



Fundación
Alcohol y
Sociedad

Con la colaboración de:



“BOTELLÓN EN MÁLAGA: REALIDADES Y PROPUESTAS”

Dirección Técnica:

Gonzalo Musitu Ochoa
Andrés Bascones Pérez-Fragero

Equipo investigador:

Estefanía Estévez López
Terebel Jiménez Gutiérrez
David Moreno Ruiz
Sergio Murgui Pérez
Elena Tejón Fernández

Índice de contenidos

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN GENERAL	1
OCIO Y BOTELLÓN.....	1
El tiempo	2
El espacio	3
El consumo	4
CONFLICTOS Y PROBLEMAS ASOCIADOS AL BOTELLÓN	5
EL BOTELLÓN EN ESPAÑA Y ANDALUCÍA: NORMATIVA	8
ALGUNOS INTENTOS DE RESPUESTA	10
CAPÍTULO II: OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	13
OBJETIVOS GENERALES	13
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	17
PROCEDIMIENTO GENERAL	17
GRUPO DE DISCUSIÓN Y REVISIÓN DE FUENTES DOCUMENTALES.....	17
INVESTIGACIÓN MEDIANTE ENCUESTA: PARTICIPANTES, VECINOS Y PROPIETARIOS	18
Encuesta a participantes.....	18
Ficha técnica de la muestra	18
Universo de estudio	18
Técnica de recogida de datos.....	18
Método de muestreo	18
Tamaño de la muestra y error muestral.....	19
Procedimiento de recogida de datos	19
Encuesta a vecinos.....	19
Ficha técnica de la muestra	19
Universo de estudio	19
Técnica de recogida de datos.....	19
Método de muestreo	20
Tamaño de la muestra.....	20
Procedimiento de recogida de datos	20
Encuesta a propietarios de locales	20
Ficha técnica de la muestra	21
Universo de estudio	21
Técnica de recogida de datos.....	21
Método de muestreo	21
Tamaño de la muestra.....	21
Procedimiento de recogida de datos	22
Instrumentos	22

Cuestionario para Participantes.....	23
Cuestionario para Vecinos	24
Cuestionario para Propietarios/Encargados de Locales.....	25
OBSERVACIÓN IN SITU	26
Protocolo de observación.....	26
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DESCRIPTIVOS.....	27
DESCRIPCIÓN DE ENCUESTADOS.....	27
4.1. Encuesta a participantes en el botellón.....	27
Descripción de los participantes.....	27
Sexo	27
Edad	27
Ocupación	28
Convivencia.....	30
Lugar de residencia.....	30
Medio de transporte.....	31
Características del botellón	31
Conducción después de beber alcohol	31
Horario de asistencia al botellón.....	32
Rutas de “marcha” nocturna	33
Días de realización del botellón.....	34
Frecuencia de asistencia al botellón.....	35
Gastos y compras	35
Gasto medio.....	35
Lugar y horario de compra	36
El consumo de alcohol	37
Tipos de bebida y consumo en el botellón.....	37
Tipos de bebida y consumo después del botellón	37
Encuesta de opinión	38
Consecuencias del botellón.....	38
Razones para realizar el botellón.....	43
Medidas para regular el botellón	51
Características que debería tener un nuevo un nuevo lugar para hacer el botellón..	52
Disposición a abandonar la Plaza de la Merced.....	53
Cambios a realizar en la Plaza de la Merced y alrededores	54
Conocimiento de los servicios del SAM y otros programas	55
Origen del botellón en la Plaza de la Merced	57
4.2. Encuesta a vecinos.....	57
Descripción de los vecinos.....	57
Sexo y Edad.....	57
Ocupación y nivel de estudios	58
Características del botellón	58
Horario de asistencia al botellón.....	58
Días de realización del botellón.....	59
Encuesta de opinión	60
Consecuencias del botellón.....	60
Razones para realizar el botellón.....	65
Actitud general hacia el botellón	72
Medidas para regular el botellón	76
Medidas para regular los locales.....	78
Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón.....	79
Cambios a realizar en la Plaza de la Merced y alrededores	80
Participación en la toma de decisiones	80
Origen del botellón en la Plaza de la Merced	81
4.3. Encuesta a propietarios y encargados de locales	81
Descripción de los propietarios y encargados	81
Ocupación, Sexo, Edad y Nivel de Estudios.....	81
Características del local.....	82
Tipo de local.....	82

Horario de apertura.....	83
Horario de cierre.....	83
Incentivos	84
Características de la clientela.....	85
Gasto medio de los clientes.....	85
Día y hora de mayor afluencia.....	85
Edad media de los clientes.....	86
Encuesta de opinión.....	86
Consecuencias del botellón.....	86
Razones para realizar el botellón.....	92
Actitud general hacia el botellón.....	99
Medidas para regular el botellón.....	103
Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón.....	107
Cambios a realizar en la Plaza de la Merced y alrededores.....	107
Participación en la toma de decisiones.....	108
Origen del botellón en la Plaza de la Merced.....	109
4.4. Análisis comparado entre encuestados.....	109
Coincidencias.....	109
Discrepancias.....	118

CAPÍTULO V: FACTORES SUBYACENTES 127

5.1. PARTICIPANTES 127

Consecuencias del botellón.....	127
Razones para realizar el botellón.....	129
Medidas para regular el botellón.....	131
Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón.....	132

5.2. VECINOS Y PROPIETARIOS DE LOCALES 134

Actitud general hacia el botellón.....	134
--	-----

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DIFERENCIALES 137

SEXO 137

Consecuencias del botellón.....	137
Razones para realizar el botellón.....	139
Medidas para regular el botellón.....	141
Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón.....	142

CONDUCCIÓN 145

EDAD 146

Medidas para regular el botellón.....	147
---------------------------------------	-----

OCUPACIÓN..... 149

Razones para realizar el botellón.....	149
Medidas para regular el botellón.....	150

CAPÍTULO VII: ANÁLISIS DE PERFILES 153

SEXO 153

ESTUDIOS 155

TRASLADO A ESE LUGAR..... 156

AÑOS HACIENDO EL BOTELLÓN 157

CONSUMO DE ALCOHOL (COMBINADOS) 159

CONSUMO DE ALCOHOL DESPUÉS DE CONDUCIR 161

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES	163
¿CUÁL ES EL PERFIL DE LOS PARTICIPANTES EN EL BOTELLÓN DE LA PLAZA DE LA MERCED DE MÁLAGA?	163
¿CUÁLES SON SUS RAZONES PARA HACER BOTELLÓN EN LA PLAZA DE LA MERCED? ...	163
Sexo	164
Ocupación y Estudios	165
¿QUÉ HORARIOS E ITINERARIOS NOCTURNOS SIGUEN LOS PARTICIPANTES EN EL BOTELLÓN?	165
¿CUÁLES SON LOS HÁBITOS RELACIONADOS CON EL BOTELLÓN?.....	166
¿Presentan alguna particularidad los “veteranos” y los más consumidores?	167
¿Salir de marcha implica siempre hacer botellón?	167
¿QUÉ MEDIDAS GENERALES SE PROPONEN PARA REGULAR EL BOTELLÓN?.....	168
¿ACUDIRÍAN A UN LUGAR ESPECIALMENTE HABILITADO PARA EL BOTELLÓN?	170
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBERÍA TENER ESTE NUEVO LUGAR?.....	171
EN CASO DE QUE EL BOTELLÓN NO SE TRASLADARA A UN LUGAR ALTERNATIVO, ¿QUÉ CAMBIOS SERÍA NECESARIO REALIZAR EN LA PLAZA DE LA MERCED Y QUÉ MEDIDAS SE PROPONEN PARA REGULAR EL BOTELLÓN?	172
¿QUÉ IMPACTO TIENEN LOS PROGRAMAS DE PREVENCIÓN EN LOS PARTICIPANTES EN EL BOTELLÓN?	174
¿Existe alguna relación entre conocer estos programas y conducir después de beber en el botellón?	174
¿Existe alguna relación entre conocer estos programas y turnarse para conducir después de acudir al botellón?	175
¿EN QUÉ ASPECTOS COINCIDEN Y DISCREPAN LOS PARTICIPANTES, VECINOS Y HOSTELEROS AFECTADOS POR EL BOTELLÓN DE LA PLAZA DE LA MERCED?	176
Consecuencias del botellón	176
Razones para hacer botellón	176
Medidas para regular el botellón	178
Características del nuevo lugar.....	179
Actitud general de vecinos y hosteleros.....	180
REFLEXIONES FINALES	181
 CAPÍTULO IX: BIBLIOGRAFÍA	 183
 CAPÍTULO VII: ANEXOS.....	 185
FORMACIÓN DEL ENCUESTADOR	185
Actividades para la formación del encuestador.....	186
Decálogo de recomendaciones para encuestadores	186
CUESTIONARIOS	188
PARTICIPANTES	189
Vecinos	194
Propietarios y encargados de locales	197
INSTRUCCIONES A LOS ENCUESTADORES	201
PARTICIPANTES	202
Vecinos	205
Propietarios.....	207
PROTOCOLO DE OBSERVACIÓN	209

Capítulo I

Introducción general

Las últimas encuestas señalan que el *botellón* es una opción mayoritaria de ocio juvenil en el fin de semana. En Andalucía, el reciente estudio publicado por la Consejería de Gobernación a comienzos del mes de febrero de 2006 informa de que únicamente 4 de cada diez andaluces de entre 14 y 31 años no acude nunca a este tipo de concentraciones y prefiere otras formas de ocio (salir con los amigos a bares y discotecas, al cine o a charlar en la calle). Al mismo tiempo, en la otra cara de la moneda, el 40% de los andaluces señala sentirse negativamente afectado por el botellón. Pero comencemos por el principio, ¿qué es el botellón?

Ocio y Botellón

“...Para cada uno el botellón es una cosa distinta, para mí es como un escape de salir de la monotonía del trabajo, o de estudiar o estar doce horas en mi casa. Yo me lo tomo en plan tranquilo. Yo no voy a beber, ni a formar jaleo, voy a ver a mi gente, que también están trabajando y que no las veo en una semana, y voy a reunirme y por eso me gusta estar en botellón, porque estoy con ellos, estoy hablando, porque aunque a primera hora no hay gente en los bares, hay música y está alta. Prefiero hablar con ellos, normal, en una plaza tomando algo al aire libre y uno de los sitios que se pueda hacer más a gusto...”

Esta es la definición del *botellón* de una chica malagueña de 26 años¹. Parece que en el botellón no todo es beber, que hay algo más. Desde una concepción “formal”, se podría definir el botellón como: “el consumo juvenil de alcohol en espacios públicos y concentrado mayoritariamente en las noches de los fines de semana” (Antona y Madrid, 2005), o “reunión de multitud de jóvenes en espacios abiertos de las ciudades para beber, escuchar música y hablar entre ellos, con la peculiaridad de que se desarrolla en calles, plazas y parques con vinculación directa con bares y pubs” (Baigorri y Fernández, 2002).

¹ Todas las frases que aparecen en recuadros han sido extraídas literalmente del discurso de jóvenes de entre 18 y 25 años que participaron en el grupo de discusión que se llevó a cabo para la realización de la presente investigación.

Pero detrás de estas definiciones formales hay mucho más. El sentido que dan los jóvenes al consumo de alcohol en las calles debe ser comprendido desde los cambios y procesos estructurales-sociales, además de las peculiaridades psicoactivas de la sustancia en cuestión. El botellón es más que una moda y ya se le llega a denominar “cultura juvenil”, tal y como se señala en el mencionado estudio de la Consejería de Gobernación. De ahí la dificultad de tratarlo como un simple problema de alteración del orden público. Según Antona y Madrid (2005), aun a sabiendas de que no hay consenso, se puede hablar de “cultura juvenil” ya que se entiende que la cultura es una práctica social que implica una concepción del espacio y del tiempo específica. Los jóvenes conceptualizan y usan el tiempo (la noche) y el espacio (las plazas y calles) con peculiaridades propias. El botellón es una actividad de ocio normalizada entre la población joven donde las plazas y calles son algo más que un espacio físico construido con hormigón. Se trata de un espacio simbólico, común y compartido, construido por los jóvenes a través de la comunicación entre ellos.

El tiempo

El ocio juvenil se puede analizar como una construcción social que refleja los discursos, normas y valores de una sociedad en un contexto histórico-cultural determinado. En las condiciones socio-históricas actuales se está produciendo una dilatación del periodo de la adolescencia y juventud hacia ambos extremos (se adelanta la maduración biológica y se retrasa el desempeño de los roles adultos), lo que implica una prolongación también en las denominadas conductas de exploración y algunas de ellas, como el consumo de sustancias, suponen riesgo para la salud y calidad de vida del adolescente y las personas de su entorno. En esta situación, el uso y abuso del alcohol en el botellón ya no es una cuestión adolescente sino que implica a la juventud de entre 20 y 30 años. Por ejemplo, la última encuesta realizada por la Consejería de Gobernación de Andalucía recogía las opiniones de jóvenes de hasta 31 años. La joven malagueña también señalaba que:

“...salgo con gente de 26 hacia arriba y, entonces nosotros cuando hacemos botellón es porque vamos a celebrar algo, un cumpleaños, o alguien le han hecho fijo en su trabajo, vamos en otro plan, que no vamos a emborracharnos ni nada de eso...”

El ocio tal y como lo conocemos en la sociedad actual, viene determinado entonces por una serie de factores sociales, económicos y políticos que configuran una nueva realidad para jóvenes y mayores. Nace en el contexto de la Sociedad Industrial, en la que se institucionaliza el día de descanso semanal, y se consolida en la Sociedad del Estado de Bienestar, en la que no es necesario dedicar todo el tiempo a generar ingresos para el sustento de la familia. Según el Informe Juventud en España (Martín y Velarde, 2001), la población joven de entre 15 y 29 años dispone aproximadamente de 25 horas semanales para su ocio y diversión y uno de cada tres supera esta cantidad. Al menos desde 1977, la mayoría de los jóvenes utiliza ese tiempo de libre disposición fuera de casa para estar con sus amistades y casi siempre en relación con el cultivo de las relaciones amistosas, eróticas y afectivas. Este tiempo libre se sitúa, generalmente, entre el jueves y el domingo, y se convierte así en un espacio temporal funcional de ocupación, de consumo y descubrimiento de nuevas formas de relación. Es decir, se crea el espacio temporal del “fin de semana”. En este espacio de tiempo, el 64% de los jóvenes de entre 15 y 24 años dice que sale todos o casi todos los fines de semana y aproximadamente la mitad del conjunto de la población juvenil no regresa a su casa antes de las cuatro de la madrugada.

“...Es como si cambias de actitud, a partir de las doce de la noche es como la adrenalina te va saliendo un poco. Vas diciendo, la marcha, qué me pongo, el escote, esto, pa ca y pa allá, que voy a ver a mis amigos.”

El espacio

Los jóvenes diferencian claramente entre su tiempo de ocio dentro de la casa y fuera de ella. La casa familiar es actualmente el ámbito especializado en el procesamiento de la información (leer, utilizar el ordenador, estudiar, etc.) y los espacios públicos constituyen el ámbito de las actividades relacionales, del comportamiento gregario (Martín y Velarde, 2001). Según el Informe Juventud en España, la ocupación del tiempo libre durante los fines de semana es indisociable de la ocupación de un territorio. Las demandas específicamente juveniles, en cuanto al disfrute de sus horas de libre disposición, tienen que ver con la necesidad de disponer de *sitios* propios. Así, las actividades que llevan a cabo durante el fin de semana los grupos de jóvenes se caracterizan por su marcado *localismo*.

La ocupación colectiva de ese *locus*, que perciben geográficamente como próximo y emocionalmente como propio, tiene una importancia simbólica para los grupos juveniles. Esa apropiación de un espacio público parece que responde a la necesidad de hacerse un *sitio*, donde poder estar con los iguales y desarrollar las actividades afectivas, lúdicas y formativas que satisface el grupo. Según el Informe Juventud en España, es posible que los hábitos de concentrarse en espacios al aire libre durante los fines de semana, así como el uso gregario que se hace de las calles, parques y jardines, estén relacionados con las carencias de infraestructuras para el ocio juvenil. Los mismos jóvenes ponen palabras a estos aspectos:

- "...Pero es que el ambiente, tú tienes el ambiente de tu grupo..."
- "...Tú vas para estar con tu gente."
- "Exactamente. Tú sales con tu gente."
- "Sí, si yo voy a defenderlo también, que tú siempre que vayas con tus amigos a cualquier lado, es porque te lo vas a pasar bien. Pero aún así, es que si tú te juntas con tus amigos o con los míos una noche, y les dices "Vámonos a un bar", pues a lo mejor una noche sí, pero a lo mejor otra noche dice: no, o sea, no, no me voy a un bar que está vacío, y voy a escuchar música, y voy a estar atosigado, cuando puedo estar en la Plaza."

El consumo

A este uso del tiempo y del espacio se añade que en la práctica la gran mayoría de las actividades realizadas se relacionan con la sociabilidad y ésta a su vez con el consumo de sustancias, principalmente el alcohol. En un estudio realizado en Madrid (Avellaneda, García y Segura, 2002) se constata que la mayoría de las actividades que implican relación social están mediatizadas por el consumo de alcohol. En este sentido, parece que la búsqueda de relaciones amistosas, eróticas y afectivas facilita el consumo de alcohol como sustancia desinhibidora y socializadora. La costumbre de beber en los ratos de ocio cuando se está reunido con los amigos y las amigas está documentada en el 48% de las personas jóvenes que tiene entre 15 y 29 años y esta cifra está en aumento (Martín y Velarde, 2001; OED, 2004). En efecto, el uso y abuso del alcohol se concentra en el tiempo (fines de semana) y se localiza en el espacio (espacios públicos, al aire libre y cerrados). Según el Informe Juventud en España, entre la gente joven hay menos conciencia de la peligrosidad que acarrea el consumo inmoderado de alcohol posiblemente porque la publicidad directa o indirecta vincula la bebida con el tiempo libre y el compañerismo. En este sentido, se puede hablar de que los jóvenes se enfrentan a un discurso paradójico respecto del consumo de alcohol: sancionador, por

las consecuencias negativas que conlleva el abuso, y estimulador-consumista, por alguna publicidad de bebidas alcohólicas que las asocian a la diversión.

El ocio juvenil actual se sitúa por tanto en tres dimensiones principales: los cambios sociodemográficos y sociohistóricos relacionados con la edad de los jóvenes contemporáneos y con el tiempo de libre dedicación, la utilización del espacio público y la consolidación de una sociedad de consumo donde el ocio es un sector económico en auge. Así, se puede entender que sea en este contexto actual y no en otro en el que se haya dado una situación como la que implica el botellón: la ocupación del espacio público por los jóvenes para beber, escuchar o tocar música y charlar entre ellos. En este contexto, se hacen evidentes formas de diversión que entran en conflicto con otros sectores de la sociedad y que, a partir del seguimiento mediático realizado en los últimos años, se ha revelado que son algo generalizado en toda la geografía andaluza y española.

Conflictos y problemas asociados al botellón

El botellón tiene lugar principalmente en la calle, es decir fuera de los espacios social y legalmente definidos (bares, pubs y discotecas) para el consumo de alcohol y el encuentro social asociados al ocio nocturno juvenil. Este es el primer problema: mientras que hasta el momento se podía ejercer un control y sancionar sobre los horarios de los locales, los niveles de ruido y el suministro de alcohol a menores, el botellón no se ajusta ni a horarios, ni a decibelios, ni a edades. Además, no tiene por qué ajustarse a un único espacio ni a los precios que se establecen en los locales. Estas características dificultan el control y favorecen el desarrollo de diversos problemas de orden público que generan la mayor parte de las protestas de esos otros sectores de la sociedad, sobre todo de los vecinos que viven cerca del espacio utilizado en cuestión. Los mismos jóvenes explican y reconocen los problemas más visibles en la plaza de la Merced de Málaga:

- "...Yo salgo poco, sinceramente, yo lo que hago es reunirme en una casa con amigos, y hacemos el botellón en la casa, nos ponemos allí a beber y, con respecto a los demás, lo que se hace en Málaga los jóvenes, pues lo veo mal. Yo estoy a favor del botellón, pero lo veo super mal, porque se dejan basura, sobre todo, en la Plaza la Merced, se deja fatal. Le estamos dando trabajo a los de Limasa, pero lo dejamos fatal, y por eso lo veo mal, sinceramente. Por eso salgo poco, me reúno más en casa, con amigos, y eso."
- "Eso no, ellos están, pero no para limpiar la mierda que dejamos nosotros, con perdón, que he dicho mierda, pero vaya. Yo creo que a la larga..."
- "... Es que se queda la plaza, yo he pasado por la noche, y está, porque puede estar más o menos; pero te entra una depresión. Porque dices por favor, qué fea está la plaza."
- "... la gente que vive alrededor del botellón, se perjudica del ambiente. Nadie quisiera tener al lado de su casa 1000 personas con ruido, música, borrachos, vomitando."
- "Yo tengo un par de amigos que viven en el centro, uno ya se ha ido, otro sigue allí, y yo estaba en su casa durmiendo en su casa una noche, y es insoportable, es increíble. Digo, ¿cómo puedo salir?, te sientes mal, ¿sabes lo que te digo? yo salgo por la noche hago esto, y después veo la gente que hace esto y me da cosa a mí, cuando me quedo ahí, no puedo ver películas, no escuchas ni la tele."
- "Pero qué escuchas gritos o la gente que va por la calle."
- "De todo, es increíble, ya digo echar azufre en las esquinas para que la gente no orine. Todo, o sea, botellazos, gritos. Tú estás quieto en un balcón una hora, y puedes escuchar de todo, pasote."
- "...ahora, los que estamos en el botellón, no nos damos cuenta."
- "...Y todo el mundo hablando, tú chillas para que se te oiga."
- "Sí, sí, además si se saca el compact y se pone música allí también. Que es muy difícil controlar, somos muy jaleosos todos, lo llevamos en la sangre los malagueños."
- "Y las típicas peleas también. De vez en cuando hay alguna pelea y eso."

El ruido, la basura, y otros problemas como las peleas son los principales problemas que señalan los jóvenes, coincidiendo de este modo con los señalados por los vecinos en la reciente encuesta realizada por la Consejería de Gobernación andaluza: ruido, suciedad, mal olor y disturbios. Desde esta perspectiva de análisis, podemos decir que existe un conflicto de carácter cuantitativo en función de la cantidad de personas reunidas, la cantidad de ruido, la cantidad de basura y suciedad, la cantidad de días que se celebra, la cantidad de vecinos afectados y la cantidad de alcohol que se consume. Un incremento en cualquiera de estos aspectos provocará un incremento en el nivel de protestas. Al contrario, un decremento de estos aspectos reflejado en pequeños botellones dispersos o el alejamiento de las viviendas, disminuye los niveles de conflicto.

Junto a una dimensión cuantitativa de las consecuencias derivadas del botellón, existe otra cualitativa que tiene que ver con la salud y con el riesgo asociado al consumo de alcohol y de otras sustancias como tabaco, cannabis y otras drogas. Por un lado, el abuso de alcohol no es visto como uno de los objetivos fundamentales del botellón, de

hecho, las borracheras son mal vistas, ni tampoco es cierto todos los jóvenes que acuden al botellón beban alcohol ni que todos los que consumen alcohol consuman otras sustancias. Sin embargo, sí que es cierto que la edad de inicio en el consumo de sustancias, principalmente alcohol, cada vez es más temprana, que un porcentaje importante de consumidores de alcohol fuman tabaco y, en menor porcentaje, porros, y también que muchos menores acuden a los botellones (OED, 2004). A esta situación se añade el riesgo asociado a la conducción de coches y motos bajo los efectos de estas sustancias. Los jóvenes también proporcionan información a este respecto:

- *“Es un sitio público, otro sitio público más.”*
- *“Pero entonces, si un niño de doce años bebe y se emborracha en el botellón...”*
- *“Ese es uno de los problemas.”*
- *“Bueno, pero también es de los mayores, no?”*
- *“... no llegar a vomitar.”*
- *“También entre tus amigos, yo si veo que alguno de tus amigos bebe demasiado, yo al menos se lo digo; mira déjalo ya que te estás pasando, ¡campeón! Ya es por mí, que paso de llevarte.”*
- *“Te fastidia.”*
- *“Se fastidia y te fastidia a ti.”*
- *“Yo creo que estamos muy concienciados en cuanto a que, si tú bebes demasiado vas a ser una carga para los demás, yo creo que es uno de los motivos para que no bebas tanto.”*
- *“Yo sí, yo tengo amigos que no beben.”*
- *“No, yo con zumitos de piña.”*
- *“Eso es lo raro, que vayas a un botellón, y no vayas a beber alcohol, lo normal es para beber alcohol. Después hay gente que no bebe alcohol, pero lo normal es eso.”*
- *“Alguna gente a lo mejor se van cinco, y uno de ellos esa noche le toca no beber, que es el que conduce normalmente. Todo el mundo no hace eso, pero vaya.”*
- *“Yo la verdad, soy poco prudente con el coche, beba o no siempre llevo el coche, porque me gusta.”*

Respecto de esta dimensión cualitativa de botellón, son los expertos, padres y educadores los actores principales y que presentan una actitud de preocupación. Por un lado, los expertos explican los comportamientos de consumo, los hábitos culturales relacionados con la bebida y los riesgos asociados al consumo de alcohol y otras sustancias. Por otro lado, parece que los padres únicamente se muestran claramente intolerantes con el consumo de drogas ilegales y que son más permisivos con el consumo de alcohol (Avellaneda, García y Segura, 2002). En general, los padres y entidades educativas son interpelados pero su presencia activa en la problemática del botellón es todavía muy escasa, si bien en un reciente estudio de la Universidad de Extremadura (2002) estos agentes educativos consideran que, precisamente, el botellón es fundamentalmente una consecuencia visible o síntoma de un problema educativo.

El botellón en España y Andalucía: normativa

Junto con los participantes en el botellón, los vecinos afectados y los padres y educadores, hay otros actores implicados como son las autoridades municipales, autonómicas y estatales. Durante cierto tiempo se ha considerado que la legislación existente era suficiente y que los ayuntamientos, mediante sus reglamentos locales, debían encargarse de sus problemas considerando de este modo al botellón como un problema aislado y específico del orden público de cada municipio. De este modo, hasta el momento se ha aplicado la legislación nacional, regional y local referida a los principales efectos asociados al botellón como son: consumo de alcohol en la vía pública y venta a menores, ruido, consumo de sustancias ilegales, suciedad en la vía pública, abandono de botellas rotas y otros objetos peligrosos y daños al mobiliario urbano. En el estudio realizado por la Universidad de Extremadura se hace un riguroso repaso de las distintas normativas existentes para el control de esas problemáticas, así como de la existencia de vacíos legales que dificultan el afrontamiento de la problemática específica del botellón.

Las principales conclusiones a las que llega este estudio es que existe una normativa dispersa y fragmentaria que dificulta la regulación de este tipo de ocio nocturno. Así por ejemplo, respecto del consumo de alcohol en la calle, mientras que en otros países europeos (Francia, Italia, Alemania y Reino Unido) no existe prohibición expresa de beber al aire libre, en España se ha comenzado a legislar y actuar al respecto: municipios de ocho comunidades autónomas ya han optado por Ordenanzas *antibotellón* (Canarias, Castilla y León, Valencia, Extremadura, Cantabria, Murcia, Aragón y La Rioja) y, por ejemplo, durante el primer semestre de 2005, la Policía Municipal de Madrid impuso 14.500 multas por consumo de alcohol en la calle. En el caso de Toledo, la Ordenanza también contempla como alternativa a la multa económica hacer trabajos de limpieza en beneficio de la comunidad. En todas estas legislaciones se endurecen aspectos relacionados con la publicidad, venta de alcohol, horarios de cierre, concesión de licencias, sanciones y elaboración de planes de prevención de consumo para menores.

Respecto del ruido, uno de los problemas que genera mayor conflicto para los vecinos, prácticamente queda regulado en todas las Comunidades Autónomas pero no aquel producido por personas que toman copas en la vía pública. En este caso,

ordenanzas municipales como la de Vitoria y Burgos pretenden paliar este vacío ya que permiten aplicar sanciones a grupos de personas que hacen el botellón. El consumo de drogas ilegales está ampliamente tratado a todos los niveles (estatal, autonómico y local); la acumulación de residuos en la vía pública se regula por legislaciones autonómicas y normativas locales que establecen sanciones muy variadas (de nuevo Burgos es una de las ciudades más duras en este sentido); y el deterioro del mobiliario urbano queda recogido tanto en el Código Penal como en las normativas locales.

Pese a esta variedad de normativas, los autores del informe mencionado de la Universidad de Extremadura se preguntan si esta legislación estatal, autonómica y local es suficiente o si, por el contrario, se deben elaborar nuevas normativas que permitan conciliar el derecho al ocio con el derecho al descanso. Hasta el año 2002 no existían normativas estatales o autonómicas que se refiriesen directamente al botellón. Sin embargo, actualmente, en Andalucía, la Junta está preparando su *ley antibotellón* que entrará en vigor en 2006. En el reciente estudio realizado por encargo de la Consejería de Gobernación (febrero, 2006), se analizan las repercusiones de la futura ley sobre potestades administrativas en materia de actividades de ocio en los espacios abiertos de los municipios de Andalucía, atendiendo así la petición de los alcaldes y de los numerosos colectivos (asociaciones vecinales, de hostelería y de jóvenes) que le han demandado una solución a este problema.

Según este estudio, el 64,3% de la población andaluza respalda que se limiten los lugares donde se permitan las concentraciones de personas consumiendo bebida en la vía pública, un porcentaje que sube hasta el 76,7% si se pregunta a la población que se considera afectada por el botellón y que entre los participantes habituales de este tipo de ocio encuentra un apoyo del 52%. Estos lugares en los que estará permitido beber deberán ser consensuados entre los regidores andaluces y los sectores implicados de los respectivos municipios. En efecto, tanto la mayoría de los participantes (88%) como de los vecinos afectados (75,5%) en Andalucía indican como solución que se habiliten zonas específicas dotadas de servicios donde no haya población afectada. Sólo un 9,6% de los participantes y un 24,5% de los afectados piden la prohibición total. Además, este estudio informa de que la mayoría de los andaluces opina que deben ser los ayuntamientos los encargados finales de la ley (establecimiento de medidas, cumplimiento, inspección y sanción), por considerar que son las administraciones locales las que conocen la situación y particularidades del botellón en cada municipio.

Cuando se recogen las respuestas literales de los jóvenes malagueños se obtiene, por ejemplo:

- "... No, o sea, sí, también te puedes quedar en la terraza a beber, ¿por qué no?, en vez de estar de botellón. Pero yo creo que el hecho de que a ti te han hablado de que lo van a prohibir; es lo que hace que sigas..."

- "Te dan más ganas de hacerlo."

- "Se seguiría haciendo."

- "Yo iría a otro sitio, como la playa."

- "Y a escondidas de la policía, y todo eso."

- "...Como solución, habilitar un sitio para eso, lo típico."

- "Yo lo veo bien, que se vaya el botellón allí que no molesta a nadie."

- "La única solución es concienciar a la gente, pero concienciar a tanta gente que hay allí, ... es muy difícil también".

- "O que te toquen el bolsillo, que llegue la policía, empiece a poner multas, por ser guarro y dejar las cosas ahí, verás como la gente..."

- "Ya, pero si queremos acabar con el tema del botellón, tenemos que poner de nuestra parte todos, tanto ellos por parte del Ayuntamiento, como nosotros; si hay que fastidiarse un poquillo por coger un autobús, que hay que poner todos de su parte."

Algunos intentos de respuesta

Para finalizar con esta introducción, es necesario considerar que junto a la búsqueda de soluciones que mitiguen los efectos más molestos del botellón, se ha planteado la necesidad de seguir trabajando en la prevención desde la búsqueda de alternativas de ocio juvenil menos problemáticas tanto para la salud como para la convivencia entre distintos sectores de la población. Desde este punto de vista, algunas instituciones han intentado responder con campañas de información dirigidas a los jóvenes sobre las consecuencias del consumo de alcohol y de drogas en general, siendo pocos los casos (Ceuta y Málaga) que se referían explícitamente al botellón. Estas campañas se han realizado tanto en las zonas donde se practica el botellón como en centros educativos y asociaciones juveniles, destacando entre ellas las dirigidas a concienciar sobre la necesidad de respetar la ciudad con el reparto de bolsas de basura a cambio de entradas de cine, teatro y baloncesto (Badajoz y Cáceres), reparto de fotografías realizadas en las zonas del botellón a los diversos grupos de jóvenes a cambio de recogida de basura (Málaga), la campaña "Citiclín" en Granada, y las dirigidas a la prevención de enfermedades de transmisión sexual como el "Doctor Botellón" en Montijo, y sobre los efectos negativos del alcohol y las drogas como la de Madrid "No te pases, Entérate".

Otras veces se han puesto en marcha programas alternativos de ocio juvenil nocturno. Ejemplos muy conocidos son las ciudades pioneras de Gijón (desde 1997 con “Abierto hasta el amanecer”) y Cádiz (desde 1999 con “Cádiz Alternativo”). Estos programas se centran en organizar actividades culturales, deportivas y lúdicas en horario nocturno con la apertura de centros culturales e instalaciones deportivas donde llevarlas a cabo. A partir del año 2001, sobre todo en Andalucía, coincidiendo con el congreso “Jóvenes , Noche y Alcohol” comienzan a desarrollarse actividades en otras ciudades que hasta el momento habían desarrollado programas de ocio de manera muy puntual. En el caso específico de Málaga, se crea el concurso “Monta tu propia movida... con menos drogas, y ganarás”, el programa “Alterna en la noche”, el Punto de Información Juvenil, campañas de autobuses gratuitos, Fiestas Happy Sex, Muestras Musicales, las campañas “Cultura de Bar”, “Sal de Buen Rollo”, “Libros contra el botellón” y “Ven al pelicolón y deja el botellón”. Además, se crea el Servicio de Atención a la Movida que es la encargada de la difusión de las campañas y actividades en las zonas del botellón.

