b>							
Sí	62,7%	65,2%	65,0%	69,0%	60,1%	65,9%	64,3%
No	11,5%	16,0%	22,1%	21,6%	28,9%	22,9%	23,0%
Ns/Nc	25,8%	18,8%	12,9%	9,4%	11,0%	11,2%	12,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	96	113	203	346	411	9*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

**TABLA 4.1.2.3.**  
**COMPENSACIÓN DE LAS MOLESTIAS CON LOS RESULTADOS FINALES**  
**SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Los resultados finales compensarán las molestias ocasionadas	Situación laboral							
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	Total
<b>Primer Cuatrimestre (marzo 2006)</b>								
Sí	66,2%	63,3%	70,1%	63,2%	70,1%	78,1%	68,2%	Sí
No	29,2%	32,0%	24,8%	31,5%	24,9%	15,0%	26,8%	No
Ns/Nc	4,6%	4,7%	5,2%	5,3%	5,0%	7,0%	5,0%	Ns/Nc
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	Total
Base	520	106	287	38	101	100	1152	Base
<b>Tercer Cuatrimestre (octubre 2006)</b>								
Sí	60,9%	65,4%	65,7%	58,9%	71,3%	71,0%	65,9%	64,3%
No	27,7%	27,0%	13,0%	33,4%	21,3%	15,2%	34,1%	23,0%
Ns/Nc	11,4%	7,6%	21,3%	7,7%	7,4%	13,8%	0,0%	12,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

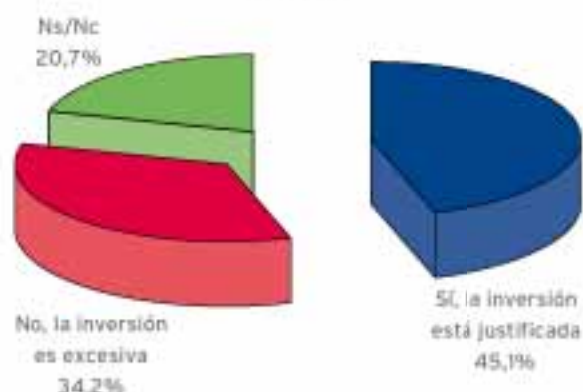
Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Por otra parte, la segmentación de los datos en función de la situación laboral (tabla 4.1.2.3.) evidencia que los grupos de población más positivos respecto a los resultados de la transformación de la M-30 son los estudiantes (71,3%) y amas de casa (71,0%), mientras que los parados son los que manifiestan una opinión más negativa (el 33,4% cree que no compensarán las molestias). Con respecto a los datos obtenidos en el primer cuatrimestre se aprecia una coincidencia de los grupos de población con un criterio más pesimista.

### 4.1.3. Justificación de la inversión con el resultado final

En cuanto a la inversión que se ha destinado para acometer el proyecto Calle 30, el 45,1% de los madrileños entiende que se justifica con el resultado final, mientras que el 34,2% señala que la inversión es excesiva para el rendimiento esperado y el 20,7% no ofrece su opinión al respecto. (Gráfico 4.1.3.1.).

**GRÁFICO 4.1.3.1.**  
**JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN REALIZADA CON LOS RESULTADOS FINALES**



El 45,1% de los ciudadanos cree que la inversión está justificada por los resultados que se obtengan, mientras que el 34,2% opina que es excesiva.

Base = 1.178.

**TABLA 4.1.3.1.**  
**JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN REALIZADA CON LOS RESULTADOS FINALES SEGÚN SEXO**

El resultado final justifica la inversión realizada	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí, la inversión está justificada	50,5%	40,6%	45,1%
No, la inversión es excesiva	34,7%	33,7%	34,2%
Ns/Nc	14,8%	25,7%	20,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

En la tabla 4.1.3.1., se aprecia cómo el 50,5% de los hombres considera que los resultados finales justificarán la inversión realizada, frente al 40,6% de las mujeres que opina de este modo.

Respecto a la desagregación por edad recogida en la tabla 4.1.3.2., el grupo más joven, con edades entre 16 y 29 años, es quien principalmente afirma que la inversión realizada en el proyecto se verá justificada por los resultados finales (50,4%), mientras que los ciudadanos de 30 a 44 años son los que en mayor medida señalan lo contrario (39,6% frente al 34,2% del total).

**TABLA 4.1.3.2.**  
**JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN REALIZADA CON LOS RESULTADOS FINALES SEGÚN EDAD**

El resultado final justifica la inversión realizada	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Sí, la inversión está justificada	50,4%	42,5%	40,0%	49,4%	45,1%
No, la inversión es excesiva	33,9%	39,6%	38,9%	21,4%	34,2%
Ns/Nc	15,7%	17,9%	21,1%	29,2%	20,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

**TABLA 4.1.3.3.**  
**JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN REALIZADA CON LOS RESULTADOS FINALES SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

El resultado final justifica la inversión realizada	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Sí, la inversión está justificada	42,3%	47,0%	51,6%	34,4%	55,1%	38,4%	33,5%	45,1%
No, la inversión es excesiva	38,4%	37,2%	21,5%	45,2%	32,4%	34,7%	66,5%	34,2%
Ns/Nc	19,3%	15,8%	26,9%	20,4%	12,5%	26,9%	0,0%	20,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Los estudiantes son junto a los jubilados o pensionistas los grupos de ciudadanos que se manifiestan más de acuerdo con la opinión de que los resultados justificarán la inversión (55,1% y 51,6%, respectivamente), al tiempo que los parados son los que fundamentalmente mantienen un parecer más crítico (45,2%). (Tabla 4.1.3.3.).

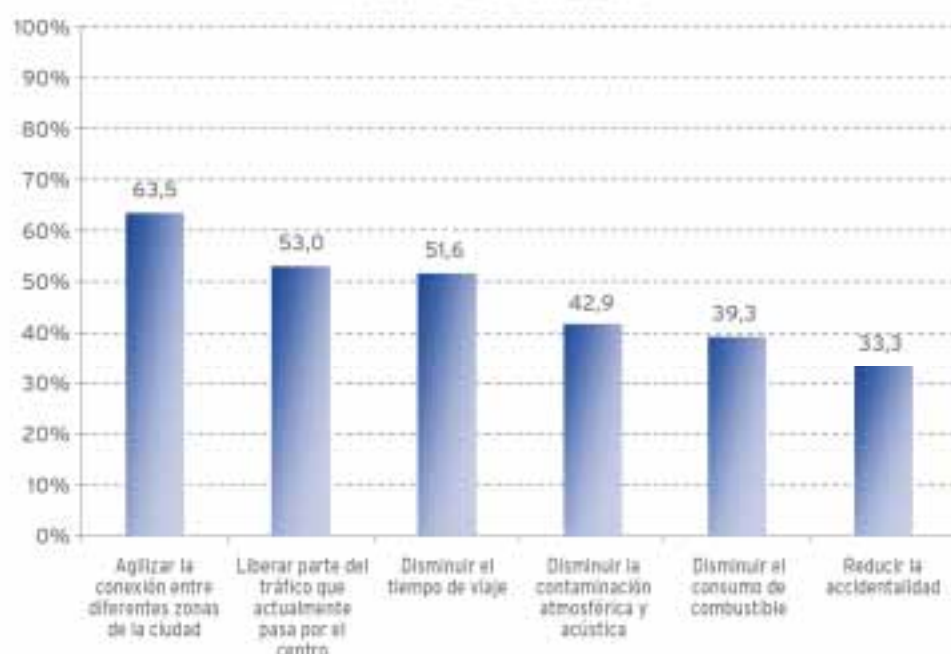
## 4.2. Beneficios obtenidos con la creación de la Calle 30

Una de las transformaciones más ambiciosas y novedosas del proyecto Madrid Calle 30 consiste en el soterramiento de parte de su trazado y la creación de túneles que permitan la conexión directa con otras vías importantes de la ciudad.

Se ha pedido a los ciudadanos que valoren en qué medida consideran que la ejecución de esta reforma contribuirá a la consecución de los objetivos globales del proyecto, así como a situar el equipamiento de infraestructuras de Madrid al nivel de las principales capitales europeas y mejorar la movilidad de la ciudad para hacerla compatible con la celebración de unos Juegos Olímpicos.

#### 4.2.1. Opinión sobre la creación de túneles y sobre el soterramiento de parte del trazado

GRÁFICO 4.2.1.1.  
EL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES CONTRIBUIRÁN MUCHO O BASTANTE A...



Los ciudadanos esperan que el proyecto Calle 30 repercuta considerablemente en mejoras en el tráfico y las conexiones, reducción de la contaminación y el consumo de combustible y la disminución de los accidentes.

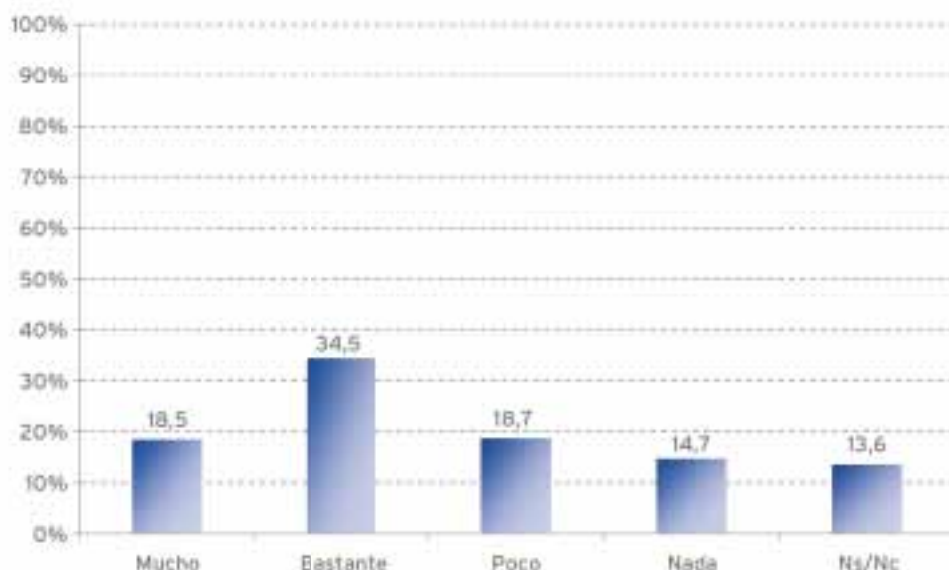
Base = 1.178.

En opinión de la mayoría de los ciudadanos, como recoge el gráfico 4.2.1.1., el soterramiento de la M-30 y la creación de túneles contribuirán mucho o bastante a agilizar la conexión entre las distintas zonas de la ciudad, liberar parte del tráfico que actualmente pasa por el centro y disminuir el tiempo de viaje.

El 42,9% de los ciudadanos opina que con el soterramiento y los túneles se reducirá mucho o bastante la contaminación atmosférica y acústica, mientras que el 39,3% indica que disminuirá mucho o bastante el consumo de combustible y el 33,3% apunta la reducción de la accidentalidad. (Gráfico 4.2.1.1.).

GRÁFICO 4.2.1.2.

## CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A LIBERAR PARTE DEL TRÁFICO QUE PASA POR EL CENTRO



Base = 1.178.

Frente al 53,0% de ciudadanos que opina que con la reforma se logrará liberar parte del tráfico que pasa actualmente por el centro, el 33,4% afirma que la reducción será poca o ninguna y el 13,6% no declara ninguna opinión. (Gráfico 4.2.1.2.).

TABLA 4.2.1.1.

## CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A LIBERAR PARTE DEL TRÁFICO QUE PASA POR EL CENTRO SEGÚN SEXO

Liberar parte del tráfico que actualmente pasa por el centro	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucho	21,1%	16,4%	18,5%
Bastante	35,3%	33,6%	34,5%
Poco	20,0%	17,5%	18,7%
Nada	17,6%	12,3%	14,7%
Ns/Nc	6,0%	20,2%	13,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

En función del sexo, como muestra la tabla 4.2.1.1., los hombres se manifiestan más positivos respecto al objetivo de liberar parte del tráfico que pasa por el centro de la ciudad mientras que el 20,2% de las mujeres no manifiestan su opinión.



**TABLA 4.2.1.2.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A LIBERAR PARTE DEL TRÁFICO QUE PASA POR EL CENTRO SEGÚN EDAD**

Liberar parte del tráfico que actualmente pasa por el centro	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mucho	22,4%	22,7%	14,1%	14,0%	18,5%
Bastante	34,5%	28,6%	36,0%	40,2%	34,5%
Poco	25,0%	20,6%	17,8%	10,3%	18,7%
Nada	11,5%	20,5%	16,6%	8,4%	14,7%
Ns/Nc	6,6%	7,6%	15,5%	27,1%	13,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

La tabla 4.2.1.2. ofrece la desagregación de los datos según la edad de los ciudadanos, y en ella se aprecia que los madrileños de 30 a 44 años son el grupo que se declara más crítico con la consecución de este objetivo, mientras que a medida que aumenta la edad crece también el porcentaje de ciudadanos que no manifiesta una opinión al respecto.

Considerando el nivel de estudios de los ciudadanos (tabla 4.2.1.3.), cuanto mayor es el nivel formativo la tendencia que se observa es creciente, respecto a mostrarse crítico con la opinión de que las reformas permitirán reducir parte del tráfico que pasa por el centro.

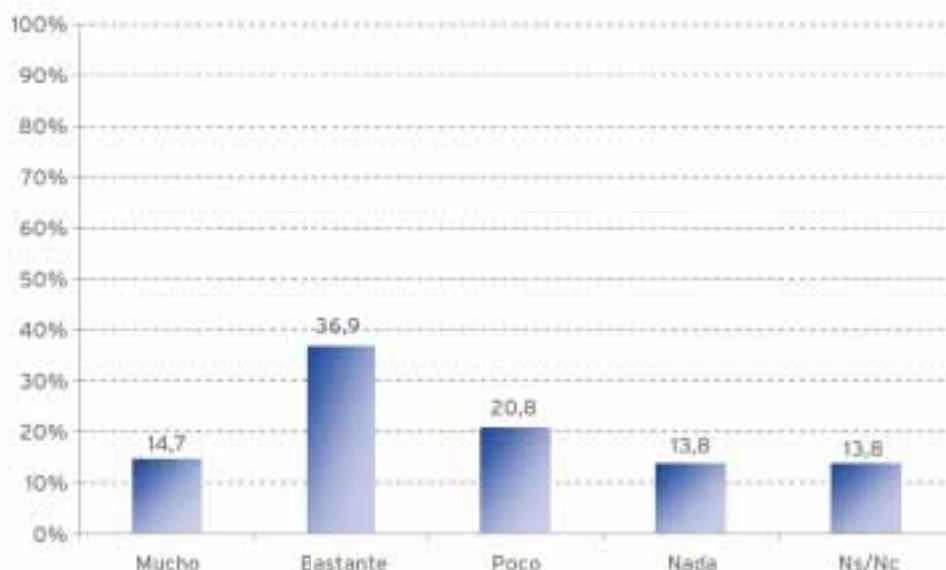
Por el contrario, cuanto menor es el nivel de estudios mayor es la tasa de no respuesta a esta pregunta. (Tabla 4.2.1.3.).

**TABLA 4.2.1.3.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A LIBERAR PARTE DEL TRÁFICO QUE PASA POR EL CENTRO SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS**

Liberar parte del tráfico que actualmente pasa por el centro	Nivel de estudios terminados						Total
	Inferior a educación primaria	Educación primaria	Educación secundaria obligatoria	Educación post-obligatoria	Educación superior	Ns/Nc	
Mucho	16,6%	16,3%	19,9%	19,6%	17,9%	23,0%	18,5%
Bastante	35,5%	43,6%	31,9%	32,8%	34,4%	33,0%	34,5%
Poco	5,2%	11,5%	19,0%	21,3%	21,2%	22,6%	18,7%
Nada	5,3%	7,4%	13,7%	17,1%	17,6%	0,0%	14,7%
Ns/Nc	37,4%	21,2%	15,5%	9,2%	8,9%	21,4%	13,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	96	113	203	346	411	9*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

GRÁFICO 4.2.1.3.  
CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A ACORTAR  
EL TIEMPO DE VIAJE



Base = 1.178.

El 51,6% de los madrileños encuestados opina que la reforma permitirá en buena medida acortar los tiempos de viaje, como queda reflejado en el gráfico 4.2.1.3., mientras que el 34,6% tiene una opinión más negativa y el 13,8% no responde.

Como muestra la tabla 4.2.1.4., con el soterramiento y la creación de los túneles, el 28,7% de los jóvenes de 16 a 29 años considera que la duración de los desplazamientos se reducirá poco.

Continuando con la tendencia que se observaba anteriormente, también en este aspecto cuanto mayor es la edad menor es la tendencia a manifestar su opinión.

TABLA 4.2.1.4.  
CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A ACORTAR EL  
TIEMPO DE VIAJE SEGÚN EDAD

Disminuir el tiempo de viaje	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mucho	17,2%	18,1%	11,0%	11,6%	14,7%
Bastante	36,5%	35,8%	37,9%	37,7%	36,9%
Poco	28,7%	18,7%	20,6%	15,3%	20,8%
Nada	10,6%	18,7%	15,8%	8,4%	13,8%
Ns/Nc	7,0%	8,7%	14,7%	27,0%	13,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

A medida que aumenta el nivel de estudios, mayor es la tendencia a opinar que el soterramiento de parte de la vía y los túneles permitirán disminuir poco o nada el tiempo de viaje, al contrario, cuanto menor es el nivel formativo, mayor es la tasa de no respuesta.

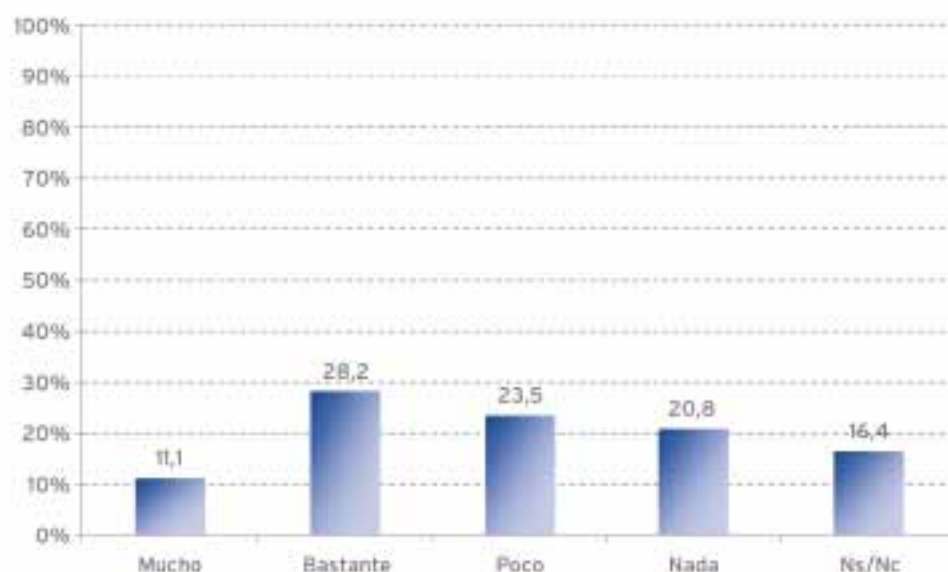
**TABLA 4.2.1.5.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A ACORTAR EL TIEMPO DE VIAJE SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS**

Disminuir el tiempo de viaje	Nivel de estudios terminados						Total
	Inferior a educación primaria	Educación primaria	Educación secundaria obligatoria	Educación post-obligatoria	Educación superior	Ns/Nc	
Mucho	12,6%	10,8%	18,7%	14,9%	13,8%	23,0%	14,7%
Bastante	34,4%	44,4%	33,2%	37,3%	36,9%	43,3%	36,9%
Poco	8,3%	15,1%	20,2%	21,8%	24,8%	11,5%	20,8%
Nada	6,4%	7,5%	11,4%	16,4%	16,2%	11,5%	13,8%
Ns/Nc	38,3%	22,2%	16,5%	9,6%	8,3%	10,7%	13,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	96	113	203	346	411	9*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Cuatro de cada diez madrileños espera que con la reforma se reduzca mucho o bastante el consumo de combustible (39,3%), mientras que el 44,3% apunta que este consumo no disminuirá o lo hará poco. (Gráfico 4.2.1.4.).