Lo que los jóvenes dicen en relación con la programación de actividades alternativas al botellón:

- *“La guitarra”.*
- *“Bebidas alternativas que no lleven alcohol, por ejemplo.”*
- *“Claro, como las promociones del supermercado, que hay una chica que te da queso; pues que vayan ofreciendo bebidas sin alcohol.”*
- *“... también se podría, yo que sé, millones de ideas. Para, un lugar que eso sería una especie de escaparate, se puede usar como un escaparate; grupos de música...”*
- *“Yo he pensado siempre, por ejemplo, abrir por la noche talleres deportivos, hacer tipos de deporte de torneo de 24 horas. Por las noches jugar al fútbol, al baloncesto.”*
- *“Eso se hacía en Málaga, algo alternativo a la noche, pero..”*
- *“Lo de Alterna en la Noche. No funcionó.”*
- *“No, sí, yo he estado eh?”*
- *“Es que, la noche la gente joven salen a ligar, la gente jugando al fútbol no van a ligar nada.”*
- *“Sí, hombre, un concurso de poesía a lo mejor hay chicas.”*
- *“Claro, es que tendría que hacer algo verdaderamente ocioso y divertido. Que no hagas nada, pero que sientas que estás haciendo algo relajado.”*
- *“Algo que rompa con todo.”*
- *“No es algo que puedas hacer, sino que dependa de ti. Yo muchas veces he salido, he tocado la guitarra con algún amigo, o con un grupillo o lo que sea, o con gente. Otras veces que no he salido, pero he jugado al fútbol. A mí, que no me vengan a decir lo que tengo que hacer o pueda promover algo; haz esto porque si no, mejor haz esto. No existen alternativas si no es algo que a ti te guste o te llene.”*

Si el botellón es un ámbito de socialización, un espacio propio, las alternativas deben promover la creación de esos otros espacios propios que sustituyan la función del botellón actual. Por tanto, parece necesario organizar y estructurar actividades alternativas teniendo presente la importancia que el ocio nocturno ha alcanzado en nuestra sociedad y en nuestro sistema económico. Y en este contexto es fundamental

partir de la creación de espacios que puedan ser considerados como propios y gestionados por los mismos usuarios.

De acuerdo con los autores del informe extremeño, se debe partir de la consideración de los propios jóvenes, no de los jóvenes *modelo*, sino de los jóvenes en general. Antona y Madrid (2005) señalan que los programas de prevención y reducción de daños que apelan a la responsabilidad individual se diseñan desde la idea de una “homogeneidad cultural” entre los jóvenes que explica que su eficacia se limite a los jóvenes adscritos a la cultura de los que mayoritariamente no consumen, respetan las normas y el orden establecido y confían en el conocimiento experto. Para el resto, como por ejemplo los implicados en los recientes enfrentamientos con la policía en Huesca, la represión y algunos programas de prevención o de ocio alternativo aparecen como una agresión cultural que fortalece su posicionamiento contrario.

Todavía hay mucho que decir y hacer, y son necesarios estudios sociológicos/etnográficos rigurosos que aporten información sobre el sentido del botellón para los jóvenes y sobre las mejores propuestas de todos los colectivos implicados en la puesta en marcha de soluciones para el respeto y la mejora de la convivencia ciudadana. Con este estudio pretendemos enriquecer las explicaciones que se han venido dando al botellón y ofrecer la percepción y actitudes de los jóvenes hacia el mismo y hacia formas alternativas de ocio.

Capítulo II

Objetivos generales y específicos

Objetivos generales

Los *objetivos generales* de esta investigación son los siguientes:

- a) Estudiar y explicar el botellón en la Plaza de la Merced y sus alrededores, establecer las causas principales por las que se realiza en este lugar, así como las actitudes y motivaciones de sus participantes.
- b) Aportar información que permita valorar la viabilidad de un traslado de este botellón a otro lugar de la ciudad de Málaga, considerando la opinión no sólo de los participantes sino también de los vecinos y propietarios de locales a los que les afecta.

Para la consecución de estos dos objetivos generales se considera necesario recabar información de tres colectivos: participantes en el botellón, vecinos de la plaza de la Merced y propietarios/encargados de locales ubicados en la plaza de la Merced y alrededores.

Objetivos específicos

Objetivos específicos: Participantes en el botellón

- a) Conocer el perfil sociodemográfico de los participantes.
- b) Conocer sus hábitos de conducta relacionados con la actividad del botellón y de “salir de marcha” (horarios, frecuencia, lugares, medios de transporte, compra de alcohol).

Capítulo II Objetivos generales y específicos

- c) Analizar detalladamente sus hábitos de consumo de bebidas (gasto medio, consumo medio, tipos de consumo).
- d) Analizar sus percepciones y sus motivaciones asociadas al botellón.
- e) Conocer su grado de acuerdo/desacuerdo con diferentes medidas dirigidas a paliar problemas en la plaza de la Merced.
- f) Valorar su disponibilidad a trasladar el botellón a otro lugar y las necesidades asociadas.
- g) Estudiar las razones por las que se realiza el botellón en general y en la plaza de la Merced en particular.
- h) Establecer, en su caso, una tipología de participantes en el botellón considerando variables de interés tales como edad o sexo.
- i) Evaluar su grado de conocimiento acerca de políticas municipales relacionadas.

Objetivos específicos: Vecinos afectados por el botellón

- a) Conocer el perfil de los vecinos y sus viviendas.
- b) Analizar sus actitudes generales y percepciones asociadas al botellón.
- c) Conocer su grado de acuerdo/desacuerdo con diferentes medidas dirigidas a paliar problemas en la Plaza de la Merced.
- d) Valorar su grado de acuerdo con la opción de traslado a otro lugar y las necesidades asociadas.
- e) Estudiar las razones por las que se realiza el botellón en general y en la plaza de la Merced en particular.
- f) Evaluar el grado de implicación deseado por los vecinos en la toma de decisiones.

Objetivos específicos: Propietarios/Encargados de locales afectados por el botellón:

- a) Conocer el perfil de los locales y de la clientela.
- b) Analizar sus actitudes generales y percepciones asociadas al botellón.
- c) Valorar el impacto del botellón en su local.
- d) Conocer su grado de acuerdo/desacuerdo con diferentes medidas dirigidas a paliar problemas en la Plaza de la Merced.
- e) Valorar su grado de acuerdo con la opción de traslado a otro lugar y las necesidades asociadas.
- f) Estudiar las razones por las que se realiza el botellón en general y en la plaza de la Merced en particular.
- g) Evaluar el grado de implicación deseado por los propietarios/encargados en la toma de decisiones.

Capítulo III

Método

Procedimiento general

El procedimiento seguido, en el que se han utilizado técnicas de investigación tanto cualitativas como cuantitativas, se divide en 4 fases:

1ª Fase. Estudio previo de carácter cualitativo (grupo de discusión y entrevistas en profundidad) y revisión de las fuentes documentales.

2ª Fase. Elaboración de los cuestionarios: participantes, vecinos y propietarios/encargados de locales (ver anexo) y del protocolo de observación (ver anexo).

3ª Fase. Revisión por jueces de los instrumentos elaborados y aplicación a una muestra piloto. La finalidad de la misma es, en primer lugar, revisar la pertinencia y convergencia de los ítems con los objetivos del estudio y, en segundo lugar, analizar las dificultades y potenciales problemas en la aplicación de los instrumentos. Estos análisis nos permitieron conocer el tipo de aceptación/recepción de la encuesta.

4ª Fase. Aplicación de los cuestionarios a participantes, vecinos y propietarios/encargados de locales. Observación *in situ*.

Grupo de discusión y revisión de fuentes documentales

Se llevó a cabo un grupo de discusión constituido por 6 jóvenes de entre 18 y 26 años de los cuales la mitad eran chicos y la otra mitad chicas. Todos ellos eran participantes activos en el botellón en la Plaza de la Merced. También se realizaron dos

entrevistas en profundidad: una de ellas a una vecina afectada por el botellón de la Plaza de la Merced y la otra al dueño de varios locales de ocio nocturno de la zona del centro de Málaga.

Este estudio fue uno de los dos pilares importantes sobre los que se sustentó el estudio, concretamente, para la elaboración de los instrumentos y del marco teórico. El otro pilar del estudio fue la revisión de las fuentes documentales existentes en España en relación con el botellón.

Investigación mediante encuesta: participantes, vecinos y propietarios

Encuesta a participantes

Debido al elevado número de participantes en el botellón y su heterogeneidad, se ha asegurado la representatividad de la muestra mediante un muestreo en el que el número de encuestados está determinado por un máximo de variabilidad $p = q = 0,50$ y un máximo error teórico en el muestreo de $\pm 5,80$.

Ficha técnica de la muestra

Universo de estudio

Participantes en el botellón de la Plaza de la Merced. Se estima que el número de participantes en el botellón es de aproximadamente 2500 personas.

Técnica de recogida de datos

Entrevista individual realizada mediante un cuestionario semi-estructurado. Las entrevistas se realizan en la misma Plaza de la Merced y sus alrededores.

Método de muestreo

Muestreo estratificado con afijación uniforme según sexo; 50% mujeres y 50% hombres. Por cada sexo, se realiza un muestreo aleatorio. La selección de las unidades primarias de muestreo fue de forma aleatoria uniforme mientras que las unidades últimas fueron seleccionadas por muestreo aleatorio simple.

Tamaño de la muestra y error muestral

Se compone de 260 sujetos, con un máximo error teórico en el muestreo de $\pm 5,80$. El nivel de confianza se ha fijado en el 95% asumiendo las condiciones más estrictas en la variabilidad: $p = q = 0,50$.

Procedimiento de recogida de datos

La encuesta se aplicó a los participantes en el botellón en 3 días distintos: jueves (21%), viernes (42%) y sábado (37%). Los encuestadores fueron distribuidos en grupos de dos y tres personas; cada uno de estos grupos se dirigía a una zona de la Plaza de la Merced y alrededores (Plaza del Teatro Cervantes) en la que se encontraban los participantes en el botellón.

Encuesta a vecinos

En el caso de los vecinos de la Plaza de la Merced afectados por el botellón se ha utilizado la técnica de muestreo por cuotas que consiste en establecer una serie de características que el conjunto de encuestados debe cumplir para garantizar la representatividad del mismo. Así, debe existir una relación entre el vecino y el botellón, ya que el universo de estudio son aquellos vecinos afectados por el botellón. Además, se han establecido las cuotas según la altura que separa los vecinos del botellón (piso en el que viven). Por tanto, cada vecino al que se le ha pasado la encuesta debe quedar categorizado en una de las cuotas establecidas. De esta forma, la representatividad de la muestra queda asegurada no por el número de encuestados sino por las características relevantes establecidas a priori.

Ficha técnica de la muestra

Universo de estudio

Vecinos de la Plaza de la Merced y sus alrededores afectados por el botellón.

Técnica de recogida de datos

Entrevista individual realizada mediante un cuestionario semi-estructurado. Las entrevistas se realizan en la Plaza de la Merced y sus alrededores.

Método de muestreo

Muestreo por cuotas, en función de la altura del piso en el que vive. Se establecen cuatro categorías: planta baja, 1º-2º piso, 3º-4º piso, 5º piso o superior.

Tamaño de la muestra

Se han establecido un mínimo de 50 sujetos a los que se administrará el protocolo. Al realizarse un muestreo por cuotas se asegura la representatividad de las situaciones muestreadas con un pequeño número de participantes. Este número se considera suficiente porque los vecinos se hallan inmersos en una situación que les afecta de forma muy similar y no es previsible que exista una gran variabilidad en las respuestas, asegurando, de esta manera, que las respuestas representen correctamente la situación que vive dicha población.

Procedimiento de recogida de datos

Para la recogida de datos se distribuyó a los encuestadores en grupos de dos y tres personas que se dispersaron por los alrededores de la Plaza de la Merced. Los encuestadores debían administrar el cuestionario a la tercera persona con la que se cruzasen en su ruta mientras caminaban por la zona que se les había asignado. Además, debían dirigirse a cualquier persona a la que observaran salir o disponerse a entrar en un portal. Una vez terminada la entrevista los encuestadores debían proceder, de nuevo, de la misma forma: caminar y dirigirse a la tercera persona con la que se cruzasen. El 15,12% de los vecinos encuestados vive en un bajo, el 37,74% en un 1º o 2º piso, el 22,62% en un 3º o 4º y el 24,52% en un 5º o superior.

Encuesta a propietarios de locales

Como en el caso de los vecinos también se ha utilizado la técnica de muestreo por cuotas. Así, los locales de la zona de la Plaza de la Merced y alrededores se han dividido en dos grupos según su situación: la zona central (locales en la Plaza y calles cercanas a la misma) y la zona periférica (locales también situados en la zona del casco histórico de la ciudad pero un poco más alejados de la Plaza). Estos locales, asimismo, pueden dividirse en: de primera hora o de segunda hora. Así, quedan controladas las variables temporales y espaciales en la relación de estos locales y el botellón. Puesto que los locales se hallan sometidos a una situación muy similar y no es previsible que

exista una gran variabilidad en las respuestas, puede afirmarse que el hecho de controlar las dos variables mencionadas asegura la representatividad de la información obtenida. En este caso se comprobará mediante la fiabilidad y validez de las respuestas su adecuada representatividad.

Ficha técnica de la muestra

Universo de estudio

Propietarios de locales de la Plaza de la Merced y sus alrededores.

Técnica de recogida de datos

Entrevista personal realizada mediante un cuestionario semi-estructurado. Las entrevistas se realizan en la Plaza de la Merced y sus alrededores.

Método de muestreo

Muestreo por cuotas, en función de la proximidad del local a la Plaza de la Merced y de si se trata de locales de primera o segunda hora. Los locales del centro de la ciudad se dividen, por tanto, en: locales en la Plaza o calles muy próximas a la misma, locales situados en calles más alejadas de la Plaza pero dentro del mismo casco histórico, locales de primera hora y locales de segunda hora.

Tamaño de la muestra

Se ha establecido un mínimo de 20 sujetos a los que se administrará el protocolo. Al realizarse un muestreo por conglomerados se asegura la representatividad de las situaciones muestreadas con un pequeño número de participantes. Una variable importante es la distancia que separa los locales de diversión de la zona del botellón, por lo que esta variable se ha controlado estableciendo dos conglomerados para que sea representativa de los distintos niveles de beneficio. Este número se considera suficiente porque los locales se hallan sometidos a una situación muy similar y no es previsible que exista una gran variabilidad en las respuestas, por lo que es previsible que las respuestas representen correctamente la situación. En este caso se comprobará mediante la fiabilidad y validez de las respuestas su adecuada representatividad. En el caso de que no fuera satisfactoria habría que incrementar la muestra en una segunda aplicación, pero una vez analizados los datos no se ha considerado necesario.

Procedimiento de recogida de datos

Como en el caso de los vecinos, para la recogida de datos se distribuyó a los encuestadores en grupos de dos y tres personas que se dispersaron por las zonas establecidas. Los encuestadores se dirigían, en primer lugar, al local que cumplía con las características establecidas por las cuotas (seleccionado aleatoriamente de un listado previo). Una vez realizada la encuesta debía caminar sin salirse de la zona y administrar la encuesta en el tercer local que encontrase hasta completar las cuotas. Las encuestas se administraron en tres días distintos: jueves, viernes y sábado.

Instrumentos

A partir de la información recogida mediante las técnicas cualitativas se elaboraron tres cuestionarios semi-estructurados con el fin de recabar información sobre la percepción del botellón en jóvenes, vecinos y propietarios/encargados de locales. Los instrumentos aplicados a estos tres colectivos están compuestos por preguntas con diferentes formatos de respuesta: abierta (por ejemplo, “¿Dónde crees que está el origen del botellón en la Plaza de la Merced?”), cerrada (por ejemplo, sexo y edad), de respuesta múltiple (por ejemplo, “¿Qué sueles beber en el botellón? Cerveza, vino, refrescos, etc.”), así como formatos de respuesta tipo likert (por ejemplo, “¿En qué medida estas de acuerdo con estas frases (referidas al botellón)? de 4 -total acuerdo- a 1 -nada de acuerdo-”). A continuación se presenta una ficha técnica de las características de cada instrumento.

Cuestionario para Participantes

Mediante este cuestionario se pretende evaluar tanto aspectos descriptivos de las conductas de los jóvenes (frecuencia de asistencia al botellón, cantidad de copas consumidas, etc.), como sus hábitos de salida nocturna, percepciones negativas sobre el mismo, razones para realizarlo y la valoración que realizan de diferentes alternativas y soluciones, incluido un posible traslado a otro lugar diferente de la Plaza de la Merced.

Características del cuestionario

Nombre: Cuestionario de Evaluación del Botellón para Participantes

Autor: Equipo Lisis (Universidad de Valencia) y Fundación Alcohol y Sociedad (FAS)

Número de preguntas: 22

Tiempo aproximado de aplicación: 10 minutos

Población a la que va dirigida: Participantes de todas las edades en el botellón de la plaza Merced

Dimensiones

Perfil de los participantes: preguntas 1, 2 y 3

Medio de transporte utilizado: preguntas 2 y 3

Conocimiento de las programas de prevención: preguntas 4 y 21

Hábitos de conducta relacionados con “salir de marcha”: pregunta 5

Frecuencia y horario de salidas nocturnas y realización del botellón: preguntas 5, 6, 7, 8 y 9

Hábitos de compra y consumo: preguntas 10, 11, 12 y 13

Consecuencias del botellón: pregunta 14

Factor Incitación al consumo: ítems 1, 4, 5 y 7

Factor Efectos Disruptivos: ítems 3, 8 y 9

Factor Estético: ítems 2 y 6

Razones para realizar el botellón: preguntas 15 y 16

Factor Socialización: ítems 1, 3 y 12

Factor Funcionamiento: ítems 7, 8, 9 y 10

Factor Contexto: ítems 5, 11 y 13

Grado de acuerdo con las medidas para regular el botellón en la plaza: pregunta 17

Factor Control: ítems 3, 4 y 5

Factor Negociación: ítems 6 y 7

Factor Continuidad: ítems 1 y 2

Grado de acuerdo con la medida de traslado del botellón: preguntas 18, 19 y 19b

Factor Supervisión/Control: ítems 10, 11 y 12

Factor Servicios I: ítems 4, 5 y 8

Factor Localización: ítems 1 y 7

Factor Servicios II: ítems 2, 3 y 6

Cambios convenientes en la plaza de la Merced: preguntas 20 y 20b

Origen del botellón en la plaza de la Merced: pregunta 22

Cuestionario para Vecinos

Mediante este cuestionario se pretende evaluar aspectos descriptivos de los vecinos y de su opinión acerca del impacto del botellón, como su percepción acerca de las razones y consecuencias negativas asociadas al mismo, su actitud general hacia el botellón, la valoración que realizan de diferentes alternativas o soluciones al mismo, incluido un posible traslado a otro lugar diferente de la plaza de la Merced, y el grado de participación deseable para ellos.

Características del cuestionario

Nombre: Cuestionario de Evaluación del Botellón para Vecinos

Autor: Equipo Lisis (Universidad de Valencia) y FAS

Número de ítems: 12

Tiempo aproximado de aplicación: 5 minutos

Población a la que va dirigida: Vecinos de la plaza de la Merced

Dimensiones

Características de la vivienda: preguntas 0a y 0b

Perfil de los encuestados: pregunta 1

Frecuencia y horario de realización del botellón: preguntas 2 y 3

Consecuencias del botellón: pregunta 4

Factor Incitación al consumo: ítems 1, 4, 5 y 7

Factor Efectos Disruptivos: ítems 3, 8 y 9

Factor Estético: ítems 2 y 6

Razones para realizar el botellón: pregunta 5

Factor Socialización: ítems 1, 3 y 12

Factor Funcionamiento: ítems 7, 8, 9 y 10

Factor Contexto: ítems 5, 11 y 13

Actitud general hacia el botellón: pregunta 6

Factor Tolerancia/Conformismo: ítems 3, 4, 5, 6 y 7

Factor Percepción de efectos: ítems 1 y 2

Grado de acuerdo con las medidas para regular el botellón en la plaza: preguntas 7 y 7^a

Factor Control: ítems 3, 4 y 5

Factor Negociación: ítems 6 y 7

Factor Continuidad: ítems 1 y 2

Grado de acuerdo con la medida de traslado del botellón: preguntas 8 y 9

Factor Supervisión/Control: ítems 10, 11 y 12

Factor Servicios I: ítems 4, 5 y 8

Factor Localización: ítems 1 y 7

Servicios II: ítems 2, 3 y 6

Cambios convenientes en la plaza de la Merced: pregunta 10

Grado de participación de los vecinos en la toma de decisiones: pregunta 11

Origen del botellón en la plaza de la Merced: pregunta 12

Cuestionario para Propietarios/Encargados de Locales

Mediante este cuestionario se pretende evaluar tanto aspectos descriptivos del local y de la clientela, como las percepciones de los propietarios y encargados acerca del impacto del botellón en los locales, de las razones para realizar el botellón, las consecuencias negativas derivadas del mismo y actitud general hacia éste, la valoración que realizan de diferentes alternativas y soluciones, incluido un posible traslado a otro lugar diferente de la Plaza de la Merced, y del grado de participación deseable para ellos.

Características del cuestionario

Nombre: Cuestionario de Evaluación del Botellón para Propietarios/Encargados

Autor: Equipo Lisis (Universidad de Valencia) y FAS

Número de ítems: 17

Tiempo aproximado de aplicación: 7 minutos

Población a la que va dirigida: Propietarios/Encargados de locales de la plaza de la Merced y alrededores

Dimensiones

Perfil de los encuestados: pregunta 1

Características del local: preguntas 2, 3 y 4

Características de los clientes: preguntas 5, 6 y 7

Consecuencias del botellón: pregunta 8

Factor Incitación al consumo: ítems 1, 4, 5 y 7

Factor Efectos Disruptivos: ítems 3, 8 y 9

Factor Estético: ítems 2 y 6

Razones para realizar el botellón: pregunta 9

Factor Socialización: ítems 1, 3 y 12

Factor Funcionamiento: ítems 7, 8, 9 y 10

Factor Contexto: ítems 5, 11 y 13

Actitud general hacia el botellón: pregunta 10

Factor Tolerancia/Conformismo: ítems 3, 4 y 5, 6 y 7

Factor Percepción de efectos: ítems 1 y 2

Grado de acuerdo con las medidas para regular el botellón en la plaza: pregunta 11

Factor Control: ítems 3, 4 y 5

Factor Negociación: ítems 6 y 7

Factor Continuidad: ítems 1 y 2

Valoración del impacto del botellón en su local: preguntas 12 y 12b

Grado de acuerdo con la medida de traslado del botellón: preguntas 13, 13b y 14

Factor Supervisión/Control: ítems 10, 11 y 12

Factor Servicios I: ítems 4, 5 y 8

Factor Localización: ítems 1 y 7

Servicios II: ítems 2, 3 y 6

Cambios convenientes en la plaza de la Merced: pregunta 15

Grado de participación de los propietarios en la toma de decisiones: pregunta 16

Origen del botellón en la plaza de la Merced: pregunta 17

Observación *in situ*

Además de la información recogida mediante los grupos de discusión, las entrevistas en profundidad y los cuestionarios que se presentan en el apartado anterior, dos investigadores previamente entrenados acudieron a la Plaza de la Merced y alrededores para cumplimentar, en primera persona, un protocolo de observación acerca de las características del botellón en esta zona específica de Málaga. Las observaciones se llevaron a cabo los mismos días que se recopilaron los datos mediante los cuestionarios, es decir, jueves, viernes y sábado. A continuación se presenta en mayor detalle el protocolo de observación utilizado, que puede consultarse en el anexo correspondiente.

Protocolo de observación

El protocolo de observación utilizado en la presente investigación consta de los siguientes siete apartados:

1.- *Participantes en el botellón.* Número aproximado de personas, edades aproximadas de los asistentes, representación de cada sexo, cantidad de personas por grupo, tipología de los grupos, grupos mayoritarios, grupos líderes y relación entre los distintos grupos.

2.- *Horario del botellón.* Horarios aproximados de llegada, de mayor afluencia y de partida de los asistentes,

3.- *Alcohol.* Lugares donde se compra el alcohol, bebidas mayoritarias y minoritarias, niveles aproximados de consumo.

4.- *Drogas.* Presencia de consumo de drogas, visibilidad y tipos.

5.- *Actividades.* Actividades realizadas por los grupos en el botellón.

6.- *Alrededores.* Descripción de las calles y plazas adyacentes.

7.- *Observaciones adicionales.*

Capítulo IV

Análisis descriptivos

Descripción de encuestados

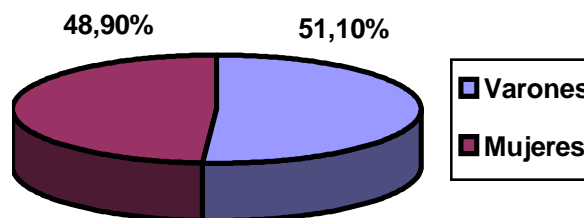
4.1. Encuesta a participantes en el botellón

Descripción de los participantes

Sexo

Se observa en el gráfico 1 que la distribución de la muestra de participantes en el botellón en función del sexo es de 51,1% de varones y de 48,9% de mujeres.

Gráfico 1 Representación gráfica de la variable Sexo



Edad

En la tabla 1 se constata que la edad media de los participantes en el botellón es de 23,43 años con una desviación típica de 3,97. También se comprueba que la edad del participante más joven es de 16 años y la del más mayor es de 48.

Tabla 1 Descriptivos de la variable Edad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	263	16,00	48,00	23,4335	3,96867

Como se observa en la tabla 2, el intervalo comprendido entre los 18 y los 31 años se encuentra el 97,3% de los asistentes al botellón y que la frecuencia de participantes menores de 18 años solo representa un 2,3% de total. Las edades de máxima frecuencia son las de 21 y 22 años. También creemos de interés destacar el hecho de que entre los 18 (edad aproximada de inicio en la universidad) y los 27 (edad promedio de finalización) se encuentra el 84,4% de la muestra.

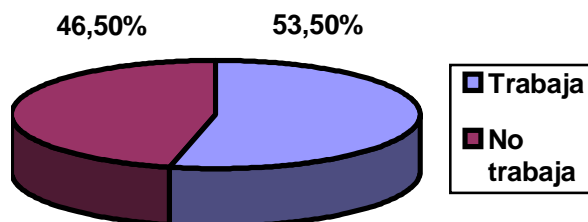
Tabla 2 Edad de los participantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 16,00	2	,8	,8	,8
17,00	2	,8	,8	1,5
18,00	10	3,8	3,8	5,3
19,00	18	6,8	6,8	12,2
20,00	24	9,1	9,1	21,3
21,00	38	14,4	14,4	35,7
22,00	35	13,3	13,3	49,0
23,00	27	10,3	10,3	59,3
24,00	14	5,3	5,3	64,6
25,00	21	8,0	8,0	72,6
26,00	21	8,0	8,0	80,6
27,00	16	6,1	6,1	86,7
28,00	12	4,6	4,6	91,3
29,00	9	3,4	3,4	94,7
30,00	4	1,5	1,5	96,2
31,00	3	1,1	1,1	97,3
32,00	2	,8	,8	98,1
34,00	2	,8	,8	98,9
38,00	1	,4	,4	99,2
39,00	1	,4	,4	99,6
48,00	1	,4	,4	100,0
Total	263	100,0	100,0	

Ocupación

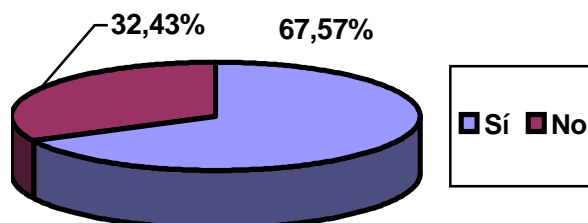
En el gráfico 2 se representa la muestra en función de su ocupación. Se observa que entre los que participan en el botellón el 53,5% trabaja y el 46,5% no lo hace.

Gráfico 2 Representación gráfica de la variable Ocupación



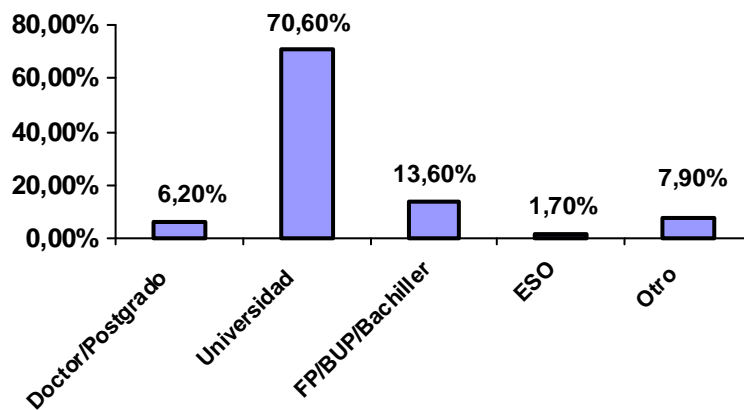
En el gráfico 3, se representa gráficamente el porcentaje que participantes que estudia. Se observa que el 67,6% está actualmente realizando algún tipo de estudio.

Gráfico 3 Representación gráfica de la variable Estudios



Respecto del nivel de estudios de la muestra representado en el gráfico 4, llama la atención que el 70,6% de los estudiantes, que como ya se ha dicho en el párrafo anterior representan el 67,57% de los participantes en el botellón, son estudiantes universitarios. También, es importante señalar que únicamente un 1,7% está realizando estudios de ESO.

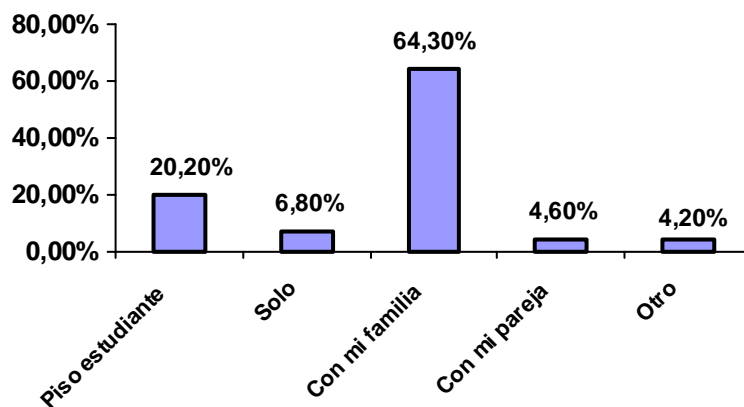
Gráfico 4 Representación gráfica de la variable Nivel estudios



Convivencia

En el gráfico 5 se aprecia que el 64,30% de los participantes en el botellón vive con su familia y que un 20,2 vive en pisos con otros estudiantes. Finalmente un 11,4% vive solo o en pareja.

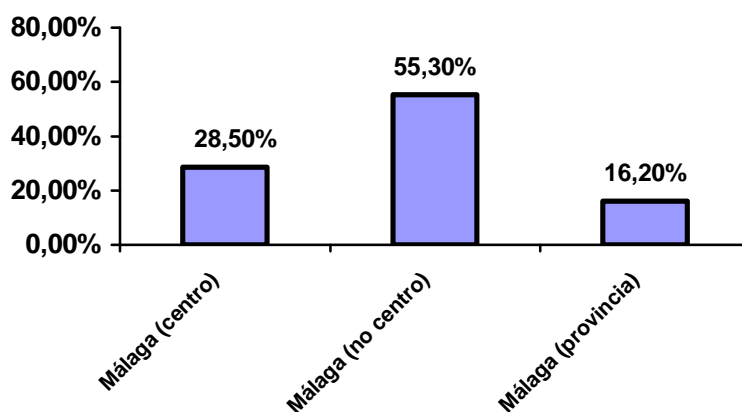
Gráfico 5 Representación gráfica de la variable Convivencia



Lugar de residencia

Tal y como se observa en el gráfico 6 destaca el hecho de que el 83,8% de los participantes en el botellón vive en la ciudad de Málaga y que únicamente un 16,2% procede de diferentes lugares de la provincia, a una distancia promedio de 11,80 km .

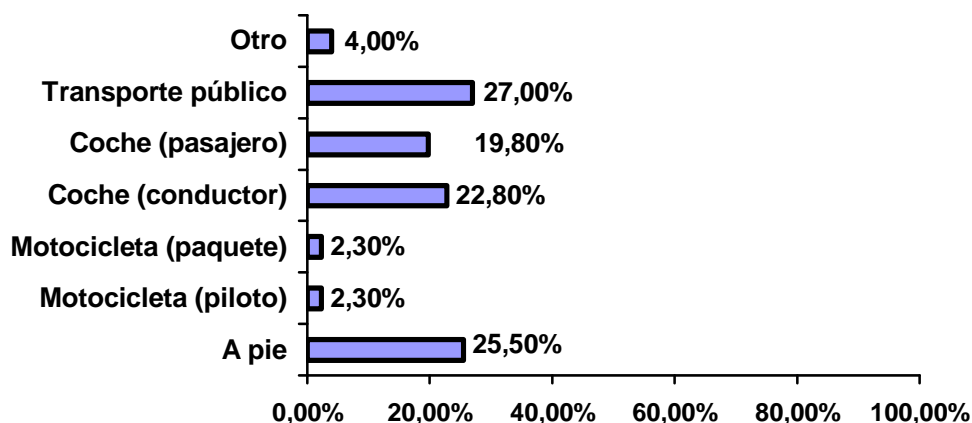
Gráfico 6 Representación gráfica de la variable Lugar de residencia



Medio de transporte

En el siguiente gráfico se aprecia que el 27% de los participantes utiliza el transporte público. El coche es utilizado por el 42,60%, bien como pasajero o bien como conductor. La motocicleta, como pasajero o piloto, únicamente es utilizada por el 4,60%. Sin embargo, si tenemos en cuenta los que utilizan el transporte público y los que acuden a pie, suman más de la mitad del total (52,50%).