**GRÁFICO 4.2.1.4.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR EL CONSUMO DE COMBUSTIBLE**



Base = 1.178.

TABLA 4.2.1.6.  
CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR EL  
CONSUMO DE COMBUSTIBLE SEGÚN SEXO

Disminuir el consumo de combustible	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucho	13,8%	8,8%	11,1%
Bastante	31,5%	25,4%	28,2%
Poco	24,3%	22,7%	23,5%
Nada	22,6%	19,2%	20,8%
Ns/Nc	7,8%	23,9%	16,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Los hombres consideran en mayor medida que las mujeres que con la reforma se conseguirá reducir el consumo de combustible (45,3% frente al 34,2% de las mujeres). (Tabla 4.2.1.6.).

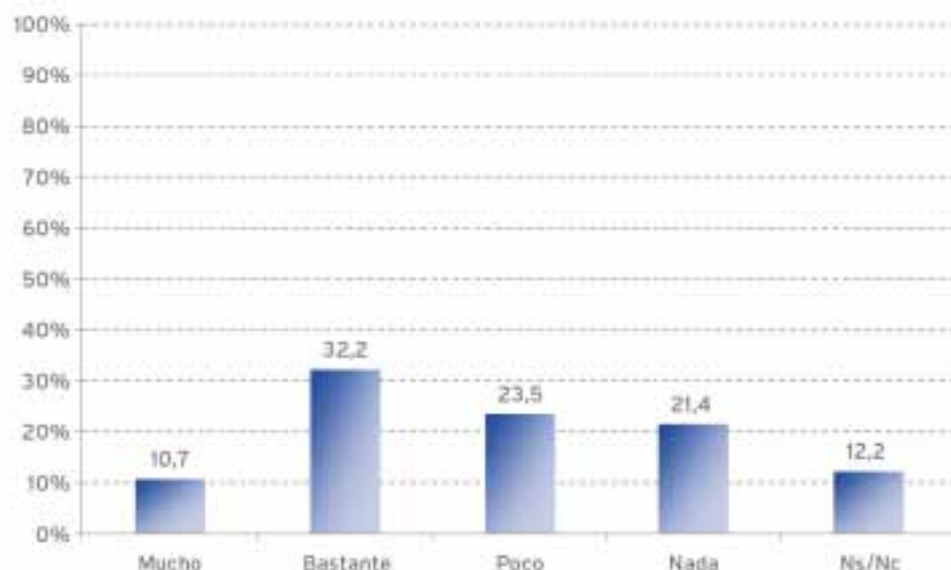
Los madrileños más jóvenes, como se aprecia en la tabla 4.2.1.7, son los que esperan una menor reducción en el consumo de combustible de los ciudadanos. Así, el 58,7% de los jóvenes de 16 a 29 años y el 48,4% de aquellos entre 30 y 44 años, indican que el soterramiento y la construcción de túneles contribuirán poco o nada a la disminución del consumo de combustible.

TABLA 4.2.1.7.  
CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR EL  
CONSUMO DE COMBUSTIBLE SEGÚN EDAD

Disminuir el consumo de combustible	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mucho	9,4%	14,3%	9,7%	10,4%	11,1%
Bastante	22,1%	27,0%	33,1%	30,7%	28,2%
Poco	36,5%	21,6%	19,5%	16,4%	23,5%
Nada	22,2%	26,8%	22,5%	9,2%	20,8%
Ns/Nc	9,8%	10,3%	15,2%	33,3%	16,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

La reducción de la contaminación atmosférica y acústica es uno de los efectos positivos que el 42,9% de los ciudadanos espera que se consiga con el soterramiento de la M-30 y la construcción de túneles de enlace con otras vías. (Gráfico 4.2.1.5.).

**GRÁFICO 4.2.1.5.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA Y ACÚSTICA**



Base = 1.178.

**TABLA 4.2.1.8.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA Y ACÚSTICA SEGÚN SEXO**

Disminuir la contaminación atmosférica y acústica	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucho	12,7%	9,1%	10,7%
Bastante	36,1%	28,9%	32,2%
Poco	23,7%	23,2%	23,5%
Nada	19,9%	22,7%	21,4%
Ns/Nc	7,6%	16,1%	12,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Los hombres esperan en mayor proporción que las mujeres que el soterramiento y los túneles contribuyan mucho o bastante a disminuir la contaminación atmosférica y acústica (48,8% frente al 38,0% de las mujeres que lo indica). (Tabla 4.2.1.8.).

En la tabla 4.2.1.9. se observa que cuanto mayor es la edad, menor es la proporción de madrileños que consideran que la contribución de la reforma a disminuir la contaminación atmosférica será pequeña o nula (54,4% de los ciudadanos de 16 a 29 años, 50,1% de los que tienen entre 30 y 44 años, 42,0% de 45 a 64 años y 30,7% de 65 y más años, frente al 44,9% del total).

**TABLA 4.2.1.9.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA Y ACÚSTICA SEGÚN EDAD**

Disminuir la contaminación atmosférica y acústica	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	Total
Mucho	8,0%	12,4%	10,4%	12,1%	10,7%
Bastante	31,2%	31,6%	33,5%	32,6%	32,2%
Poco	31,4%	22,4%	21,1%	18,9%	23,5%
Nada	23,0%	27,7%	20,9%	11,8%	21,4%
Ns/Nc	6,4%	5,9%	14,1%	24,6%	12,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

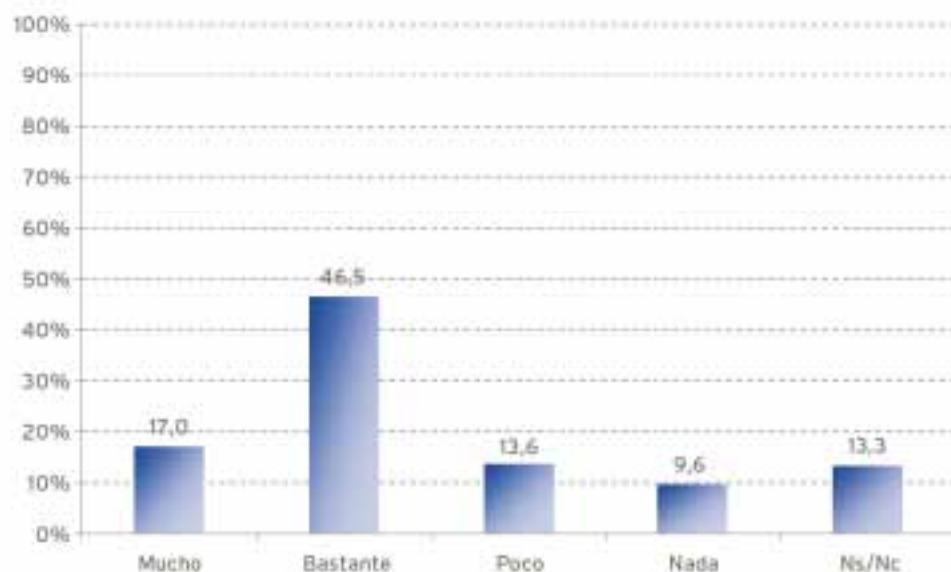
**TABLA 4.2.1.10.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A DISMINUIR LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA Y ACÚSTICA SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA**

Disminuir la contaminación atmosférica y acústica	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Mucho	9,7%	10,8%	13,5%	11,3%	6,9%	10,7%
Bastante	29,5%	30,8%	30,7%	37,0%	39,5%	32,2%
Poco	22,7%	22,5%	24,3%	25,4%	23,8%	23,5%
Nada	25,8%	22,2%	17,6%	19,9%	19,3%	21,4%
Ns/Nc	12,3%	13,7%	13,9%	6,4%	10,5%	12,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	301	322	273	136	146	1178

Los ciudadanos residentes en las zonas norte y oeste, como recoge la tabla 4.2.1.10, son quienes esperan que se produzca una mayor reducción en la contaminación atmosférica y acústica gracias al soterramiento parcial del trazado y la construcción de túneles (48,3% y el 46,4%, respectivamente, indican que se reducirá mucho o bastante la contaminación, frente al 39,2% de los residentes en la zona sur que señala lo mismo).

El logro de mejoras en la conexión entre diferentes zonas de la ciudad es una de las ventajas más esperadas por los madrileños. El 63,5% considera que la construcción de los túneles y el soterramiento de parte del trazado agilizarán mucho o bastante esta conexión.

**GRÁFICO 4.2.1.6.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A AGILIZAR LA CONEXIÓN ENTRE DIFERENTES ZONAS DE LA CIUDAD**



Base = 1.178.

Los hombres apuntan en mayor medida que las mujeres que el soterramiento y los túneles contribuirán a agilizar la conexión entre diferentes zonas de la ciudad (68,1% frente al 59,5% de las mujeres). (Tabla 4.2.1.11).

**TABLA 4.2.1.11.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A AGILIZAR LA CONEXIÓN ENTRE DIFERENTES ZONAS DE LA CIUDAD SEGÚN SEXO**

Agilizar la conexión entre diferentes zonas de la ciudad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucho	20,4%	14,1%	17,0%
Bastante	47,7%	45,4%	46,5%
Poco	14,6%	12,7%	13,6%
Nada	10,4%	8,9%	9,6%
Ns/Nc	6,9%	18,9%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

**TABLA 4.2.1.12.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A AGILIZAR LA CONEXIÓN ENTRE DIFERENTES ZONAS DE LA CIUDAD SEGÚN EDAD**

Agilizar la conexión entre diferentes zonas de la ciudad	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mucho	20,2%	20,0%	13,6%	13,6%	17,0%
Bastante	50,5%	46,1%	47,0%	42,1%	46,5%
Poco	13,6%	16,5%	12,3%	11,0%	13,6%
Nada	7,4%	11,5%	11,7%	7,0%	9,6%
Ns/Nc	8,3%	5,9%	15,4%	26,3%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En la tabla 4.2.1.12. se aprecia una tendencia inversa en el sentido de que, cuanto menor es la edad de los madrileños, mayor es la proporción de aquellos que opinan que se agilizarán las conexiones gracias a la remodelación.

En función de la zona de residencia, los madrileños con domicilio en la zona norte de la ciudad son los que mayoritariamente indican que la transformación de la M-30 permitirá agilizar la conexión entre las distintas zonas de la ciudad (70,9% frente al 63,5% del total).

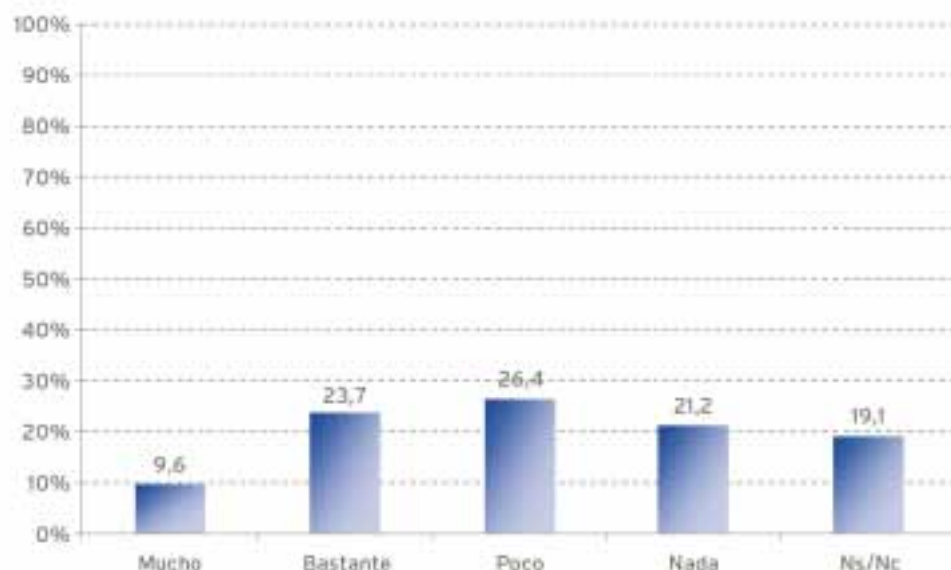
**TABLA 4.2.1.13.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A AGILIZAR LA CONEXIÓN ENTRE DIFERENTES ZONAS DE LA CIUDAD SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA**

Agilizar la conexión entre diferentes zonas de la ciudad	Zona					Total
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	
Mucho	15,5%	16,0%	19,1%	20,1%	15,6%	17,0%
Bastante	48,9%	47,0%	41,1%	50,8%	47,3%	46,5%
Poco	9,0%	13,6%	16,8%	14,9%	15,4%	13,6%
Nada	14,2%	9,7%	7,3%	3,0%	10,2%	9,6%
Ns/Nc	12,4%	13,7%	15,7%	11,2%	11,5%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	301	322	273	136	146	1178

El 33,3% de los encuestados confía en que la reforma del viario conlleve una reducción de los accidentes que actualmente se producen en él (Gráfico 4.2.1.7.).



**GRÁFICO 4.2.1.7.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A REDUCIR LA ACCIDENTALIDAD**



Base = 1.178.

**TABLA 4.2.1.14.**  
**CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A REDUCIR LA ACCIDENTALIDAD SEGÚN SEXO**

Reducir la accidentalidad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucho	10,9%	8,4%	9,6%
Bastante	26,8%	21,1%	23,7%
Poco	27,5%	25,4%	26,4%
Nada	20,1%	22,1%	21,2%
Ns/Nc	14,7%	23,0%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Los hombres apuntan en mayor medida que las mujeres este beneficio de la remodelación (37,7% y 29,5%, respectivamente). (Tabla 4.2.1.14).

El estudio por edad que se indica en la tabla 4.2.1.15, evidencia una tendencia creciente a señalar la reducción de la accidentalidad a medida que aumenta la edad de los ciudadanos. De este modo, el 39,6% de los madrileños de 65 años en adelante afirma que la reforma reducirá mucho o bastante los accidentes.

TABLA 4.2.115.  
CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A REDUCIR LA ACCIDENTALIDAD SEGÚN EDAD

Reducir la accidentalidad	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mucho	9,2%	10,1%	8,9%	10,0%	9,6%
Bastante	21,1%	20,2%	25,0%	29,6%	23,7%
Poco	37,0%	26,9%	22,9%	18,4%	26,4%
Nada	21,8%	27,0%	21,7%	12,2%	21,2%
Ns/Nc	10,9%	15,8%	21,5%	29,8%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Por otra parte, segmentando los datos por zona de residencia (tabla 4.2.116.), los que viven en la zona norte son los que manifiestan en mayor medida su confianza en que la accidentalidad disminuya mucho o bastante con el soterramiento y la creación de túneles (38,6% frente al 33,3% del total).

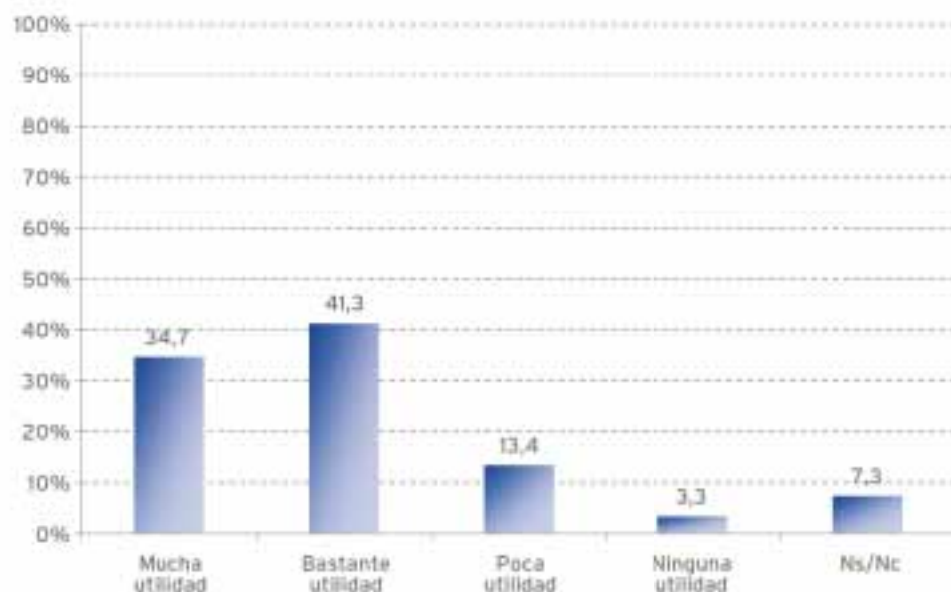
TABLA 4.2.116.  
CONTRIBUCIÓN DEL SOTERRAMIENTO Y LOS TÚNELES A REDUCIR LA ACCIDENTALIDAD SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA

Reducir la accidentalidad	Zona					Total
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	
Mucho	10,7%	9,0%	9,6%	9,4%	8,6%	9,6%
Bastante	23,4%	22,3%	22,1%	29,2%	25,5%	23,7%
Poco	25,3%	24,3%	27,1%	30,2%	28,5%	26,4%
Nada	21,2%	22,5%	20,5%	16,8%	23,7%	21,2%
Ns/Nc	19,4%	21,9%	20,7%	14,4%	13,7%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	301	322	273	136	146	1178

#### 4.2.2. Grado de utilidad de las nuevas zonas recuperadas

La recuperación de zonas deterioradas y su conversión en espacios verdes y deportivos para disfrute de los ciudadanos es una de las reformas mejor valoradas del proyecto. De este modo, el 76,0% de los madrileños opina que estos lugares les serán de mucha o bastante utilidad. (Gráfico 4.2.2.1.).

**GRÁFICO 4.2.2.1.**  
**UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y DEPORTIVAS RECUPERADAS**



El 76,0% de los madrileños opina que las zonas recuperadas con el proyecto les resultarán de mucha o bastante utilidad.

Base = 1.178.

En el análisis según sexo que refleja la tabla 4.2.2.1, no se observan prácticamente diferencias respecto a la utilidad que las nuevas zonas de esparcimiento tendrán para los ciudadanos. El 76,9% de los hombres las considera de mucha o bastante utilidad y el 75,3% de las mujeres comparten la misma opinión.

**TABLA 4.2.2.1.**  
**UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y DEPORTIVAS RECUPERADAS SEGÚN SEXO**

Utilidad de las nuevas zonas verdes y áreas deportivas	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Mucha utilidad	33,0%	36,2%	34,7%
Bastante utilidad	43,9%	39,1%	41,3%
Poca utilidad	14,6%	12,4%	13,4%
Ninguna utilidad	2,7%	3,8%	3,3%
Ns/Nc	5,8%	8,5%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

TABLA 4.2.2.2.  
UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y DEPORTIVAS  
RECUPERADAS SEGÚN EDAD

Utilidad de las nuevas zonas verdes y áreas deportivas	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Mucha utilidad	37,2%	34,6%	34,5%	32,2%	34,7%
Bastante utilidad	45,7%	40,8%	38,5%	41,0%	41,3%
Poca utilidad	11,8%	15,4%	15,0%	10,5%	13,4%
Ninguna utilidad	3,1%	3,2%	3,4%	3,4%	3,3%
Ns/Nc	2,2%	6,0%	8,6%	12,9%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Por otra parte, como se muestra en la tabla 4.2.2.2., los madrileños más jóvenes son quienes apuntan fundamentalmente que los espacios recuperados serán muy o bastante útiles para los ciudadanos (el 82,9% de los madrileños de 16 a 29 años).

En función del nivel de formación, los ciudadanos que mayoritariamente señalan la utilidad que tendrán los nuevos espacios son aquellos con estudios secundarios, tanto obligatorios como post-obligatorios (el 79,1% y el 80,0%, respectivamente opinan que estas zonas son de mucha o bastante utilidad).

TABLA 4.2.2.3.  
UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y DEPORTIVAS  
RECUPERADAS SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS

Utilidad de las nuevas zonas verdes y áreas deportivas	Nivel de estudios terminados						Total
	Inferior a educación primaria	Educación primaria	Educación secundaria obligatoria	Educación post-obligatoria	Educación superior	Ns/Nc	
Mucha utilidad	34,2%	31,9%	32,6%	36,2%	35,9%	44,1%	34,7%
Bastante utilidad	34,7%	40,1%	46,5%	43,8%	38,9%	33,0%	41,3%
Poca utilidad	9,5%	15,7%	11,2%	12,4%	15,6%	11,5%	13,4%
Ninguna utilidad	2,1%	3,4%	2,8%	3,7%	3,4%	0,0%	3,3%
Ns/Nc	19,5%	8,9%	6,9%	3,9%	7,0%	11,4%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	96	113	203	346	411	9*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Concordando con el dato obtenido en la desagregación por edad, en el análisis en función de la situación laboral, el grupo que mayor utilidad espera obtener con la recuperación de los nuevos espacios junto al viario remodelado es el de los estudiantes (87,2%), población que coincide mayoritariamente con los más jóvenes.

**TABLA 4.2.2.4.**  
**UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y DEPORTIVAS**  
**RECUPERADAS SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Utilidad de las nuevas zonas verdes y áreas deportivas	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Mucha utilidad	35,6%	36,1%	31,8%	36,4%	35,5%	34,6%	0,0%	34,7%
Bastante utilidad	39,1%	33,3%	42,5%	41,8%	87,2%	43,0%	100,0%	41,3%
Poca utilidad	15,6%	17,3%	11,5%	10,8%	8,8%	11,7%	0,0%	13,4%
Ninguna utilidad	3,1%	4,8%	3,1%	4,6%	3,2%	2,3%	0,0%	3,3%
Ns/Nc	6,6%	8,5%	11,1%	6,4%	0,8%	8,4%	0,0%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Considerando el tipo de hogar, los ciudadanos que perciben mayor utilidad en las zonas de esparcimiento que se recuperarán con la reforma son los pertenecientes a hogares con hijos (el 78,9% de las parejas con hijos y el 78,8% de los adultos con hijos).

**TABLA 4.2.2.5.**  
**UTILIDAD DE LAS NUEVAS ZONAS VERDES Y DEPORTIVAS**  
**RECUPERADAS SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Utilidad de las nuevas zonas verdes y áreas deportivas	Tipo de hogar					Ns/Nc	Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar		
Mucha utilidad	34,5%	32,4%	34,6%	78,8%	41,3%	0,0%	34,7%
Bastante utilidad	41,6%	38,1%	44,3%	36,3%	30,4%	39,0%	41,3%
Poca utilidad	9,6%	17,3%	13,4%	13,3%	7,6%	0,0%	13,4%
Ninguna utilidad	4,8%	3,3%	2,5%	4,1%	4,0%	20,1%	3,3%
Ns/Nc	9,5%	8,9%	5,2%	3,8%	16,7%	40,9%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	177	266	609	68	53	5*	1178

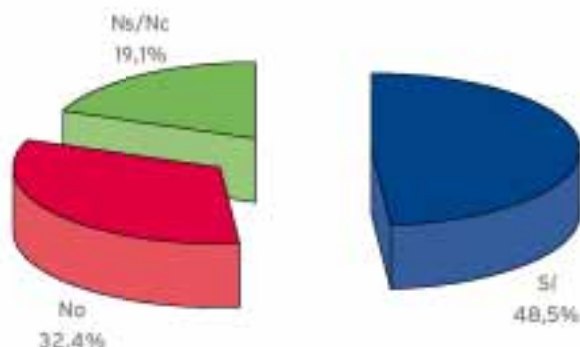
Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

### 4.2.3. Contribución de la reforma Calle 30 a situar a Madrid al nivel de otras capitales europeas

En opinión del 48,5% de los madrileños el proyecto Madrid Calle 30 supondrá una mejora en las infraestructuras que situarán la ciudad al nivel de otras capitales europeas. (Gráfico 4.2.3.1.).

Cerca de la mitad de los ciudadanos confía en que el proyecto Calle 30 mejore las infraestructuras de Madrid para situarla al nivel de las principales capitales europeas.

GRÁFICO 4.2.3.1.  
EQUIPARACIÓN DE MADRID CON OTRAS CAPITALES EUROPEAS EN CUANTO A INFRAESTRUCTURAS



Base = 1.178.

Los hombres, como refleja la tabla 4.2.3.1., son los que principalmente confían en que las reformas de la Calle 30 sitúen el equipamiento de Madrid al nivel europeo (53,2% frente al 44,4% de las mujeres). En el primer cuatrimestre sin embargo, existe un porcentaje muy similar de hombres (50,2) y de mujeres (52,6) que piensan que las reformas de la Calle 30 equiparan a Madrid con otras capitales europeas en cuanto a infraestructuras.

Por último, otro dato significativo con respecto a la comparación entre el primer y tercer cuatrimestre se extrae a partir del aumento del número de personas que no saben o no contestan sobre el planteamiento de la visión de Madrid como una de las grandes capitales europeas tras la finalización de las obras.

**TABLA 4.2.3.1.**  
**EQUIPARACIÓN DE MADRID CON OTRAS CAPITALES EUROPEAS**  
**EN CUANTO A INFRAESTRUCTURAS SEGÚN SEXO**

Tras la reforma, Madrid se situará al nivel de las principales capitales europeas	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
<b>Primer cuatrimestre (marzo 2006)</b>			
Sí	50,2%	52,6%	51,5%
No	43,2%	38,9%	40,9%
Ns/Nc	6,6%	8,5%	7,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	532	620	1152
<b>Tercer cuatrimestre (octubre 2006)</b>			
Sí	53,2%	44,4%	48,5%
No	34,6%	30,5%	32,4%
Ns/Nc	12,2%	25,1%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Según la edad de los encuestados, en la tabla 4.2.3.2. se observa que en el tercer cuatrimestre, más de la mitad de los madrileños de 45 años en adelante consideran que Madrid se equiparará a las principales capitales europeas en cuanto a sus infraestructuras gracias a la remodelación de la M-30 (el 51,0% de aquellos entre 45 y 64 años y el 52,1% de los que tienen más de 64 años). Mientras que en el tercer cuatrimestre, al igual que en el primero, más de la mitad de los madrileños de más de 45 años considera que Madrid se equipará a las grandes capitales europeas. Se diferencia de éste cuatrimestre en que se aumenta el número de madrileños de 16 a 29 años, que aportan esta consideración sobre Madrid (50,7%).

TABLA 4.2.3.2.  
EQUIPARACIÓN DE MADRID CON OTRAS CAPITALES EUROPEAS  
EN CUANTO A INFRAESTRUCTURAS SEGÚN EDAD

Tras la reforma, Madrid se situará al nivel de las principales capitales europeas	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	Total
<b>Primer cuatrimestre (marzo 2006)</b>					
Sí	50,7%	47,9%	53,2%	55,1%	51,5%
No	43,5%	45,8%	38,0%	35,0%	40,9%
Ns/Nc	5,8%	6,3%	8,8%	9,9%	7,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	272	334	295	251	1152
<b>Tercer cuatrimestre (octubre 2006)</b>					
Sí	47,6%	44,3%	51,0%	52,1%	48,5%
No	42,1%	40,9%	26,7%	17,2%	32,4%
Ns/Nc	10,3%	14,8%	22,3%	30,7%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Por el contrario, cuatro de cada diez ciudadanos en el tercer y primer cuatrimestre, de edades comprendidas entre 16 a 44 años, opinan que esta reforma no será suficiente para que Madrid se sitúe al nivel de infraestructuras de las principales ciudades de Europa (42,1% en el tercer cuatrimestre y 43,5% en el primero, de aquellos entre 16 y 29 años y el 40,9% en el tercer cuatrimestre y 45,8% en el primero, de los que tienen entre 30 y 44 años).



**TABLA 4.2.3.3.**  
**EQUIPARACIÓN DE MADRID CON OTRAS CAPITALES EUROPEAS**  
**EN CUANTO A INFRAESTRUCTURAS SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Primer cuatrimestre (marzo 2006)								
Sí	50,2%	51,0%	53,0%	52,5%	57,3%	48,2%	-	51,5%
No	43,1%	43,4%	39,4%	34,5%	39,8%	34,9%	-	40,9%
Ns/Nc	6,7%	5,6%	7,7%	13,1%	2,9%	16,9%	-	7,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	100,0%
Base	520	106	287	38	101	100	0	1152
Tercer cuatrimestre (octubre 2006)								
Sí	45,0%	47,8%	54,4%	45,5%	53,8%	47,4%	33,5%	48,5%
No	36,4%	42,1%	17,2%	41,6%	40,4%	23,8%	66,5%	32,4%
Ns/Nc	18,6%	10,1%	28,4%	12,9%	5,8%	28,8%	0,0%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

En el primer cuatrimestre los grupos que en mayor porcentaje señalan que la reforma de la calle 30 posicionarán a Madrid como una de las grandes capitales europeas, son los estudiantes (57,3%) y los pensionistas (53,0%).

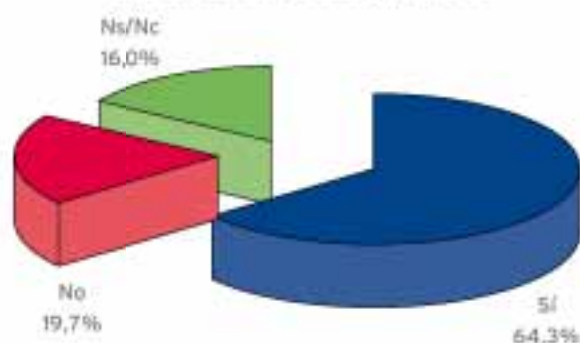
En el tercer cuatrimestre al igual que en el primero los grupos de ciudadanos que fundamentalmente señalan que la reforma Calle 30 situará el equipamiento de Madrid al nivel europeo siguen siendo los jubilados y pensionistas (54,4%) y los estudiantes (53,8%). También se hace destacable en este último cuatrimestre con respecto al total, el porcentaje de trabajadores por cuenta propia (42,1%), parados (41,6%) y estudiantes (40,4%) que consideran que Madrid no se equipara con las grandes capitales europeas en cuanto a infraestructuras.

#### 4.2.4. Contribución de la reforma Calle 30 a mejorar la movilidad para hacer compatible la organización de unos Juegos Olímpicos

Los ciudadanos de Madrid esperan que la transformación que se está llevando a cabo en la M-30 permita mejorar las condiciones de movilidad en la ciudad y el acceso a instalaciones deportivas de forma que sea compatible con la organización de unos Juegos Olímpicos. Así lo manifiesta el 64,3% de los madrileños, como el gráfico 4.2.4.1.

Con la transformación de la Calle 30, las mejoras que experimenten la movilidad y los accesos de Madrid harán posible la organización de unos Juegos Olímpicos en la capital, en opinión del 64,3% de sus ciudadanos.

GRÁFICO 4.2.4.1.  
LAS MEJORAS EN LA MOVILIDAD Y ACCESO A INSTALACIONES DEPORTIVAS SERÁN COMPATIBLES CON LA ORGANIZACIÓN DE UNOS JUEGOS OLÍMPICOS



Base = 1.178.

Segmentando las opiniones por sexo, en la tabla 4.2.4.1., se advierte mayor proporción de hombres que de mujeres que opinan que la reforma favorecerá las condiciones de movilidad y accesos de la ciudad para compatibilizarla con unas Olimpiadas (69,5% frente al 59,7% de las mujeres).

TABLA 4.2.4.1.  
LAS MEJORAS EN LA MOVILIDAD Y ACCESO A INSTALACIONES DEPORTIVAS SERÁN COMPATIBLES CON LA ORGANIZACIÓN DE UNOS JUEGOS OLÍMPICOS SEGÚN SEXO

Las condiciones de movilidad serán compatibles con la organización de unos JJOO	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	69,5%	59,7%	64,3%
No	19,8%	19,7%	19,7%
Ns/Nc	10,7%	20,6%	16,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Los madrileños más jóvenes tienen más claro que las mejoras que se producirán en la movilidad y los accesos a las instalaciones deportivas situarán a Madrid en condiciones de poder organizar unos Juegos Olímpicos (69,8% de aquellos entre 16 y 29 años frente al 64,3% del total). (Tabla 4.2.4.2.).

**TABLA 4.2.4.2.**  
**LAS MEJORAS EN LA MOVILIDAD Y ACCESO A INSTALACIONES**  
**DEPORTIVAS SERÁN COMPATIBLES CON LA ORGANIZACIÓN**  
**DE UNOS JUEGOS OLÍMPICOS SEGÚN EDAD**

La condición de movilidad serán compatibles con la organización de unos JJOO	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	Total
Si	69,8%	60,5%	63,8%	63,7%	64,3%
No	20,0%	26,2%	21,1%	9,1%	19,7%
Ns/Nc	10,2%	13,3%	15,1%	27,2%	16,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En consonancia con lo anterior, al considerar la situación laboral (tabla 4.2.4.3.), el grupo que mayoritariamente manifiesta esta opinión es el de los estudiantes (76,9%), que se corresponde normalmente con la población más joven.

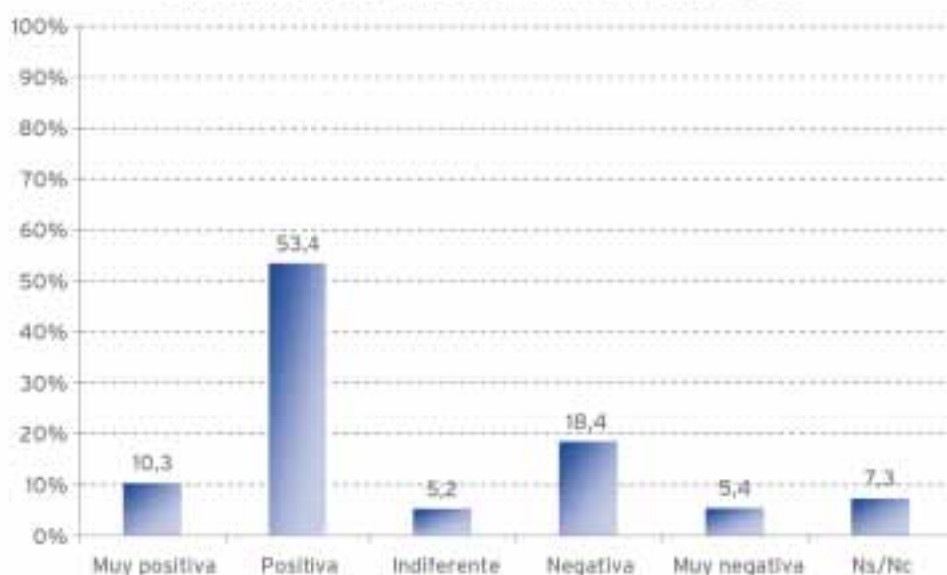
**TABLA 4.2.4.3.**  
**LAS MEJORAS EN LA MOVILIDAD Y ACCESO A INSTALACIONES**  
**DEPORTIVAS SERÁN COMPATIBLES CON LA ORGANIZACIÓN**  
**DE UNOS JUEGOS OLÍMPICOS SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

La condición de movilidad serán compatibles con la organización de unos JJOO	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Si	62,5%	56,1%	67,7%	62,3%	76,9%	59,0%	65,9%	64,3%
No	25,0%	29,7%	6,9%	23,3%	14,6%	14,5%	34,1%	19,7%
Ns/Nc	12,5%	14,2%	23,4%	14,4%	8,5%	26,5%	0,0%	16,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

### 4.3. Valoración global de la obra

Más allá de las molestias que origina la ejecución de la obra, los madrileños conceden una buena valoración global al proyecto Calle 30, dado que el 63,7% la califica de positiva o muy positiva. (Gráfico 4.3.1.).

GRÁFICO 4.3.1.  
VALORACIÓN GLOBAL DE LA REFORMA CALLE 30



Base = 1.178.

TABLA 4.3.1.  
VALORACIÓN GLOBAL DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN SEXO

Valoración global a la realización de toda la obra	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Muy positiva	13,8%	7,2%	10,3%
Positiva	53,1%	53,8%	53,4%
Indiferente	4,5%	5,8%	5,2%
Negativa	17,5%	19,2%	18,4%
Muy negativa	6,0%	4,9%	5,4%
Ns/Nc	5,1%	9,1%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

El 66,9% de los hombres valora positiva o muy positivamente el proyecto global, al tiempo que entre las mujeres esta proporción es del 61,0%, como puede observarse en la tabla 4.3.1.

**TABLA 4.3.2.**  
**VALORACIÓN GLOBAL DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN EDAD**

Valoración global a la realización de toda la obra	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy positiva	8,6%	11,2%	9,6%	11,6%	10,3%
Positiva	55,0%	52,2%	49,0%	58,7%	53,4%
Indiferente	2,9%	5,9%	7,7%	3,8%	5,2%
Negativa	25,3%	18,6%	19,6%	9,2%	18,4%
Muy negativa	4,4%	5,9%	7,8%	3,0%	5,4%
Ns/Nc	3,8%	6,2%	6,3%	13,7%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Considerando la edad de los ciudadanos, son los de mayor edad los que principalmente califican de forma positiva la ejecución global de la reforma; el 70,3% de los madrileños de 65 años en adelante otorga una valoración global positiva o muy positiva al proyecto. (Tabla 4.3.2.).

**TABLA 4.3.3.**  
**VALORACIÓN GLOBAL DE LA REFORMA CALLE 30 SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Valoración global a la realización de toda la obra	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Muy positiva	9,2%	10,7%	11,9%	8,5%	11,2%	10,2%	33,5%	10,3%
Positiva	51,2%	49,2%	60,6%	50,3%	59,9%	48,0%	0,0%	53,4%
Indiferente	5,2%	7,6%	3,5%	10,0%	2,4%	5,6%	32,4%	5,2%
Negativa	22,0%	17,1%	11,0%	18,5%	20,9%	17,5%	34,1%	18,4%
Muy negativa	6,7%	8,8%	1,5%	6,3%	3,2%	7,1%	0,0%	5,4%
Ns/Nc	5,7%	6,6%	11,5%	6,4%	2,4%	11,6%	0,0%	7,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

En cuanto a la situación laboral, la tabla 4.3.3. indica que los grupos de población más satisfechos con la realización global del proyecto Calle 30 son los jubilados y pensionistas (72,5%) y los estudiantes (71,1%), que mayoritariamente valoren la reforma como positiva o muy positiva.



## **5. Valoración de los Servicios Municipales**

**Servicios de Limpieza y Recogida de Basura**

**pág. 105**

**pág. 105**

**Servicio de Bomberos**

**pág. 108**

**Servicio de Policía Municipal**

**pág. 109**

**SAMUR**

**pág. 113**

**SAMUR Social**

**pág. 115**

**Servicio 010 Línea Madrid**

**pág. 121**

**Servicio de Agentes de Movilidad**

**pág. 124**

**Agencia Municipal de Alquiler**

**pág. 129**







Desde el Instituto Municipal de Consumo del Área de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana, se ha consultado en este último sondeo de 2006 sobre los distintos servicios municipales que desde el Ayuntamiento de Madrid se ponen a disposición de los ciudadanos para garantizar la limpieza y el orden en la ciudad; la atención necesaria ante situaciones de emergencia; el acceso de los madrileños a la información municipal que necesiten y a la vivienda. Todo ello con el fin de mejorar la convivencia en la capital y garantizar la cobertura de servicios que toda gran ciudad necesita para su funcionamiento diario.