Gráfico 7 Representación gráfica de la variable Medio de transporte

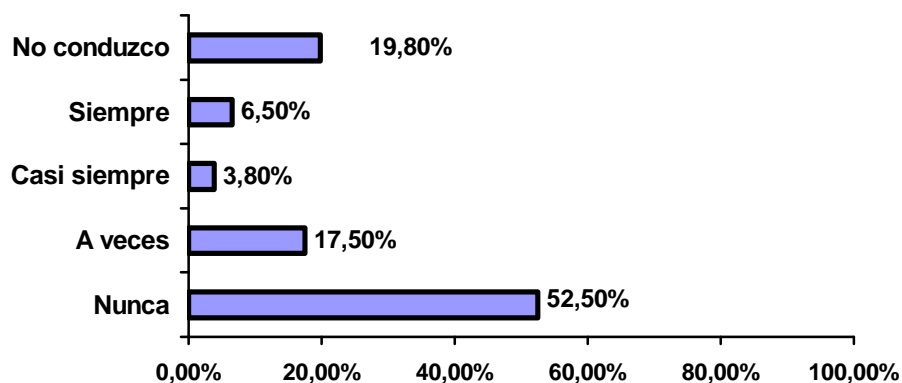


Características del botellón

Conducción después de beber alcohol

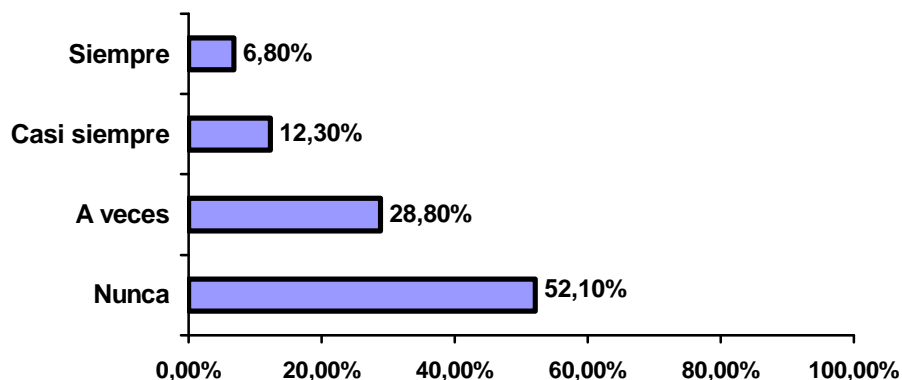
Constatamos que más de mitad de las personas que acuden al botellón nunca conduce después de haber bebido alcohol. Un 17,50 dice conducir a veces y un 10,30% conduce siempre o casi siempre después de haber consumido bebidas alcohólicas.

Gráfico 8 Representación gráfica de la variable *Conducción después de beber alcohol*



De entre los que acuden al botellón en coche y beben alcohol, el 52,10% nunca se turna en la conducción, el 28,80% se turna en algunas ocasiones y únicamente el 19,10% se turna siempre o casi siempre para que conduzca una persona que no haya bebido.

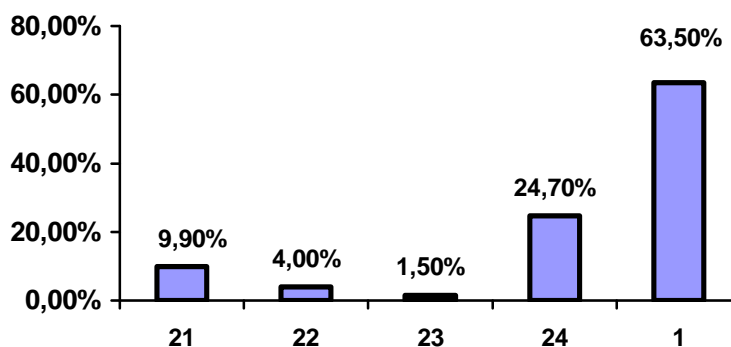
Gráfico 9 Representación gráfica de la variable *Turnos en la conducción*



Horario de asistencia al botellón

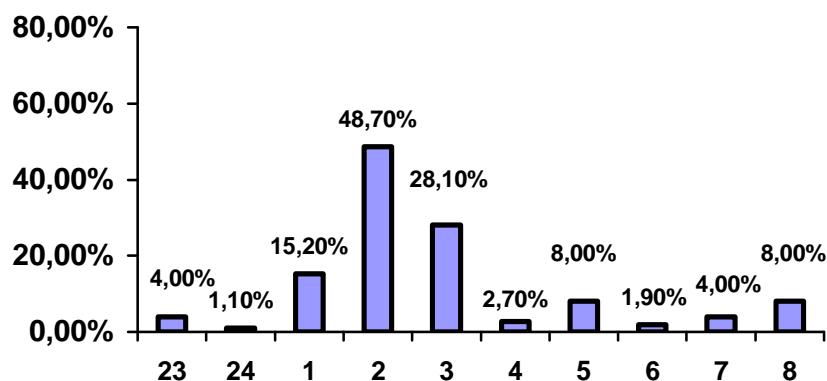
En el gráfico 10, destaca que un 63,50% de los que acuden al botellón lo hace aproximadamente a la 1 de la madrugada. Un 24,70% llega alrededor de las doce de la noche y únicamente el 15,40% acude antes de la medianoche.

Gráfico 10 Representación gráfica de la variable Horario de llegada



En general, se observa que una gran parte de los participantes en el botellón (76,80%) se marchan entre las 2 y las 3 de la madrugada. Sin embargo, también llama la atención que haya participantes que continúen el botellón hasta las ocho de la mañana.

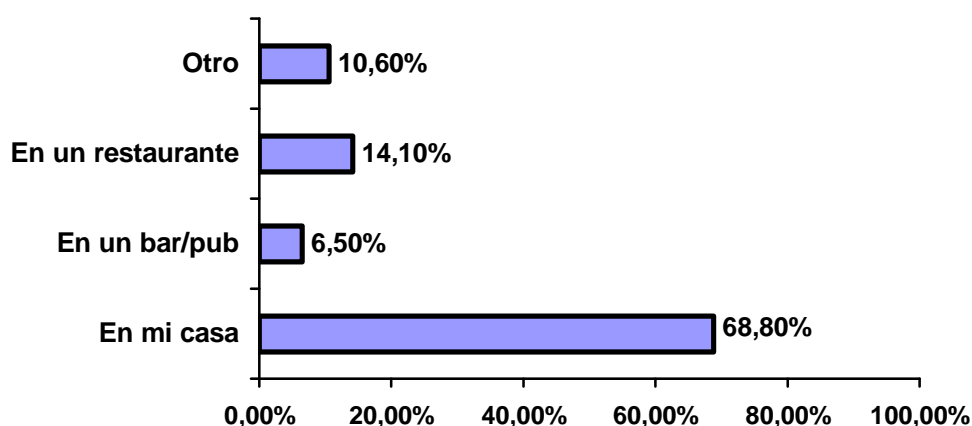
Gráfico 11 Representación gráfica de la variable Hora de término



Rutas de “marcha” nocturna

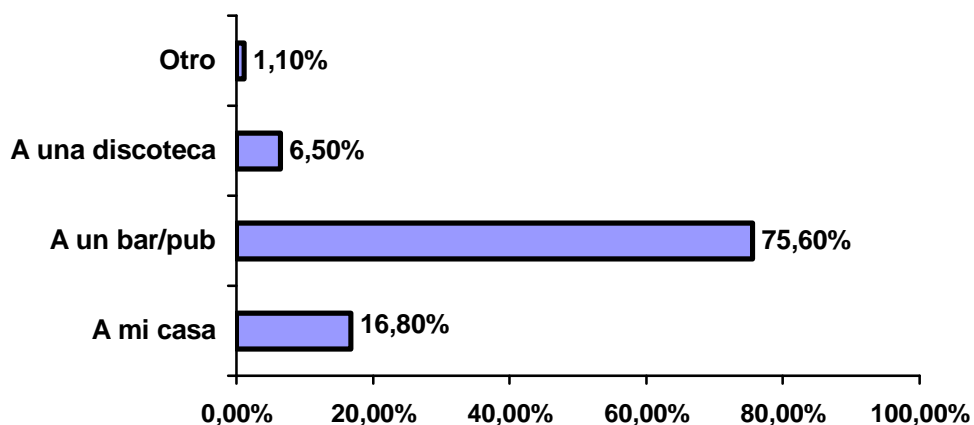
La mayor parte de los participantes en el botellón (68,80%), estaban en su casa antes de acudir al mismo. El 14,10% estaba cenando en un restaurante y muy pocos (6,50%) habían ido antes a un bar o pub. El 31,5% de los bares y restaurantes donde se encontraban antes del botellón se ubican en la Plaza de la Merced o alrededores y el resto en otras de la ciudad de Málaga.

Gráfico 12 Representación gráfica de la variable Lugar previo al botellón



Como se presenta en el gráfico 13, después del botellón la mayor parte de los asistentes (75,60%) acude a un bar o pub, que en el 96,67% de los casos se ubica en la misma Plaza de la Merced o alrededores. Un 16,80% regresa directamente a su casa.

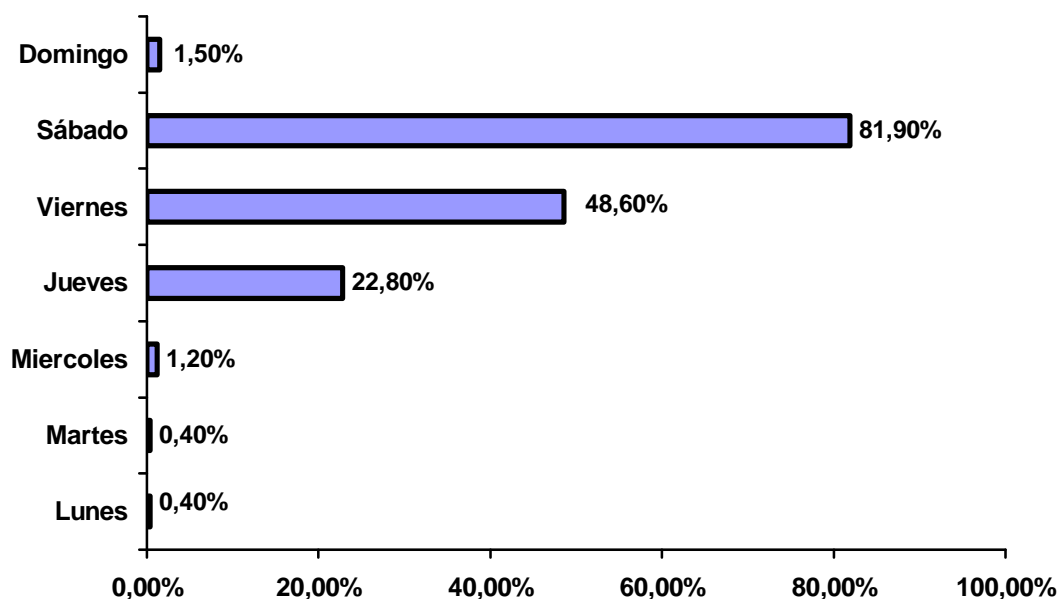
Gráfico 13 Representación gráfica de la variable Lugar posterior al botellón



Días de realización del botellón

Como se aprecia en el gráfico 14, la realización del botellón se centra especialmente en los jueves (22,80%), viernes (48,60%) y los sábados (81,90%). Comprobamos que el sábado acude más del doble de personas que el jueves y viernes conjuntamente. Muy pocos (3,50%) participan en el botellón los lunes, martes, miércoles o domingos.

Gráfico 14 Representación gráfica de la variable *Días del botellón*



Frecuencia de asistencia al botellón

Casi el 70% de los encuestados realiza el botellón entre 1 y 4 veces al mes. También es de destacar que un 10% únicamente acude al botellón en ocasiones especiales como cumpleaños y otras celebraciones. Como se observa en la tabla 3, los asistentes al botellón de la Plaza de la Merced lo llevan realizando una media de casi 6 años.

Tabla 3 Años realizando el botellón

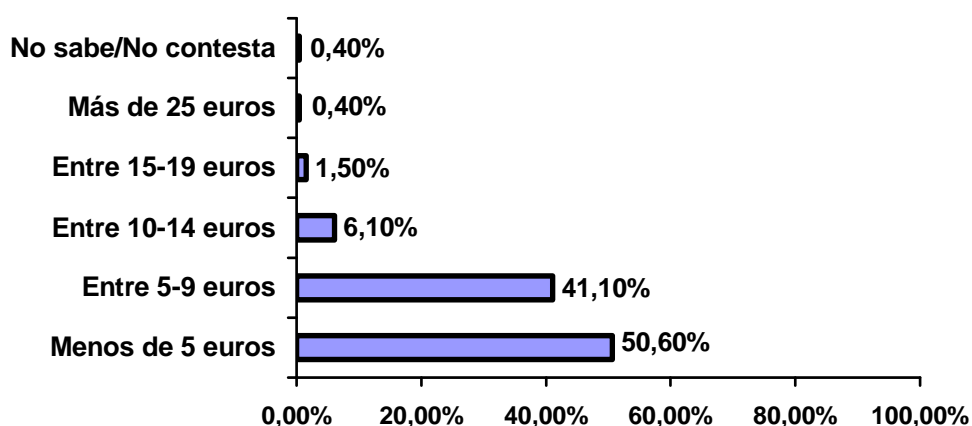
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Años haciendo botellón	262	,00	20,00	5,9230	3,17574

Gastos y compras

Gasto medio

Se comprueba que el 91,60% de los asistentes al botellón tiene un gasto medio en bebidas inferior a los 9 euros. Únicamente el 8% gasta cantidades superiores en el botellón.

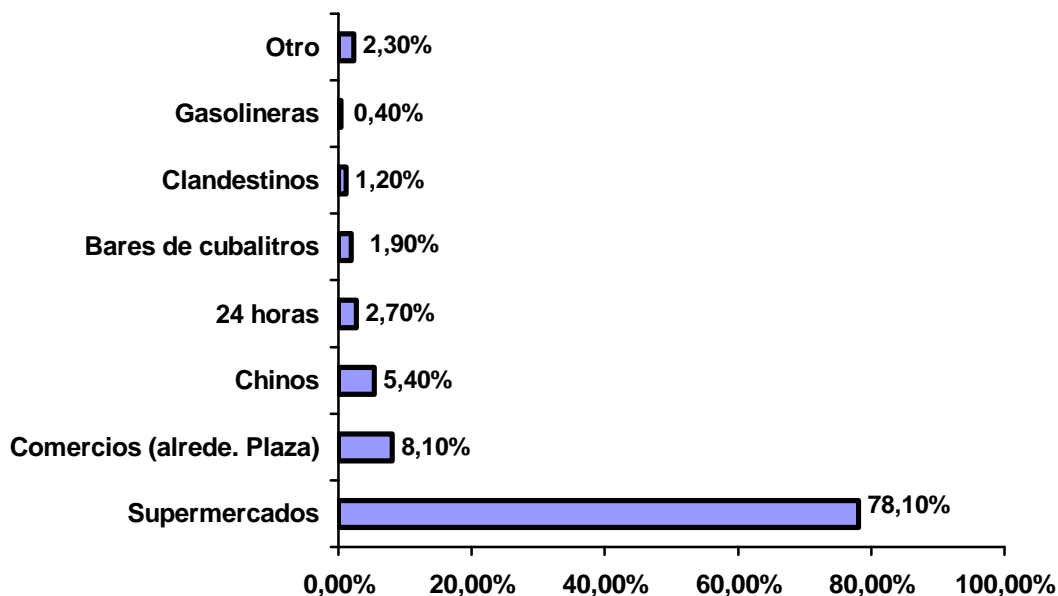
Gráfico 15 Representación gráfica de la variable Gasto medio



Lugar y horario de compra

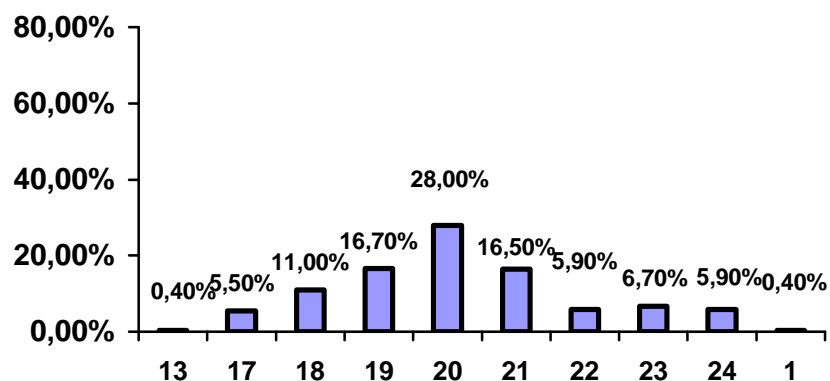
En el gráfico 16 se observa que el 78,10% realiza las compras relacionadas con el botellón en supermercados. Un 8,10% hace esas compras en comercios ubicados en los alrededores de la Plaza de la Merced.

Gráfico 16 Representación gráfica de la variable Lugar y horario de compra



Más de la mitad de esas compras (57,20%) se realiza entre las 19 y las 21 horas, es decir en horario comercial habitual.

Gráfico 17 Representación gráfica de la variable Hora de compra

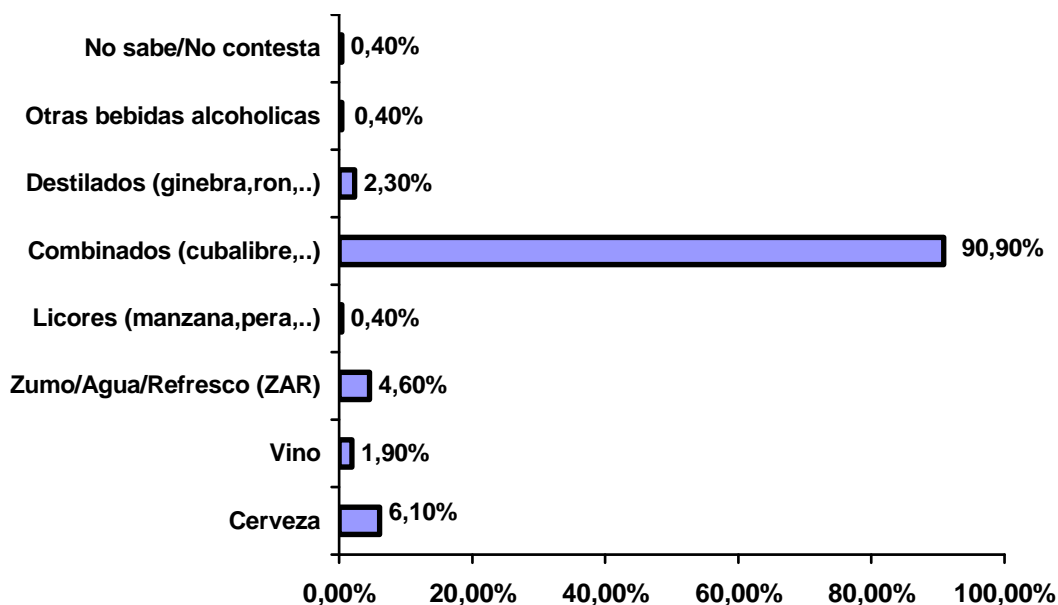


El consumo de alcohol

Tipos de bebida y consumo en el botellón

Llama la atención en el gráfico 18 el hecho de que el 90,90% de los participantes consume combinados (destilados más refrescos) con una media de consumo en el botellón de entre 4 y 5 copas por persona. Únicamente un 6,10% bebe cerveza pero lo hace en cantidades apreciables, con una media de entre 5 y 6 tercios (1,8 litros por persona). Hay un 4,6% de asistentes que no consume bebidas alcohólicas.

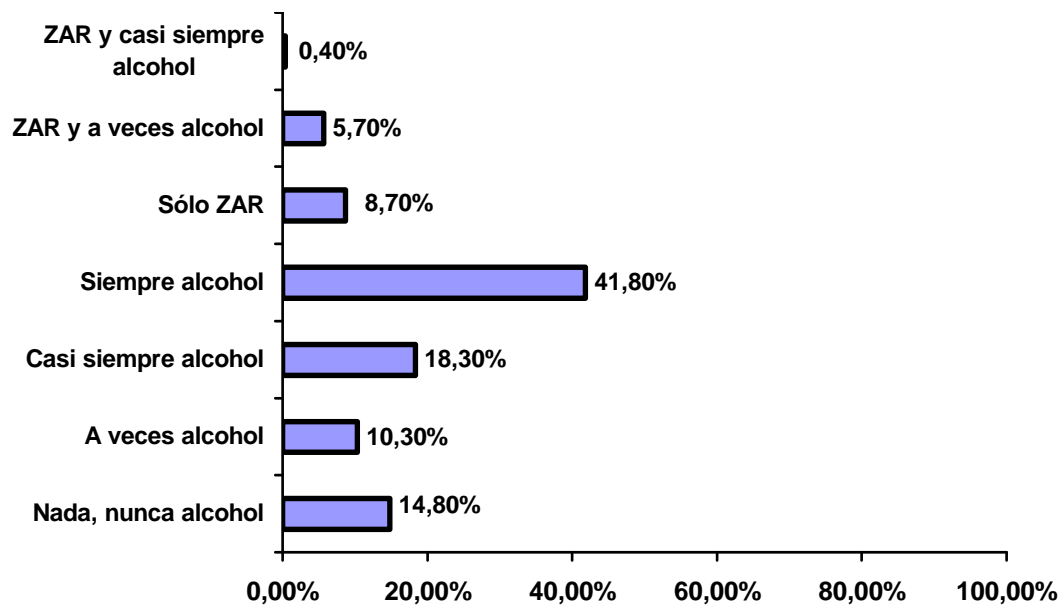
Gráfico 18 Representación gráfica de la variable Tipos de bebida



Tipos de bebida y consumo después del botellón

Después de asistir al botellón, más de la mitad de los encuestados continúa bebiendo alcohol (59,10%), mientras que un 23,50% no consume bebidas alcohólicas.

Gráfico 19 Representación gráfica de la variable Bebida después del botellón



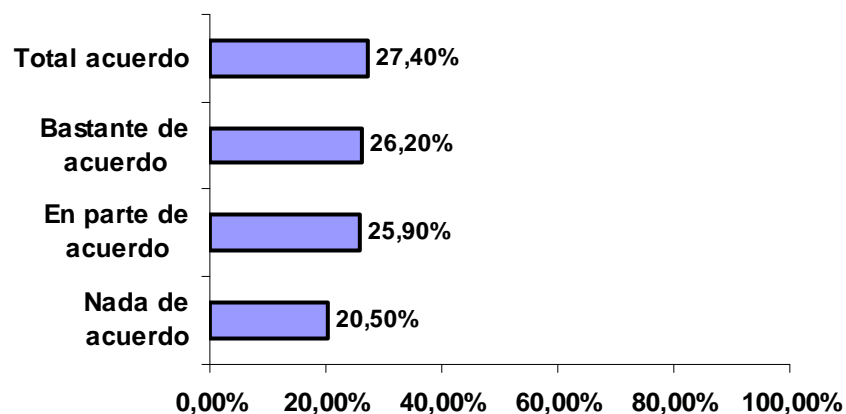
Encuesta de opinión

Consecuencias del botellón

Fomenta el abuso del alcohol

Como se aprecia en el siguiente gráfico, los participantes en el botellón no tienen una opinión unánime a este respecto. Al contrario, encontramos porcentajes muy semejantes en las distintas modalidades de respuesta que van desde nada de acuerdo a total acuerdo con la idea de que el botellón favorece el abuso del alcohol.

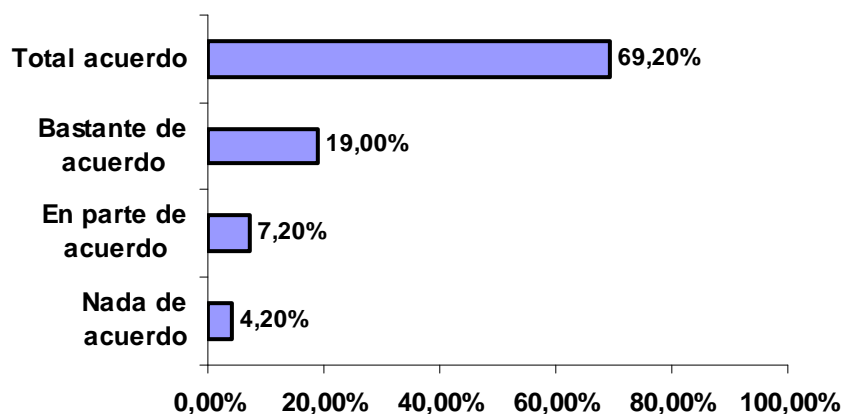
Gráfico 20 Fomenta el abuso del alcohol



Ensucia y afea la Plaza de la Merced

En este caso, los asistentes al botellón muestran mayor acuerdo es sus respuestas. Observamos que un 95,40% dicen que el botellón afea y ensucia la Plaza de la Merced, de entre los que un 69,20% está en total acuerdo con esta afirmación.

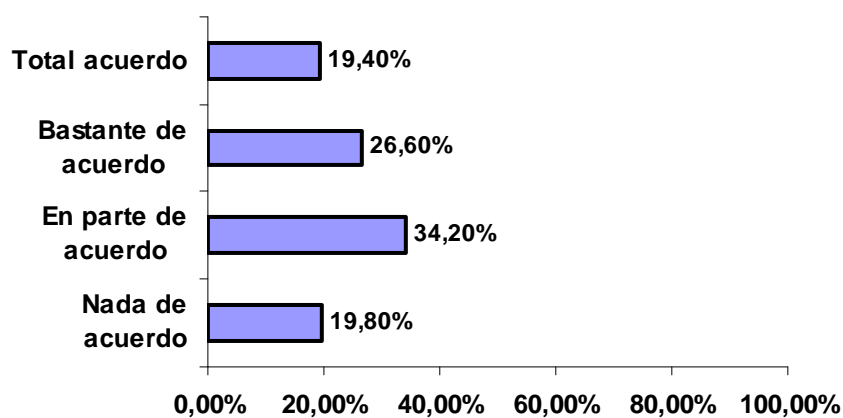
Gráfico 21 Ensucia y afea la Plaza de la Merced



Causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced

De nuevo encontramos que no existe un perfil general de respuesta en relación con los problemas de orden público que puede provocar el botellón en la Plaza de la Merced. Destaca que alrededor de un 19% está tanto en total acuerdo como nada de acuerdo con esta opinión. También conviene señalar que un 60,80% muestran algún grado de acuerdo.

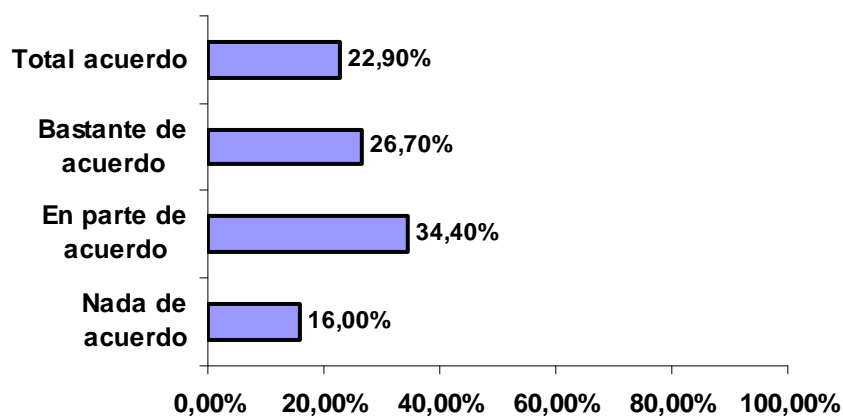
Gráfico 22 Causa altercados de orden público



Provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas

Tan sólo un 16% considera que el botellón no provoca intoxicaciones de alcohol ni emergencias médicas.

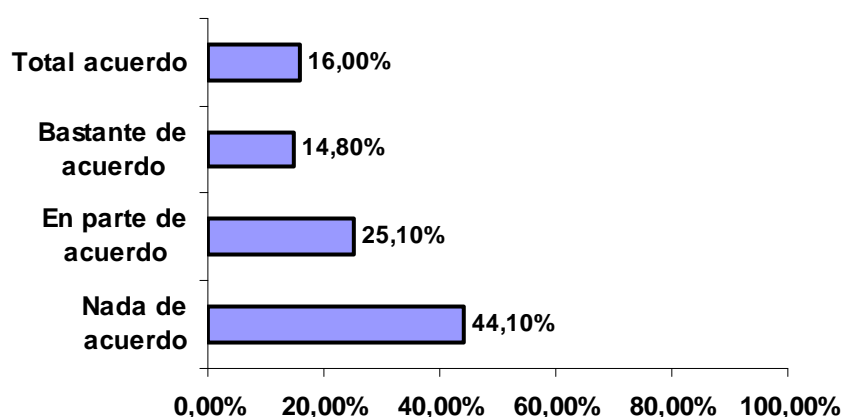
Gráfico 23 Provoca intoxicaciones y urgencias médicas



Incita el consumo de sustancias ilegales

Un porcentaje importante de los participantes en el botellón (44,10%) no está nada de acuerdo con esta afirmación. Sin embargo, casi un tercio de los encuestados está bastante o en total acuerdo con la asociación entre botellón y consumo de sustancias ilegales.

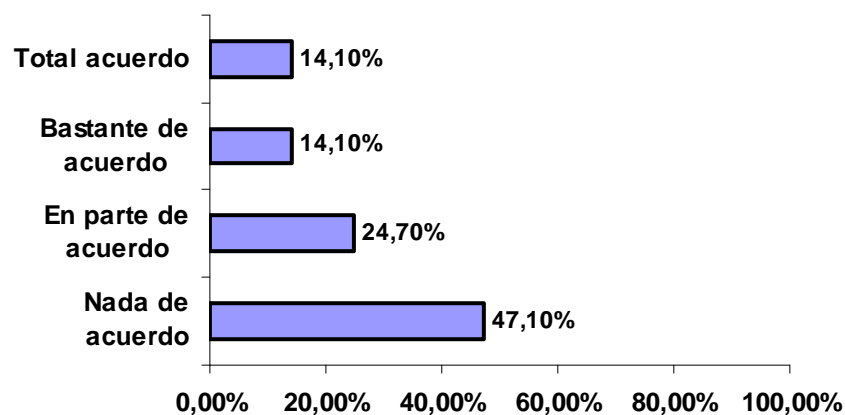
Gráfico 24 Incita el consumo de sustancias ilegales



Da una mala imagen de Málaga

Casi la mitad de los participantes en el botellón (47,10%) considera que el botellón no perjudica la imagen de la ciudad. El 24,70% está en parte de acuerdo con esta opinión.

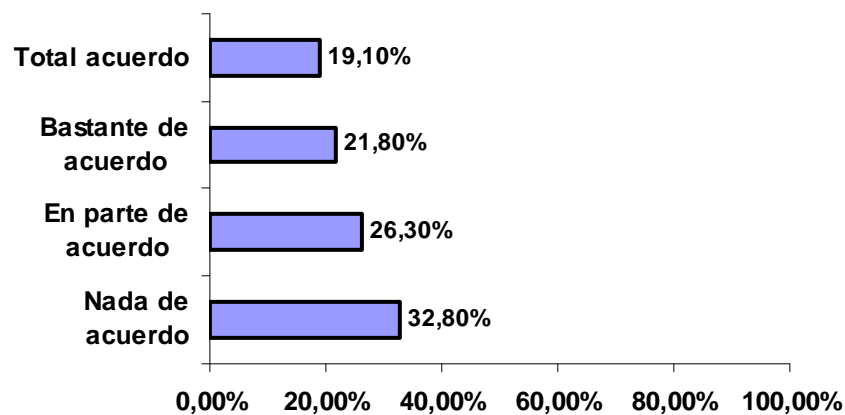
Gráfico 25 Da una mala imagen de Málaga



Atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)

En el gráfico 26 destaca que un 67,30% está en algún grado de acuerdo con que el botellón implica de alguna manera la mayor presencia de actividades delictivas como robos y venta de sustancias ilegales.

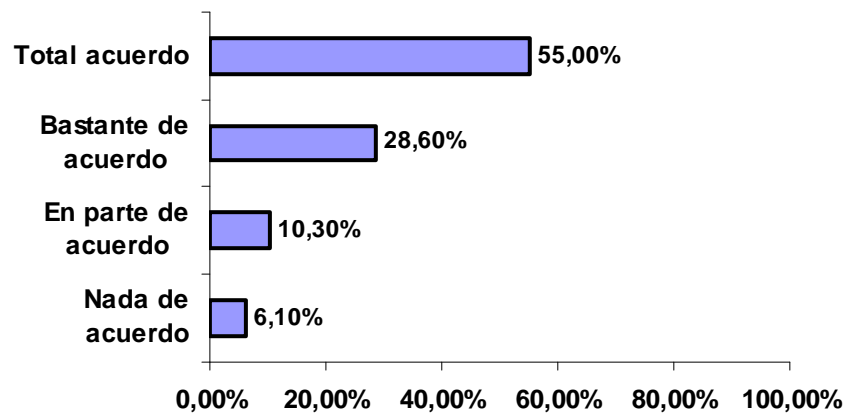
Gráfico 26 Atrae a delincuentes



Molesta a los vecinos

El 83,60% de los asistentes al botellón en la Plaza de la Merced está en total o bastante acuerdo con que esta actividad provoca molestias al vecindario. Únicamente un 6,10% no está nada de acuerdo con esta afirmación.

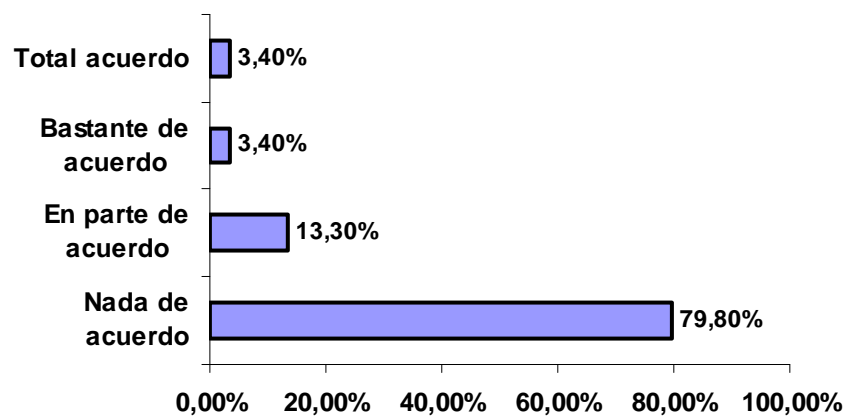
Gráfico 27 Molesta a los vecinos



Habría que prohibirlo

Como se presenta en el gráfico 28, destaca que entre los participantes en el botellón hay muy pocos que quieran prohibirlo. Al contrario, el 79,80% no está nada de acuerdo con esta medida.

Gráfico 28 Habría que prohibirlo



En resumen, como se observa en la tabla de medias que se presenta a continuación, las principales consecuencias percibidas por los asistentes al botellón son: (1º) que ensucia y afea la Plaza de la Merced y (2º) que molesta a los vecinos.