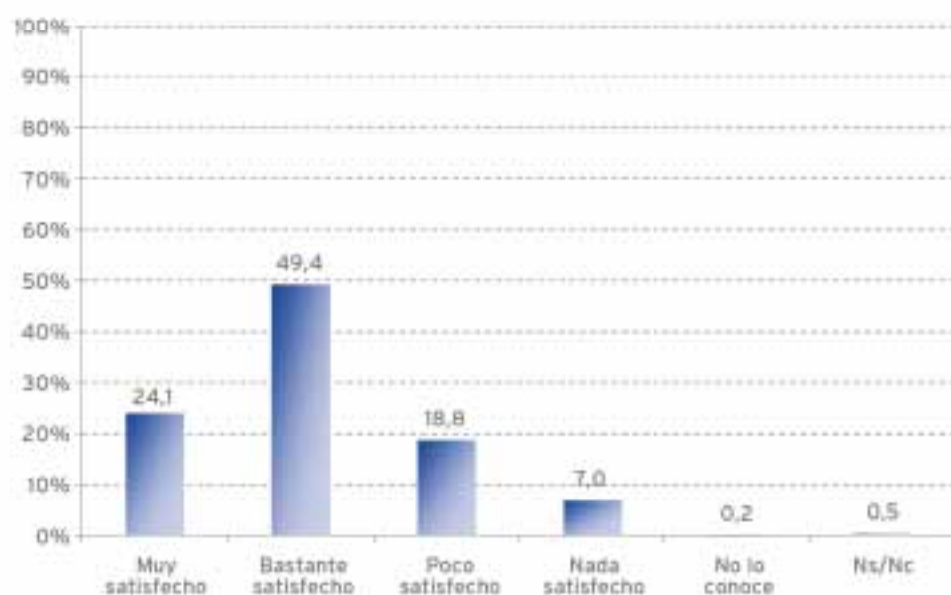
Los servicios que se han estudiado son el Servicio de Limpieza y Recogida de Basura, los Bomberos, la Policía Municipal, el SAMUR, el SAMUR Social, el Teléfono 010 Línea Madrid, los Agentes de Movilidad y la Agencia Municipal de Alquiler.

## 5.1. Servicios de Limpieza y Recogida de Basura

Los madrileños se muestran satisfechos con los servicios municipales de limpieza y recogida de basuras. Así, el gráfico 5.1.1. refleja cómo el 73,5% de los ciudadanos afirma que está muy o bastante satisfecho con ellos, frente al 25,8% que se declara poco o nada satisfecho.

GRÁFICO 5.1.1.

### SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA Y RECOGIDA DE BASURA



Los ciudadanos satisfechos con los servicios de limpieza y recogida de basura representan el 73,5% del total de la población de la ciudad.

Base = 1.178.

En la tabla 5.1.1. se recoge la desagregación de las respuestas en función del sexo y se aprecia que los hombres apuntan en mayor medida que las mujeres que están bastante satisfechos con los servicios de limpieza y recogida de basura (53,2% frente al 45,9% de las mujeres).

Por su parte, las mujeres se muestran más críticas y así, el 21,1% afirma que está poco satisfecha con estos servicios municipales, frente al 16,1% de los hombres que da esta misma valoración. (Tabla 5.1.1.).

TABLA 5.1.  
SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA Y RECOGIDA  
DE BASURA SEGÚN SEXO

Satisfacción con los servicios de limpieza y recogida de basura	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Muy satisfecho	24,1%	24,2%	24,1%
Bastante satisfecho	53,2%	45,9%	49,4%
Poco satisfecho	16,1%	21,1%	18,8%
Nada satisfecho	6,2%	7,8%	7,0%
No lo conoce	0,2%	0,2%	0,2%
Ns/Nc	0,2%	0,8%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

TABLA 5.1.2.  
SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA Y RECOGIDA  
DE BASURA SEGÚN EDAD

Satisfacción con los servicios de limpieza y recogida de basura	Edad				
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	Total
Muy satisfecho	32,0%	22,6%	17,1%	25,9%	24,1%
Bastante satisfecho	54,3%	47,6%	46,8%	49,2%	49,4%
Poco satisfecho	10,7%	21,3%	25,2%	16,8%	18,8%
Nada satisfecho	2,6%	7,6%	10,9%	6,5%	7,0%
No lo conoce	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%
Ns/Nc	0,4%	0,9%	0,0%	0,8%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Desde el punto de vista de la edad de los encuestados, los más satisfechos con la limpieza y recogida de basura son los jóvenes de 16 a 29 años, que en un 86,3% se manifiesta muy o bastante satisfecho y los menos conformes con este servicio son los ciudadanos con edades entre 45 y 64 años, entre los que el 36,1% afirma estar poco o nada satisfecho con estos servicios (tabla 5.1.2.).

Atendiendo a la zona de residencia se observan también diferencias a la hora de valorar los servicios de limpieza y recogida de basura prestados desde el Ayuntamiento. De este modo, el 78,9% de los residentes en la zona norte de la ciudad y el 77,9% de los domiciliados en la zona centro indican estar muy o bastante satisfechos con estos servicios, mientras que en la zona sur destaca el porcentaje de insatisfechos: el 33,5% afirma estar poco o nada satisfecho frente al 25,8% del total.

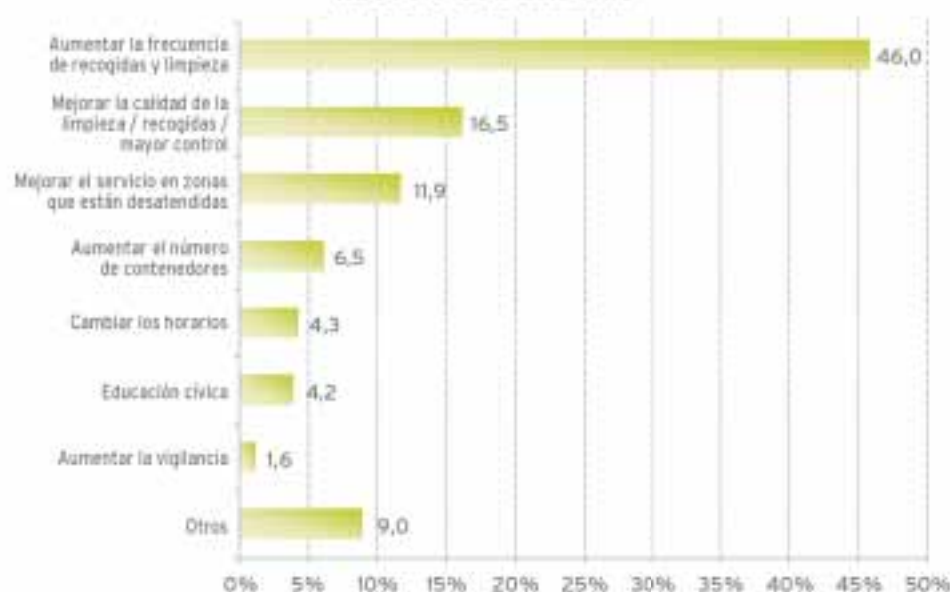
**TABLA 5.1.3.**  
**SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA Y RECOGIDA**  
**DE BASURA SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA**

Satisfacción con los servicios de limpieza y recogida de basura	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Muy satisfecho	14,9%	29,6%	28,7%	20,9%	25,1%	24,1%
Bastante satisfecho	50,6%	48,3%	45,9%	58,0%	47,7%	49,4%
Poco satisfecho	25,7%	12,6%	19,2%	16,6%	20,0%	18,8%
Nada satisfecho	7,8%	8,9%	5,1%	4,5%	7,2%	7,0%
No lo conoce	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Ns/Nc	0,3%	0,6%	1,1%	0,0%	0,0%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	301	322	273	136	146	1178

A los ciudadanos que afirman encontrarse poco o nada satisfechos con los servicios de limpieza y recogida de basura prestado en Madrid, se les ha preguntado qué aspectos consideran que deberían mejorar y la respuesta mayoritaria ha sido aumentar la frecuencia de las recogidas y limpieza (46,0%). (Gráfico 5.1.2.).

*(Sólo para los que han respondido que están poco o nada satisfechos con el servicio. Base = 308)*

**GRÁFICO 5.1.2.**  
**ASPECTOS QUE MEJORARÍA DE LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA Y**  
**RECOGIDA DE BASURA**



Base = 308.

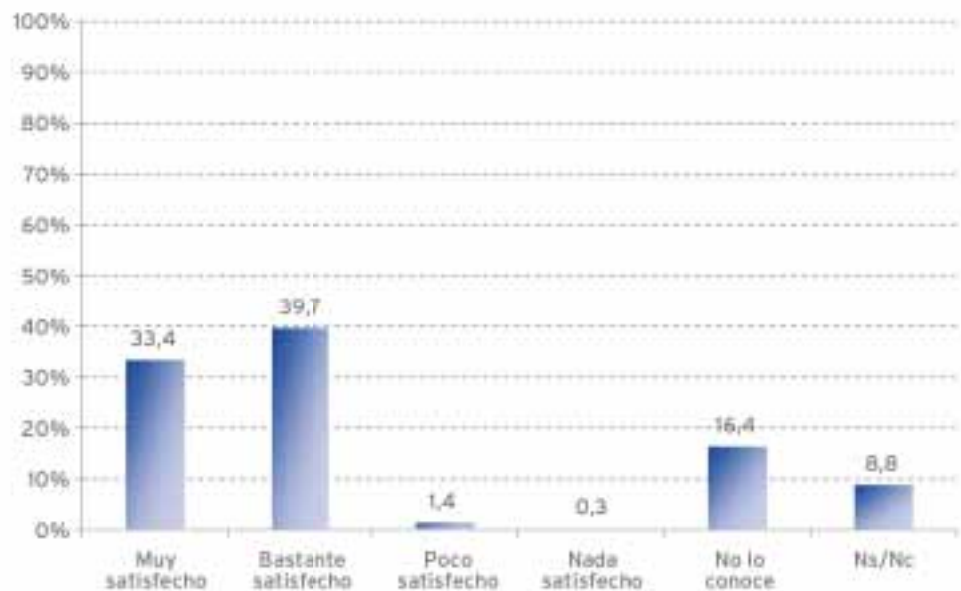
## 5. Valoración de los Servicios Municipales

En segundo lugar, se apunta que debería mejorar la calidad del servicio de limpieza y recogidas prestado o debería tener mayor control o supervisión del trabajo (16,5%). Y, en menor medida, se alude a la mejora del servicio en determinadas zonas de la ciudad que consideran insuficientemente atendidas (11,9%), aumentar el número de contenedores (6,5%) o cambiar los horarios en los que se prestan los servicios (4,3%).

### 5.2. Servicio de Bomberos

El servicio de Bomberos de la ciudad es uno de los mejor valorados, dado que como muestra el gráfico 5.2.1., sólo el 1,7% de los ciudadanos se declara insatisfecho con el mismo.

GRÁFICO 5.2.1.  
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE BOMBEROS



Base = 1.178.

El 73,1% de los madrileños afirma estar muy o bastante satisfecho con el servicio, aunque el 16,4% mantiene que no lo conoce para poder valorarlo.

En la segmentación de los datos por sexo (tabla 5.2.1.) se observa que los hombres son quienes en mayor medida se declaran satisfechos con el servicio municipal de Bomberos (75,6% frente al 70,9% de las mujeres), al tiempo que entre las mujeres un mayor porcentaje afirma no conocer este servicio (18,9%).

La práctica totalidad de los ciudadanos que conoce el servicio de Bomberos se muestra satisfecho con él.

**TABLA 5.2.1.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE BOMBEROS SEGÚN SEXO**

Satisfacción con el servicio de Bomberos	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Muy satisfecho	34,6%	32,3%	33,4%
Bastante satisfecho	41,0%	38,6%	39,7%
Poco satisfecho	0,9%	1,9%	1,4%
Nada satisfecho	0,2%	0,5%	0,3%
No lo conoce	13,5%	18,9%	16,4%
Ns/Nc	9,8%	7,8%	8,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

Los ciudadanos más jóvenes son los que mejor valoran el servicio de Bomberos (el 78,3% se declara muy o bastante satisfecho), mientras que a medida que aumenta la edad de los ciudadanos se incrementa la proporción de aquellos que no indican su grado de satisfacción por desconocimiento del servicio prestado por estos profesionales (tabla 5.2.2.).

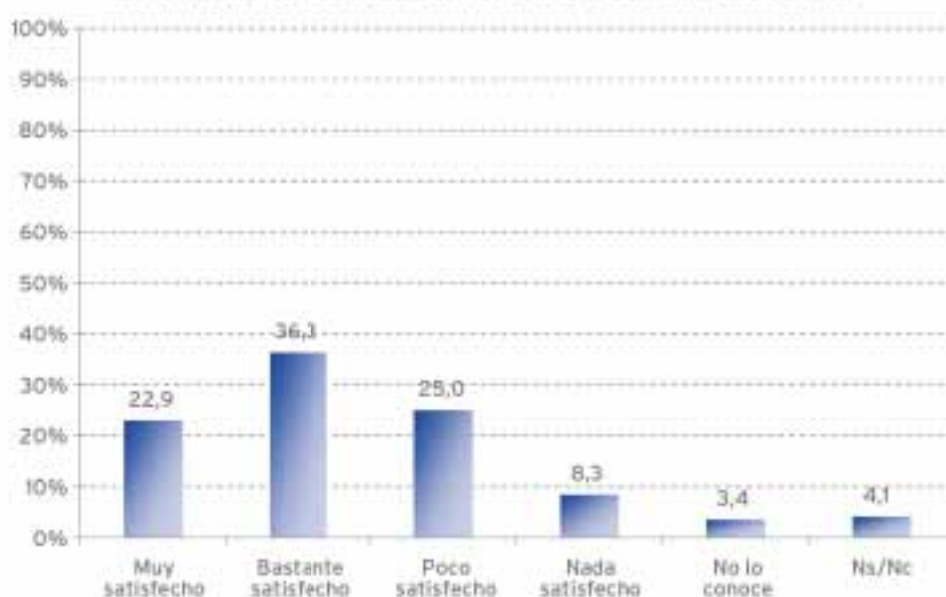
**TABLA 5.2.2.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE BOMBEROS SEGÚN EDAD**

Satisfacción con el servicio de Bomberos	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy satisfecho	36,3%	31,2%	33,4%	33,1%	33,4%
Bastante satisfecho	42,0%	41,2%	40,3%	34,2%	39,7%
Poco satisfecho	1,8%	1,8%	1,6%	0,4%	1,4%
Nada satisfecho	0,4%	0,6%	0,3%	0,0%	0,3%
No lo conoce	13,1%	15,1%	17,0%	21,0%	16,4%
Ns/Nc	6,4%	10,1%	7,4%	11,3%	8,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

### 5.3. Servicio de Policía Municipal

La Policía Municipal es un servicio con el que seis de cada diez madrileños se encuentran satisfechos (59,2%) frente al 33,3% de insatisfechos con las labores prestadas por este cuerpo de seguridad.

GRÁFICO 5.3.1.  
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE POLICÍA MUNICIPAL



Base = 1,178.

El 3,4% de los encuestados afirma que no conocen suficientemente este servicio para valorar su grado de satisfacción con él.

La Policía Municipal es un servicio con el que las mujeres manifiestan mayor grado de satisfacción que los hombres. En la tabla 5.3.1. se aprecia que el 62,4% de las mujeres se declara muy o bastante satisfechas con esta labor, frente al 55,4% de los hombres que manifiestan esta misma opinión.

TABLA 5.3.1.  
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE POLICÍA MUNICIPAL SEGÚN SEXO

Satisfacción con el servicio de Policía Municipal	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Muy satisfecho	19,9%	25,5%	22,9%
Bastante satisfecho	35,5%	36,9%	36,3%
Poco satisfecho	28,5%	22,1%	25,0%
Nada satisfecho	11,0%	5,9%	8,3%
No lo conoce	1,5%	5,0%	3,4%
Ns/Nc	3,6%	4,6%	4,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

En cuanto a la edad de los madrileños, como recoge la tabla 5.3.2., el grupo de población más conforme con el trabajo de la Policía Municipal es el de los mayores de 64 años (el 66,5% está muy o bastante satisfecho con el servicio), y los grupos menos conformes con la actuación de este cuerpo de seguridad son los ciudadanos de 16 a 29 años y los que tienen entre 45 y 64 años (el 39,8% y el 38,3% se declara poco o nada satisfecho).

**TABLA 5.3.2.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE POLICÍA MUNICIPAL SEGÚN EDAD**

Satisfacción con el servicio de Policía Municipal	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy satisfecho	20,4%	23,7%	19,3%	28,8%	22,9%
Bastante satisfecho	35,0%	37,9%	34,7%	37,7%	36,3%
Poco satisfecho	31,2%	23,0%	26,7%	18,9%	25,0%
Nada satisfecho	8,6%	8,1%	11,6%	4,3%	8,3%
No lo conoce	2,2%	2,6%	4,0%	4,9%	3,4%
Ns/Nc	2,6%	4,7%	3,7%	5,4%	4,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Entre los hogares con menor nivel de ingresos anuales es mayor la proporción de ciudadanos satisfechos con el servicio que presta la Policía Municipal (71,1%), mientras que los pertenecientes a hogares con rentas entre 42.000 y 54.000 euros anuales y más de 54.000 euros anuales son los que principalmente se manifiestan insatisfechos con este servicio municipal (48,1% y 49,4%, respectivamente, frente al 33,3% del total). (Tabla 5.3.3.).

**TABLA 5.3.3.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE POLICÍA MUNICIPAL SEGÚN NIVEL DE INGRESOS DEL HOGAR**

Satisfacción con el servicio de Policía Municipal	Nivel de ingresos netos al año en su hogar						Total
	Menos de 12000 euros	Entre 12000 y 30000 euros	Entre 30000 y 42000 euros	Entre 42000 y 54000 euros	Más de 54000 euros	Ns/Nc	
Muy satisfecho	30,9%	18,9%	25,8%	18,5%	19,1%	22,5%	22,9%
Bastante satisfecho	40,2%	35,5%	39,1%	29,6%	29,4%	35,2%	36,3%
Poco satisfecho	15,0%	29,2%	18,6%	38,8%	27,8%	27,7%	25,0%
Nada satisfecho	6,0%	8,0%	8,8%	9,3%	21,8%	7,4%	8,3%
No lo conoce	4,4%	4,3%	3,3%	2,0%	0,0%	1,9%	3,4%
Ns/Nc	3,5%	4,1%	4,4%	1,8%	2,1%	5,3%	4,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	222	434	180	54	51	237	1178

TABLA 5.3.4.  
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE POLICÍA MUNICIPAL SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA

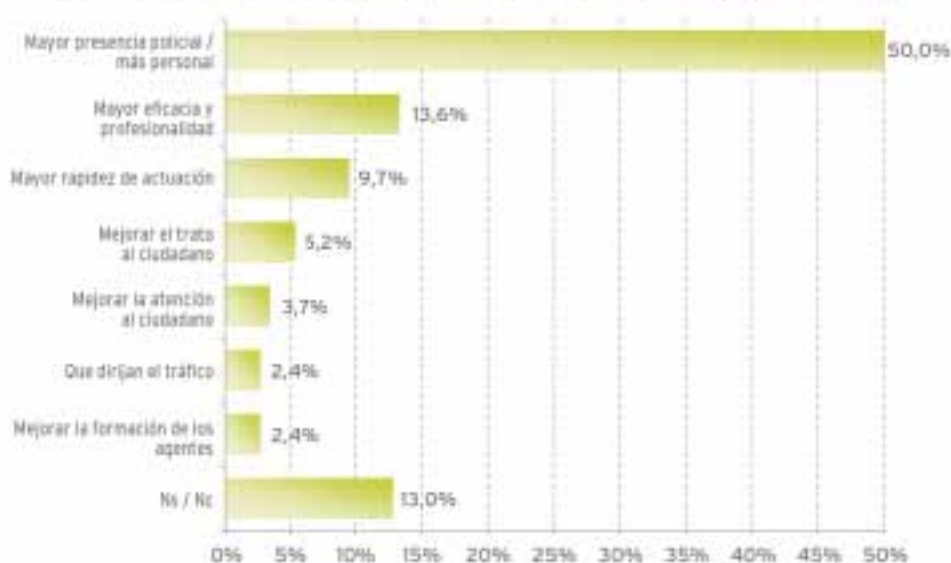
Satisfacción con el servicio de Policía Municipal	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Muy satisfecho	21,4%	25,7%	25,3%	19,8%	18,0%	22,9%
Bastante satisfecho	37,4%	32,1%	35,7%	46,6%	35,0%	36,3%
Poco satisfecho	23,8%	25,4%	22,3%	23,5%	33,6%	25,0%
Nada satisfecho	10,6%	8,8%	7,3%	5,1%	7,0%	8,3%
No lo conoce	3,2%	3,1%	4,3%	2,7%	3,2%	3,4%
Ns/Nc	3,6%	4,9%	5,1%	2,3%	3,2%	4,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	301	322	273	136	146	1178

La zona de residencia no parece tener mucha influencia en la opinión que los ciudadanos tienen del servicio prestado por la Policía Municipal. Únicamente los residentes en la zona oeste se muestran algo más críticos que el resto (40,6% de insatisfechos frente al 33,3% del total, como refleja la tabla 5.3.4.).

Entre los ciudadanos que se declaran poco o nada satisfechos con la actuación de la Policía Municipal, la mayoría desearía una mayor presencia de agentes en la ciudad (50,0%). (Gráfico 5.3.2.).

*(Sólo para los que han respondido que están poco o nada satisfechos con el servicio. Base = 390)*

GRÁFICO 5.3.2.  
ASPECTOS QUE MEJORARÍA DEL SERVICIO DE POLICÍA MUNICIPAL



Base = 390.

Los ciudadanos insatisfechos con el servicio de la Policía Municipal reclaman más efectivos y mayor presencia policial en la capital.

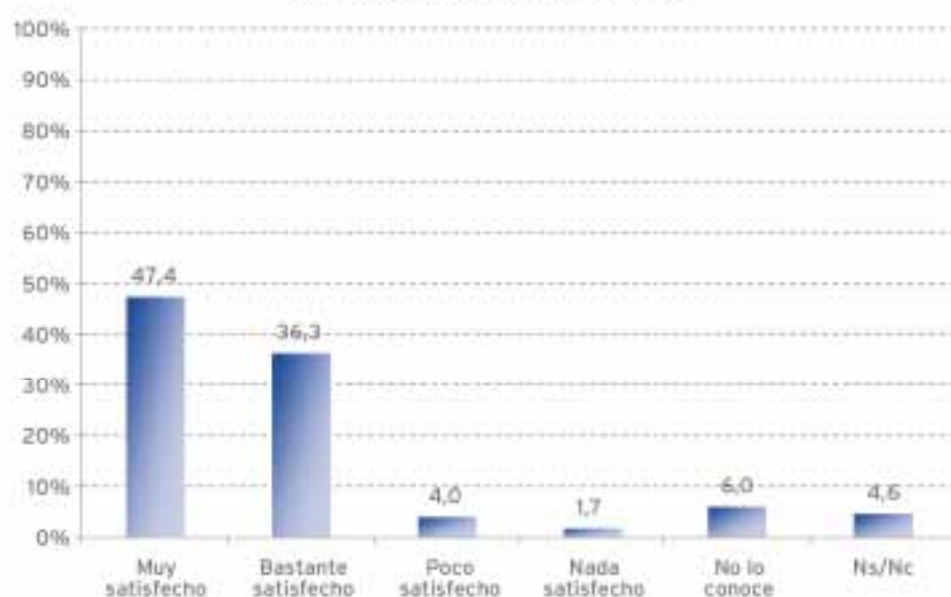


Los siguientes aspectos que los ciudadanos sugieren cambiar para mejorar este servicio son la eficacia y profesionalidad (13,6%), la rapidez de actuación (9,7%), y, en menor medida, mejorar el trato al ciudadano (5,2%) y mejorar la atención prestada al ciudadano (3,7%) o incluso sus funciones asignadas, ya que el 2,4% afirma que deberían encargarse de dirigir el tráfico.

## 5.4. SAMUR

Ocho de cada diez madrileños se encuentra muy o bastante satisfecho con el servicio que presta el SAMUR en la ciudad (83,7%).

GRÁFICO 5.4.1.  
SATISFACCIÓN CON EL SAMUR



Los madrileños están satisfechos con el servicio prestado por el SAMUR. El 83,7% se declara muy o bastante satisfecho.

Base = 1.178.

El 6,0% no valora este servicio porque afirma que lo desconoce, únicamente el 5,7% se encuentra poco o nada satisfecho con este servicio de atención sanitaria de urgencia.

Los más jóvenes se muestran más insatisfechos, como se aprecia en la tabla 5.4.1. Así, el 7,8% de los ciudadanos de 16 a 29 años afirma estar poco o nada satisfecho con este servicio, mientras que entre los madrileños con edades entre 45 y 64 años la proporción de satisfechos es de 87,4% (frente al 83,7% del total).

TABLA 5.4.1.  
SATISFACCIÓN CON EL SAMUR SEGÚN EDAD

Satisfacción con el servicios del SAMUR	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy satisfecho	42,1%	41,1%	52,4%	55,7%	47,4%
Bastante satisfecho	38,9%	40,9%	35,0%	29,0%	36,3%
Poco satisfecho	6,3%	4,1%	2,0%	3,8%	4,0%
Nada satisfecho	1,5%	2,3%	1,9%	0,7%	1,7%
No lo conoce	5,2%	6,9%	6,2%	5,4%	6,0%
Ns/Nc	6,0%	4,7%	2,5%	5,4%	4,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

TABLA 5.4.1.  
SATISFACCIÓN CON EL SAMUR SEGÚN NIVEL DE INGRESOS DEL HOGAR

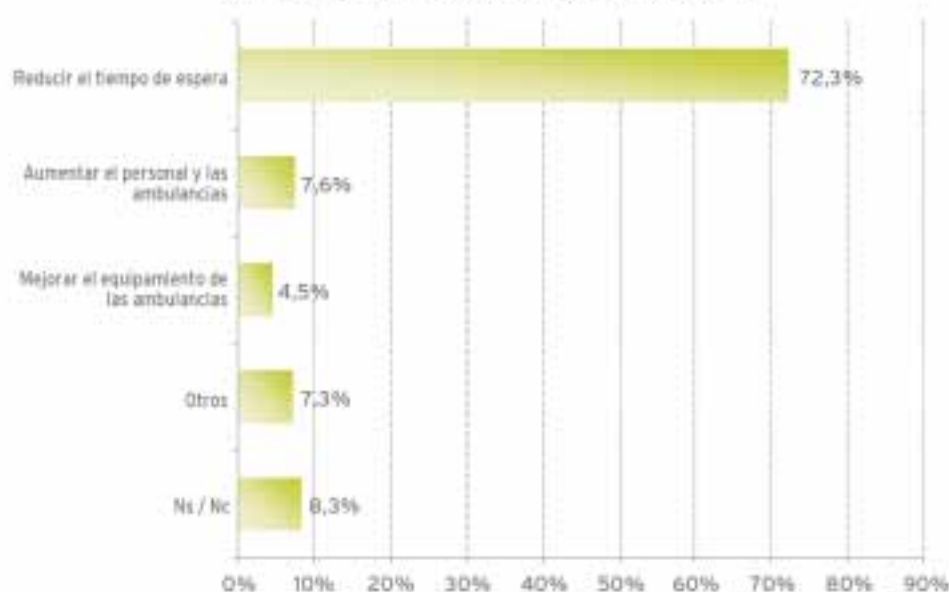
Satisfacción con el servicios del SAMUR	Nivel de ingresos netos al año en su hogar						Total
	Menos de 12000 euros	Entre 12000 y 30000 euros	Entre 30000 y 42000 euros	Entre 42000 y 54000 euros	Más de 54000 euros	Ns/Nc	
Muy satisfecho	48,8%	46,5%	46,7%	46,0%	42,7%	49,6%	47,4%
Bastante satisfecho	37,6%	35,7%	35,7%	35,1%	31,6%	38,2%	36,3%
Poco satisfecho	3,1%	4,1%	4,4%	3,7%	2,0%	4,8%	4,0%
Nada satisfecho	1,3%	2,3%	1,6%	1,9%	2,1%	0,8%	1,7%
No lo conoce	4,7%	6,3%	7,1%	11,4%	13,6%	2,9%	6,0%
Ns/Nc	4,5%	5,1%	4,5%	1,9%	8,0%	3,7%	4,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	222	434	180	54	51	237	1178

La mayor proporción de ciudadanos satisfechos con el servicio prestado por el SAMUR se localiza en los hogares con rentas inferiores a 12.000 euros anuales (86,4%), al tiempo que los hogares con mayor nivel de ingresos son los que principalmente indican que no conocen este servicio para poder valorar su satisfacción con el mismo (el 11,4% de los hogares con ingresos entre 42.000 y 54.000 euros y el 13,6% de los hogares que superan los 54.000 euros). (Tabla 5.4.1.).

Entre los ciudadanos insatisfechos con el servicio que se presta desde el SAMUR, la principal demanda es acortar el tiempo de espera hasta que llega el servicio (72,3%). (Gráfico 5.4.2.).

*(Sólo para los que han respondido que están poco o nada satisfechos con el servicio. Base = 67)*

GRÁFICO 5.4.2.  
ASPECTOS QUE MEJORARÍA DEL SAMUR



Base = 67.

Aumentar el personal y las ambulancias y mejorar el equipamiento de estos vehículos son otros aspectos que indican, aunque en menor medida, los madrileños insatisfechos para mejorar este servicio (7,6% y 4,5%, respectivamente).

## 5.5. SAMUR Social

El SAMUR Social es un servicio que interviene en situaciones de emergencia social, tanto colectivas como individuales, o de crisis familiar producidas en la vía pública, en domicilios particulares o cualquier otro lugar del municipio de Madrid.

Este servicio municipal es conocido por el 68,2% de los madrileños, aunque sólo el 19,9% conoce algún caso que haya sido atendido por estos profesionales. (Gráfico 5.5.1.).

GRÁFICO 5.5.1.  
CONOCIMIENTO DE ALGÚN CASO ATENDIDO POR EL SAMUR SOCIAL



Dos de cada diez encuestados conoce algún caso de ciudadanos atendidos por el SAMUR Social.

Base = 1.178.

Tres de cada diez madrileños encuestados no conocía la existencia de este servicio municipal (30,8%).

Como se observa en la tabla 5.5.1., existe una relación directa entre la edad y el conocimiento de casos atendidos por este servicio. De este modo, cuanto mayor es la edad de los ciudadanos, se incrementa el porcentaje de aquellos que conocen casos que han sido atendidos por el SAMUR Social. También son los mayores de 64 años quienes más afirman desconocer la existencia de este servicio municipal (38,2%).

TABLA 5.5.1.  
CONOCIMIENTO DE ALGÚN CASO ATENDIDO POR EL SAMUR SOCIAL SEGÚN EDAD

Conoce a alguna persona que haya utilizado el servicio municipal SAMUR Social	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
SÍ, conoce algún caso	14,9%	18,6%	21,8%	24,8%	19,9%
No conoce ningún caso	50,2%	52,4%	52,2%	36,2%	48,3%
No conocía la existencia de este servicio	34,9%	26,4%	25,7%	38,2%	30,8%
Ns/Nc	0,0%	2,6%	0,3%	0,8%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

**TABLA 5.5.2.**  
**CONOCIMIENTO DE ALGÚN CASO ATENDIDO POR EL SAMUR SOCIAL**  
**SEGÚN TIPO DE HOGAR**

Conoce a alguna persona que haya utilizado el servicio municipal SAMUR Social	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Sí, conoce algún caso	22,7%	22,6%	17,0%	27,0%	23,0%	0,0%	19,9%
No conoce ningún caso	43,6%	48,3%	51,9%	39,8%	35,9%	20,1%	48,3%
No conocía la existencia de este servicio	31,4%	28,7%	30,1%	33,2%	39,2%	79,9%	30,8%
Ns/Nc	2,3%	0,4%	1,0%	0,0%	1,9%	0,0%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	177	266	609	68	53	5*	1178

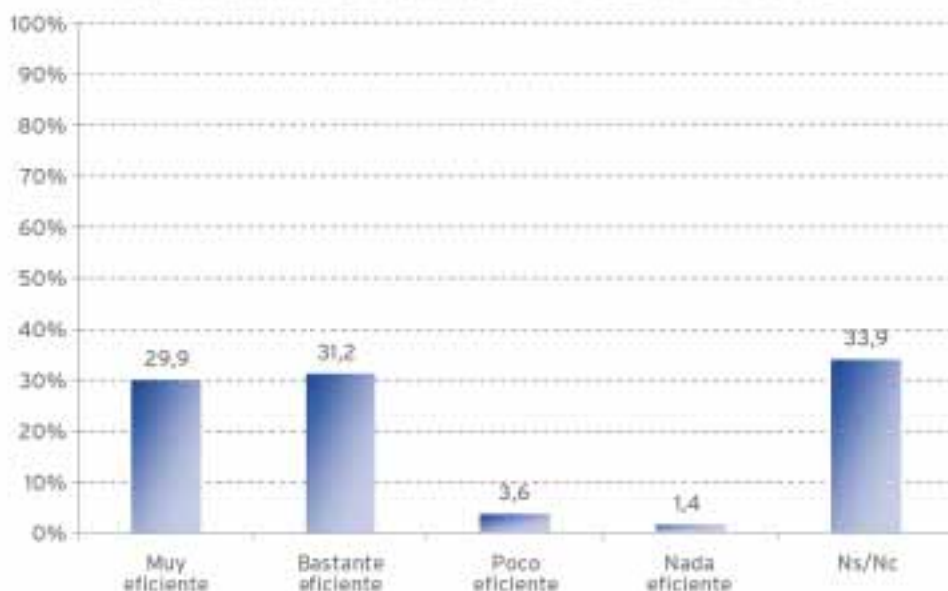
Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Respecto al tipo de hogar, los ciudadanos que pertenecen a un hogar formado por un adulto con hijos son los que fundamentalmente conocen algún caso atendido por el SAMUR Social (27,7%), mientras que los encuestados que residen en otro tipo de hogar (en su mayoría pisos compartidos) son los que en mayor medida desconocen este servicio (39,2%).

Se ha solicitado la valoración del funcionamiento de este servicio entre los ciudadanos que lo conocen. Según este criterio, en el gráfico 5.5.2. En él se aprecia que la mayoría de las respuestas son positivas, dado que el 61,1% de los ciudadanos que saben de la existencia del SAMUR Social afirma que su funcionamiento es muy o bastante eficiente.

(Sólo para los que conocen el servicio SAMUR Social. Base = 803)

GRÁFICO 5.5.2.  
VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SAMUR SOCIAL



Base = 803.

La elevada tasa registrada de no respuesta (33,9%) se explica porque algunos ciudadanos saben de la existencia de este servicio, pero desconocen su funcionamiento y alcance de sus prestaciones para poder valorar su eficiencia.

Las mujeres estiman el servicio SAMUR Social de forma más positiva que los hombres (el 64,0% considera que funciona de forma muy o bastante eficiente, frente al 58,2% de los hombres con esta opinión). (Tabla 5.5.3.).

TABLA 5.5.3.  
VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SAMUR SOCIAL SEGÚN SEXO

Valoración del funcionamiento del SAMUR Social	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Muy eficiente	27,6%	32,1%	29,9%
Bastante eficiente	30,6%	31,9%	31,2%
Poco eficiente	4,2%	3,0%	3,6%
Nada eficiente	1,3%	1,4%	1,4%
Ns/Nc	36,3%	31,6%	33,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	375	428	803

**TABLA 5.5.4.**  
**VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SAMUR SOCIAL SEGÚN EDAD**

Valoración del funcionamiento del SAMUR Social	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy eficiente	19,0%	27,6%	30,0%	46,3%	29,9%
Bastante eficiente	42,5%	27,6%	31,1%	23,8%	31,2%
Poco eficiente	4,0%	4,6%	3,4%	1,9%	3,6%
Nada eficiente	0,0%	2,1%	2,2%	0,6%	1,4%
Ns/Nc	34,5%	38,1%	33,3%	27,4%	33,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	174	239	231	159	803

Como se muestra en la tabla 5.5.4., el 70,1% de los mayores de 65 años califican el funcionamiento de este servicio como muy o bastante eficaz (frente al 61,1% del total), siendo así el grupo poblacional que mejor valora el servicio.

Los madrileños que mejor valoran la eficacia del SAMUR Social son los jubilados o pensionistas, entre los que el 71,5% lo califica de muy o bastante eficiente.

**TABLA 5.5.5.**  
**VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SAMUR SOCIAL SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Valoración del funcionamiento del SAMUR Social	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Muy eficiente	25,5%	30,1%	46,0%	27,3%	16,8%	30,5%	67,6%	29,9%
Bastante eficiente	31,9%	30,2%	25,5%	41,4%	49,2%	26,6%	0,0%	31,2%
Poco eficiente	4,1%	4,2%	1,2%	2,1%	5,2%	5,6%	0,0%	3,6%
Nada eficiente	1,1%	2,8%	1,2%	4,2%	0,0%	1,4%	0,0%	1,4%
Ns/Nc	37,4%	32,7%	26,1%	25,0%	37,8%	35,9%	32,4%	33,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	359	76	167	49	76	73	3*	803

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Por otra parte, atendiendo a la desagregación por tipo de hogar que se muestra en la tabla 5.5.6., las personas que viven solas son las que principalmente califican de muy o bastante eficiente el funcionamiento del SAMUR Social (67,0%).

TABLA 5.5.6.  
VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL SAMUR SOCIAL SEGÚN TIPO DE HOGAR

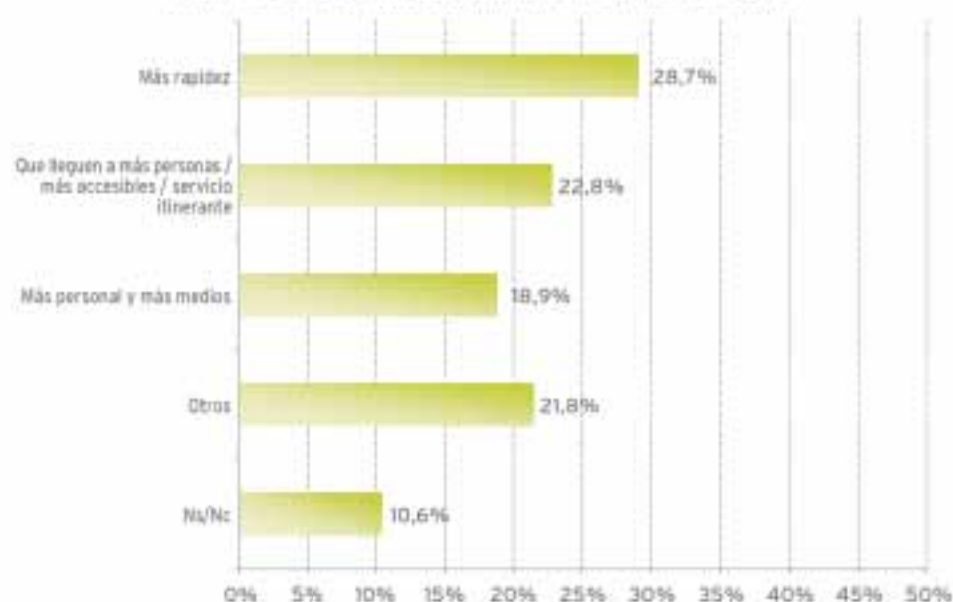
Valoración del funcionamiento del SAMUR Social	Tipo de hogar						Total
	Persona sola	Pareja sin hijos	Pareja con hijos	Adulto con hijos	Otro tipo de hogar	Ns/Nc	
Muy eficiente	43,6%	30,8%	25,9%	30,2%	28,6%	0,0%	29,9%
Bastante eficiente	23,4%	31,9%	33,4%	26,0%	35,7%	0,0%	31,2%
Poco eficiente	1,7%	3,9%	4,2%	4,2%	0,0%	0,0%	3,6%
Nada eficiente	1,7%	1,7%	0,9%	2,1%	3,2%	0,0%	1,4%
Ns/Nc	29,6%	31,7%	35,6%	37,5%	32,5%	100,0%	33,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	117	188	420	46	31	1*	803

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Entre las personas que valoran el funcionamiento del servicio como poco o nada eficiente, los aspectos sobre los que proponen que se incida, para mejorar este servicio de atención a las emergencias sociales, son la rapidez en la atención, la accesibilidad y el aumento del personal y medios con los que cuenta el servicio SAMUR Social (28,7%, 22,8% y 18,9%, respectivamente).