Tabla 4 Resumen: consecuencias del botellón

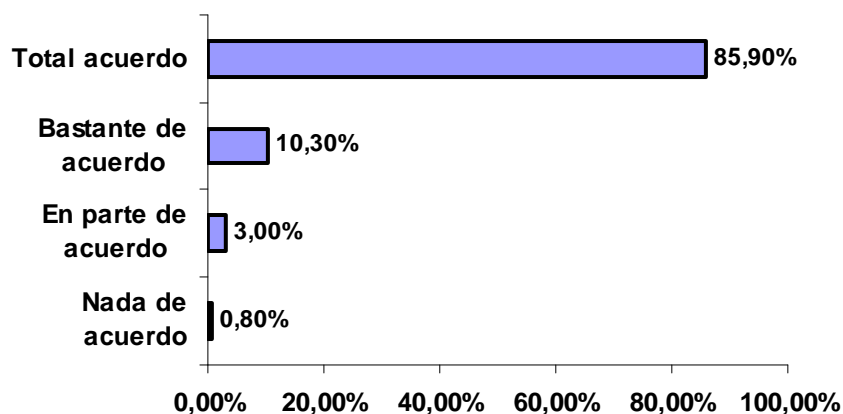
	N	Media	Desv. típ.
fomenta el abuso del alcohol	263	2,6046	1,09627
ensucia y afea la Plaza de la Merced	262	3,5382	,80496
causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	263	2,4563	1,01749
provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	262	2,5649	1,01407
incita el consumo de sustancias ilegales	263	2,0266	1,11001
da una mala imagen de Málaga	263	1,9506	1,08487
atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)	262	2,2710	1,11376
molesta a los vecinos	262	3,3244	,89147
habría que prohibirlo	263	1,3042	,69805

Razones para realizar el botellón

El botellón sirve para reunirse con los amigos

Los participantes muestran un acuerdo muy elevado en señalar que el botellón se celebra para encontrarse con los amigos.

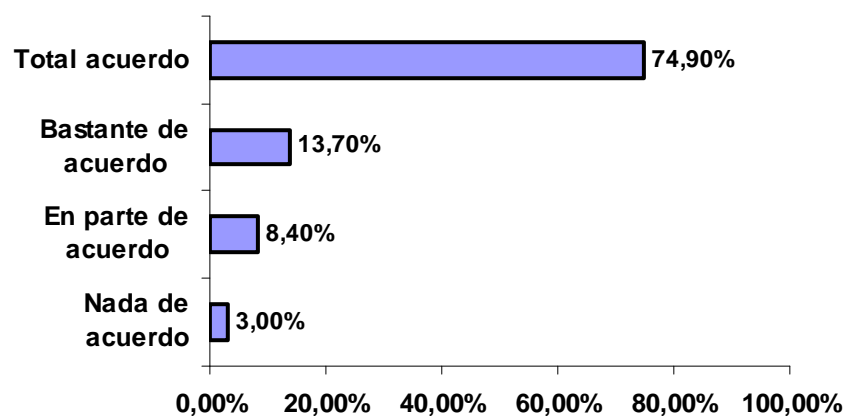
Gráfico 29 Encuentro con amigos



El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón

También la mayoría de los asistentes al botellón considera que la causa principal del botellón está relacionada con el elevado precio de las consumiciones en bares y pubs.

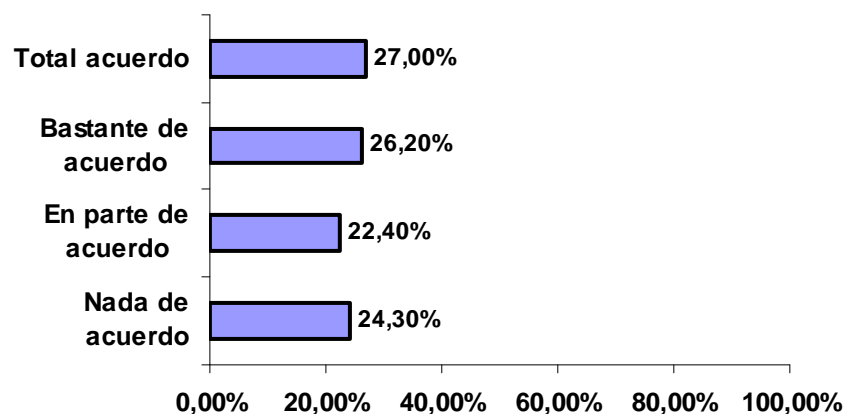
Gráfico 30 Precio consumiciones en los bares/pubs



La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos

Como se aprecia en el gráfico 31, no hay un acuerdo unánime respecto de esta afirmación entre los participantes en el botellón.

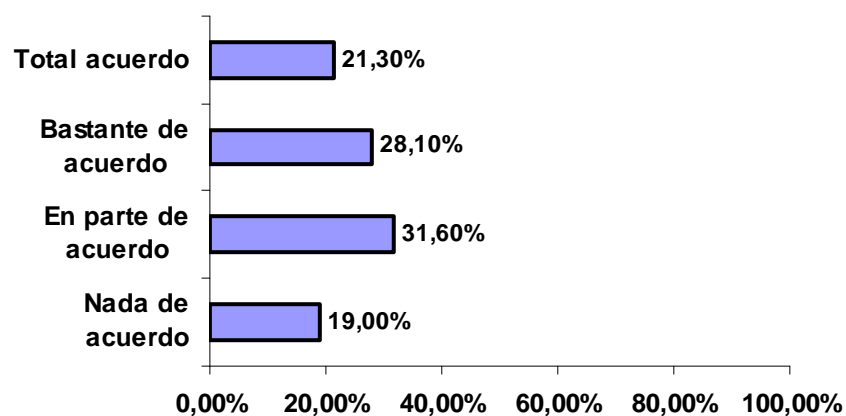
Gráfico 31 En bares/pubs no se puede conversar



La gente acude al botellón para emborracharse

En esta cuestión, el 19% no se muestra nada de acuerdo con esta idea, mientras que el resto de participantes si está en alguna medida de acuerdo con el hecho de que la gente acude al botellón fundamentalmente para emborracharse.

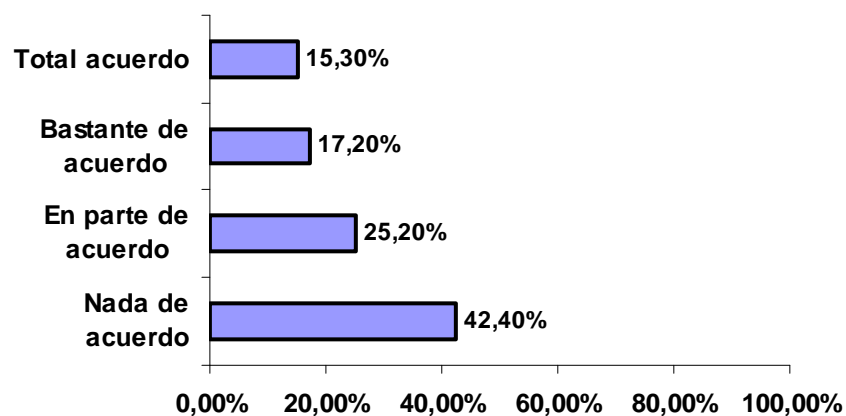
Gráfico 32 *Acuden para emborracharse*



Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares

Se constata que el 42,40% afirma que si se prohibiese el botellón no acudiría más a los bares. Solamente el 15,30% piensa que iría más a los bares.

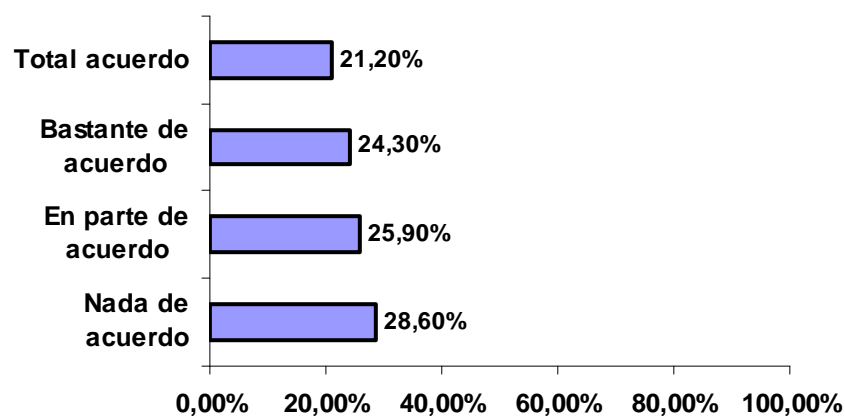
Gráfico 33 *Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares*



Habría que regular el botellón

En el gráfico 34 se observa que hay una variedad de opiniones respecto de si sería necesario regular o no el botellón.

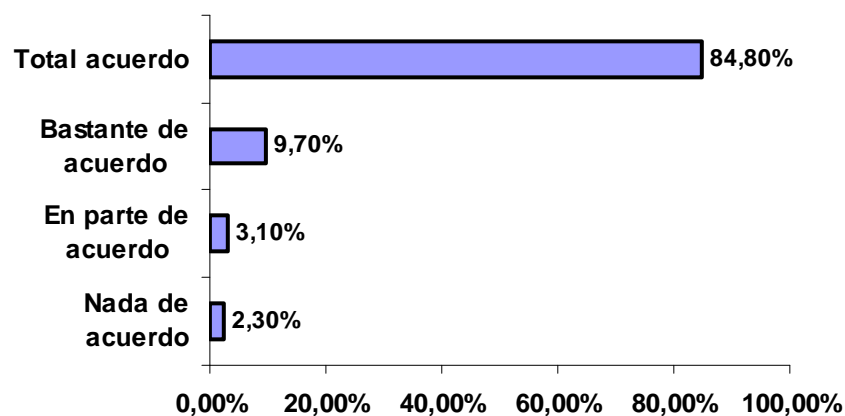
Gráfico 34 *Habría que regular el botellón*



Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón

El 84,80% afirma que en la plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos mientras que dura el botellón.

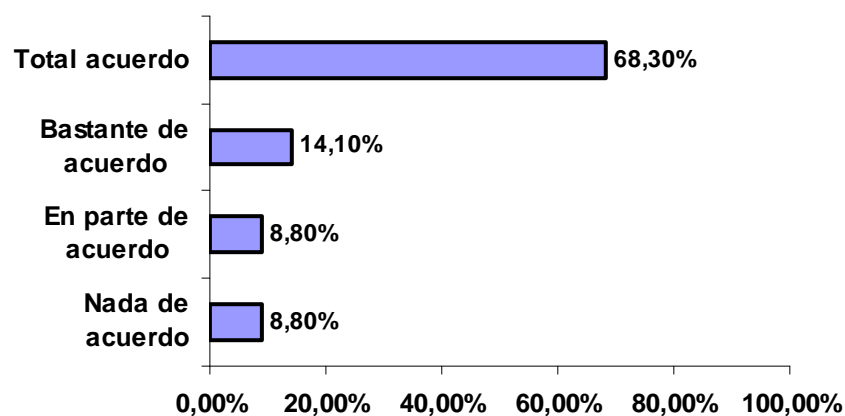
Gráfico 35 *Se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón*



El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs

Tal y como se comprueba en el gráfico siguiente, más de los dos tercios de los encuestados (68,30%) considera que una de las razones principales por las que se realiza el botellón en esta plaza es la presencia de bares y pubs cerca de la misma.

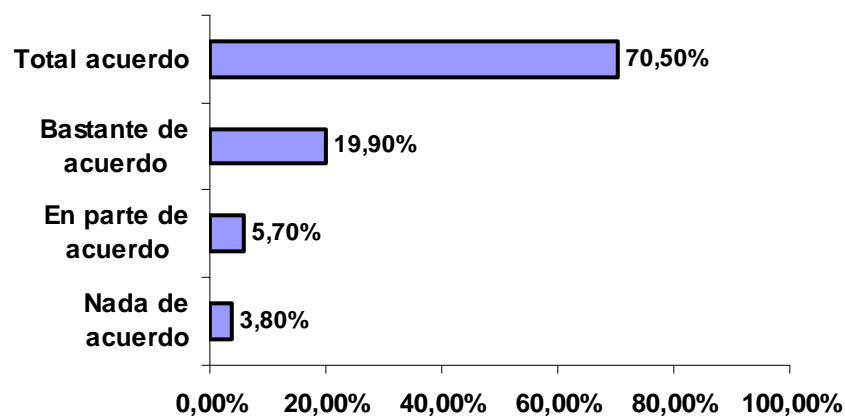
Gráfico 36 *Está cerca de los bares y pubs*



El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia

Más del 90% de los asistentes al botellón indica que está bastante o en total acuerdo con esta afirmación.

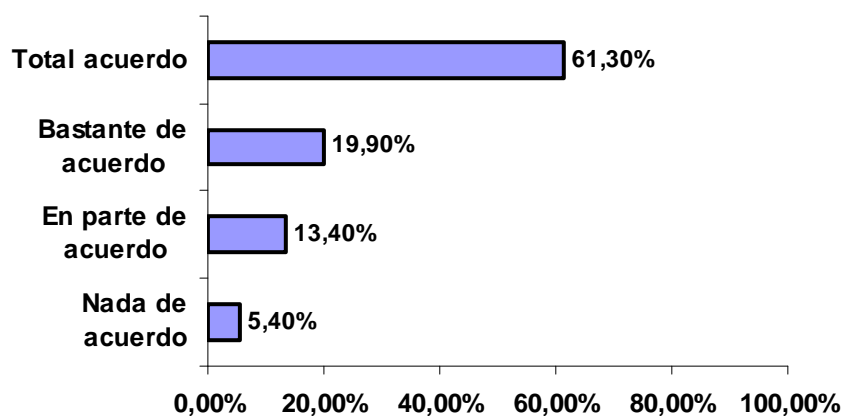
Gráfico 37 *Es amplia*



Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón

También más del 80% señala con bastante o total acuerdo que la existencia de servicio de taxi, aparcamiento y transporte público cercanos a la plaza favorece que se haga en botellón en este lugar.

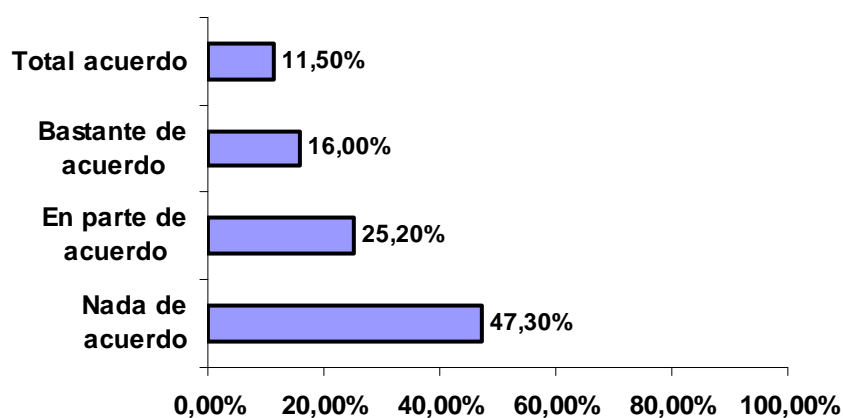
Gráfico 38 Hay parking, paradas de taxi y transporte público



La gente acude al botellón porque está de moda

Casi la mitad de los asistentes (47,20%) no está en absoluto de acuerdo con esta afirmación. El resto muestra algún grado de acuerdo con la idea de que el botellón responde a una moda.

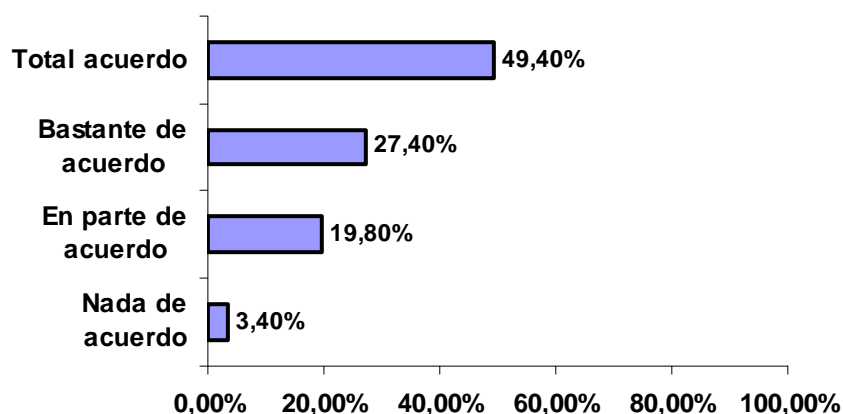
Gráfico 39 Está de moda



El botellón permite que nos divirtamos

En este caso, se comprueba que cerca del 77% de los encuestados está bastante o en total acuerdo con que el botellón permite la diversión.

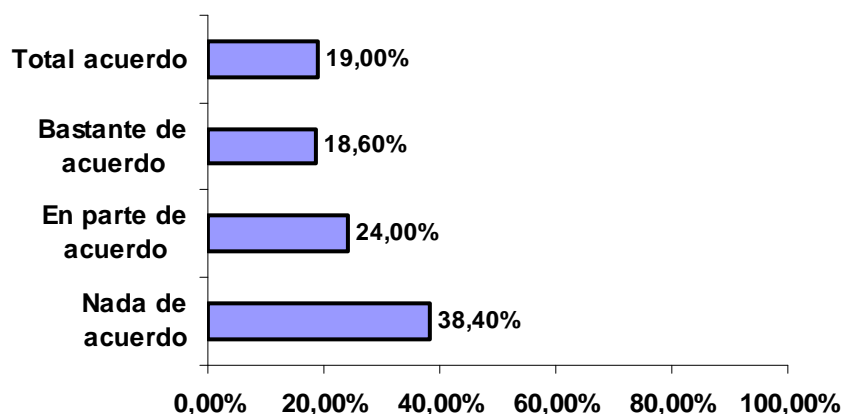
Gráfico 40 *Permite la diversión*



La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)

En el gráfico 41 destaca que casi un 40% indica que la falta de alternativas no está en el origen de la celebración del botellón.

Gráfico 41 *Falta de alternativas*



En resumen, como se observa en la tabla de medias que se presenta a continuación, las principales razones por las que se realiza el botellón en la Plaza de la Merced son: (1º) reunirse con los amigos; (2º) posibilidad de comprar cosas para el botellón en las cercanías; (3º) precio elevado de las consumiciones en bares y pubs; (4º) amplitud del espacio en la plaza; (5º) existencia de bares y pubs cerca de la plaza; (6º) existencia de servicios de transporte cerca; y (7º) la diversión asociada al botellón.

Tabla 5 Resumen: razones para realizar el botellón

	N	Media	Desv. típ.
El botellón sirve para reunirse con los amigos	263	3,8137	,50897
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	263	3,6046	,76885
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	263	2,5589	1,13049
La gente acude al botellón para emborracharse	263	2,5171	1,02948
Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares	262	2,0534	1,09903
El botellón habría que regularlo	259	2,3822	1,11223
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	257	3,7704	,61700
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	262	3,4198	,97442
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	261	3,5709	,76946
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	261	3,3716	,90925
La gente acude al botellón porque está de moda	262	1,9160	1,04341
El botellón permite que nos divirtamos	263	3,2281	,88307
La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	263	2,1825	1,14125

En la siguiente tabla se presenta la valoración que los participantes dan a otras razones para acudir al botellón. Entre estas razones, destaca la idea de que al botellón se acude en gran medida para beber. Ir al botellón para conocer gente nueva, estar al aire libre o ligar también son razones, aunque en menor medida, para acudir al botellón.

Tabla 6 Otras razones para acudir al botellón

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Se viene al botellón a beber	263	,00	10,00	7,8289	2,10896
Se viene al botellón a conocer gente nueva	263	,00	10,00	5,9886	2,74833
Se viene al botellón a estar al aire libre	263	,00	10,00	5,6958	3,22305
Se viene al botellón a ligar	263	,00	10,00	5,0190	3,27895

Medidas para regular el botellón

Cuando se pregunta a los asistentes sobre las medidas que serían necesarias para regular el botellón en la Plaza de la Merced y alrededores, constatamos que la medida fundamental para disminuir la participación en el botellón sería bajar los precios de las consumiciones en bares y pubs. Otras tres medidas importantes, pero menos valoradas, son crear un lugar específico para hacer botellón, aplicar sanciones no económicas e incrementar el control policial. La medida menos valorada entre los asistentes al botellón es su prohibición en la Plaza de la Merced.

Tabla 7 Medidas para regular el botellón

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
No creo que haya que regularlo	263	,00	10,00	4,9087	3,53273
Bajar el precio de copas en bares, pubs	263	,00	10,00	8,8935	1,92117
Mayor control policial (incluidas multas)	263	,00	10,00	5,2966	3,45244
Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)	263	,00	10,00	5,4829	3,63700
Prohibirlo en la Plaza de la Merced	263	,00	10,00	1,9011	2,95735
Crear un lugar específico para hacer el botellón	263	,00	10,00	5,7567	3,80660
Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón	263	,00	10,00	4,6502	3,85115

Llama la atención el valor tan bajo que dan los jóvenes al pacto de un horario con locales y vecinos para hacer el botellón. Igualmente también destacaríamos dentro de esta medida el hecho de que los jóvenes que están por el pacto sugieren que el

horario de apertura sea entre las 23 y las 24 horas (81,1%) y el de clausura entre las 2 y las 3 de la madrugada (63,5%).

Gráfico 42 Propuesta de horario (inicio)

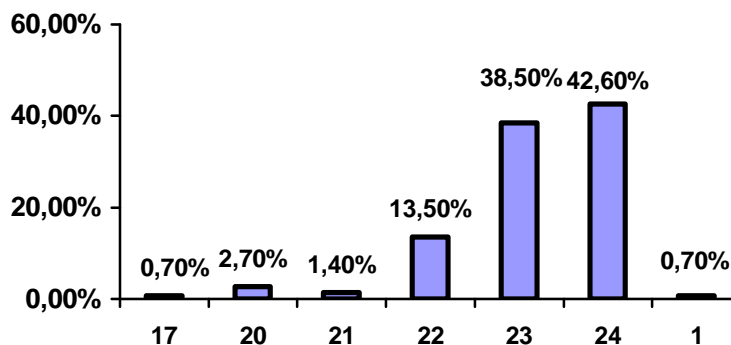
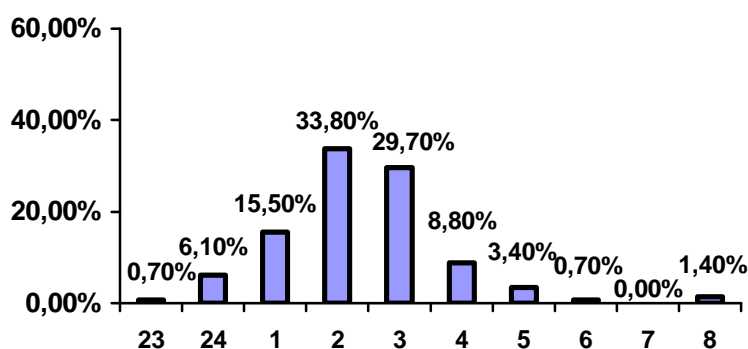


Gráfico 43 Propuesta de horario (término)



Características que debería tener un nuevo un nuevo lugar para hacer el botellón

Características nuevo lugar

Según los asistentes al botellón de la Plaza de la Merced, las características que debería tener un nuevo lugar donde celebrarlo, serían las siguientes por orden de importancia: (1º) con aseos públicos; (2º) un lugar amplio, (3º) una zona bien comunicada (transporte público, taxis...), (4º) con bares y pubs cerca, (5º) con aparcamientos, (6º) con servicio médico de urgencias, (7º) con tiendas para comprar comida, hielo, vasos, (8º) que esté próximo al centro, (9º) con tiendas para comprar bebidas alcohólicas, (10º) con actividades y campañas de prevención, (11º) con música, (12º) con actividades culturales y lúdicas y (13º) con control policial.

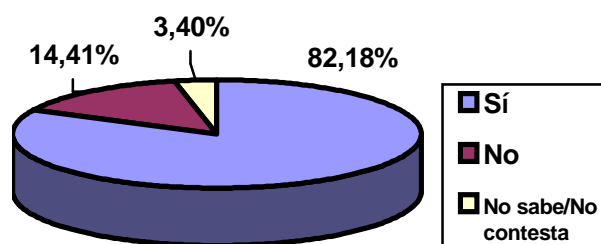
Tabla 8 Características del nuevo lugar

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Un lugar amplio	263	,00	10,00	9,4715	1,26542
Con pubs/bares cerca	263	,00	10,00	9,0646	1,90810
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	263	,00	10,00	8,9354	1,84091
Con música	263	,00	10,00	7,9087	2,87912
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	263	,00	10,00	8,4106	2,30966
Que esté próximo al centro	263	,00	10,00	8,8023	2,07283
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	263	,00	10,00	9,4677	1,29219
Con aparcamiento	263	,00	10,00	9,0380	2,19786
Con actividades culturales, lúdicas,..	263	,00	10,00	7,1065	3,17373
Con control policial	263	,00	10,00	6,8935	3,35610
Con servicio médico de urgencias	263	,00	10,00	8,9658	1,98918
Con actividades y campañas de prevención	263	,00	10,00	7,9240	2,70177
Con aseos públicos	263	,00	10,00	9,6236	1,04796

Disposición a abandonar la Plaza de la Merced

Cuando se pregunta a los asistentes al botellón si estarían dispuestos a dejar la Plaza de la Merced en caso de que se acondicionara un lugar que cumpliera las características señaladas, un 82,1% responde afirmativamente.

Gráfico 44 Disposición a abandonar la Plaza de la Merced



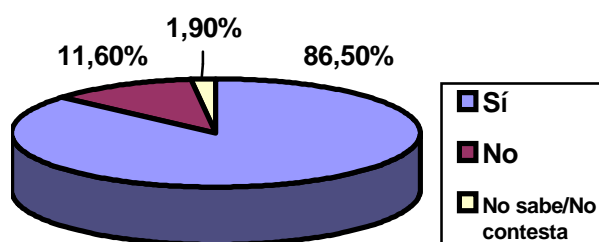
Los principales lugares que estas personas proponen para ubicar la nueva zona del botellón en Málaga son:

Tabla 9 Lugares propuestos para el botellón

Lugar de traslado del Botellón (participantes)	Porcentaje
Puerto	24,37
Recinto Ferial	13,43
Centro	12,93
Teatinos	11,44
El Ejido	5,97
Paseo del Parque Alameda	5,47
Plaza Marina	4,90
Playa	4,90
Paseo Marítimo	3,48

También se preguntó a las personas que estaban dispuestas a dejar de realizar el botellón en la Plaza de la Merced si irían a los locales de marcha del centro una vez terminado el botellón en el lugar alternativo. Llama la atención que el 86,50% sí que estaría dispuesto a ir a los bares y pubs del centro, tal y como se aprecia en el gráfico.

Gráfico 45 Disposición a ir a locales del centro



Cambios a realizar en la Plaza de la Merced y alrededores

En caso de que el botellón no se trasladase a un lugar alternativo, los participantes proponen los siguientes cambios para mejorar las condiciones de la Plaza de la Merced, según el siguiente orden de importancia: (1º) más aseos públicos, (2º) servicio médico de urgencias, (3º) más contenedores y papeleras, (4º) más servicios de limpieza, (5º) financiación de ventanas aislantes para los vecinos (6º) más actividades culturales y lúdicas.

Tabla 10 Cambios a realizar en la Plaza de la Merced

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Más contenedores/ papeleras	263	,00	10,00	8,7605	2,19812
Más aseos públicos	263	,00	10,00	9,5247	1,24727
Más actividades culturales, lúdicas,..	263	,00	10,00	6,6540	3,26531
Financiar ventanas aislantes para los vecinos	263	,00	10,00	7,2624	3,50185
Servicio médico de urgencias	263	,00	10,00	8,9506	1,75651
Más servicios de limpieza	263	,00	10,00	8,2433	2,54158
No es necesario hacer ningún cambio	263	,00	10,00	1,3764	2,66854

Los participantes en el botellón también sugirieron otras medidas de preferencia a aplicar en la Plaza de la Merced. Es importante destacar que un alto porcentaje de las medidas propuestas tienen que ver con un mayor control policial, tanto para incrementar la seguridad en la plaza como la vigilancia de altercados, robos y venta de sustancias ilegales. También son medidas significativas la organización de actividades lúdicas, de campañas de prevención, educación y sensibilización de problemas asociados al botellón y bajar los precios de las consumiciones en los bares.

Tabla 11 Otros cambios a realizar en la Plaza de la Merced

Cambios en la Plaza de la Merced (participantes)	Porcentajes
Mayor control policial/seguridad/vigilancia	31,54
Actividades lúdicas (música / conciertos / teatro)	16,07
Más campañas de prevención / educación/sensibilización	9,52
Bajar precios bebida en bares y pubs	8,33
Más asientos / bancos	6,54
Control venta de alcohol/consumo a menores	4,16
Techado invierno/lluvia	4,16

Conocimiento de los servicios del SAM y otros programas

Conocimiento de los servicios del SAM

El 74,10% de los encuestados dice conocer el Servicio de Atención a la Movida malagueña y de entre éstos el 72% valora este servicio como útil o muy útil.

Gráfico 46 Conocimiento del SAM

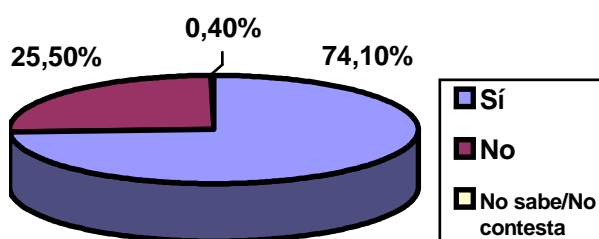
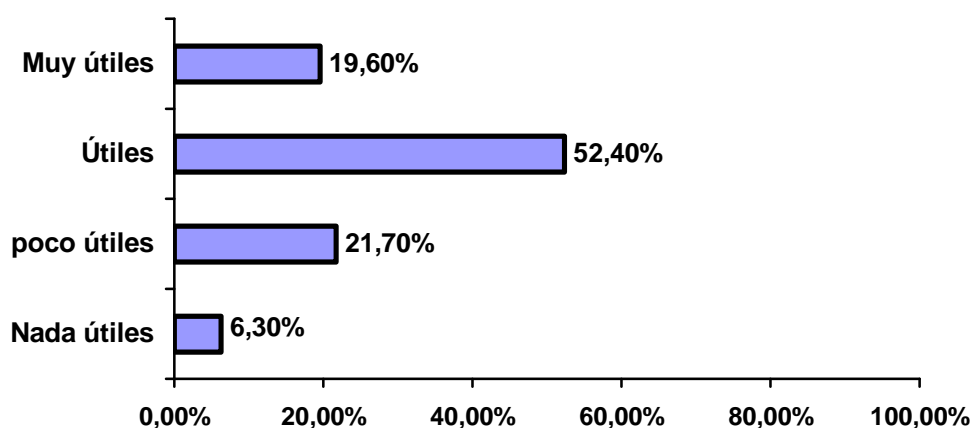


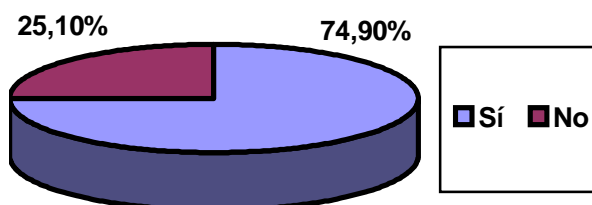
Gráfico 47 Valoración del SAM



Conocimiento otros programas

También se preguntó a los participantes en el botellón si conocían los programas de “Un conductor cada noche” y “El conductor alternativo”. Llama la atención que el 74,90% dice conocerlos.

Gráfico 48 Conocimiento de otros programas



Origen del botellón en la Plaza de la Merced

Para finalizar, se preguntó a los asistentes al botellón cuál creían que era el origen del botellón en la Plaza de la Merced. Las respuestas más frecuentes fueron las que se presentan en la tabla 12. Es de destacar que los participantes en la Plaza de la Merced consideran que el origen del botellón en esta plaza tiene que ver con que se trata de un lugar amplio ubicado en el centro de la ciudad, que se encuentra cerca de los bares y pubs de marcha donde consumir bebidas alcohólicas suele ser caro. Además, se presenta como un espacio para reunirse con los amigos y conversar.

Tabla 12 Origen del botellón en la Plaza de la Merced

Origen del Botellón (participantes)	Porcentajes
Espacio céntrico y amplio	27,59
Economía (beber más barato)	26,11
Cercanía bares/zona marcha	15,43
Reunión amigos/conversar	14,54
Tradición/moda/costumbre/cultura	9,79
Buen tiempo / aire libre	3,26
Beber y emborracharse	1,48

4.2. Encuesta a vecinos

Descripción de los vecinos

Sexo y Edad

Se observa en el gráfico 49 que la distribución de la muestra de vecinos de la Plaza de la Merced en función del sexo es de 52,80% de varones y de 47,20% de mujeres. Estos vecinos tienen desde 19 a 77 años, con una edad media de 35 años.

Gráfico 49 Representación gráfica de la variable Sexo

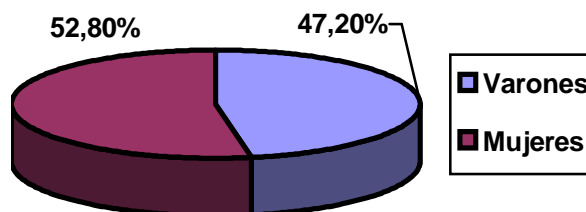


Tabla 13 Descriptivos de la variable Edad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	53	19,00	77,00	35,2264	14,41773
N válido (según lista)	53				

Ocupación y nivel de estudios

La mayor parte de los vecinos encuestados (67,90%) son trabajadores y el resto no trabaja. Los niveles de estudios de la muestra son variados, destacando aquellos que han realizado estudios medios y superiores (58,50%).