*(Sólo para los que han valorado el servicio como poco o nada eficiente. Base = 38)*

GRÁFICO 5.5.3.  
ASPECTOS QUE MEJORARÍA DEL SAMUR SOCIAL



Base = 38.

Nota: pregunta con opción de respuesta múltiple. Una persona puede dar más de una respuesta.



## 5.6. Servicio 010 Línea Madrid

El teléfono de información municipal 010 Línea Madrid es un servicio que conocen el 66,5% de los madrileños, entre los que el 40,1% afirma que ha utilizado en alguna ocasión, como queda reflejado en el gráfico 5.6.1.

GRÁFICO 5.6.1.  
UTILIZACIÓN DEL SERVICIO 010 LÍNEA MADRID



Cuatro de cada diez madrileños ha llamado alguna vez al número 010 Línea Madrid (40,1%).

Base = 1.178.

TABLA 5.6.1.  
UTILIZACIÓN DEL SERVICIO 010 LÍNEA MADRID SEGÚN EDAD

Utilización del teléfono 010 Línea Madrid	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Sí, ha llamado alguna vez	25,3%	51,9%	49,0%	30,2%	40,1%
No ha llamado nunca pero lo conoce	22,0%	24,2%	29,2%	30,7%	26,4%
No ha llamado y no la conoce	52,7%	23,9%	21,8%	39,1%	33,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En función de la edad de los ciudadanos (tabla 5.6.1.), los grupos de población que principalmente han utilizado el servicio de información 010 Línea Madrid son aquellos con edades comprendidas entre los 30 y 44 años (51,9%) y entre los 45 y 64 años (49,0%).

Por el contrario, los más jóvenes y los de mayor edad son quienes afirman en mayor medida que no conocen este servicio. (Tabla 5.6.1.).

Considerando el nivel de estudios, como queda reflejado en la tabla 5.6.2., entre la utilización del servicio y el nivel formativo se establece una relación directa, de forma que el 48,0% de los madrileños con estudios superiores

conoce este servicio de información y lo ha utilizado alguna vez. Mientras, los grupos de población con menor nivel de estudios son los que principalmente indican que desconocen el servicio 010 Línea Madrid.

**TABLA 5.6.2.**  
**UTILIZACIÓN DEL SERVICIO 010 LÍNEA MADRID SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS**

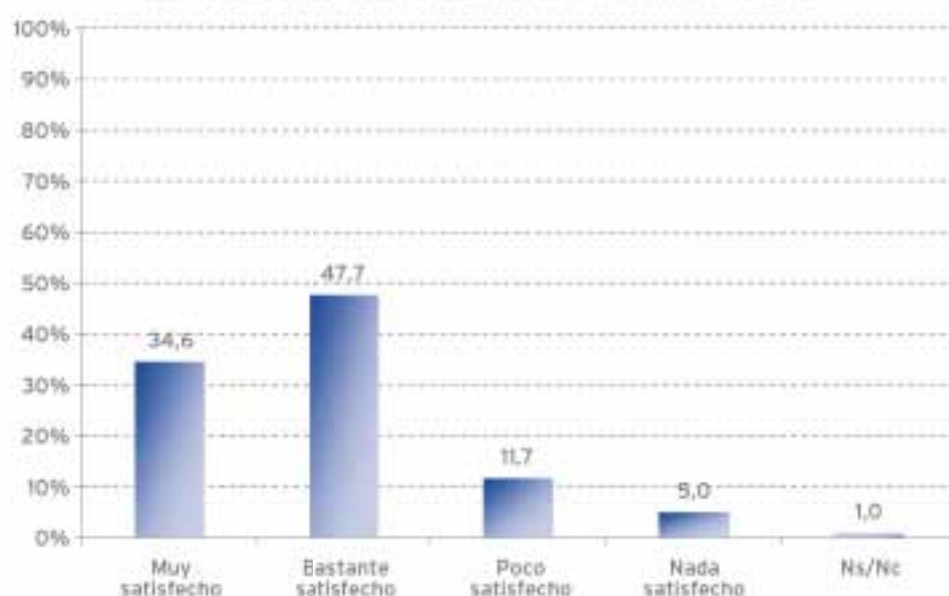
Utilización del teléfono 010 Línea Madrid	Nivel de estudios terminados						Total
	Inferior a educación primaria	Educación primaria	Educación secundaria obligatoria	Educación post-obligatoria	Educación superior	Ns/Nc	
Si, ha llamado alguna vez	25,2%	28,0%	34,3%	40,8%	48,0%	77,0%	40,1%
No ha llamado nunca pero lo conoce	25,2%	34,6%	27,9%	22,8%	27,0%	11,6%	26,4%
No ha llamado y no la conoce	49,6%	37,2%	37,8%	36,4%	25,0%	11,4%	33,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	96	113	203	346	411	9*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Entre los ciudadanos que han utilizado el servicio (40,1%), más de ocho de cada diez se encuentra satisfecho con el mismo. Así, en el gráfico 5.6.2. se muestra cómo el 82,3% declara estar muy o bastante satisfecho con el servicio 010 Línea Madrid.

*(Sólo para los que han utilizado el servicio 010 Línea Madrid. Base = 474)*

**GRÁFICO 5.6.2.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO 010 LÍNEA MADRID**



Base = 474.

En la tabla 5.6.3. se relaciona la desagregación de las respuestas en función de la edad y en ella se aprecia que los más satisfechos con la línea de información municipal son los mayores de 64 años (86,1% frente al 82,3% del total).

De otro modo, quienes muestran menor satisfacción son los madrileños con edades comprendidas entre los 45 y los 64 años (18,4% frente al 16,7% del total). (Tabla 5.6.3.).

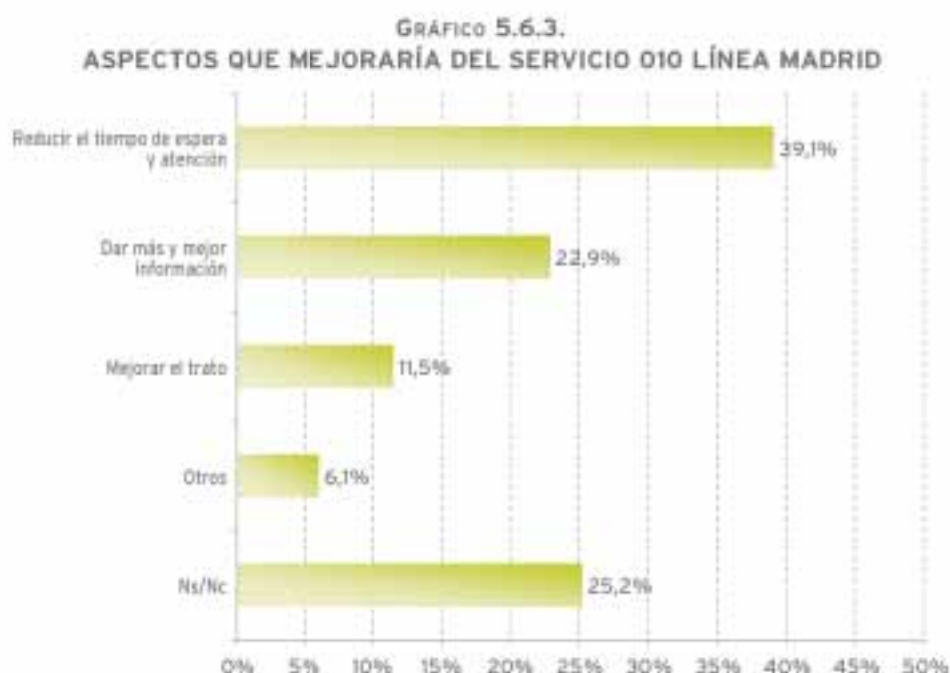
**TABLA 5.6.3.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO 010 LÍNEA MADRID SEGÚN EDAD**

Satisfacción 010 Línea Madrid	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy satisfecho	36,6%	34,8%	32,9%	35,8%	34,6%
Bastante satisfecho	47,4%	47,7%	46,1%	50,3%	47,7%
Poco satisfecho	13,0%	13,0%	10,3%	10,3%	11,7%
Nada satisfecho	3,0%	3,9%	8,1%	3,6%	5,0%
Ns/Nc	0,0%	0,6%	2,6%	0,0%	1,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	68	175	153	78	474

Entre los insatisfechos con el servicio 010 Línea Madrid, el 39,1% sugiere que se reduzca el tiempo de espera hasta ser atendido y que faciliten la información con más rapidez (Gráfico 5.6.3.).

También en el gráfico 5.6.3. se observa que para el 22,9% sería importante que se proporcionara más y mejor información, mientras que el 11,5% indica que debería mejorar el trato del personal que atiende la línea.

(Sólo para los que se declaran poco o nada satisfechos con el servicio.  
Base = 79)



Base = 79.

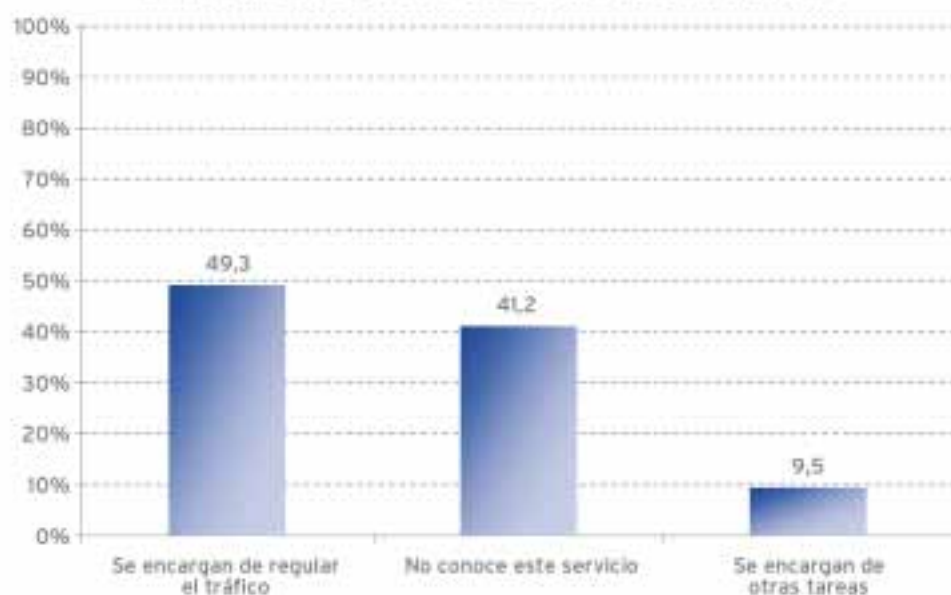
Nota: pregunta con opción de respuesta múltiple. Una persona puede dar más de una respuesta.

Es importante destacar que el 25,2% de los ciudadanos insatisfechos con el servicio telefónico municipal no menciona qué aspecto se podría mejorar.

### 5.7. Servicio de Agentes de Movilidad

El 58,8% de los ciudadanos de Madrid afirma conocer el Servicio de Agentes de Movilidad, mientras que el 41,2% no sabe de la existencia de este servicio municipal subordinado al Cuerpo de Policía Municipal (Gráfico 5.7.1.).

**GRÁFICO 5.7.1.**  
**FINALIDAD DEL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD**



La mitad de los ciudadanos conocen la finalidad del servicio que prestan los Agentes de Movilidad de Madrid.

Base = 1.178.

Los hombres, como recoge la tabla 5.7.1. conocen en mayor medida la finalidad del servicio prestado por los Agentes de Movilidad (62,3% frente al 38,1% de las mujeres), mientras que entre las mujeres es mayor la proporción de las que indican desconocer este servicio (54,3% frente al 26,1% de los hombres que lo desconocen).

**TABLA 5.7.1.**  
**FINALIDAD DEL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD SEGÚN SEXO**

Finalidad del servicio de Agentes de Movilidad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Se encargan de regular el tráfico	62,3%	38,1%	49,3%
Se encargan de otras tareas	11,6%	7,6%	9,5%
No conoce este servicio	26,1%	54,3%	41,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

La tabla 5.7.2. permite comprobar cómo los ciudadanos más jóvenes son quienes fundamentalmente señalan conocer las funciones de regulación del tráfico de los Agentes de Movilidad, y así lo apunta el 61,3% de los madrileños entre 16 y 29 años y el 59,1% de aquellos entre 30 y 44 años.

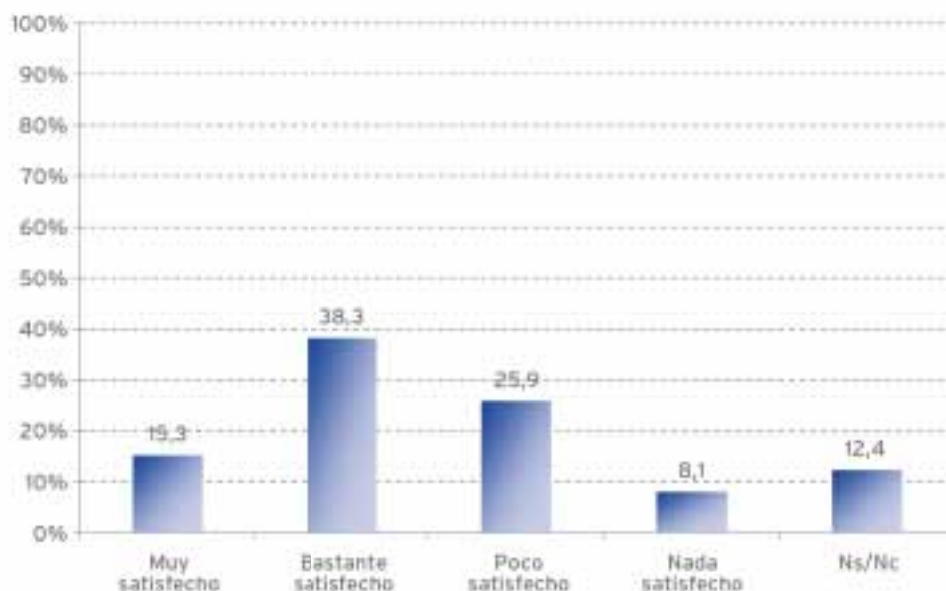
TABLA 5.7.2.  
FINALIDAD DEL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD SEGÚN EDAD

Finalidad del servicio de Agentes de Movilidad	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Se encargan de regular el tráfico	61,3%	59,1%	49,5%	22,7%	49,3%
Se encargan de otras tareas	8,6%	10,0%	10,2%	8,9%	9,5%
No conoce este servicio	30,1%	30,9%	40,3%	68,4%	41,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

Entre los que sí conocen el trabajo prestado por los Agentes de Movilidad, el 53,6% se declara satisfecho con él, frente al 34,0% que afirma que se encuentra poco o nada satisfecho con este servicio municipal. (Gráfico 5.7.2.).

*(Sólo para los que conocen el servicio de Agentes de Movilidad.  
Base = 682)*

GRÁFICO 5.7.2.  
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD



Base = 682.

**TABLA 5.7.3.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD**  
**SEGÚN SEXO**

Satisfacción con el servicio de Agentes de Movilidad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Muy satisfecho	12,6%	19,0%	15,3%
Bastante satisfecho	36,2%	41,5%	38,3%
Poco satisfecho	30,5%	19,4%	25,9%
Nada satisfecho	8,4%	7,5%	8,1%
Ns/Nc	12,3%	12,6%	12,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	388	294	682

Como puede verse en la tabla 5.7.3., las mujeres se manifiestan más satisfechas que los hombres con el servicio que cumplen los Agentes de Movilidad (el 60,5% se declara muy o bastante satisfecha frente al 48,8% de los hombres que opina lo mismo).

**TABLA 5.7.4.**  
**SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD**  
**SEGÚN EDAD**

Satisfacción con el servicio de Agentes de Movilidad	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Muy satisfecho	12,2%	16,3%	15,3%	19,7%	15,3%
Bastante satisfecho	40,0%	35,5%	39,3%	40,8%	38,3%
Poco satisfecho	31,2%	26,6%	24,1%	14,7%	25,9%
Nada satisfecho	10,1%	7,8%	8,7%	2,5%	8,1%
Ns/Nc	6,5%	13,8%	12,6%	22,3%	12,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	186	231	184	81	682

En cuanto a la segmentación por edad recogida en la tabla 5.7.4., se observa mayor satisfacción con los Agentes de Movilidad entre los ciudadanos mayores de 64 años (60,5%). Y los jóvenes de 16 a 29 años son el grupo de ciudadanos que se muestra más insatisfecho con este servicio de regulación del tráfico en la ciudad (el 41,3% afirma estar poco o nada satisfecho).

TABLA 5.7.5.  
SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD  
SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA

Satisfacción con el servicio de Agentes de Movilidad	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Muy satisfecho	19,5%	15,9%	14,4%	10,9%	11,5%	15,3%
Bastante satisfecho	38,8%	36,4%	39,1%	42,7%	37,0%	38,3%
Poco satisfecho	25,0%	26,9%	21,4%	29,4%	30,3%	25,9%
Nada satisfecho	3,8%	9,7%	12,5%	4,2%	6,9%	8,1%
Ns/Nc	12,9%	11,1%	12,6%	12,8%	14,3%	12,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	159	206	159	71	87	682

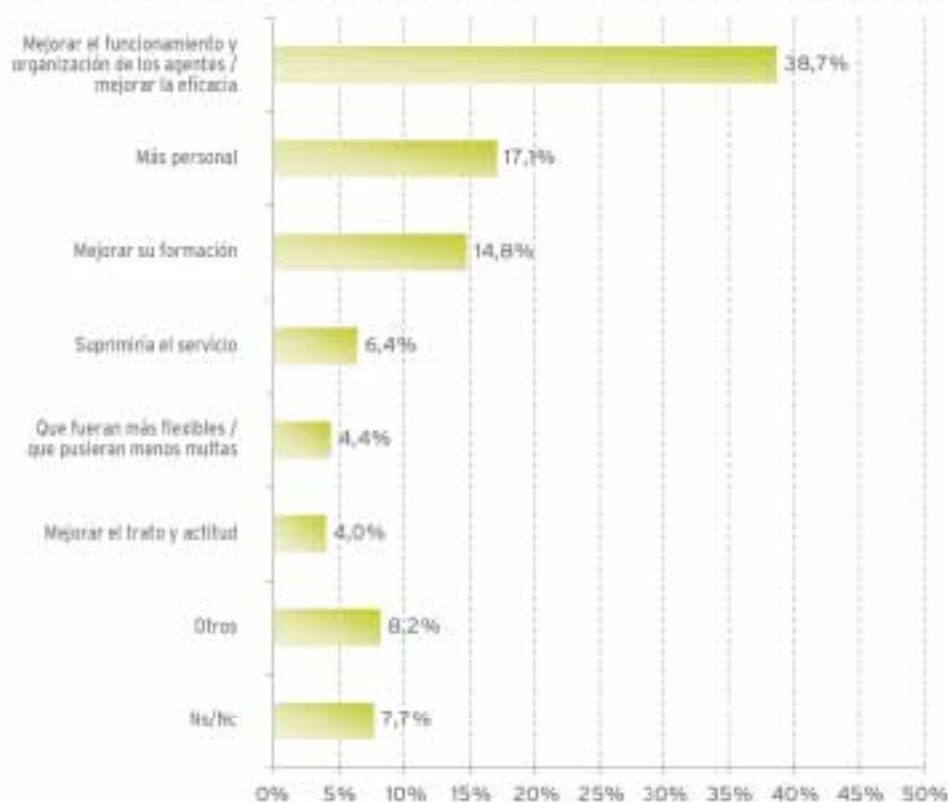
Respecto a la zona de residencia, que se presenta en la tabla 5.7.5. refleja que las diferencias más importantes se aprecian en la valoración que otorgan los residentes en la zona sur de la ciudad, entre los que el 58,3% se declara satisfecho (frente al 53,6% del total) y la opinión de los ciudadanos que residen en el oeste, para los que la proporción de insatisfechos asciende al 37,2% (frente al 34,0% del total).