Gráfico 50 Representación gráfica de la variable Ocupación

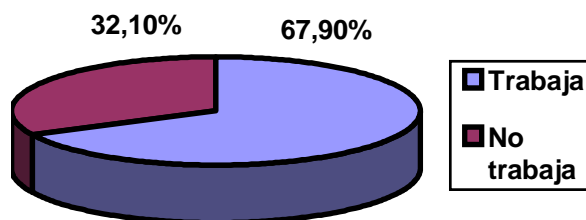
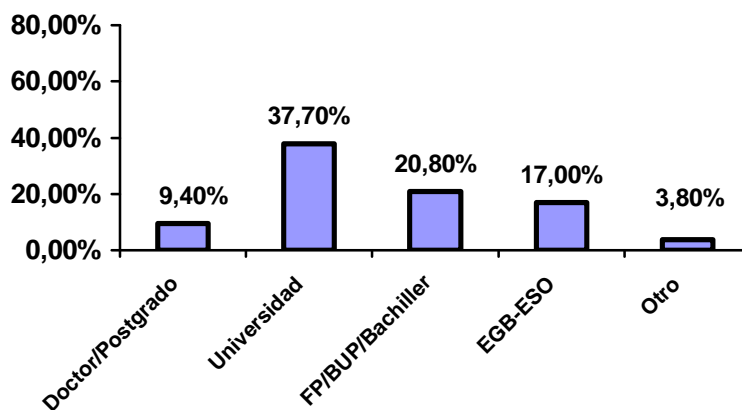


Gráfico 51 Representación gráfica de la variable Nivel estudios



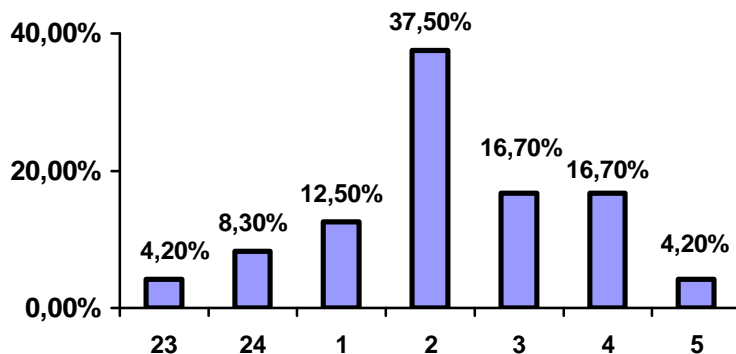
Características del botellón

Horario de asistencia al botellón

En el gráfico 52, destaca que un 37,50% de los vecinos señala que el botellón suele comenzar alrededor de las 2 de la madrugada e incluso el 33,40% indican que

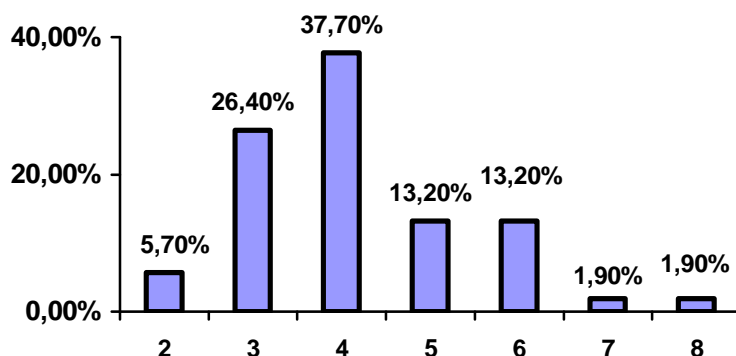
comienza a partir de las 3 o las 4 de mañana. Únicamente un 25% señala horas más tempranas.

Gráfico 52 Representación gráfica de la variable Hora de comienzo



Respecto de la hora de término del botellón, el 64,10% indica que acaba entre las 3 y las 4 de la mañana y el 26,40 % entre las 5 y las 6.

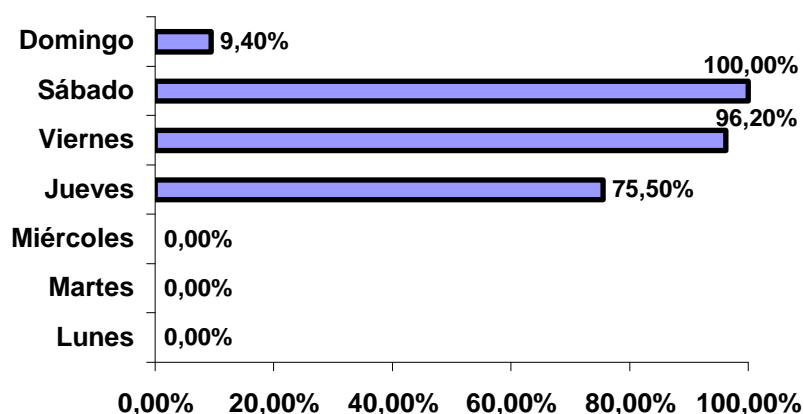
Gráfico 53 Representación gráfica de la variable Hora de término



Días de realización del botellón

Como se aprecia en el gráfico 54, los vecinos consideran unánimemente que el botellón se celebra los sábados. Un porcentaje muy alto señala que tiene lugar también los viernes y jueves y unos pocos informan que también se celebra los domingos.

Gráfico 54 Representación gráfica de la variable *Días de botellón*



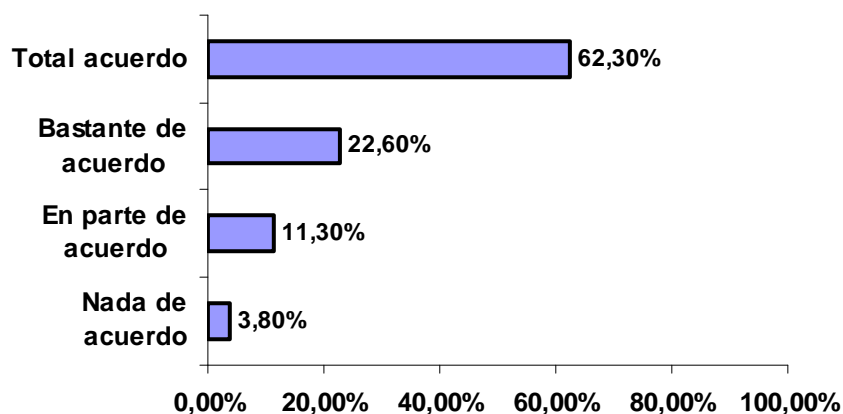
Encuesta de opinión

Consecuencias del botellón

Fomenta el abuso del alcohol

Como se aprecia en el siguiente gráfico, los vecinos están fundamentalmente de acuerdo con que el botellón fomenta el abuso de alcohol. Un 62,30% está totalmente de acuerdo con esta idea y únicamente un 3,80% está en completo desacuerdo.

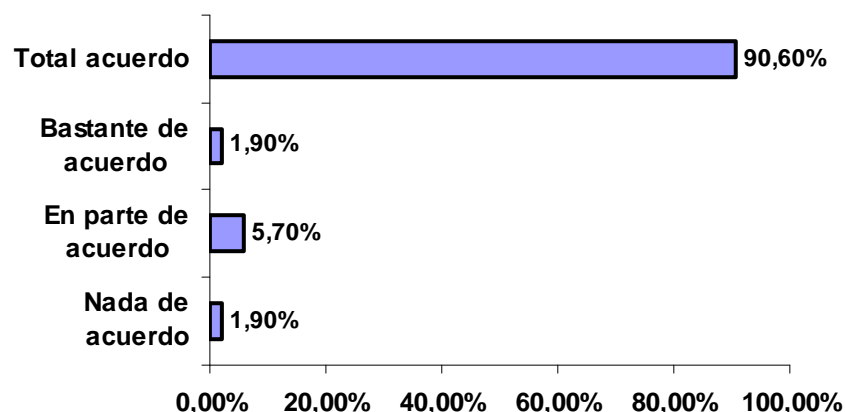
Gráfico 55 *Fomenta el abuso del alcohol*



Ensucia y afea la Plaza de la Merced

En este caso, los vecinos de la Plaza de la Merced están en su mayoría de acuerdo con la idea de que el botellón, además, ensucia y afea la plaza. El 96,60% dice estar totalmente de acuerdo con esta opinión.

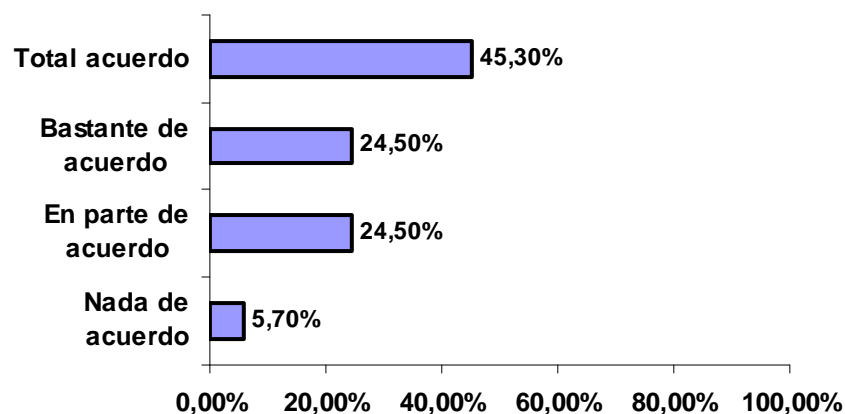
Gráfico 56 Ensucia y afea la Plaza de la Merced



Causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced

También se observa, aunque con menor rotundidad, que los vecinos están de acuerdo con la opinión de que el botellón causa problemas de orden público. El 45,30% se muestra totalmente de acuerdo con esta afirmación y el 49% se muestra bastante o en parte de acuerdo.

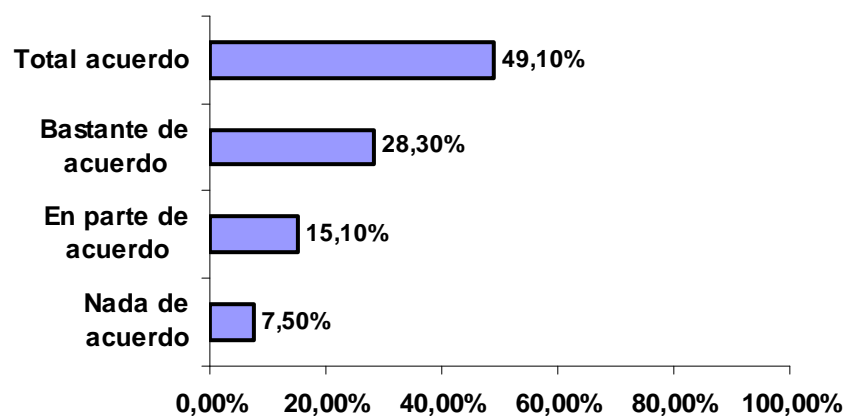
Gráfico 57 Causa altercados de orden público



Provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas

Un 49,10% de los vecinos encuestados está totalmente de acuerdo con que el consumo de alcohol en el botellón causa intoxicaciones étlicas y urgencias médicas. Además, un 43,40% está bastante o en parte de acuerdo con esta afirmación.

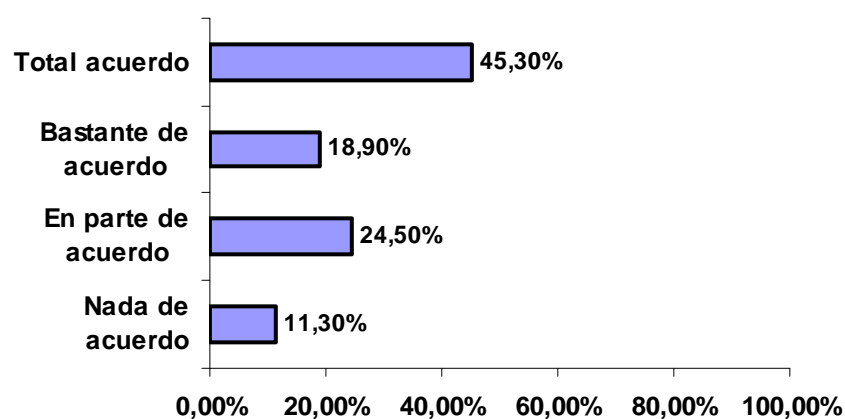
Gráfico 58 *Provoca intoxicaciones y urgencias médicas*



Incita el consumo de sustancias ilegales

Un porcentaje importante de los vecinos (44,10%) está totalmente de acuerdo con esta afirmación. Además, también el 43,40% muestra algún grado de acuerdo.

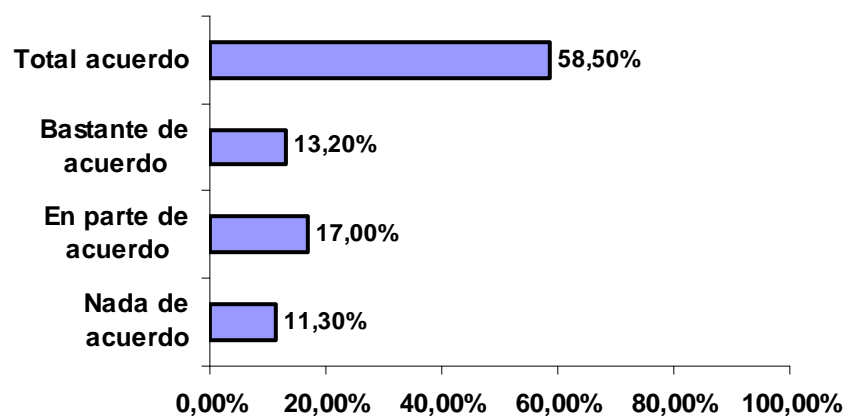
Gráfico 59 *Incita el consumo de sustancias ilegales*



Da una mala imagen de Málaga

Más de la mitad de los vecinos (58,50%) está totalmente de acuerdo con que el botellón de la Plaza de la Merced perjudica la imagen de la ciudad. Muy pocos (11,30%) se muestran en desacuerdo con esta afirmación.

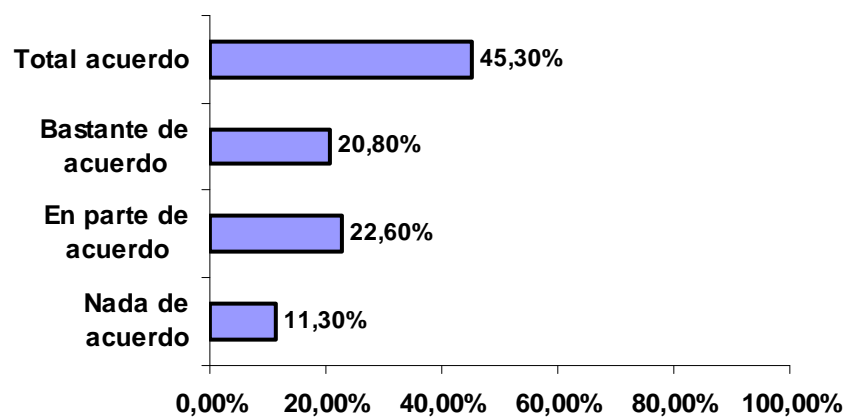
Gráfico 60 *Da una mala imagen de Málaga*



Atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)

En el gráfico 61 destaca que un 45,30% está totalmente de acuerdo con esta opinión y que también el 43,40% muestra algún grado de acuerdo con que el botellón implica de alguna manera la mayor presencia de actividades delictivas como robos y venta de sustancias ilegales.

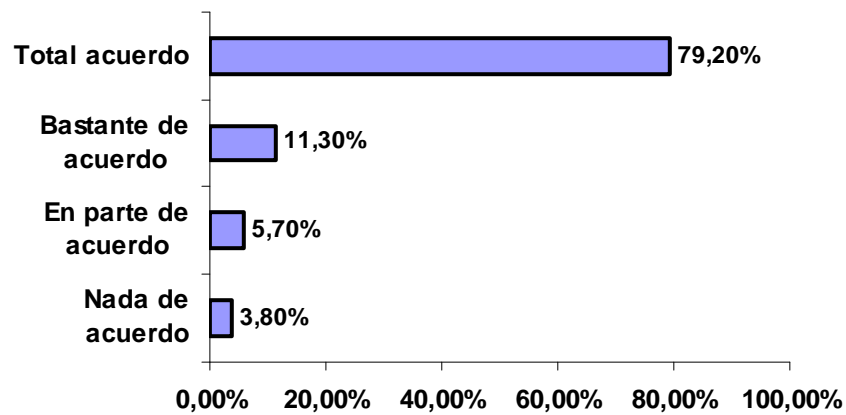
Gráfico 61 *Atrae a delincuentes*



Molesta a los vecinos

El 90,50% de los vecinos de la Plaza de la Merced está en total o bastante de acuerdo con que esta actividad provoca molestias al vecindario. Únicamente un 3,80% no está nada de acuerdo con esta afirmación.

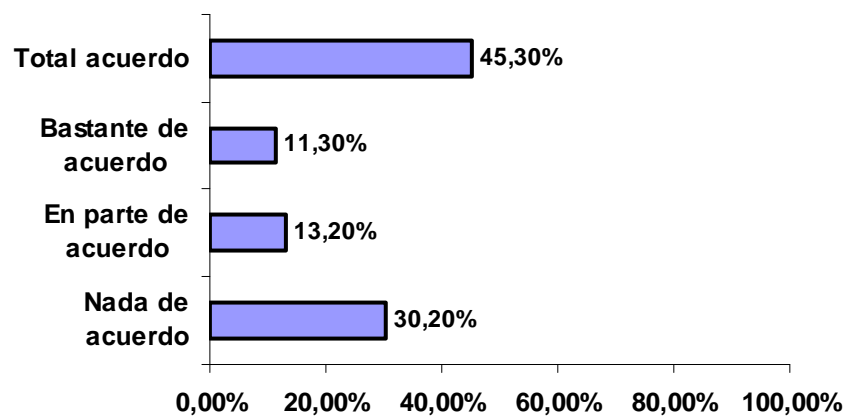
Gráfico 62 Molesta a los vecinos



Habría que prohibirlo

Como se presenta en el gráfico 63, destaca el hecho de que un 45,30% de los vecinos está totalmente de acuerdo con la prohibición del botellón pero, al mismo tiempo, se observa que un 30,20% no estaría nada de acuerdo con esta medida.

Gráfico 63 Habría que prohibirlo



En resumen, como se observa en la tabla de medias que se presenta a continuación, las principales consecuencias percibidas por los vecinos de la Plaza de la Merced son: (1º) que ensucia y afea la Plaza de la Merced y (2º) que molesta a los vecinos. Es de destacar que de todas las percepciones evaluadas acerca del botellón, la opinión de que habría que prohibirlo es la que menos acuerdo suscita entre los vecinos.

Tabla 14 Resumen: consecuencias del botellón

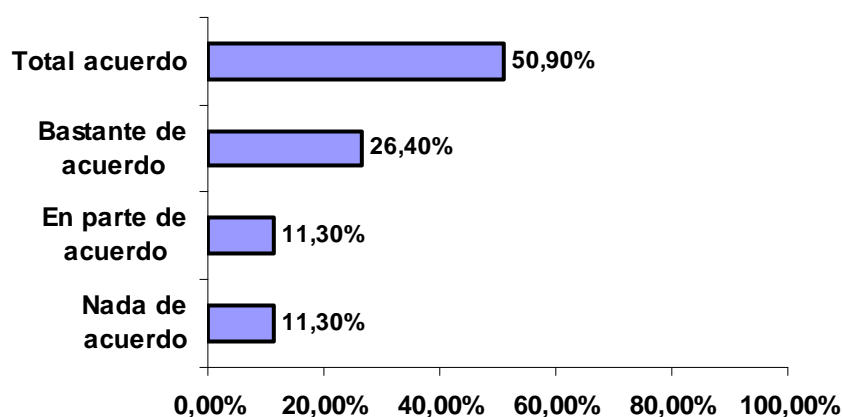
	N	Media	Desv. típ.
fomenta el abuso del alcohol	53	3,4340	,84374
ensucia y afea la Plaza de la Merced	53	3,8113	,62193
causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	53	3,0943	,96604
provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	53	3,1887	,96190
incita el consumo de sustancias ilegales	53	2,9811	1,08292
da una mala imagen de Málaga	53	3,1887	1,09292
atrae a delincuentes (camellos, ladrones,...)	53	3,0000	1,07417
molesta a los vecinos	53	3,6604	,75812
habría que prohibirlo	53	2,7170	1,32109

Razones para realizar el botellón

El botellón sirve para reunirse con los amigos

Como se aprecia en el gráfico 64, los vecinos muestran un acuerdo muy elevado en señalar que el botellón se celebra para encontrarse con los amigos.

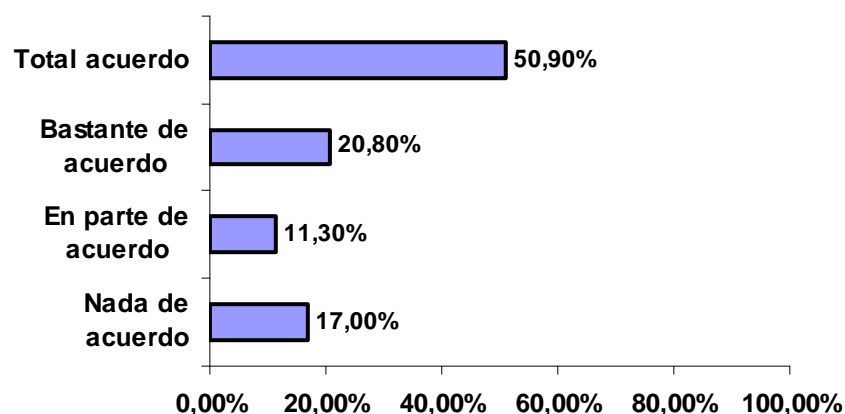
Gráfico 64 Encuentro con amigos



El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón

También la mayoría de los vecinos está de acuerdo con el hecho de que la causa principal del botellón está relacionada con el elevado precio de las consumiciones en bares y pubs.

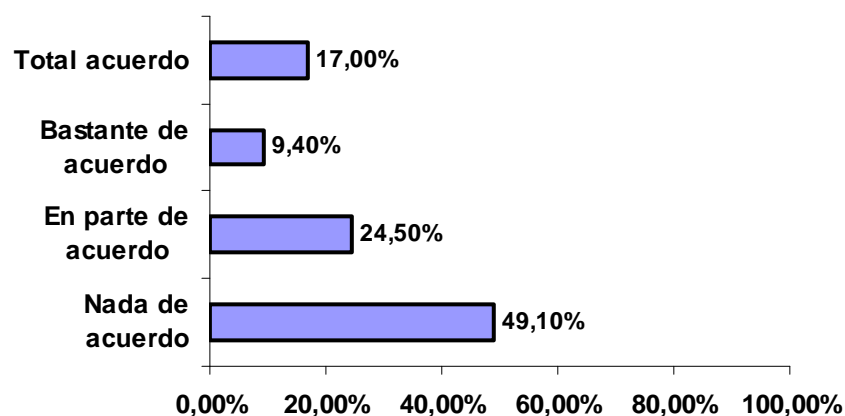
Gráfico 65 Precio consumiciones en los bares/pubs



La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos

En esta cuestión, es de interés señalar que una parte importante de los vecinos (49,10%) no está nada de acuerdo con que la imposibilidad de charlar en los bares y pubs esté en el origen del botellón. Sin embargo, es de señalar que un 17% está totalmente de acuerdo con esta opinión.

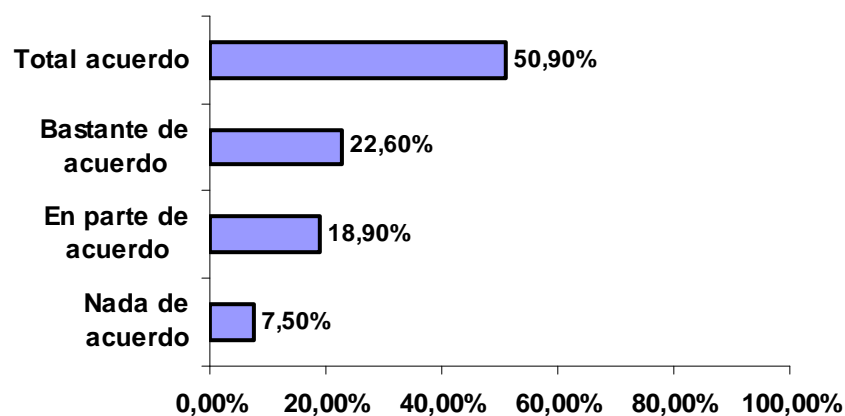
Gráfico 66 En bares/pubs no se puede conversar



La gente acude al botellón para emborracharse

En este gráfico, es destacable que un 50,90% de los vecinos está totalmente de acuerdo con esta afirmación y que únicamente un 7,50% se muestra en completo desacuerdo.

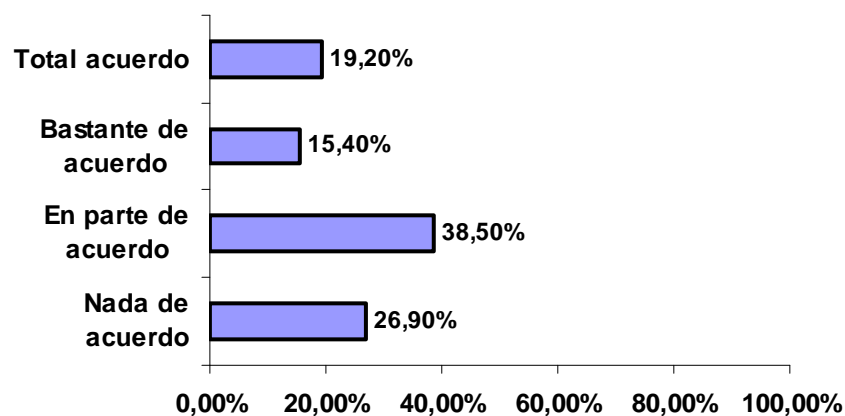
Gráfico 67 *Acuden para emborracharse*



Si se prohíbe el botellón irían más a los bares

En esta cuestión los vecinos no tienen una opinión unánime y se constata que hay tanto un acuerdo como un desacuerdo apreciable respecto a esa idea.

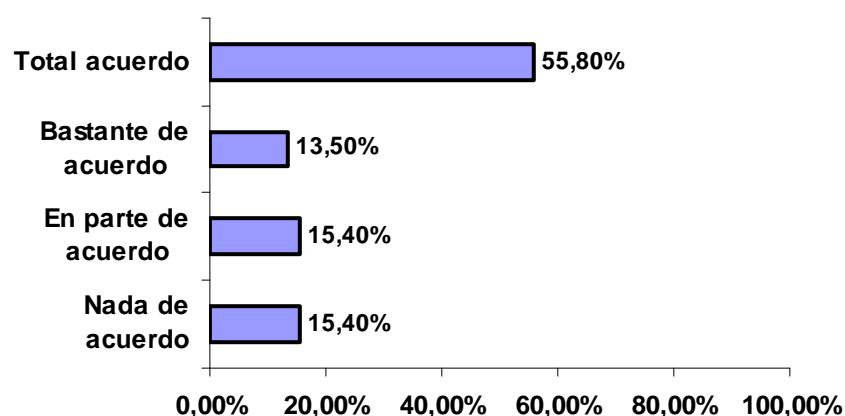
Gráfico 68 *Si se prohíbe el botellón irían más a los bares*



Habría que regular el botellón

En el gráfico 69 un alto porcentaje de los vecinos está totalmente de acuerdo (55,80%) o en cierto modo de acuerdo (28,90%) con que sería necesario regular el botellón.

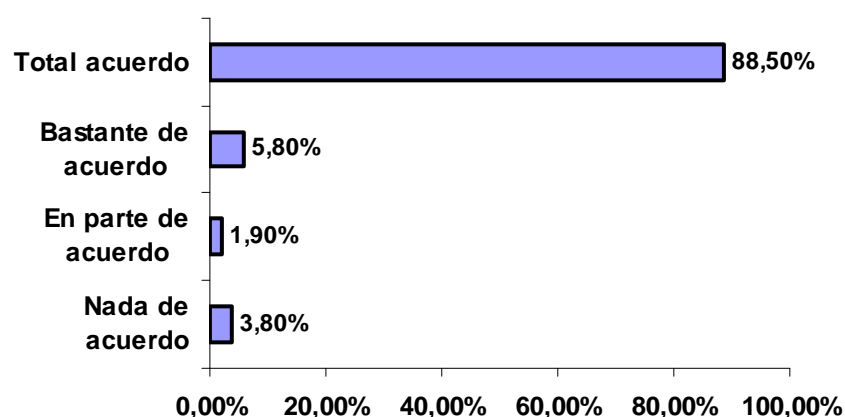
Gráfico 69 *Habría que regular el botellón*



Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón

Existe un elevado acuerdo entre los vecinos con que en la Plaza de la Merced y alrededores se puede comprar comida, hielo y vasos mientras que dura el botellón.

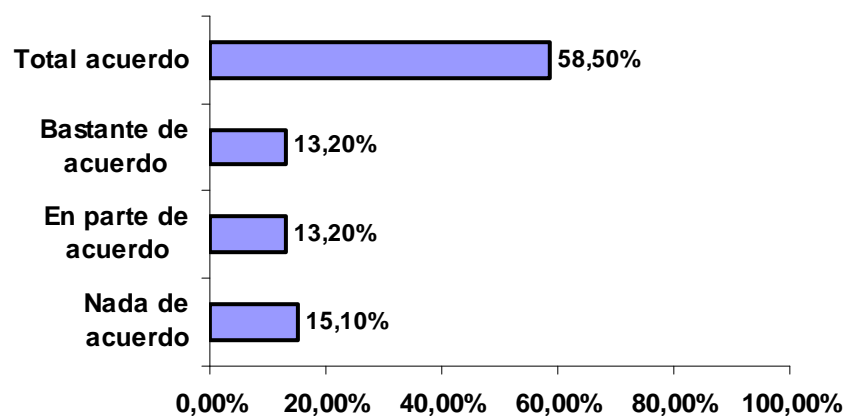
Gráfico 70 *Se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón*



El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs

Tal y como se comprueba en el gráfico 71, más de la mitad de los encuestados (58,50%) considera que una de las razones principales por las que se realiza el botellón en esta plaza es la presencia de bares y pubs cerca de la misma. El 15,10% no está de acuerdo con esta opinión.

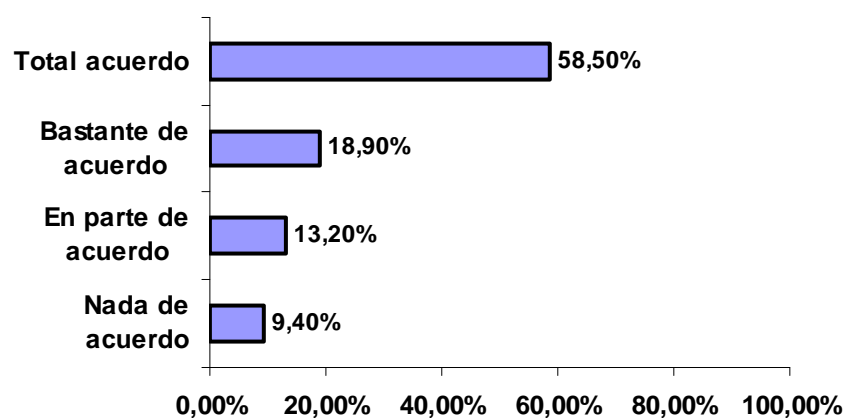
Gráfico 71 *Está cerca de los bares y pubs*



El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia

De nuevo, un 58,50% de los encuestados indica estar totalmente de acuerdo con que la amplitud de la plaza es una de las razones importantes por las que se celebra el botellón en ese lugar.

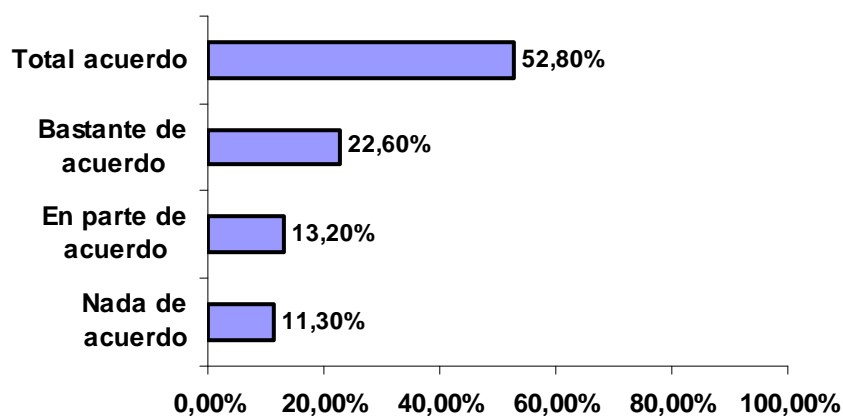
Gráfico 72 *Es amplia*



Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón

La mayoría de los vecinos señala con bastante o total acuerdo que la existencia de servicio de taxi, aparcamiento y transporte público cercanos a la plaza favorece que se haga en botellón en este lugar.

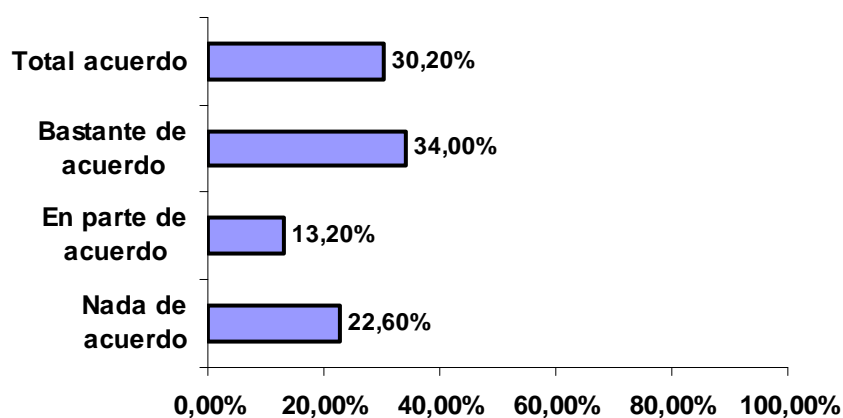
Gráfico 73 Hay parking, paradas de taxi y transporte público



La gente acude al botellón porque está de moda

Más de la mitad de los vecinos de la Plaza de la Merced está totalmente o bastante de acuerdo con que el botellón responde a una moda. También se observa en el gráfico 74 que un 22.60% no tiene esta opinión.

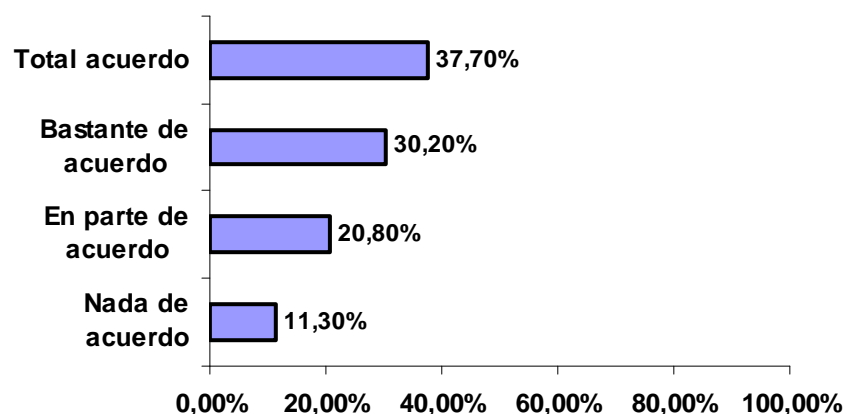
Gráfico 74 Está de moda



El botellón permite que la gente se divierta

En este caso, se comprueba que 67,90% de los encuestados está bastante o en total acuerdo con que el botellón permite la diversión.

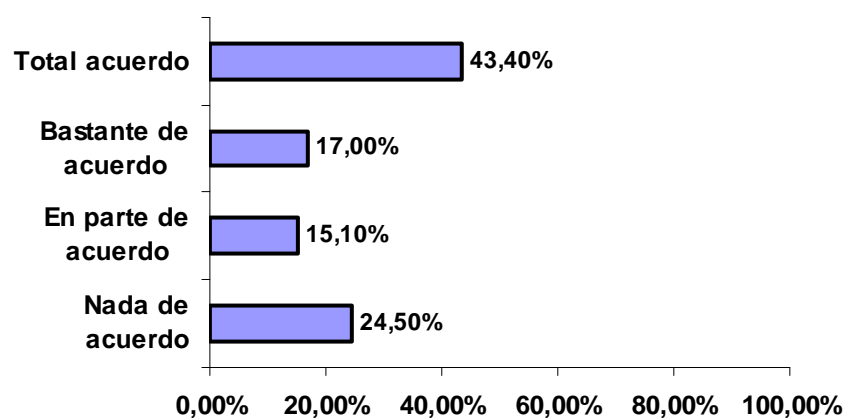
Gráfico 75 *Permite la diversión*



La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)

En el gráfico 76 destaca que un 43,40% indica estar totalmente de acuerdo con que la falta de alternativas está en el origen de la celebración del botellón. Sin embargo, también es de señalar que un porcentaje de 24,50% señala lo contrario.

Gráfico 76 *Falta de alternativas*



A modo de resumen de las últimas informaciones presentadas, se puede observar en la tabla 15 de medias que, según los vecinos, las principales razones por las que se realiza el botellón en la Plaza de la Merced son: (1º) que en la plaza y sus alrededores hay posibilidad de comprar cosas para el botellón; (2º) amplitud del espacio en la plaza; (3º) existencia de servicios de transporte cerca, la necesidad de reunirse y de emborracharse con los amigos; (4º) la existencia de bares y pubs cerca de la plaza y (6º) el precio elevado de las consumiciones en bares y pubs junto a la necesidad de una regulación del botellón.

Tabla 15 Resumen: razones para realizar el botellón

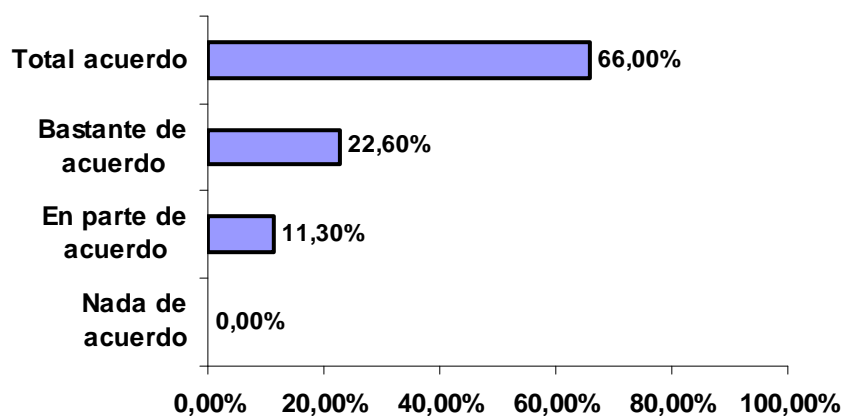
	N	Media	Desv. típ.
El botellón sirve para reunirse con los amigos	53	3,1698	1,03284
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	53	3,0566	1,15050
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	53	1,9434	1,13366
La gente acude al botellón para emborracharse	53	3,1698	,99491
Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares	52	2,2692	1,06854
El botellón habría que regularlo	52	3,0962	1,15910
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	52	3,7885	,66676
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	53	3,1509	1,15019
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	53	3,2642	1,02189
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	53	3,1698	1,05130
La gente acude al botellón porque está de moda	53	2,7170	1,13302
El botellón permite que nos divirtamos	53	2,9434	1,02685
La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	53	2,7925	1,24589

Actitud general hacia el botellón

El ruido es el principal problema

Todos los vecinos muestran algún grado de acuerdo con la afirmación de que el ruido provocado por el botellón constituye un problema. De hecho, el 88,60% está totalmente o bastante de acuerdo con esta afirmación.

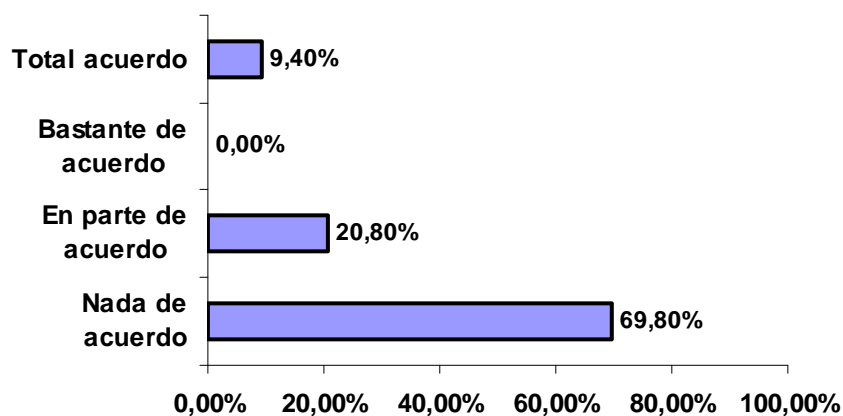
Gráfico 77 *El ruido es el principal problema*



Beneficia a los pubs

En este gráfico, se observa que muy pocos vecinos (9,40%) están de acuerdo con esta opinión. El 69,80% no muestra ningún acuerdo.

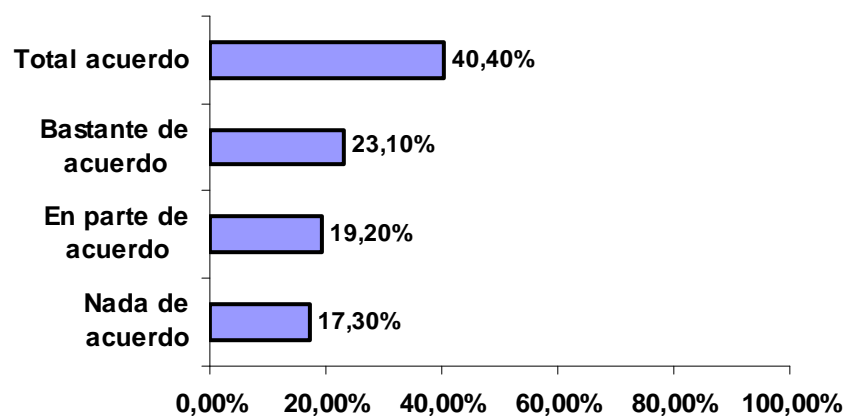
Gráfico 78 *Beneficia a los pubs*



Es admisible si no molesta a nadie

En este gráfico es destacable comprobar que hay un 40,40% que está totalmente de acuerdo con la afirmación. Además, el 42,30% muestra también un cierto grado de acuerdo con que el botellón es admisible mientras no moleste a nadie.

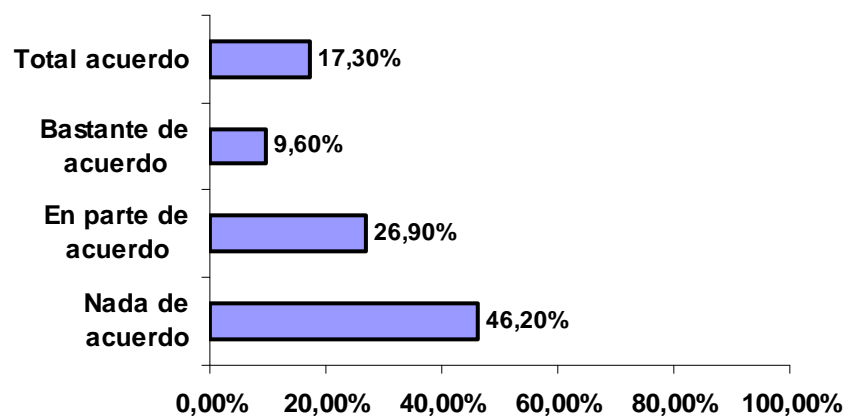
Gráfico 79 *Es admisible si no molesta a nadie*



Forma parte de nuestra cultura

Respecto de esta cuestión es destacable que casi la mitad de los encuestados (46,20%) perciba que el botellón no forma parte de nuestra cultura.

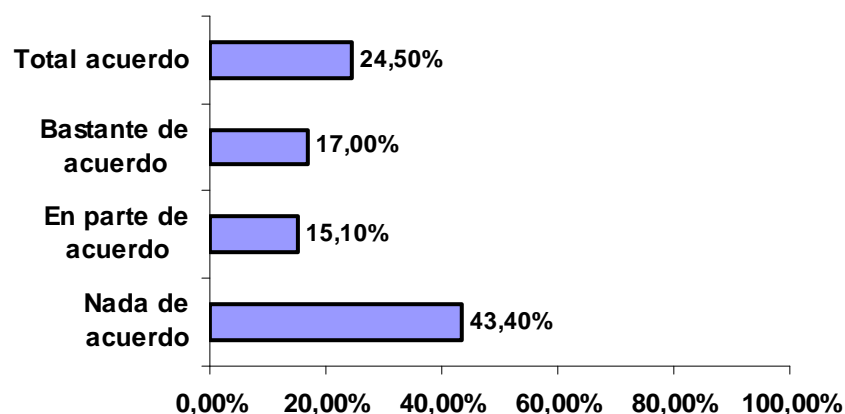
Gráfico 80 *Forma parte de nuestra cultura*



Es producto de la falta de educación de los jóvenes

Tampoco existe un acuerdo generalizado respecto a la idea de que se trate de un producto de la falta de educación en los jóvenes. Un 43,40% opina que no lo es, mientras que un 24,50% muestran un total acuerdo con esta idea.

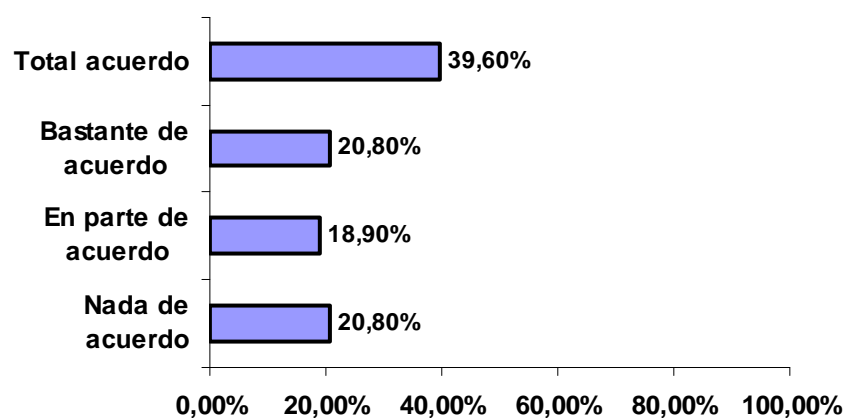
Gráfico 81 Falta de educación en los jóvenes



Debería trasladarse a otro lugar

Respecto de si se debería trasladar el botellón a un lugar alternativo, existe una división de opiniones entre los vecinos, si bien destaca que un 39,60% de ellos está en completo acuerdo con la medida.

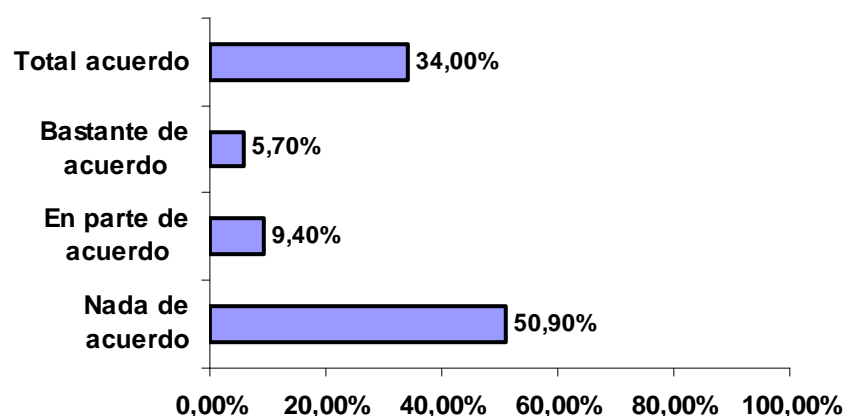
Gráfico 82 Debería trasladarse a otro lugar



No queda más remedio que aguantarlo

En esta cuestión, es de destacar que más de la mitad de los vecinos está en completo desacuerdo con esta afirmación pero que al mismo tiempo un 34% de los vecinos muestra un completo acuerdo con la idea de que no queda más remedio que aguantar el botellón.

Gráfico 83 *No queda más remedio que aguantarlo*



Como resumen de este apartado podemos señalar, tal y como indica la siguiente tabla de medias, que la opinión fundamental de los vecinos hacia el botellón es que el ruido es el principal problema para ellos y que además debería trasladarse a otro lugar.

Tabla 16 *Resumen: actitud general hacia el botellón*

	N	Media	Desv. típ.
el ruido es el principal problema para los vecinos	53	3,5472	,69520
beneficia a los pubs	53	1,4906	,91194
es admisible si no molesta a nadie	52	2,8654	1,13809
forma parte de nuestra cultura	52	1,9808	1,12877
es producto de la falta de educación de los jóvenes	53	2,2264	1,25025
debería trasladarse a otro lugar	53	2,7925	1,18254
no queda más remedio que aguantarlo	53	2,2264	1,38177

Medidas para regular el botellón

Cuando se pregunta a los vecinos sobre las medidas que serían necesarias para regular el botellón en la Plaza de la Merced y alrededores, constatamos que la medida fundamental para disminuir la participación en el botellón según los vecinos sería incrementar el control policial (incluidas multas económicas). Otras cuatro medidas importantes pero menos valoradas son: sancionar no económicamente a los participantes en el botellón (trabajos para la comunidad, limpieza de la plaza, etc.), bajar el precio de las copas en los bares y pubs y crear un lugar específico para hacer botellón y.

prohibirlo en la Plaza de la Merced. La medida menos valorada es aquella referida a que el botellón no necesite una regulación.

Tabla 17 Medidas para regular el botellón

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
No creo que haya que regularlo	52	,00	10,00	4,1538	3,91270
Bajar el precio de copas en bares, pubs	53	,00	10,00	7,4906	3,29115
Mayor control policial (incluidas multas)	53	,00	10,00	7,7547	3,10028
Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)	53	,00	10,00	7,6792	3,46284
Prohibirlo en la Plaza de la Merced	53	,00	10,00	6,2453	4,30967
Crear un lugar específico para hacer el botellón	53	,00	10,00	6,4340	4,05496
Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón	53	,00	10,00	4,3962	3,86970

Es de destacar también la escasa valoración que se otorga a la posibilidad de pactar un horario para la realización del botellón. Además, aquellos que si están por el pacto indican horas muy tardías, tanto para el comienzo (24-1hs.) como para su finalización (2-3hs.)

Gráfico 84 Representación gráfica de la variable Hora de apertura

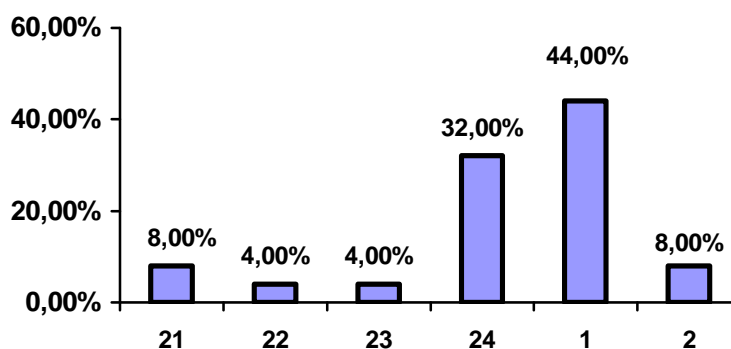
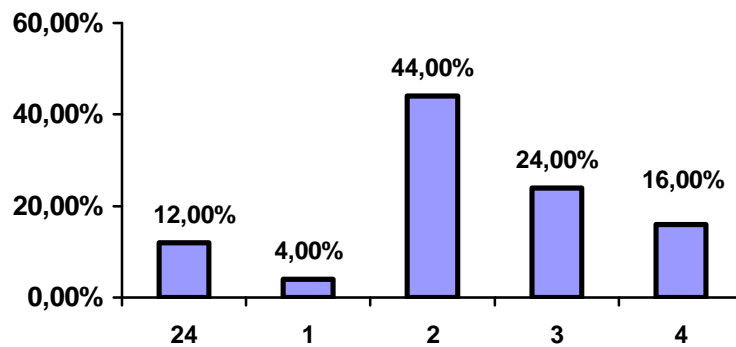
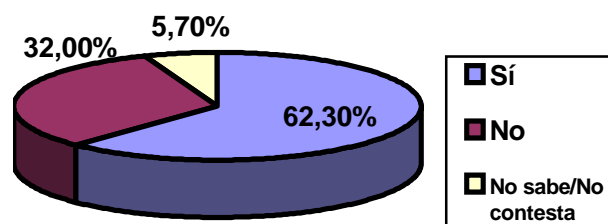


Gráfico 85 Representación gráfica de la variable Hora de apertura



También se preguntó a los vecinos sobre la posibilidad de trasladar el botellón a un lugar alternativo. El 62,30% estaban de acuerdo con esta medida.

Gráfico 86 Acuerdo/Desacuerdo con que se trasladara el botellón



Medidas para regular los locales

Además, también se preguntó a los vecinos por dos medidas relacionadas con la regulación del horario y localización de los locales cercanos a la Plaza de la Merced. Tanto en el primer como en el segundo caso se trata de dos medidas poco valoradas por los vecinos de la zona.

Tabla 18 Medidas para regular los locales

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Reducir los horarios de cierre de pubs y bares de la Plaza de la Merced y sus alrededores	53	,00	10,00	3,7170	4,06381
Trasladar los locales de marcha a otro lugar	53	,00	10,00	4,8302	4,08438

Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón

Características nuevo lugar

Los vecinos de la Plaza de la Merced valoran muy positivamente casi todas las características propuestas respecto del lugar alternativo para realizar el botellón, excepto que sea un lugar próximo al centro. Entre las características más importantes que debería tener ese lugar destacan: (1º) con aseos públicos; (2º) bien comunicado (transporte público, taxis, etc.), (3º) con servicio médico de urgencias, (4º) amplio y (5º) con aparcamiento.

Tabla 19 Características del nuevo lugar

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Un lugar amplio	52	,00	10,00	9,1538	1,95423
Con pubs/bares cerca	52	,00	10,00	7,8077	3,02952
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	52	,00	10,00	8,0000	2,58957
Con música	52	,00	10,00	8,6538	2,20414
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	52	,00	10,00	6,7885	3,60466
Que esté próximo al centro	52	,00	10,00	5,5769	4,27646
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	52	1,00	10,00	9,5577	1,41993
Con aparcamiento	52	,00	10,00	9,0192	2,37215
Con actividades culturales, lúdicas,..	52	,00	10,00	8,7308	2,43436
Con control policial	52	,00	10,00	8,6346	2,41749
Con servicio médico de urgencias	52	5,00	10,00	9,3462	1,32672
Con actividades y campañas de prevención	52	,00	10,00	8,7885	2,46017
Con aseos públicos	52	7,00	10,00	9,8462	,57342

Cambios a realizar en la Plaza de la Merced y alrededores

En caso de que el botellón no se trasladase a un lugar alternativo, los vecinos valoran una serie de cambios a realizar para mejorar las condiciones de la Plaza de la Merced, según el siguiente orden de importancia: (1º) más aseos públicos, (2º) servicio médico de urgencias, (3º) más contenedores y papeleras, (4º) actividades culturales y lúdicas, (5º) más servicios de limpieza y (6º) financiación de ventanas aislantes para los vecinos. Una opción apenas valorada es la que hace referencia a que no es necesario realizar ningún cambio.

Tabla 20 Cambios a realizar en la Plaza de la Merced

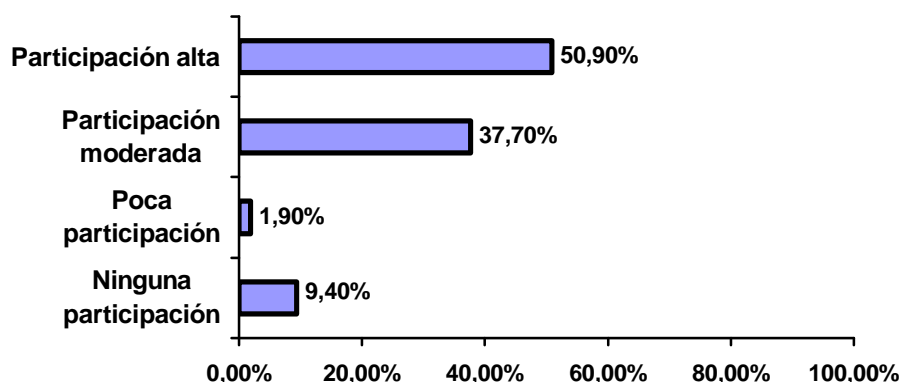
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Más contenedores/ papeleras	53	,00	10,00	8,4340	2,58330
Más aseos públicos	53	5,00	10,00	9,5283	1,13686
Más actividades culturales, lúdicas,..	53	,00	10,00	8,2075	2,72706
Financiar ventanas aislantes para los vecinos	53	,00	10,00	7,1698	3,84676
Servicio médico de urgencias	53	2,00	10,00	8,7925	2,04148
Más servicios de limpieza	53	,00	10,00	7,7547	3,69462
No es necesario hacer ningún cambio	53	,00	10,00	1,0566	2,99625

Participación en la toma de decisiones

Participación en la toma de decisiones

También se preguntó a los vecinos sobre su grado de participación deseable en la toma de decisiones municipales sobre el botellón. En el gráfico 87 se constata que más de la mitad de los encuestados opina que es necesaria una alta participación directa de los vecinos para proponer soluciones y tomar decisiones conjuntamente. También, el 37,70% sugiere estar presente en la participación pero de una forma moderada, es decir, limitada a la atención de quejas y propuesta de soluciones. Finalmente, únicamente un 9,40% indica que no sería necesaria ninguna participación ya que opinan que se trata de un trabajo del Ayuntamiento.

Gráfico 87 Participación en la toma de decisiones



Origen del botellón en la Plaza de la Merced

Para finalizar, se preguntó a los vecinos cuál creían que era el origen del botellón en la Plaza de la Merced. Las respuestas más frecuentes fueron las que se presentan en la tabla 21. Es de destacar que los vecinos de la Plaza de la Merced consideran que el origen del botellón en esta plaza tiene que ver con que se trata de un lugar amplio ubicado en el centro de la ciudad y que responde a motivos económicos debido al elevado precio de las bebidas en los bares y pubs. Además, aunque en menor grado, se alude a motivos relacionados con la cercanía de bares y pubs, la necesidad de reunirse con los amigos y la falta de valores en los jóvenes.

Tabla 21 Origen del botellón en la Plaza de la Merced

Origen del Botellón (Vecinos)	Porcentaje
Es un lugar céntrico y amplio	40,62
Motivos económicos (precio del alcohol muy elevado en bares)	20,31
Cercanía de bares y pubs	7,81
Moda/tradición/cultura	7,81
Falta de alternativas de ocio	6,25
Motivo de reunión con los amigos	4,68
Falta de valores en los jóvenes	4,68

4.3. Encuesta a propietarios y encargados de locales

Descripción de los propietarios y encargados

Ocupación, Sexo, Edad y Nivel de Estudios

Como se puede apreciar en las gráficas siguientes, los propietarios de locales encuestados representan al 54,20% y los encargados al 45,8% restante. De entre todos ellos, el 82,60% eran varones, con una edad media de 33 años. Además, el 70,80% tiene estudios universitarios y el 29,20% estudios de FP, BUP o Bachiller.

Gráfico 88 Representación gráfica de la variable Ocupación

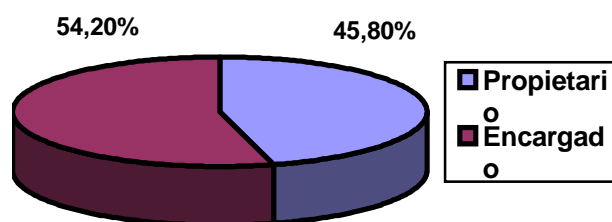


Tabla 22 Descriptivos de la variable Edad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	24	24,00	60,00	33,2083	7,40141

Gráfico 89 Representación gráfica de la variable Sexo

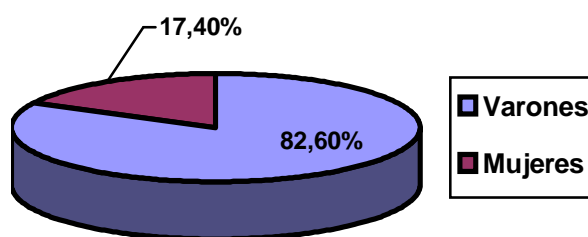
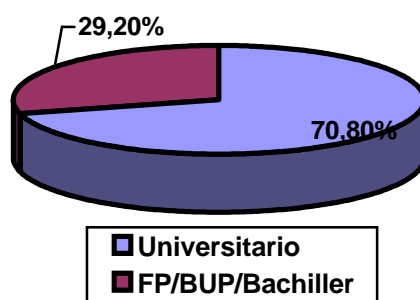


Gráfico 90 Representación gráfica de la variable Nivel de estudios

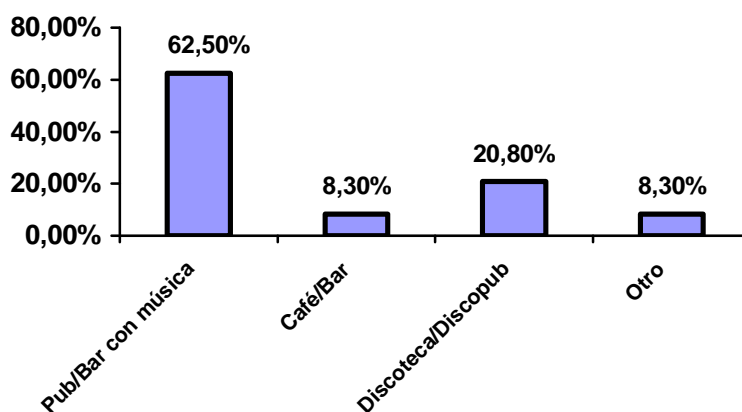


Características del local

Tipo de local

El 62,50% de los propietarios y encargados encuestados trabaja en pubs y bares con música, el 20,80% en discotecas y discopubs, y el 8,30% en cafeterías y bares sin música.

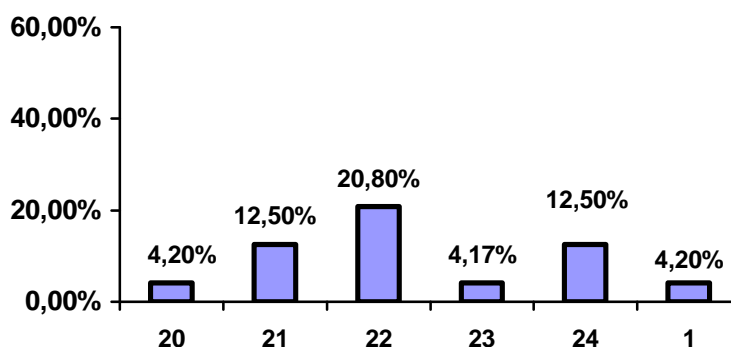
Gráfico 91 Representación gráfica de la variable Tipo de local



Horario de apertura

El horario de apertura de estos locales es muy variado, como se observa en el gráfico siguiente, si bien podemos destacar que el 20,80% abre sus puertas sobre las diez de la noche.

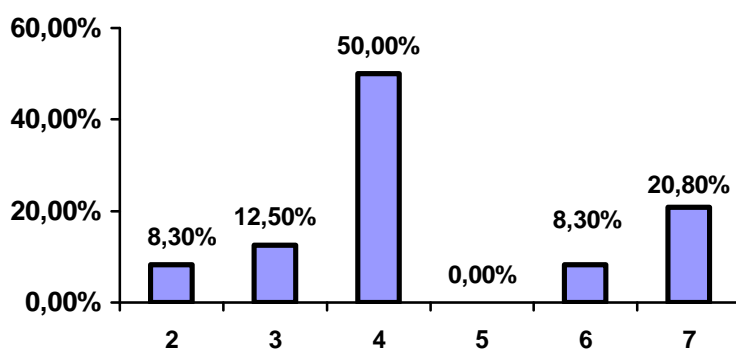
Gráfico 92 Representación gráfica de la variable Hora de apertura



Horario de cierre

Cuando se pregunta por el horario de cierre, el 50% contesta que alrededor de las cuatro de la madrugada. Además, destaca el hecho de que el 29,10% de los locales cierra a altas horas de la madrugada, entre las 6 y las 7.

Gráfico 93 Representación gráfica de la variable Hora de cierre



Incentivos

El 58,3% de los propietarios de estos locales utiliza incentivos para atraer más clientela. De entre estos, el 29,20% tiene ofertas “2 x 1”, otro 29,20% ofrece descuentos y ofertas especiales, el 33,30% utiliza como incentivo la invitación a una copa, un chupito o un cóctel. El 6,70% ofrece regalos y sorteos para los clientes y finalmente el 4,20% utiliza la denominada “hora feliz”, alrededor de las 12 de la noche.

Gráfico 94 Representación gráfica de la variable Incentivos

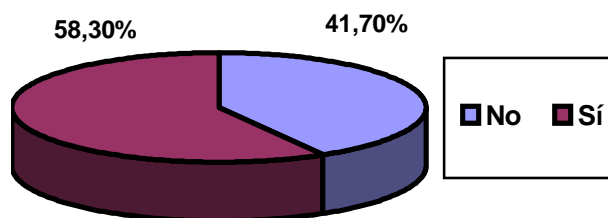
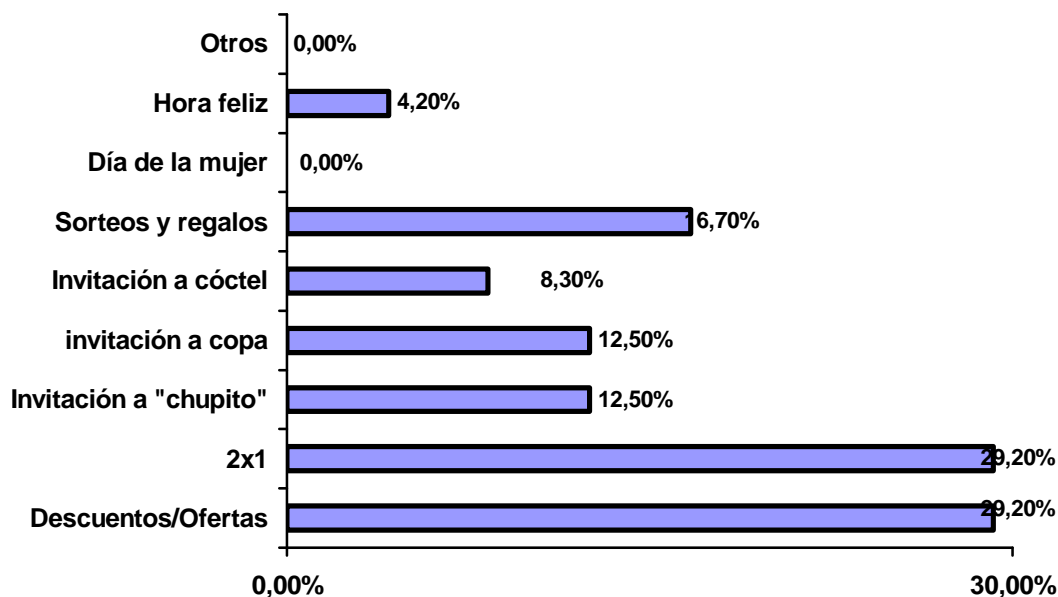


Gráfico 95 Representación gráfica de la variable Utilización de incentivos

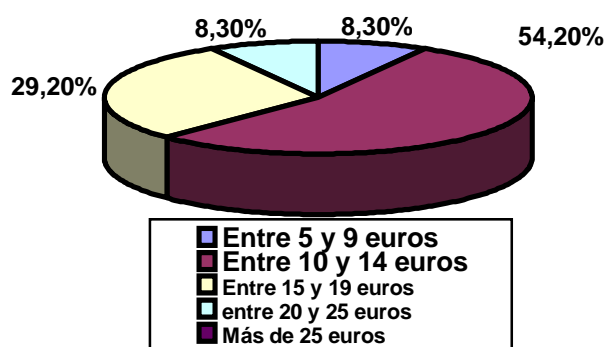


Características de la clientela

Gasto medio de los clientes

Como se aprecia en el gráfico siguiente, más de la mitad de los clientes (54,20%) hace un gasto medio de 10-14 euros por noche en estos locales, seguido de un 29,20% que gasta aproximadamente entre 15 y 19 euros. Un porcentaje similar de personas (8,30%) gasta, bien menos de 9 euros, bien más de 20.