Los aspectos más citados que los ciudadanos insatisfechos proponen para mejorar este servicio se exponen en el gráfico 5.7.3. y son, en primer lugar, la mejora del funcionamiento y organización de los Agentes o mejora de la eficacia (38,7%), en segundo lugar, el aumento del personal (17,1%) y, en tercer lugar, mejorar la formación de los Agentes (14,8%).



(Sólo para los que se declaran poco o nada satisfechos con el servicio.  
Base = 221)

GRÁFICO 5.7.3.  
ASPECTOS QUE MEJORARÍA DEL SERVICIO DE AGENTES DE MOVILIDAD



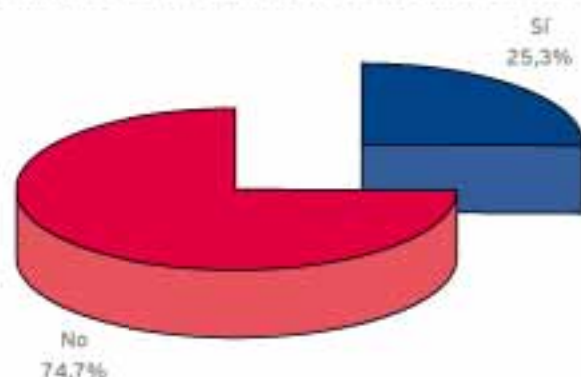
Base = 221.

Nota: pregunta con opción de respuesta múltiple. Una persona puede dar más de una respuesta.

## 5.8. Agencia Municipal de Alquiler

Sólo uno de cada cuatro madrileños conoce la Agencia Municipal de alquiler, desde la que se presta un servicio de bolsa de vivienda tanto a propietarios como a solicitantes de viviendas en régimen de arrendamiento en la ciudad de Madrid; sus funciones van desde la mera puesta en contacto de las partes hasta la elaboración del contrato, la garantía de cobro y la mediación en caso de conflicto. (Gráfico 5.8.1).

GRÁFICO 5.8.1.  
CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER



Uno de cada cuatro madrileños conoce la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid (25,3%).

Base = 1178.

La existencia de esta agencia es desconocida para el 74,7% de los ciudadanos de Madrid, como refleja el gráfico 5.8.1.

Los hombres conocen en mayor medida que las mujeres esta Agencia Municipal de Alquiler (29,7% frente al 21,4% de las mujeres), según se observa en la tabla 5.8.1.

TABLA 5.8.1.  
CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER SEGÚN SEXO

Conocimiento de la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Sí	29,7%	21,4%	25,3%
No	70,3%	78,6%	74,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base	526	652	1178

TABLA 5.8.2.  
CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER SEGÚN EDAD

Conocimiento de la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 65 años	
Sí	18,1%	37,1%	29,9%	11,9%	25,3%
No	81,9%	62,9%	70,1%	88,1%	74,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	267	337	313	261	1178

En la tabla 5.8.2. se presentan los datos desagregados por edad, lo que permite comprobar que los ciudadanos de edades intermedias, especialmente aquellos de 30 a 44 años (37,1%), son los que en mayor medida conocen la existencia de la Agencia Municipal de Alquiler.

**TABLA 5.8.3.**  
**CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER SEGÚN SITUACIÓN LABORAL**

Conocimiento de la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid	Situación laboral							Total
	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	Jubilado / Pensionista	Parado	Estudiante	Amo/a de casa	Ns/Nc	
Sí	32,5%	39,3%	14,5%	36,7%	9,0%	15,4%	34,1%	25,3%
No	67,5%	60,7%	85,5%	63,3%	91,0%	84,6%	65,9%	74,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	489	105	257	77	123	124	3*	1178

Nota: (\*) El tamaño de la muestra en este estrato no es suficiente para garantizar la representatividad de los datos.

Considerando la segmentación de los datos en función de la situación laboral según en la tabla 5.8.3., los ciudadanos que fundamentalmente afirman conocer la Agencia son los trabajadores, tanto por cuenta propia (39,3%) como por cuenta ajena (32,5%) y los parados (36,7%), grupos todos ellos mayoritariamente coincidentes con los grupos de edad intermedia mencionados anteriormente.

Respecto al nivel de ingresos del hogar, los ciudadanos que principalmente señalan conocer la Agencia de Alquiler son aquellos con ingresos anuales superiores a 30.000 euros (tabla 5.8.4.).

**TABLA 5.8.4.**  
**CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER SEGÚN NIVEL DE INGRESOS DEL HOGAR**

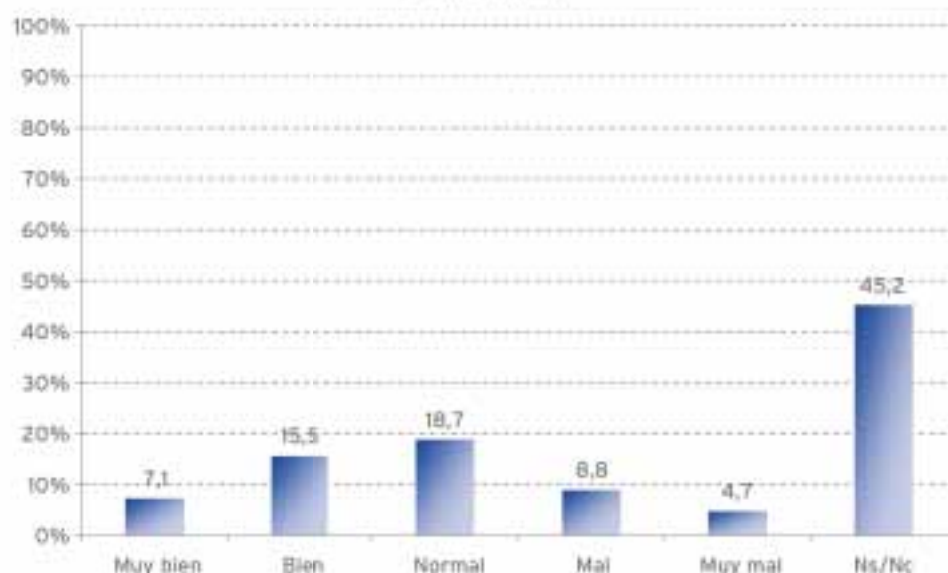
Conocimiento de la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid	Nivel de ingresos netos al año en su hogar					Ns/Nc	Total
	Menos de 12000 euros	Entre 12000 y 30000 euros	Entre 30000 y 42000 euros	Entre 42000 y 54000 euros	Más de 54000 euros		
Sí	13,6%	26,2%	32,2%	46,2%	33,1%	22,3%	25,3%
No	86,4%	73,8%	67,8%	53,8%	66,9%	77,7%	74,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	222	434	180	54	51	237	1178

Entre los ciudadanos que conocen la existencia de la Agencia Municipal de Alquiler, el 22,6% valora su funcionamiento de forma positiva, en oposición al 13,5% que le otorga una evaluación negativa. (Gráfico 5.8.2.).

Es importante destacar la elevada tasa de no respuesta (45,2%), que puede explicarse teniendo en cuenta que aunque los ciudadanos sepan de la existencia de la Agencia, no disponen de conocimiento directo del servicio por no haber sido usuario de ella.

(Sólo para los que conocen la Agencia Municipal de Alquiler. Base = 296)

GRÁFICO 5.8.2.  
VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER



Base = 296.

En la tabla 5.8.5. revela que los ciudadanos de más de 64 años opinan en mayor medida que los pertenecientes a otros grupos de edad que la Agencia Municipal de Alquiler funciona bien o muy bien (32,5%).

TABLA 5.8.5.  
VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER SEGÚN EDAD

Valoración del funcionamiento de la Agencia Municipal de Alquiler	Edad				Total
	De 16 a 29 años	De 30 a 44 años	De 45 a 64 años	Más de 64 años	
Muy bien	6,4%	7,9%	4,5%	12,5%	7,1%
Bien	22,5%	12,6%	14,2%	20,0%	15,5%
Normal	35,1%	20,9%	9,6%	9,8%	18,7%
Mal	10,7%	7,4%	8,2%	13,2%	8,8%
Muy mal	2,0%	7,2%	4,1%	0,0%	4,7%
Ns/Nc	23,3%	44,0%	59,4%	44,5%	45,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	48	124	93	31	296

Los grupos con edades comprendidas entre 16 y 29 años y entre 30 y 44 años son los que principalmente indican una valoración neutra (el 35,1% y el 20,9%, respectivamente, afirman que el funcionamiento es normal). (Tabla 5.8.5.).

**TABLA 5.8.6.**  
**VALORACIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA MUNICIPAL**  
**DE ALQUILER SEGÚN ZONA DE RESIDENCIA**

Valoración del funcionamiento de la Agencia Municipal de Alquiler	Zona					
	Sur	Centro	Este	Norte	Oeste	Total
Muy bien	11,5%	6,6%	5,4%	4,6%	6,8%	7,1%
Bien	19,1%	14,4%	19,9%	8,5%	11,5%	15,5%
Normal	12,5%	19,8%	16,1%	21,2%	28,1%	18,7%
Mal	11,7%	9,2%	10,7%	2,5%	6,2%	8,8%
Muy mal	6,0%	4,1%	7,9%	2,5%	0,0%	4,7%
Ns/Nc	39,2%	45,9%	40,0%	60,7%	47,4%	45,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Base	63	76	75	39	43	296

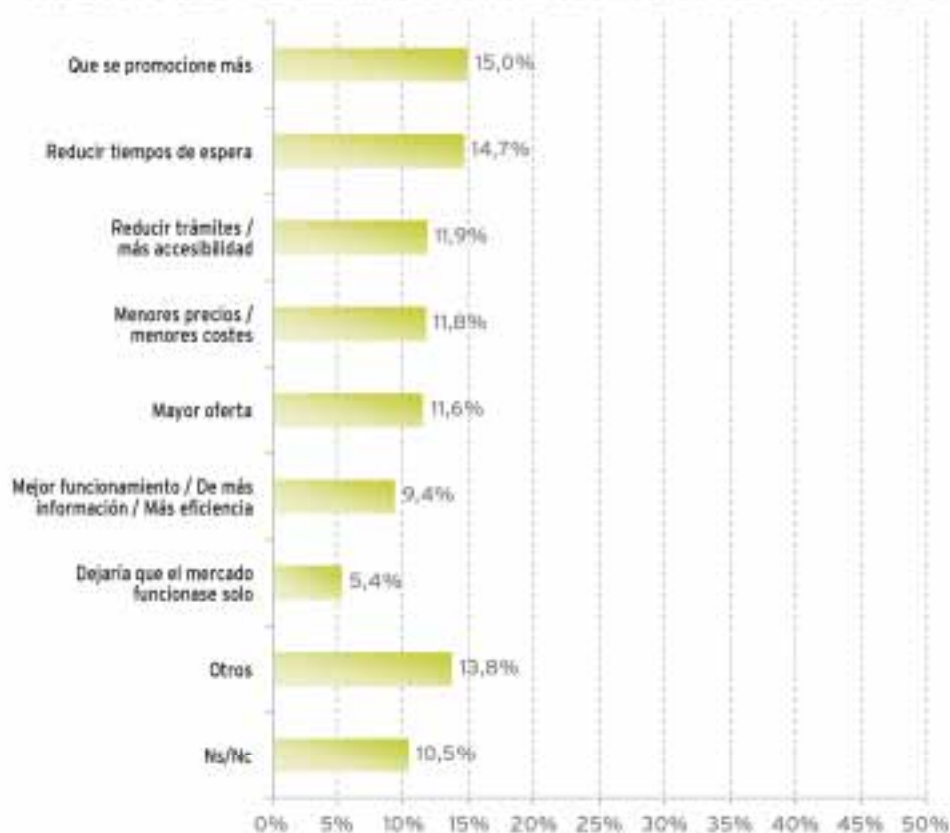
Atendiendo a la desagregación por zona de residencia que se muestra en la tabla 5.8.6., los residentes en las zonas sur y este de la ciudad son los que principalmente otorgan valoraciones positivas (el 30,6% y el 25,3%, respectivamente) o negativas (el 17,7% y el 18,6%, respectivamente) al funcionamiento de la Agencia de Alquiler, mientras que en las restantes franjas de la ciudad se registran altas tasas de no respuesta (el 60,7% en la zona norte, el 47,4% en la zona oeste y el 45,9% en la zona centro).

En el gráfico 5.8.3. se exponen los aspectos que los ciudadanos insatisfechos con el servicio de la Agencia Municipal de Alquiler mejorarían. Entre los más mencionados destaca la mayor promoción (15,0%), reducir los tiempos de espera (14,7%), reducir los trámites (11,9%) y los costes (11,8%) y ampliar la oferta (11,6%).

## 5. Valoración de los Servicios Municipales

(Sólo para los que valoran mal o muy mal el servicio. Base = 75)

GRÁFICO 5.8.3.  
ASPECTOS QUE MEJORARÍA DE LA AGENCIA MUNICIPAL DE ALQUILER



Los madrileños sugieren que la Agencia Municipal de Alquiler se promoció más, que reduzca los tiempos de espera, agilice la tramitación, reduzca los costes para los usuarios y aumente la oferta.

Base = 75.

Nota: pregunta con opción de respuesta múltiple. Una persona puede dar más de una respuesta.

## 6. Conclusiones







## Percepción de la población sobre la situación económica y efectos sobre el consumo

### Expectativas del gasto para los próximos cuatro meses

La evolución interanual de las expectativas de aumento del gasto es positiva en artículos de vestimenta y calzado, en la que la proporción de consumidores que espera incrementar este gasto es la más alta de las observadas en el último año (42,2%).

En cuanto al gasto previsto en ocio y tiempo libre para los próximos cuatro meses disminuye la proporción de madrileños que espera aumentar este gasto (25,8%) y aumenta el porcentaje de los que desean mantenerlo (55,8%), siendo estas expectativas algo más positivas que las registradas en el mismo periodo de 2005.

Respecto a las compras de mayor importe, como electrodomésticos y mobiliario, la perspectiva predominante continúa siendo de mantenimiento del gasto para el 57,0% y el 54,9% de los ciudadanos, aunque en este cuatrimestre aumentan las proporciones de los madrileños que confían en reducir su gasto en estos artículos para los próximos meses (31,1% y 30,6%, respectivamente).

### Índice de Confianza del Consumidor Madrileño

El Índice de Confianza del Consumidor Madrileño (ICCM) se sitúa en este tercer cuatrimestre de 2006 en 38,5%, incrementándose en 1,2 puntos porcentuales respecto al cuatrimestre anterior (37,3%) y en 7 puntos porcentuales respecto al valor registrado hace un año (31,5%).

En el análisis de los Índices parciales, el Índice coyuntural se incrementa en 1,3 puntos para la situación familiar (41,8%) y en 3,9 puntos para la situación nacional (33,9%). De igual modo, el Índice de expectativas registra incrementos más acusados que lo sitúan en el 46,2% para el ámbito personal y en el 39,9% para el nacional.

El 56,8% de los madrileños considera que su situación económica familiar es la misma que la que tenían hace un año, señalando tres de cada diez ciudadanos que su situación ha empeorado respecto al año anterior (29,3%) mientras que el 12,8% considera que ha mejorado.

Los trabajadores por cuenta propia (19,1%), los estudiantes (18,8%) y los más jóvenes (20,5%) consideran en mayor medida que su situación económica ha evolucionado favorablemente en el último año. Los parados, amas de casa y jubilados son quienes valoran más negativamente esta situación (45,7%, 39,8% y 38,6%, respectivamente).

Respecto a la situación macroeconómica los madrileños son menos optimistas, ya que el 46,8% asegura que ha empeorado en el último año. Los más pesimistas son los ciudadanos de más de 64 años (55,2%) y las amas de casa que mantienen que la situación económica del país es peor que la de hace un año (58,4%).

En cuanto a la evolución de la situación económica para los próximos cuatro meses, nuevamente las expectativas son más positivas para el ámbito

familiar, en el que el 64,5% de los madrileños no espera cambios, el 18,2% cree que empeorará y el 10,5% confía en que su economía mejore; mientras que en el ámbito macroeconómico el 50,9% opina que la situación se mantendrá como hasta ahora, el 10,7% cree que mejorará y el 31,0% afirma que va a empeorar.

El 19,5% de los madrileños piensa que el momento actual es favorable para hacer grandes compras domésticas, frente al 50,3% que afirma que no lo es.

## El consumo en Navidad

### Viajes en Navidad

A través del Barómetro se conoce la previsión de desplazamientos de los madrileños para las próximas Navidades. En este sentido, el número de madrileños que viajará en Navidad ha aumentado con respecto al año 2005. Esta cifra se situaba en un 19,7% frente al 26,2% del presente año, de los cuales un 18,9% tiene pensado viajar a otra Comunidad Autónoma, un 5,0% a otro país y un 2,3% a otra localidad de la Comunidad de Madrid.

### Momento de compra de productos navideños

Uno de los temas planteados a los ciudadanos madrileños se centra en conocer los hábitos de compra de productos navideños. Los ciudadanos se reparten casi por igual en tres grupos diferenciados: los que compran los alimentos las vísperas de las fiestas (33,1%), los que realizan parte de estas compras con antelación y el resto las vísperas (32,2%) y, por último, los que compran los alimentos con antelación y congelan aquellos que caducan antes (28,4%).

### Gasto en regalos navideños

Durante la Navidad la mayoría de los madrileños tiene pensado comprar regalos (64,5%) y de ellos el 43,2% gastará más de 300 euros en estas compras, mientras que el 56,8% espera no superar los 300 euros en los gastos para regalos.

### Actividades navideñas organizadas por el Ayuntamiento de Madrid

Entre los ciudadanos son muy conocidas las actividades que tradicionalmente se organizan desde el Ayuntamiento de Madrid con motivo de las fiestas navideñas. La práctica totalidad de los madrileños conoce la Cabalgata de Reyes del 5 de enero (96,7%), la iluminación que se instala en las calles principales de la ciudad (97,1%), las "uvas" del 31 de diciembre en la Puerta del Sol (95,7%) y el mercadillo navideño de la Plaza Mayor (92,4%).

A la hora de disfrutar de estas actividades, las más populares son la iluminación de las calles principales de la ciudad y el mercadillo de la Plaza Mayor,

actuaciones que aprecian el 84,8% y el 72,2% de los madrileños, respectivamente. El 39,3% de los ciudadanos que conocen la Cabalgata de Reyes manifiesta que suele participar, mientras que el 11,5% de aquellos que conocen la tradicional celebración de las uvas de la Puerta del Sol declara disfrutar de ella.

Ocho de cada diez ciudadanos conoce las exposiciones de belenes que el Ayuntamiento organiza en los centros municipales y la carrera popular del 31 de diciembre conocida como "San Silvestre Vallecana". De ellos, el 63,7% suele visitar las exposiciones de belenes, siendo los más jóvenes los que acuden en menor medida, y el 22,5% disfruta habitualmente de la carrera de "San Silvestre" que tiene lugar el último día del año. Los hombres con edades entre 45 y 64 años son los que en mayor medida valoran esta tradicional carrera.

Las actividades municipales menos populares entre los madrileños durante la Navidad son los espectáculos de música y teatro que se ofertan en los centros y locales municipales (56,6%). Sin embargo, el 36,3% de los que conocen esta oferta suele acudir a los actividades programadas. Las mujeres (39,9%) y los ciudadanos residentes en la zona centro (43,2%) son quienes principalmente acuden a este tipo de actuaciones.