Gráfico 96 Representación gráfica de la variable gasto medio de un cliente

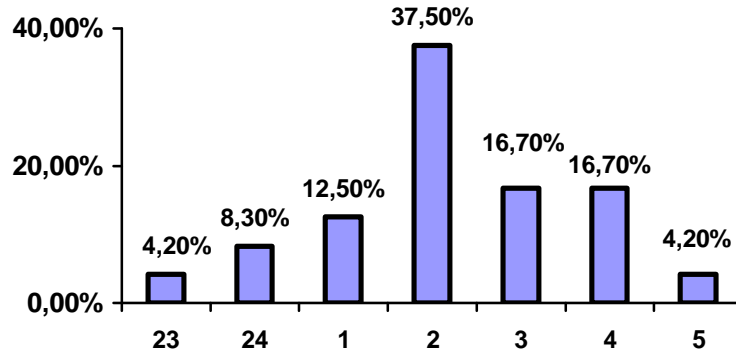


Día y hora de mayor afluencia

Estos clientes acuden fundamentalmente el *sábado*, que según los propietarios y encargados de los locales, es el día de mayor afluencia de gente. Respecto de la hora en que hay un mayor número de clientes en el local, parece ser que las dos de la madrugada

es el momento de mayor afluencia. La clientela desciende a partir de las cinco de la madrugada.

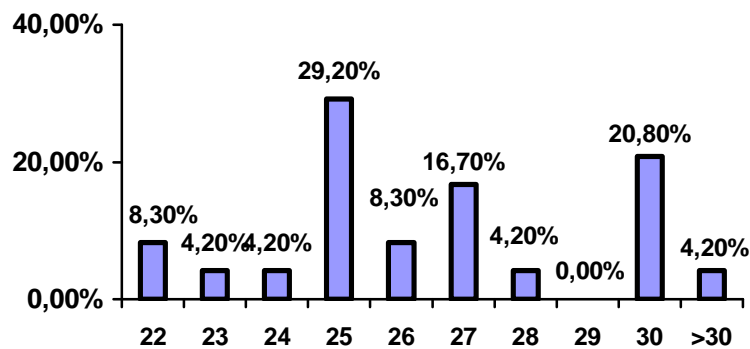
Gráfico 97 Representación gráfica de la variable Hora de mayor afluencia



Edad media de los clientes

Finalmente, cuando preguntamos por la edad media de los clientes, observamos que el 95,80% tiene entre 22 y 30 años, con el reparto que se presenta en la gráfica siguiente.

Gráfico 98 Representación gráfica de la variable Edad media de sus clientes



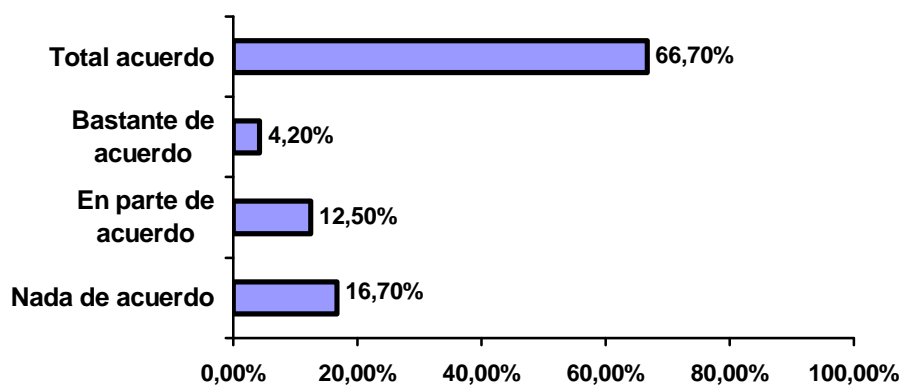
Encuesta de opinión

Consecuencias del botellón

Fomenta el abuso del alcohol

En el gráfico 99 observamos que casi dos tercios de los propietarios y encargados de locales están completamente de acuerdo con la idea de que el botellón fomenta en consumo de alcohol, frente al 16,70% que no está en absoluto de acuerdo con esta afirmación.

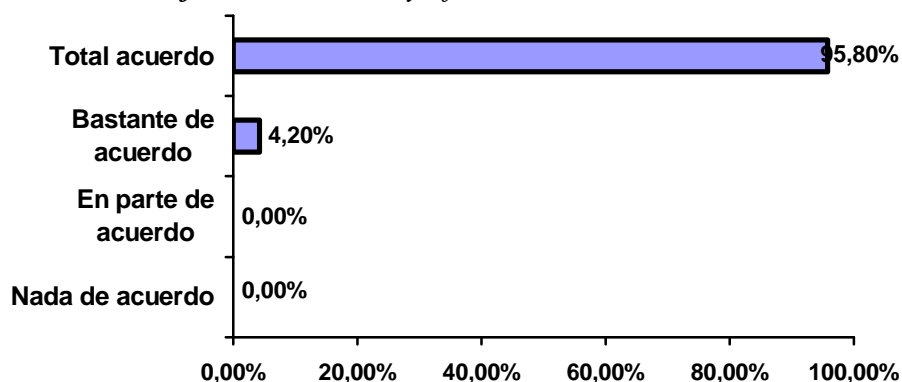
Gráfico 99 Fomenta el abuso del alcohol



Ensucia y afea la Plaza de la Merced

Todos los encuestados muestran un total acuerdo o bastante de acuerdo con esta afirmación, tal y como se constata en el gráfico siguiente.

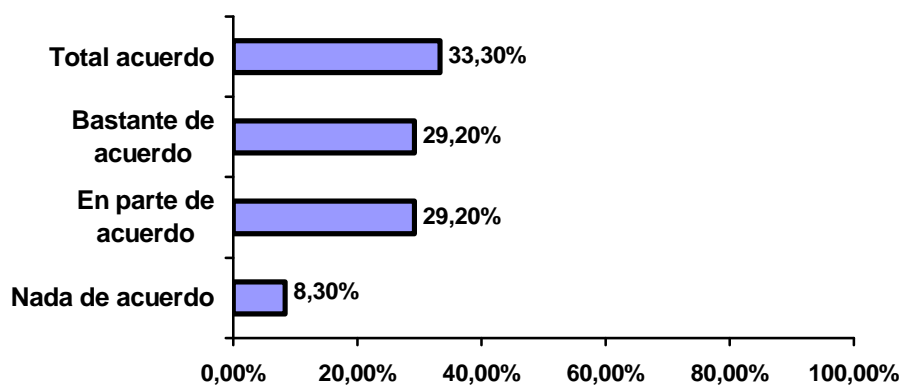
Gráfico 100 Ensucia y afea la Plaza de la Merced



Causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced

Casi todos los encuestados muestran algún grado de acuerdo con la idea de que el botellón es causa de altercados en la plaza. Únicamente un 8,30% de los propietarios y encargados de locales no está nada de acuerdo con la afirmación.

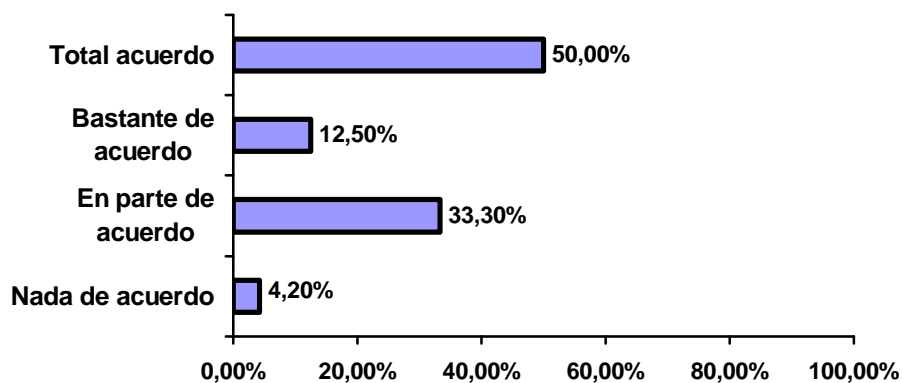
Gráfico 101 *Causa altercados de orden público*



Provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas

Como se observa en el gráfico 102, la mitad de los encuestados presenta un total acuerdo con la idea de que el botellón provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas. El resto, se muestra bastante de acuerdo o en parte de acuerdo, y sólo un 4,20% nada de acuerdo.

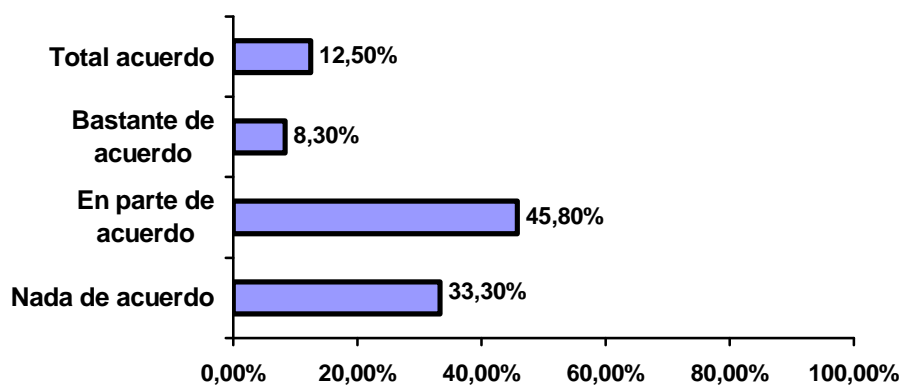
Gráfico 102 *Provoca intoxicaciones y urgencias médicas*



Incita el consumo de sustancias ilegales

Un porcentaje elevado de encuestados (45,80%) se muestra de acuerdo sólo en parte con esta idea, y de hecho, un tercio sostiene que no está nada de acuerdo con que el botellón incite al consumo de otras sustancias de carácter ilegal.

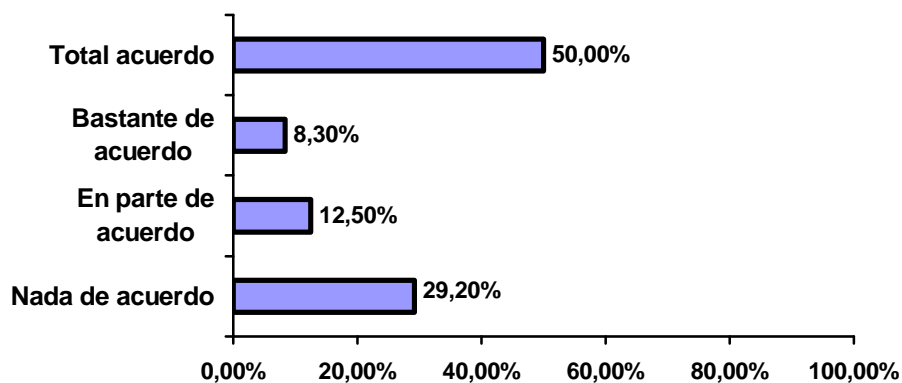
Gráfico 103 *Incita el consumo de sustancias ilegales*



Da una mala imagen de Málaga

Como observamos en el gráfico 104, las respuestas de propietarios y encargados de locales son variadas cuando preguntamos si el botellón da una mala imagen de la ciudad. La mitad contesta que se está totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que casi el 30% no muestra ningún acuerdo con esta opinión.

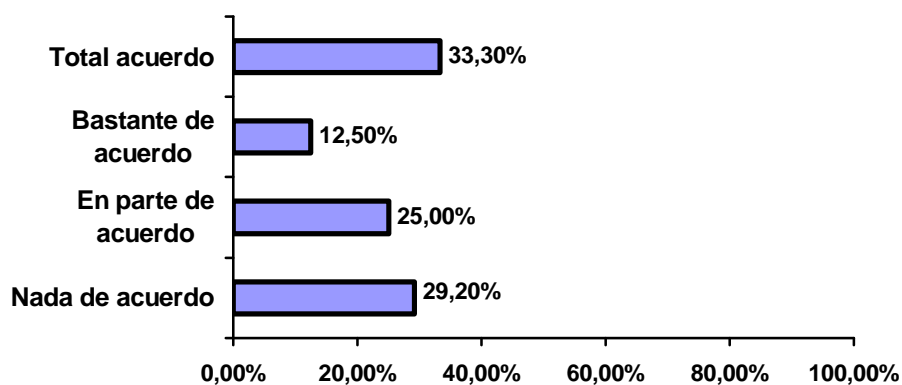
Gráfico 104 *Da una mala imagen de Málaga*



Atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)

En este caso también encontramos una gran variabilidad en las respuestas. No obstante, merece la pena destacar que el 29,20% de los encuestados no se muestran nada de acuerdo con esta opinión.

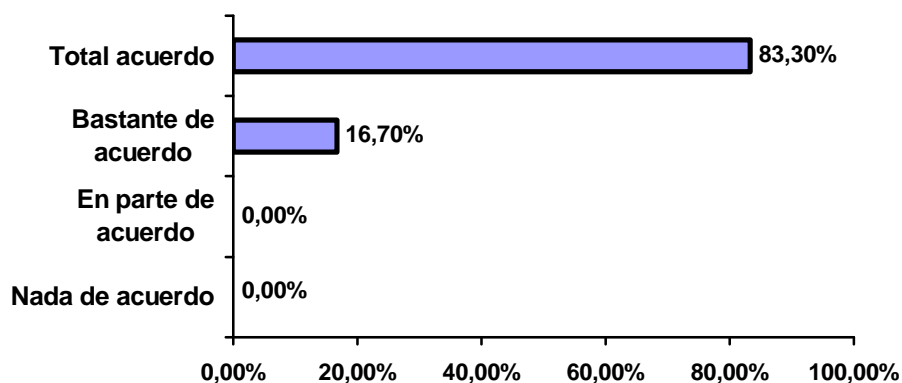
Gráfico 105 *Atrae a delincuentes*



Molesta a los vecinos

Es de destacar el hecho de que el 83,30% de los encuestados está en total acuerdo con la idea de que el botellón molesta a los vecinos, seguido del restante 16,70% que se muestra bastante de acuerdo.

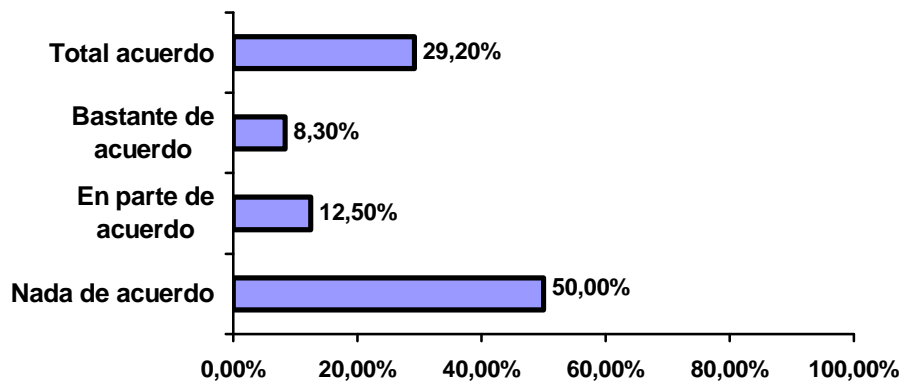
Gráfico 106 *Molesta a los vecinos*



Habría que prohibirlo

Llama la atención en esta gráfica que el 50% de los propietarios y encargados de locales no está nada de acuerdo con la idea de prohibir el botellón en la Plaza de la Merced. No obstante, también merece la pena señalar que casi el 30% muestra un total acuerdo respecto de esta prohibición.

Gráfico 107 *Habría que prohibirlo*



Toda esta información se resume en la tabla de medias que se presenta a continuación, donde podemos observar que las principales consecuencias derivadas del botellón señaladas por los propietarios y encargados de locales son: (1º) que ensucia y afea la Plaza de la Merced, (2º) que molesta a los vecinos, (3º) que fomenta el abuso de alcohol, y (4º) que provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas. Destaca, sin embargo, el hecho de que la prohibición del botellón es una de las alternativas menos consideradas por los encuestados.

Tabla 23 Resumen: consecuencias del botellón

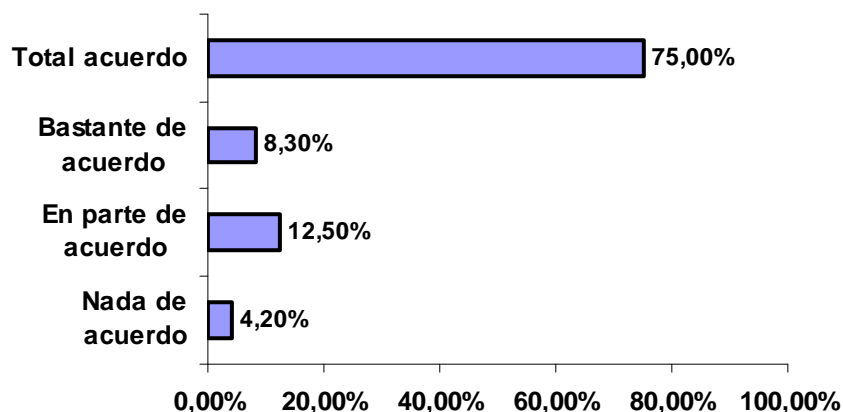
	N	Media	Desv. típ.
fomenta el abuso del alcohol	24	3,2083	1,21509
ensucia y afea la Plaza de la Merced	24	3,9583	,20412
causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	24	2,8750	,99181
provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	24	3,0833	1,01795
incita el consumo de sustancias ilegales	24	2,0000	,97802
da una mala imagen de Málaga	24	2,7917	1,35066
atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)	24	2,5000	1,25109
molesta a los vecinos	24	3,8333	,38069
habría que prohibirlo	24	2,1667	1,34056

Razones para realizar el botellón

El botellón sirve para reunirse con los amigos

Los encuestados muestran un acuerdo muy elevado en señalar que el botellón se celebra porque los participantes quieren reunirse con los amigos (75%). Únicamente un 4,20% no muestran ningún acuerdo con esta opinión.

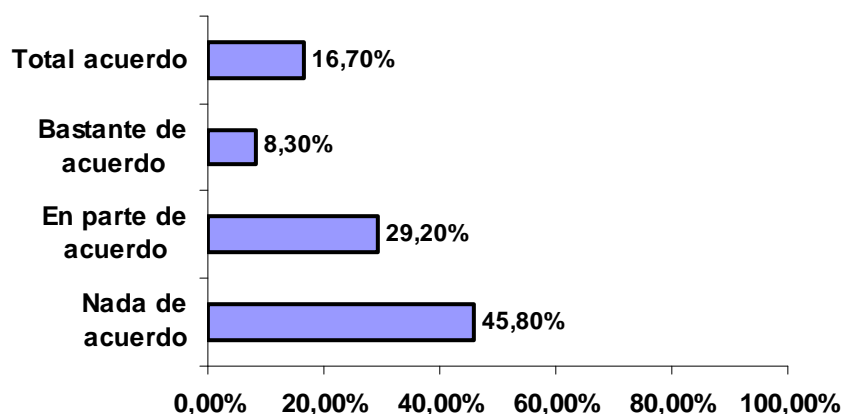
Gráfico 108 Encuentro con amigos



El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón

Es de destacar que el 45,80% de los encuestados no está nada de acuerdo con esta afirmación, seguido del 29,20% que está de acuerdo en parte.

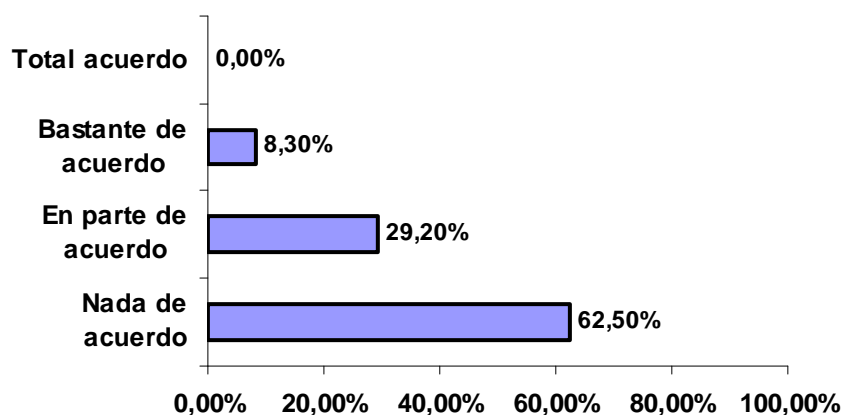
Gráfico 109 Precio consumiciones en los bares/pubs



La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos

En opinión de la mayoría de propietarios y encargados de locales (62,50%), la gente no acude al botellón por el hecho de que en pubs y bares se dificulte la conversación.

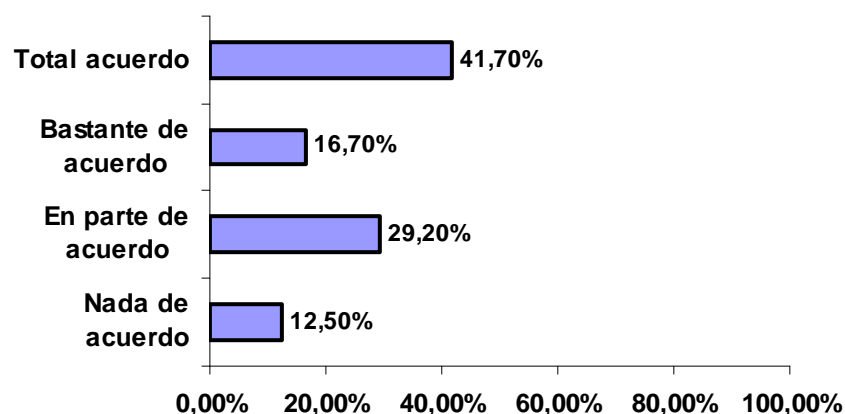
Gráfico 110 En bares/pubs no se puede conversar



La gente acude al botellón para emborracharse

En esta cuestión, el 58,40% de los encuestados se muestra bastante o totalmente de acuerdo con la idea de que los participantes en el botellón acuden fundamentalmente para beber alcohol y emborracharse, seguido del 29,20% que está en parte de acuerdo.

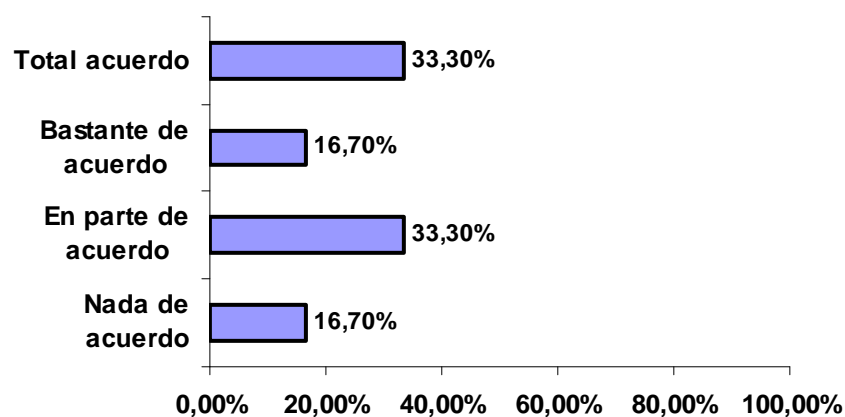
Gráfico 111 Acuden para emborracharse



Si se prohíbe el botellón irían más a los bares

Como se puede apreciar en la gráfica 112, la opinión de los encuestados se encuentra muy dividida cuando se pregunta si creen que al prohibir el botellón la gente acudiría más a los bares. Un tercio de los hosteleros se muestra totalmente de acuerdo con esta opinión, otro tercio se muestra en parte de acuerdo, frente a un 16,70% que no está en absoluto de acuerdo.

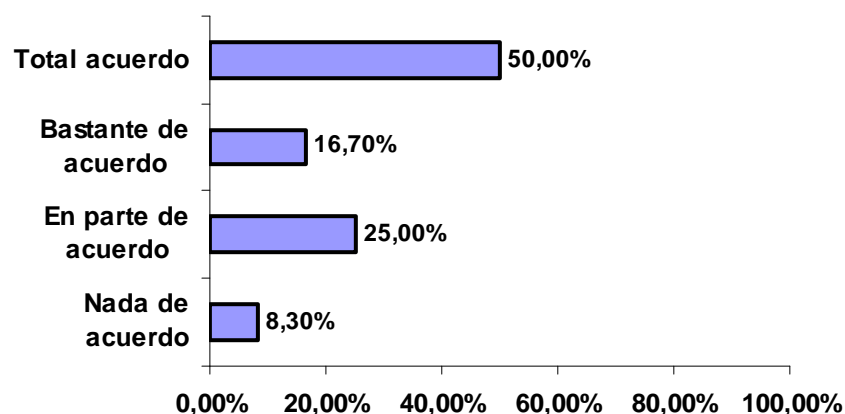
Gráfico 112 Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares



Habría que regular el botellón

La mitad de los propietarios y encargados de locales está totalmente de acuerdo con la posibilidad de regular del botellón. Destaca el hecho de que únicamente un 8,30% de los encuestados considera que el botellón no debe regularse.

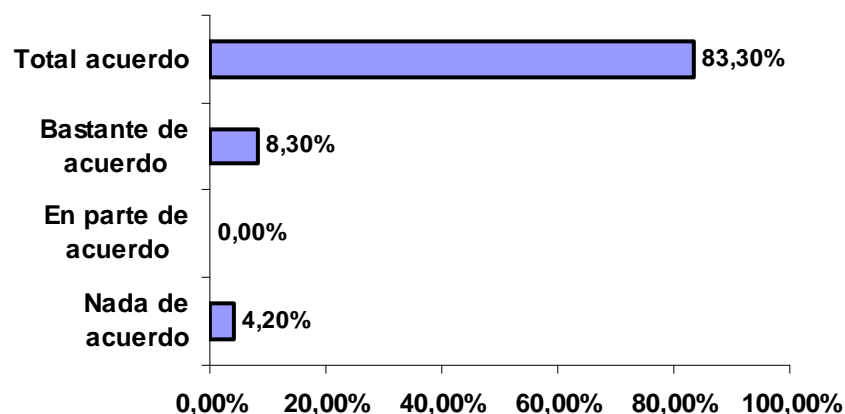
Gráfico 113 *Habría que regular el botellón*



Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón

El 83,30% afirma que en la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos mientras que dura el botellón.

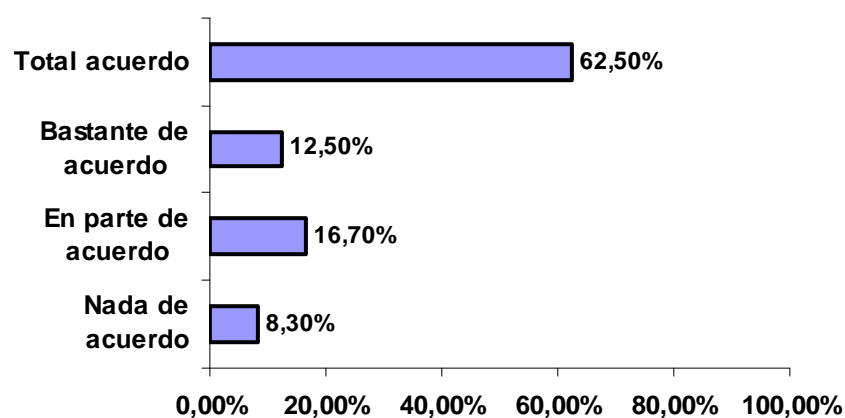
Gráfico 114 *Se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón*



El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs

Tal y como se observa en el gráfico siguiente, casi dos tercios de los encuestados (65,50%) considera que una de las razones principales por las que la gente realiza el botellón en la Plaza de la Merced es la presencia de bares y pubs cerca de la misma.

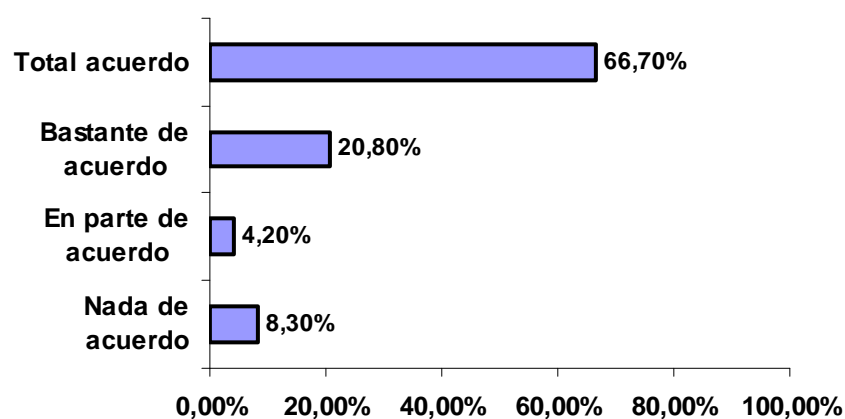
Gráfico 115 *Está cerca de los bares y pubs*



El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia

Casi el 90% de los hosteleros indica que está bastante o en total acuerdo con esta afirmación.

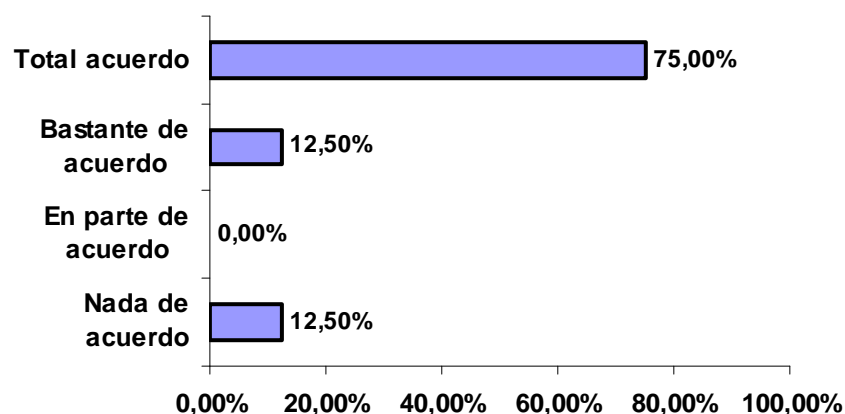
Gráfico 116 *Es amplia*



Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón

También más del 85% señala con bastante o total acuerdo que el hecho de que en la Plaza de la Merced haya servicio de taxi, aparcamiento y transporte público favorece que se realice el botellón en este lugar.

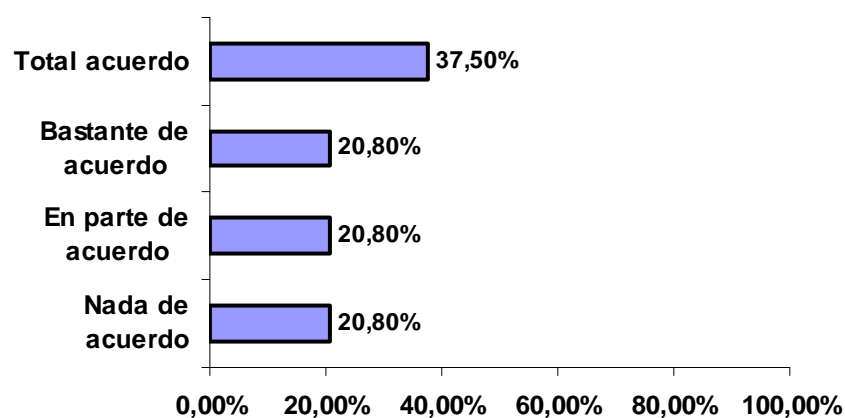
Gráfico 117 Hay parking, paradas de taxi y transporte público



La gente acude al botellón porque está de moda

Como se constata en el gráfico siguiente, la opinión entre los hosteleros acerca de si el botellón se realiza porque es una moda, está muy dividida, si bien podemos destacar que un 37,50% se muestra totalmente de acuerdo con esta afirmación.

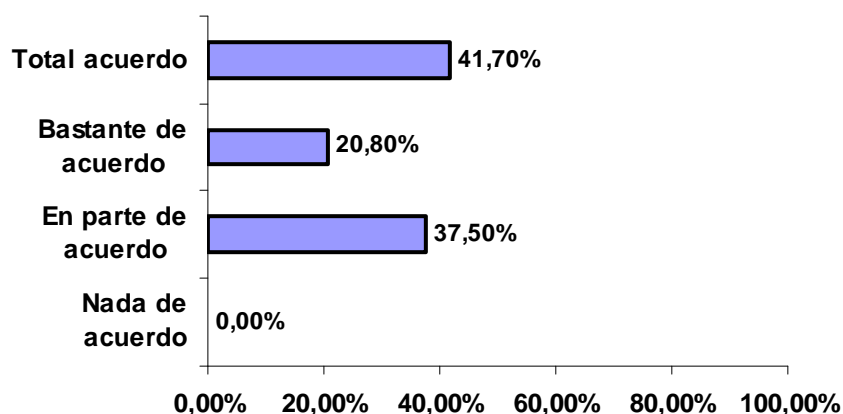
Gráfico 118 Está de moda



El botellón permite que la gente se divierta

Todos los encuestados muestran algún grado de acuerdo con la idea de que el botellón implica diversión para los participantes. Dentro de estos grados de acuerdo, casi el 42% de los hosteleros se muestra totalmente de acuerdo con la idea.

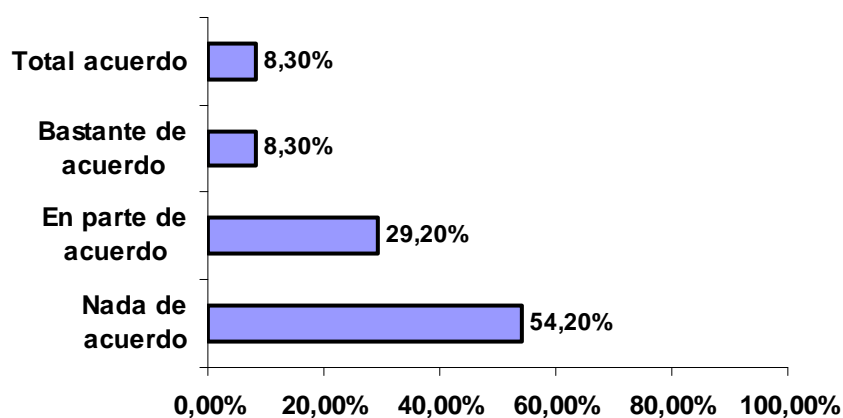
Gráfico 119 *Permite la diversión*



La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)

Más de la mitad de los hosteleros (54,20%) indica que la falta de alternativas de ocio no es una de las causas principales por las que se realiza el botellón, seguido del 29,20% que sólo se muestra de acuerdo en parte.