## Madrid Calle 30

### Valoración de la necesidad de la reforma calle 30

Para el 59,5% de los ciudadanos de Madrid la transformación de la Calle 30 era una reforma muy o bastante necesaria en la capital, ascendiendo este porcentaje al 64,4% entre los hombres.

### Valoración global de la transformación calle 30

El 63,7% de los ciudadanos valora positivamente la realización de toda la obra y el 64,3% afirma que los resultados finales compensarán las molestias ocasionadas.

Los grupos de ciudadanos que otorgan valoraciones más positivas a la ejecución de toda la obra son los jubilados (72,5%) y los estudiantes (71,1%). También se muestran más favorables en esta valoración aquellos ciudadanos que consideran que la reforma de la Calle 30 contribuirá en gran medida a disminuir el consumo de combustible (89,2%), reducir el tiempo de viaje (88,2%), y la accidentalidad (88,2%), liberará el tráfico que actualmente pasa por el centro (88,0%), disminuir la contaminación (88,0%), agilizará la conexión entre las distintas zonas de la ciudad (86,3%) y además permitirá contar con nuevas zonas verdes y deportivas de mucha utilidad para los ciudadanos de Madrid (76,4%).

### Beneficios del soterramiento y la construcción de túneles

El soterramiento de una parte del trazado actual y la creación de túneles que conectarán la M-30 con otras vías de la ciudad, lograrán en gran medida

agilizar la conexión de distintas zonas de la ciudad (63,5%), liberarán parte del tráfico que actualmente pasa por el centro de la ciudad (53,0%) y reducirán el tiempo de viaje (51,6%), según manifiesta la mayoría de los ciudadanos.

El 42,9% de los madrileños opinan que estas reformas reducirán la contaminación atmosférica y acústica, el 39,3% el consumo de combustible y el 33,3% la accidentalidad.

Los residentes en la zona norte de la ciudad son quienes principalmente señalan que la reforma permitirá agilizar la conexión entre distintas zonas de la ciudad (70,9% en esta zona frente al 63,5% sobre el total de encuestados) y que contribuirá a disminuir la contaminación atmosférica y acústica (48,3% en esta zona frente al 42,9% sobre el total de encuestados).

### Valoración de la recuperación de zonas deterioradas

El 76,0% de los madrileños afirma que los nuevos espacios verdes y áreas deportivas, que se recuperarán gracias a la remodelación de zonas hasta ahora deterioradas e inaccesibles de la M-30, serán de mucha o bastante utilidad para los ciudadanos de Madrid. Los grupos que principalmente manifiestan esta opinión son los más jóvenes (el 82,9% de los madrileños de 16 a 29 años) y los estudiantes (87,2%).

### Justificación de la reforma

El 45,1% de los ciudadanos cree que el resultado final justifica la inversión realizada, y lo indican en mayor medida los residentes en las zonas centro (48,6%) y norte (48,4%).

## Servicios municipales

### SAMUR y SAMUR Social

La práctica totalidad de los madrileños conoce el SAMUR (94,0%) y más de ocho de cada diez aseguran que están muy o bastante satisfechos con el servicio que presta (83,7%).

Respecto al SAMUR Social, el 68,2% sabe de su existencia, pero sólo dos de cada diez ciudadanos conoce algún caso que haya sido atendido por este recurso del SAMUR que actúa ante situaciones de emergencia social. De estos últimos, el 61,1% califican el funcionamiento de este servicio como muy o bastante eficiente.

### Policía Municipal y Agentes de Movilidad

El 59,2% de los madrileños se encuentran muy o bastante satisfechos con el servicio prestado por la Policía Municipal y el 33,3% que se declaran

insatisfechos demandan un mayor número de efectivos y mayor presencia policial en la ciudad.

El 58,8% de los ciudadanos conocen el cuerpo de Agentes de Movilidad, aunque sólo el 49,3% saben que su finalidad es la ordenación, señalización y dirección del tráfico en la ciudad.

Entre aquellos que conocen este servicio, el 53,6% se encuentran satisfechos con él. Y para los insatisfechos (34,0%) el principal aspecto que mejorarían es el funcionamiento y organización del cuerpo y la mejora de su eficacia.

## Bomberos

La práctica totalidad de los ciudadanos que conocen el servicio municipal de Bomberos se encuentra satisfecho con él. Sólo el 1,7% afirman estar insatisfechos.

El 16,4% de los madrileños no indican su grado de satisfacción con este servicio, dado que no lo conocen.

## 010 Línea Madrid

El teléfono de información municipal 010 Línea Madrid es un servicio que los ciudadanos valoran de forma positiva. El 66,5% de los madrileños conocen este número de información y el 40,1% han llamado en alguna ocasión.

Los ciudadanos que principalmente han llamado al número 010 Línea Madrid son aquellos con edades de 30 a 44 años (51,9%) y los que tienen entre 45 y 64 años (49,0%).

## Limpieza y recogida de basura

Los madrileños están mayoritariamente conformes con los servicios municipales que se encargan de la limpieza y recogida de basura en la ciudad. Así, el 73,5% afirman que se encuentran muy o bastante satisfechos con estos servicios.

Los que mayor satisfacción manifiestan son los residentes en las zonas norte (78,9%) y centro (77,9%) de la ciudad, al tiempo que en la zona sur se localiza el mayor porcentaje de insatisfechos con la limpieza y recogida de basura (33,5% frente al 25,8% del total).

## Agencia Municipal de Alquiler

Sólo uno de cada cuatro ciudadanos conocen la existencia de la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid (25,3%). De ellos, sólo el 13,1% valoran mal o muy mal su funcionamiento, señalando como principales sugerencias de mejora la mayor promoción de la Agencia (15,0%), la reducción de los tiempos de espera (14,7%), una mayor agilidad en la tramitación (11,9%), reducción de los costes para los usuarios (11,8%) y la ampliación del espacio (11,65%).



**Anexo: Cuestionario**







Buenos días / tardes, mi nombre es \_\_\_\_\_, le llamo del Instituto de Investigación de Mercados TELECYL ESTUDIOS. Estamos realizando un estudio sobre el consumo para el AYUNTAMIENTO DE MADRID. ¿Sería tan amable de responderme unas preguntas?. Muchas gracias.

**ASPECTOS GENERALES DEL CONSUMO (PARTE FIJA)**

Para comenzar, y centrándonos en los aspectos generales del consumo...

**P.1.- En la actualidad, ¿su situación económica familiar es mejor, igual o peor que hace un año?**

1. Mejor.
2. Igual.
3. Peor.
4. No sabe. (NO LEER).
5. No contesta. (NO LEER).

**P.2.- ¿Y cree que dentro de 4 meses, su situación económica familiar será mejor, igual o peor que la actual?**

1. Mejor.
2. Igual.
3. Peor.
4. No sabe. (NO LEER).
5. No contesta (NO LEER).

**Para los próximos 4 meses, ¿cree que gastará más, igual o menos dinero que en el cuatrimestre anterior en...?. (LEER OPCIONES).**

	Aumentar	Mantener	Disminuir	Ns/Nc (NO LEER)
P.3. Ropa y calzado.				
P.4. Artículos de ocio y tiempo libre (libros, música, cine, gimnasio, informática...).				
P.5. Artículos de cosmética y belleza.				
P.6. Electrodomésticos.				
P.7. Mobiliario y artículos de decoración del hogar.				

P.8.- Refiriéndonos ahora a las grandes compras que se realizan en los hogares españoles, ¿considera que es un buen momento o un mal momento para hacer importantes compras domésticas como muebles, electrodomésticos, automóviles, etc.?

1. Buen momento / Favorable.
2. Indiferente. (NO LEER).
3. Mal momento / Desfavorable.
4. Ns/Nc. (NO LEER).

P.9.- En la actualidad, ¿la situación económica del país es mejor, igual o peor que hace un año?

1. Mejor.
2. Igual.
3. Peor.
4. No sabe. (NO LEER).
5. No contesta. (NO LEER).

P.10.- ¿Y cómo cree que será la situación económica del país dentro de 4 meses?

1. Mejor que la actual.
2. Igual que la actual.
3. Peor que la actual.
4. No sabe. (NO LEER).
5. No contesta. (NO LEER).

## NAVIDAD

Cambiando de tema, y pensando ya en las próximas fiestas navideñas...

P.11.- Durante la época navideña, ¿tiene pensado desplazarse fuera de Madrid? (LEER OPCIONES)

1. Sí, a otra localidad de la Comunidad de Madrid.
2. Sí, a otra comunidad autónoma.
3. Sí, a otro país.
4. No.
5. No sabe. (NO LEER)
6. No contesta. (NO LEER)

**P.12.- ¿Podría decirme cuándo realiza las compras de alimentos que consumirá por Navidad? (LEER OPCIONES)**

1. Todas en vísperas de fiestas.
2. Todas con antelación y congela los alimentos que caducan antes.
3. Parte las vísperas y parte con antelación.
4. No sabe. (NO LEER)
5. No contesta. (NO LEER)

**P.13. Aproximadamente, ¿qué importe destinará usted estas Navidades a la compra de regalos? (Anotar literal)**

1. \_\_\_\_\_ euros
2. No compra regalos.
3. Ns/Nc.

**¿Qué actividades de las que organiza el Ayuntamiento de Madrid en época de Navidad conoce y de ellas de cuáles suele disfrutar? (LEER OPCIONES UNA A UNA)**

	Conoce 1. Sí 2. No	Disfruta (sólo si conoce) 1. Sí 2. No
P.14. La Cabalgata de Reyes del 5 de enero.		
P.15. Las "uvas" la noche del 31 de diciembre en la Puerta del Sol.		
P.16. La carrera popular "San Silvestre Vallecana" el 31 de diciembre.		
P.17. Las iluminaciones en las calles principales de Madrid.		
P.18. La exposición de Belenes que organiza el Ayuntamiento en sus diversos centros municipales.		
P.19. El mercadillo navideño en la Plaza Mayor.		
P.20. Las actuaciones de música y teatro en centros y locales municipales.		

MADRID CALLE 30 (REFORMA DE LA M-30)

Respecto a la Remodelación de la M-30...

Algunas de las obras que se están realizando consisten en la creación de túneles que servirán para conectar la M-30 con otras vías y para soterrar parte del trazado actual de la vía, acortando su longitud. ¿En qué medida, mucho, bastante, poco o nada, cree que estas reformas van lograr los siguientes objetivos...? (LEER OPCIONES UNA A UNA)

	1. Mucho	2. Bastante	3. Poco	4. Nada	5. Ns/Nc
P.21. Liberar parte del tráfico que actualmente pasa por el centro.					
P.22. Disminuir el tiempo de viaje.					
P.23. Disminuir el consumo de combustible.					
P.24. Disminuir la contaminación atmosférica y acústica.					
P.25. Agilizar la conexión entre diferentes zonas de la ciudad.					
P.26. Reducir la accidentalidad.					

P.27. Con la remodelación se prevé recuperar zonas hasta ahora deterioradas e inaccesibles, para convertirlas en espacios verdes y áreas deportivas y de disfrute con nuevos equipamientos. ¿Qué grado de utilidad considera usted que tendrán las nuevas zonas recuperadas para los ciudadanos de Madrid? (LEER OPCIONES)

1. Mucha utilidad.
2. Bastante utilidad.
3. Poca utilidad.
4. Ninguna utilidad.
5. Ns/Nc. (NO LEER).

P.28.- ¿En qué medida considera que la ciudad de Madrid necesitaba realizar esta reforma en la M-30? (LEER OPCIONES)

1. Mucho.
2. Bastante.
3. Poco.
4. Nada.
5. Ns/Nc. (NO LEER).

P.29.- ¿Qué valoración global daría usted a la ejecución de toda la obra? (LEER OPCIONES)

1. Muy positiva.
2. Positiva.
3. Indiferente. (NO LEER).
4. Negativa.
5. Muy negativa.
6. Ns/Nc. (NO LEER).

P.30.- En su opinión, ¿cree que las molestias ocasionadas por la reforma de la M-30, serán compensadas por los resultados finales?

1. Sí.
2. No.
3. Ns/Nc. (NO LEER).

P.31.- ¿Cree que el resultado final justifica la inversión realizada? (LEER OPCIONES)

1. Sí, la inversión está justificada.
2. No, la inversión es excesiva.
3. Ns/Nc. (NO LEER).

P.32.- En cuanto a infraestructuras, ¿cree que tras la reforma de la M-30, Madrid se situará al mismo nivel de las principales capitales europeas (París, Londres, Berlín, Bruselas...)?

1. Sí.
2. No.
3. Ns/Nc. (NO LEER).

P.33. ¿Cree que esta transformación mejorará los accesos a las instalaciones deportivas y contribuirá a que Madrid tenga unas condiciones de movilidad compatibles con la organización de unos Juegos Olímpicos?

1. Sí.
2. No.
3. Ns/Nc. (NO LEER).

**PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA MADRILEÑA SOBRE LOS SERVICIOS MUNICIPALES**

Vamos a hablar ahora de distintos servicios municipales.

En primer lugar, ¿podría decirme cuál es su grado de satisfacción con los siguientes servicios municipales...? (LEER OPCIONES UNA A UNA)

	1. Muy satisfecho	2. Bastante satisfecho	3. Poco satisfecho	4. Nada satisfecho	5. No lo conoce (NO LEER)	6. Ns/Nc (NO LEER)
P.34. Servicios de limpieza y recogida de basura						
P.35. Bomberos						
P.36. Policía Municipal						
P.37. SAMUR						

(Preguntar en el caso de que el encuestado haya respondido poco o nada satisfecho)

Y ¿qué aspectos mejoraría del servicio de ? (LEER OPCIONES UNA A UNA)

	Aspectos que mejoraría (Anotar literal)
P.38. Limpieza y recogida de basura	
P.39. Bomberos	
P.40. Policía Municipal	
P.41. SAMUR	

**P.42. Refiriéndonos ahora al servicio municipal SAMUR Social, que se encarga de intervenir en casos de emergencia social (violencia de género, falta de alojamiento, ancianos que viven solos, incendios, derrumbamientos etc.). ¿Conoce a alguna persona que haya utilizado este servicio? (LEER OPCIONES)**

1. Sí, conoce algún caso.
2. No conoce ningún caso.
3. No conocía la existencia de este servicio. (Pasar a P.45)
4. Ns/Nc. (NO LEER). (Pasar a P.45)

**P.43. ¿Cómo calificaría el funcionamiento de este servicio municipal? (LEER OPCIONES)**

1. Muy eficiente. (Pasar a P.45)
2. Bastante eficiente. (Pasar a P.45)
3. Poco eficiente.
4. Nada eficiente.
5. Ns/Nc. (NO LEER).

(Preguntar en el caso de que el encuestado haya respondido poco o nada eficiente)

**P.44. ¿Qué aspectos mejoraría de este servicio? (Anotar literal)**

---

**P.45. Refiriéndonos al teléfono municipal 010 Línea Madrid, ¿ha llamado en alguna ocasión a este número? (LEER OPCIONES)**

1. Sí, ha llamado alguna vez.
2. No ha llamado nunca pero lo conoce. (Pasar a P.48)
3. No ha llamado y no lo conoce. (Pasar a P.48)

**P.46. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con este servicio? (LEER OPCIONES)**

1. Muy satisfecho. (Pasar a P.48)
2. Bastante satisfecho. (Pasar a P.48)
3. Poco satisfecho.
4. Nada satisfecho.
5. Ns/Nc. (NO LEER).

(Preguntar en el caso de que el encuestado haya respondido poco o nada satisfecho)

P.47. ¿Qué aspectos mejoraría de este servicio? (Anotar literal)

---

P.48. ¿Conoce la finalidad del servicio que prestan los Agentes de Movilidad? (NO LEER OPCIONES)

1. Sí, se encargan de regular el tráfico.
2. Sí, se encargan de otras tareas.
3. No conoce este servicio. (Pasar a P.51)

P.49. ¿Cuál es su grado de satisfacción con este servicio municipal? (LEER OPCIONES)

1. Muy satisfecho. (Pasar a P.51)
2. Bastante satisfecho. (Pasar a P.51)
3. Poco satisfecho.
4. Nada satisfecho.
5. Ns/Nc. (NO LEER).

(Preguntar en el caso de que el encuestado haya respondido poco o nada satisfecho)

P.50. ¿Qué aspectos mejoraría de este servicio? (Anotar literal)

---

P.51. ¿Conoce usted la existencia de la Agencia Municipal de Alquiler de Madrid?

1. Sí.
2. No. (Pasar a P.54)

P.52. ¿Cómo calificaría el funcionamiento de este servicio municipal? (LEER OPCIONES)

1. Muy bien. (Pasar a P.54)
2. Bien. (Pasar a P.54)
3. Normal. (NO LEER)
4. Mal.
5. Muy mal.
6. Ns/Nc. (NO LEER).



(Preguntar en el caso de que el encuestado haya respondido normal, mal o muy mal)

P.53. ¿Qué aspectos mejoraría de este servicio? (Anotar literal)

---

#### VARIABLES DE CLASIFICACIÓN

Para terminar, le voy a hacer una serie de preguntas para clasificar sus respuestas con el resto de personas encuestadas.

P.54.- Sexot: **(NO PREGUNTAR)**.

1. Hombre.
2. Mujer.

P.55.- Edad: **(LEER OPCIONES)**.

1. De 16 a 29 años.
2. De 30 a 44 años.
3. De 45 a 64 años.
4. Más de 65 años.
5. Ns/Nc. **(NO LEER)**.

P.56.- ¿Podría decirme cuál es su nivel de estudios terminados? **LEER OPCIONES**.

1. Inferior a educación primaria (no sabe leer ni escribir, sabe leer y escribir pero no ha completado 5 años de escolaridad).
2. Educación primaria (hasta 6.º de E.G.B).
3. Educación secundaria obligatoria (7.º y 8.º de E.G.B., 1.º, 2.º, 3.º y 4.º de la E.S.O.).
4. Educación post-obligatoria (B.U.P, C.O.U., y bachillerato del nuevo sistema, F.P.I y F.P.II y Módulo 2 de Formación Profesional).
5. Educación superior (Módulo 3 de Formación Profesional, y todas las titulaciones universitarias, diplomatura, licenciatura y doctorado).
6. Ns/Nc. **(NO LEER)**.

P.57.- ¿Cuál es su situación laboral? **(LEER OPCIONES)**.

1. Trabajador por cuenta ajena.
2. Trabajador por cuenta propia.

3. Jubilado - Pensionista.
4. Parado.
5. Estudiante.
6. Amo/a de casa.
7. Otra, ¿cuál? \_\_\_\_\_
8. Ns/Nc. **(NO LEER)**.

**P.58.- ¿Cuál es su tipo de hogar? LEER OPCIONES**

1. Persona sola.
2. Pareja sin hijos.
3. Pareja con hijos.
4. Adulto con hijos.
5. Otro tipo de hogar, \_\_\_\_\_
6. Ns/Nc. **(NO LEER)**.

**P.59.- ¿Podría indicarme aproximadamente cuál es el nivel de ingresos netos al año en su hogar (de todos los miembros del hogar)? (LEER OPCIONES)**

1. Menos de 12.000 euros (2 millones).
2. Entre 12.000 y 30.000 euros (2 y 5 millones).
3. Entre 30.000 y 42.000 euros (5 y 7 millones).
4. Entre 42.000 y 54.000 euros (7 y 9 millones).
5. Más de 54.000 euros (9 millones).
6. Ns/Nc. **(NO LEER)**.

**P.60- En una escala del 1 al 10, en la que 1 significa extrema izquierda y 10 extrema derecha, ¿cuál sería su posición ideológica?**

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_ 6 \_\_\_ 7 \_\_\_ 8 \_\_\_ 9 \_\_\_ 10 \_\_\_ 11. Ns/Nc **(NO LEER)**.

Esto ha sido todo. Muchas gracias por su colaboración.  
Adiós buenos días / tardes.