Gráfico 120 *Falta de alternativas*



En la siguiente tabla de medias se presenta un resumen de las principales razones que, según los hosteleros de la zona de la Plaza de la Merced -propietarios y encargados de locales- motivan la realización del botellón en este lugar. Entre estas razones destacan las siguientes: (1º) posibilidad de comprar cosas para el botellón en las cercanías, (2º) reunirse con los amigos, (3º) cercanía de taxis, aparcamientos y transporte público, (4º) amplitud del espacio en la plaza y (5º) existencia de bares y pubs cerca de la plaza.

Tabla 24 Resumen: razones para realizar el botellón

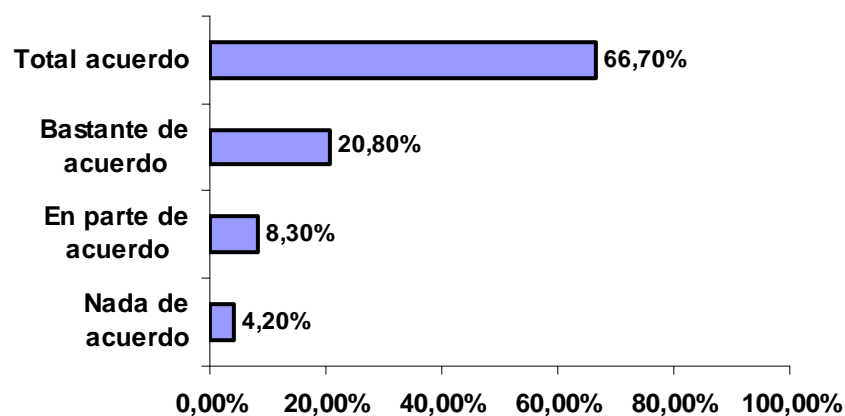
	N	Media	Desv. típ.
El botellón sirve para reunirse con los amigos	24	3,5417	,88363
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	24	1,9583	1,12208
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	24	1,4583	,65801
La gente acude al botellón para emborracharse	24	2,8750	1,11560
Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares	24	2,6667	1,12932
El botellón habría que regularlo	24	3,0833	1,05981
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	24	4,0000	1,25109
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	24	3,2917	1,04170
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	24	3,4583	,93153
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	24	3,5000	1,02151
La gente acude al botellón porque está de moda	24	2,7500	1,18872
El botellón permite que nos divirtamos	24	3,0417	,90790
La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	24	1,7083	,95458

Actitud general hacia el botellón

El ruido es el principal problema para los vecinos

Como se comprueba en el gráfico siguiente, más de dos tercios de los hosteleros está totalmente de acuerdo con la afirmación de que el ruido es el principal problema para los vecinos derivado del botellón, seguido de casi el 21% que está bastante de acuerdo.

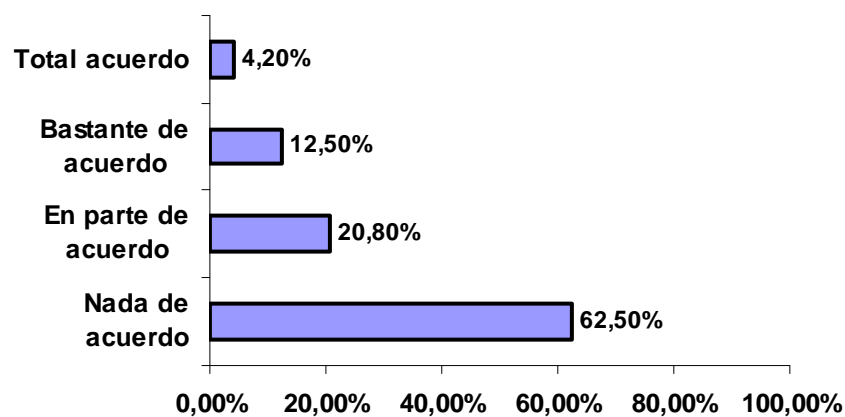
Gráfico 121 El ruido es el principal problema



Beneficia a los pubs

Cabe destacar que casi dos tercios de los propietarios y encargados de locales se muestran totalmente en desacuerdo con esta afirmación (62,50%). Únicamente un 4,20% indica estar totalmente de acuerdo con que el botellón supone un beneficio para los pubs.

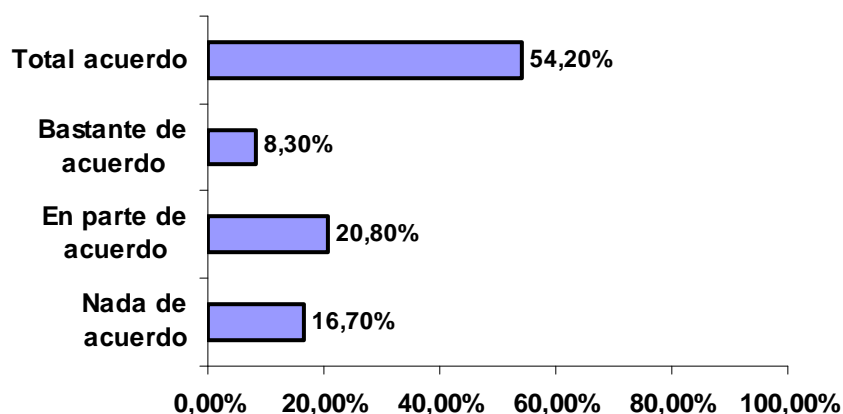
Gráfico 122 Beneficia a los pubs



Es admisible si no molesta a nadie

Es de destacar que más de la mitad de los hosteleros está totalmente de acuerdo con la idea de que el botellón es admisible si no molesta a nadie. Frente a este porcentaje, casi un 17% muestra un total desacuerdo con la opción.

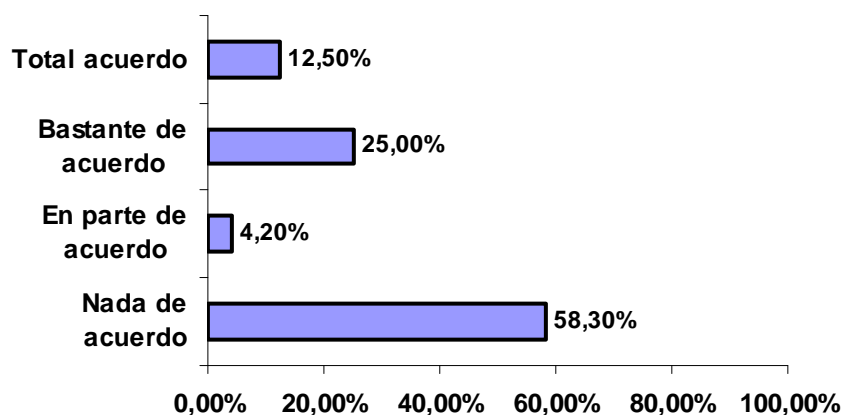
Gráfico 123 Es admisible si no molesta a nadie



Forma parte de nuestra cultura

Un 37,50% de los propietarios y encargados de locales está bastante o en total acuerdo con la afirmación de que el botellón forma parte de nuestra cultura. Sin embargo, más de la mitad de los encuestados, que representan al 58,30%, se muestra nada de acuerdo con esta idea.

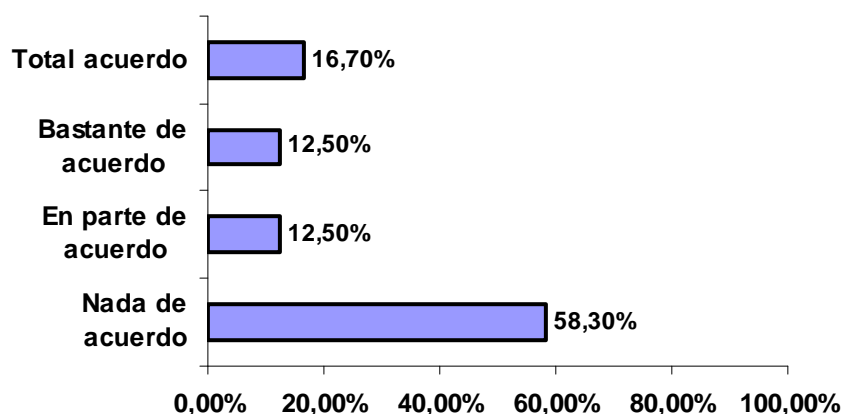
Gráfico 124 Forma parte de nuestra cultura



Es producto de la falta de educación de los jóvenes

Llama la atención el hecho de que el 58,30% de los hosteleros no considera que la falta de educación de los jóvenes sea una de las causas explicativas del botellón.

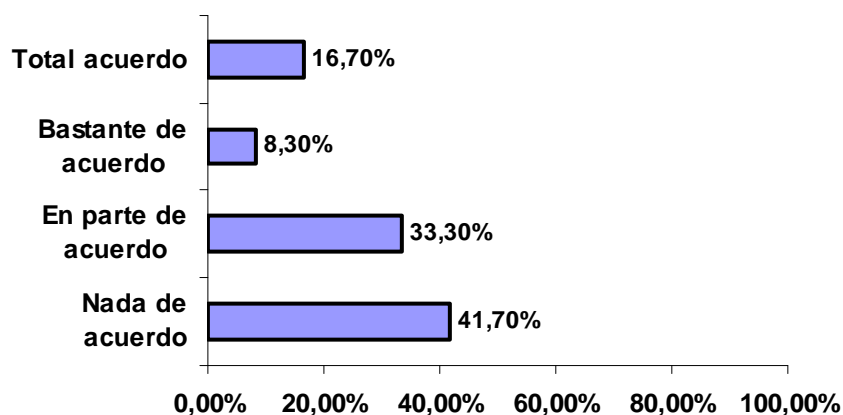
Gráfico 125 Falta de educación de los jóvenes



Debería trasladarse a otro lugar

Como se observa en el gráfico siguiente, es de destacar el hecho de que casi el 42% de los hosteleros de la zona de la Plaza de la Merced no está de acuerdo con el traslado del botellón a otro lugar, seguido de un 33,30% que únicamente estaría de acuerdo en parte.

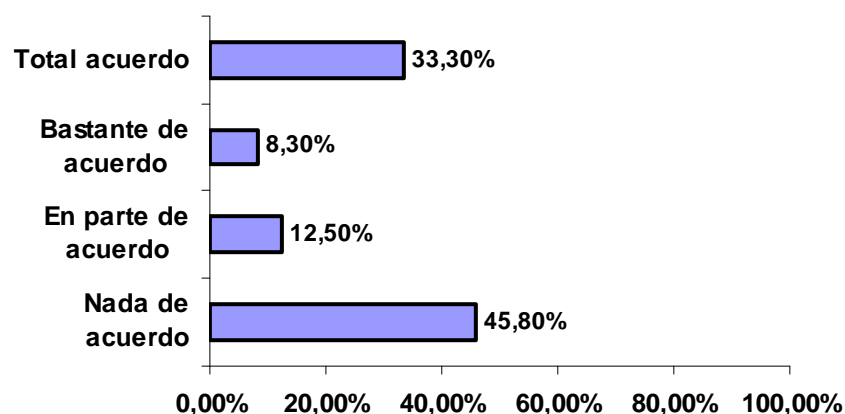
Gráfico 126 Debería trasladarse a otro lugar



No queda más remedio que aguantarlo

Un tercio de los encuestados opina que, efectivamente, “no hay más remedio que aguantar el botellón”; sin embargo, un 45,80% no está nada de acuerdo con esta afirmación.

Gráfico 127 No queda más remedio que aguantarlo



En resumen, los propietarios y encargados de locales en la zona de la Plaza de la Merced consideran que, por orden de importancia: (1º) el ruido es el principal problema para los vecinos y (2º) el botellón es admisible si no molesta a nadie. Destacamos, por otra parte, que la idea de que el botellón beneficia a los pubs, es la peor valorada por los hosteleros encuestados.

Tabla 25 Resumen: actitud general hacia el botellón

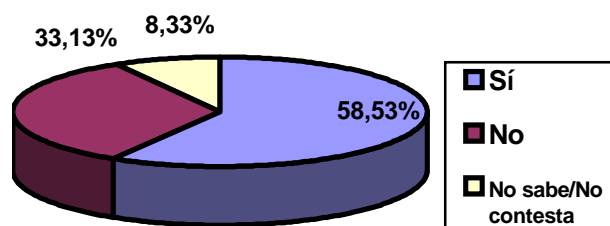
	N	Media	Desv. típ.
el ruido es el principal problema para los vecinos	24	3,5000	,83406
beneficia a los pubs	24	1,5833	,88055
es admisible si no molesta a nadie	24	3,0000	1,21584
forma parte de nuestra cultura	24	1,9167	1,17646
es producto de la falta de educación de los jóvenes	24	1,8750	1,19100
debería trasladarse a otro lugar	24	2,0000	1,10335
no queda más remedio que aguantarlo	24	2,2917	1,36666

Medidas para regular el botellón

El botellón perjudica a los locales

Cuando se pregunta a los propietarios y encargados de locales si el botellón tiene consecuencias negativas para su establecimiento, el 58,30% responde afirmativamente y el 33,30% negativamente.

Gráfico 128 Representación gráfica de la variable *El botellón perjudica su local*



De entre los que responden que el botellón perjudica a su local, destacamos las respuestas siguientes que dan cuando se les pregunta el porqué de ese perjuicio: casi la mitad de los encuestados informa que los clientes pasan menos tiempo en su local o que llegan más tarde al mismo, y casi un tercio comenta que la clientela llega bebida al local. Otras consecuencias negativas del botellón que destacan son, que tienen menos clientes y que algunas personas únicamente entran al local para hacer uso de los aseos, pero sin realizar ninguna consumición.

Tabla 26 *Por qué perjudica el botellón a su local*

Por qué perjudica el botellón a su local	Porcentaje
Pasan menos tiempo/Llegan más tarde	47,06
Llegan borrachos	29,41
No van al bar	17,64
Uso servicios y no consumo	5,88

Los que responden que el botellón no perjudica a su local, señalan los siguientes motivos: más de la mitad comenta que tiene más clientela “alternativa” (es decir, una clientela “aparte” y además de la fija), otro porcentaje significativo destaca que el botellón no le afecta negativamente porque cuenta con clientes habituales, y finalmente, un porcentaje de encuestados, aunque más pequeño, indica que gracias al botellón vende más bebidas alcohólicas (que se consumirán fuera de su local).

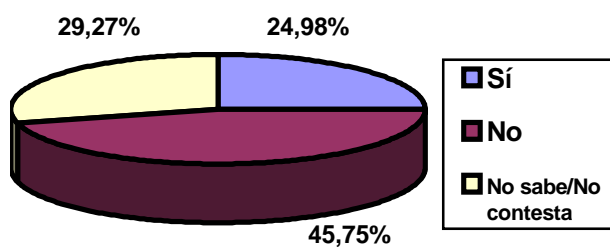
Tabla 27 *Por qué no perjudica el botellón a su local*

Por qué no perjudica el botellón a su local	Porcentaje
Mayor clientela/alternativa	57,14
Clientela no participa en botellón	42,85
Mayor venta de litros	14,28

Traslado del botellón

Llama la atención, sin embargo, el hecho de que casi el 46% de los propietarios y encargados no estaría de acuerdo con el traslado del botellón a una nueva ubicación. El restante 54% se reparte entre las personas que quieren que se traslade el botellón y aquellos que “no saben no contestan”.

Gráfico 129 Representación gráfica de la variable Traslado del botellón



Las personas que están de acuerdo con el traslado del botellón consideran que: el 42,85% piensa que el botellón debería trasladarse porque de ese modo se reducirían las molestias para los vecinos, el 28,57% cree que mejoraría sustancialmente el aspecto de la Plaza de la Merced y del centro histórico en general, y otro 28,57% piensa que debería buscarse un lugar alternativo adecuado para realizarlo.

Tabla 28 Acuerdo en el traslado del botellón

Acuerdo	Porcentaje
Reduce molestias vecinos	42,85
Mejora plaza de la Merced/centro histórico	28,57
Búsqueda lugar alternativo adecuado	28,57

Los que se muestran en desacuerdo con el traslado del botellón consideran que: el 45,45% piensa que si se traslada el botellón a otro lugar perdería clientela en su local, otro 45,45% cree que el traslado no es la solución, sino que ésta pasa por regularlo o incluso prohibirlo, y finalmente un 9,10% cree que no debería trasladarse el botellón de la plaza porque de ese modo la gente utilizaría el coche para desplazarse hasta el mismo y eso podría implicar que después no acudieran tantos clientes al centro.

Tabla 29 Desacuerdo en el traslado del botellón

Desacuerdo	Porcentaje
Pérdida de clientela	45,45
No soluciona el problema (prohibir o regular)	45,45
Desplazamientos en coche	9,10

Medidas para regular para el botellón

Cuando se pregunta a los propietarios y encargados de locales por las medidas que serían necesarias para regular el botellón en la Plaza de la Merced y alrededores, observamos que las medidas fundamentales que proponen son: (1) el mayor control policial, y (2) la aplicación de sanciones no económicas a los participantes en el botellón. Otra medida que proponen, aunque mucho menos valorada que las anteriores, es la creación de un lugar nuevo específico para trasladar el botellón.

Parece ser que la opción de pactar un horario junto con los participantes en el botellón y los vecinos, no es una alternativa especialmente relevante para los hosteleros, si bien, los que responden que esta opción podría resultar interesante sugieren que el inicio del mismo se lleve a cabo entre las 22 y las 23 horas (72,4%) y la finalización entre la 1 y las 2 de la madrugada (72,4%). Por último, la medida menos valorada por los hosteleros es la reducción del precio de las copas en los locales.

Tabla 30 Medidas para regular el botellón

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
No creo que haya que regularlo	24	,00	10,00	3,2917	3,68875
Bajar el precio de copas en bares, pubs	24	,00	10,00	3,1250	3,27457
Mayor control policial (incluidas multas)	24	,00	10,00	7,3333	3,40928
Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)	24	,00	10,00	7,1667	3,22580
Prohibirlo en la Plaza de la Merced	24	,00	10,00	3,7500	4,26564
Crear un lugar específico para hacer el botellón	24	,00	10,00	4,1250	4,27645
Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón	24	,00	10,00	3,9167	4,04235

Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón

Características nuevo lugar

Según los propietarios y encargados de locales en la Plaza de la Merced, las características que debería tener un nuevo lugar donde la gente pudiera realizar el botellón, serían las siguientes por orden de importancia: (1º) con aseos públicos; (2º) un lugar amplio, (3º) con servicio médico de urgencias, (4º) con control policial, (5º) con actividades y campañas de prevención, (6º) una zona bien comunicada (transporte público, taxis...), (7º) con aparcamientos, (8º) con bares y pubs cerca, (9º) que esté próximo al centro, (10º) con actividades culturales y lúdicas, (11º) con tiendas para comprar comida, hielo, vasos, (12º) con música, y (13º) con tiendas para comprar bebidas alcohólicas.

Tabla 31 Características del nuevo lugar

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Un lugar amplio	24	,00	10,00	8,5000	3,34924
Con pubs/bares cerca	24	,00	10,00	6,4167	3,65842
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	24	,00	10,00	4,9583	4,37860
Con música	24	,00	10,00	3,7917	4,11761
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	24	,00	10,00	3,3333	4,19800
Que esté próximo al centro	24	,00	10,00	6,1250	3,85963
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	24	,00	10,00	7,6667	3,61959
Con aparcamiento	24	,00	10,00	6,6250	4,40170
Con actividades culturales, lúdicas,..	24	,00	10,00	5,8333	3,64354
Con control policial	24	,00	10,00	7,9167	3,74069
Con servicio médico de urgencias	24	,00	10,00	8,0833	3,58641
Con actividades y campañas de prevención	24	,00	10,00	7,8333	3,40928
Con aseos públicos	24	,00	10,00	8,5000	3,36219

Cambios a realizar en la Plaza de la Merced y alrededores

En caso de que el botellón no se trasladase a un lugar alternativo, los hosteleros de la zona de la Plaza de la Merced proponen los siguientes cambios a realizar en la plaza para mejorar las condiciones en la misma: (1º) más aseos públicos, (2º) más contenedores y papeleras, (3º) más servicios de limpieza, (4º) servicio médico de

urgencias, (5º) financiación de ventanas aislantes para los vecinos y (6º) más actividades culturales y lúdicas.

Tabla 32 Cambios a realizar en la Plaza de la Merced

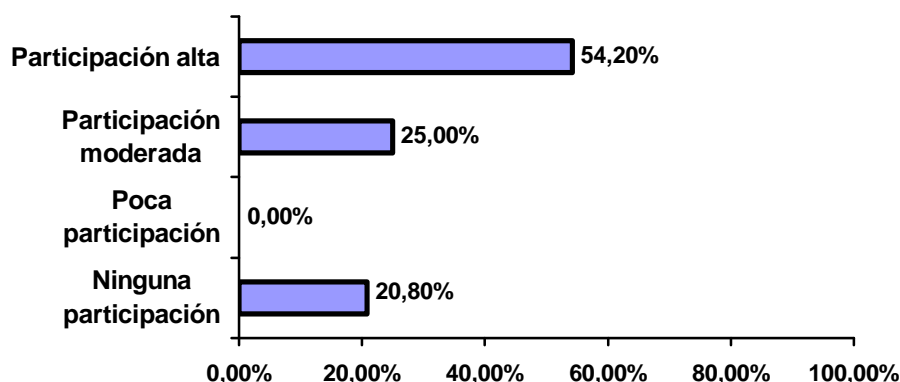
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Más contenedores/ papeleras	24	5,00	10,00	9,1667	1,34056
Más aseos públicos	24	8,00	10,00	9,6250	,76967
Más actividades culturales, lúdicas,..	24	,00	10,00	5,6250	3,68088
Financiar ventanas aislantes para los vecinos	24	,00	10,00	5,9167	4,09577
Servicio médico de urgencias	24	,00	10,00	8,2083	2,90396
Más servicios de limpieza	24	5,00	10,00	8,5833	1,79169
No es necesario hacer ningún cambio	24	,00	10,00	,7083	2,25503

Participación en la toma de decisiones

Participación en la toma de decisiones

Se preguntó a los hosteleros de la zona de la Plaza de la Merced por el grado de participación que desearían tener, junto con el Ayuntamiento, para tomar decisiones relacionadas con el botellón. Como podemos observar en la gráfica siguiente, más de la mitad de los encuestados (54,20%) considera que su participación debería ser elevada, consistente en el trabajo directo con los ayuntamientos para proponer soluciones y tomar decisiones conjuntas. El 25% de los preguntados considera que su participación debería ser moderada, es decir, cree que el Ayuntamiento debe atender las quejas de los vecinos y ofrecer información. Finalmente, destaca el hecho de que un 20,80% de los encuestados considera que no debe implicarse en las decisiones que sobre el botellón tomen las autoridades.

Gráfico 130 Representación gráfica de la variable *Fomenta el abuso del alcohol*



Origen del botellón en la Plaza de la Merced

Para finalizar, se preguntó a los propietarios y encargados de locales por su opinión acerca del origen del botellón en la Plaza de la Merced. Las respuestas más frecuentes fueron las que se presentan en la tabla siguiente.

Tabla 33 Origen del botellón

Desacuerdo	Porcentaje
Moda/tradición/cultura	22,58
Es un espacio céntrico y amplio	19,35
Cercanía de bares y pubs	12,90
Buen clima al aire libre	12,90

4.4. Análisis comparado entre encuestados

En este apartado se destacan aquellas cuestiones en las que existen claras coincidencias y divergencias entre los colectivos implicados en el botellón de la Plaza de la Merced: participantes, vecinos y hosteleros.

Coincidencias

Respecto de las *consecuencias del botellón* percibidas, llama la atención que los tres colectivos analizados coinciden en mostrar un elevado acuerdo con que el botellón es una actividad que: ensucia y afea la Plaza de la Merced y molesta a los vecinos. Sin embargo, tal y como se puede observar en los siguientes gráficos, en estos dos aspectos los participantes en el botellón siempre muestran un acuerdo menor.

Gráfico 131 Ensucia y afea la Plaza de la Merced

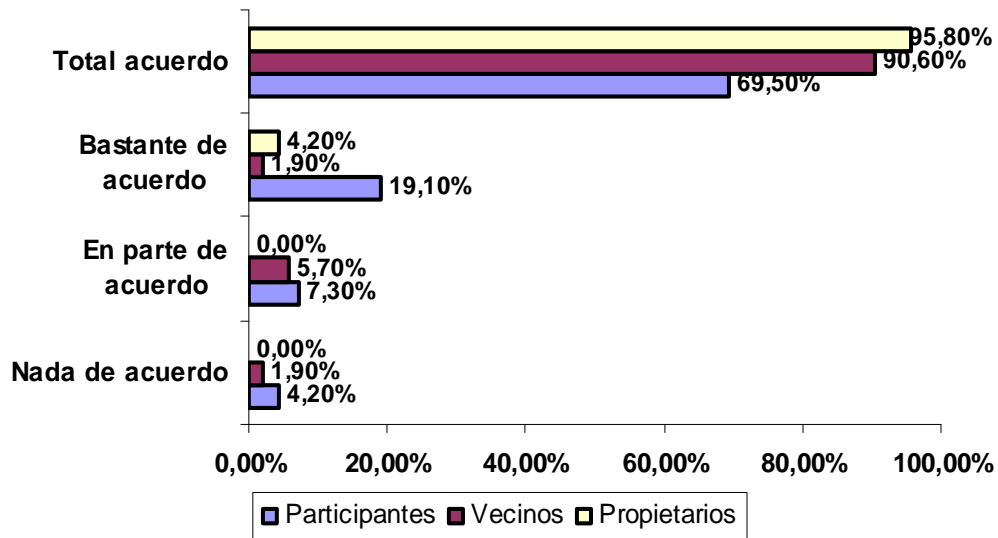
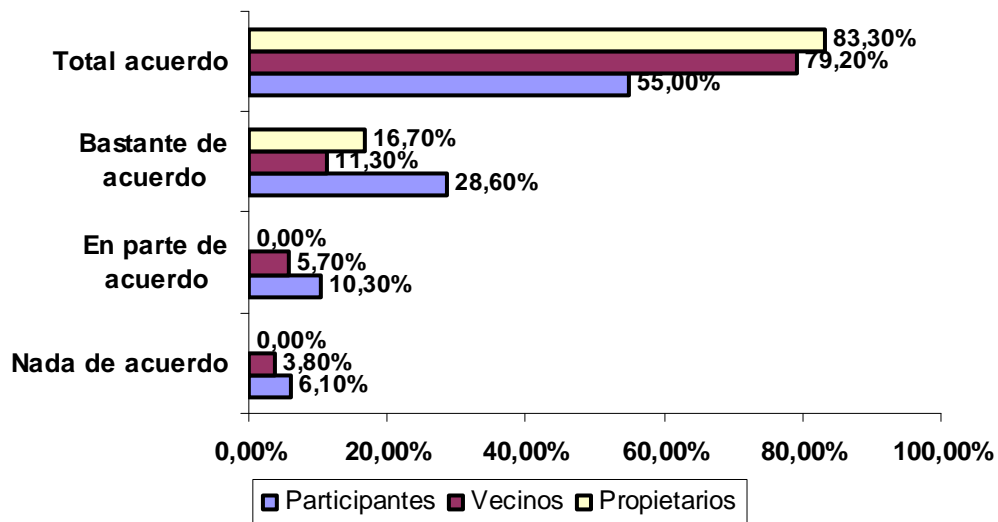
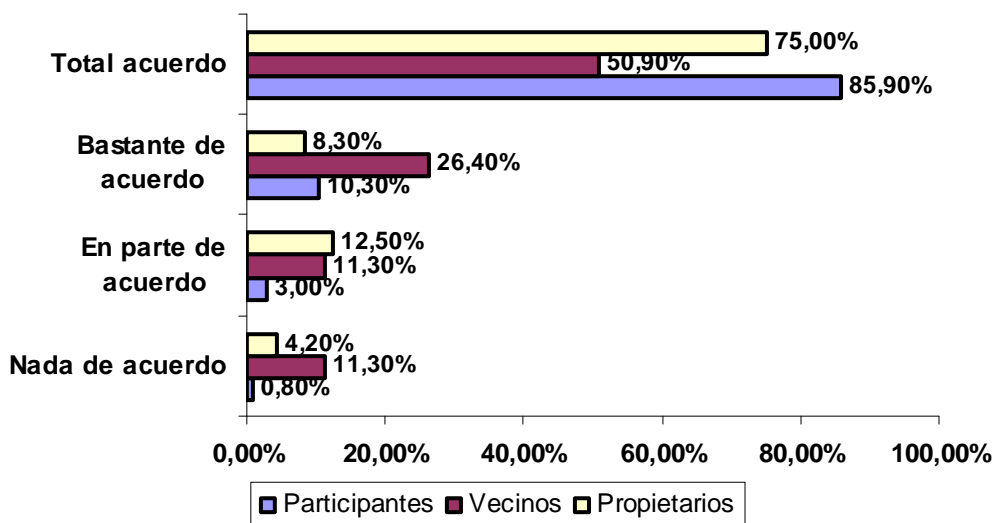


Gráfico 132 Molesta a los vecinos



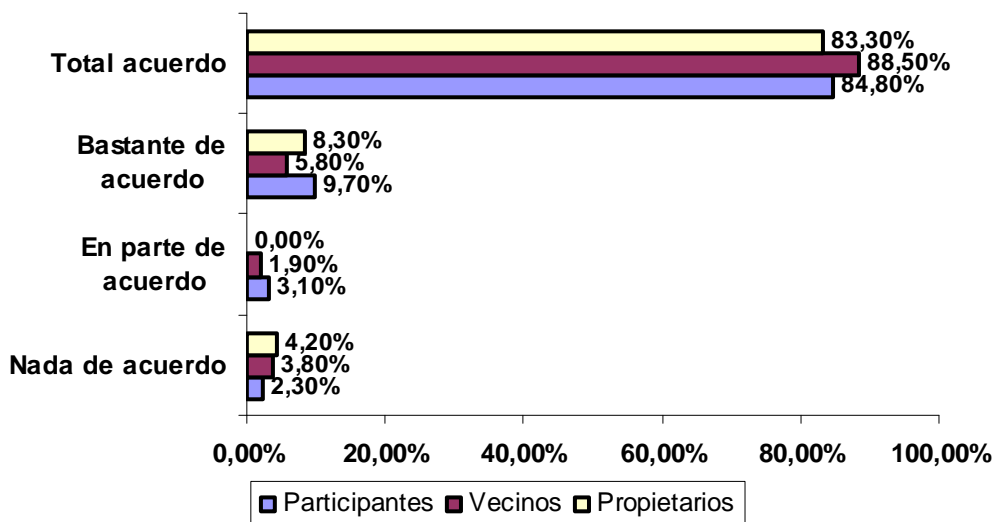
En relación con las *razones para realizar el botellón*, tal y como se aprecia en los siguientes gráficos, existe un elevado grado de acuerdo, sobre todo entre los participantes y los propietarios/encargados de locales, en que el botellón tiene como una de sus motivaciones principales el encuentro con los amigos.

Gráfico 133 Encuentro con amigos



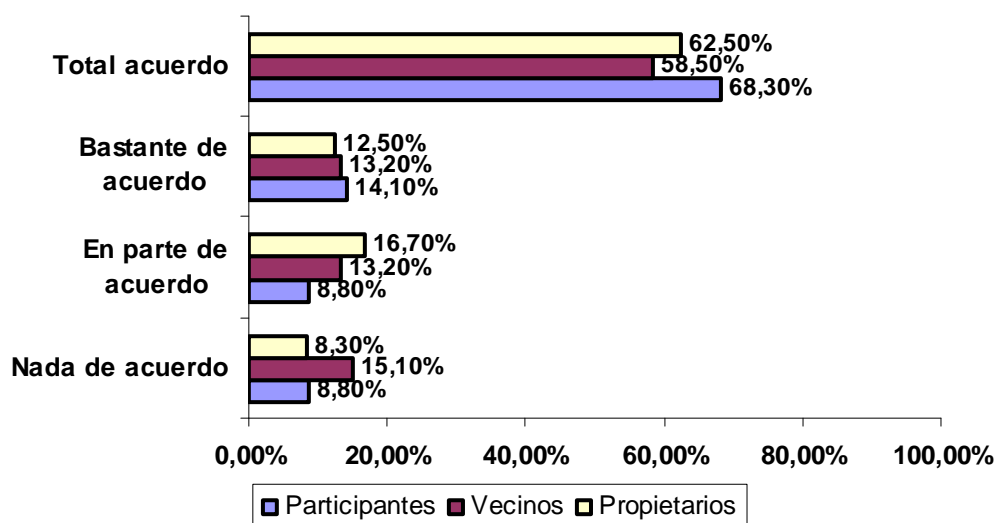
Además, parece una realidad incuestionable que cerca de la Plaza de la Merced existen tiendas en las que se puede comprar comida, hielo y vasos durante las horas en que tiene lugar el botellón, así como que el botellón se realiza en esta plaza porque se encuentra cerca de la zona de marcha nocturna.

Gráfico 134 Se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón con amigos



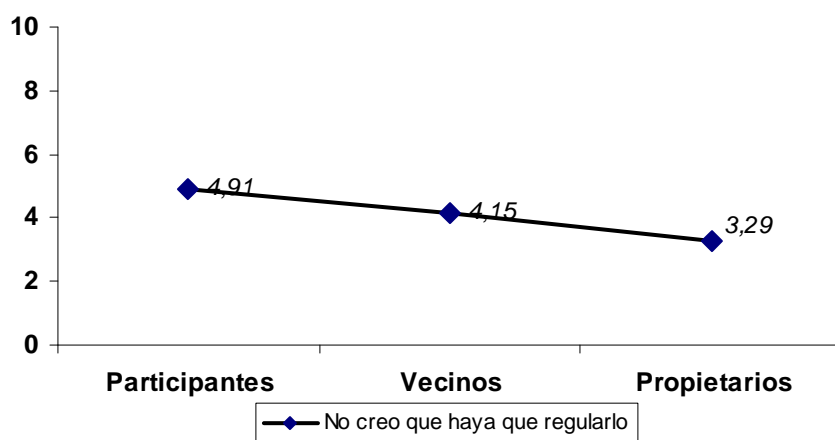
Se observa en la gráfica 135 que en las tres muestras hay una gran concordancia en todas las alternativas a este ítem. Llama la atención que casi la totalidad de las respuestas se encuentran en la alternativa *Total acuerdo*.

Gráfico 135 *Está cerca de los bares y pubs*



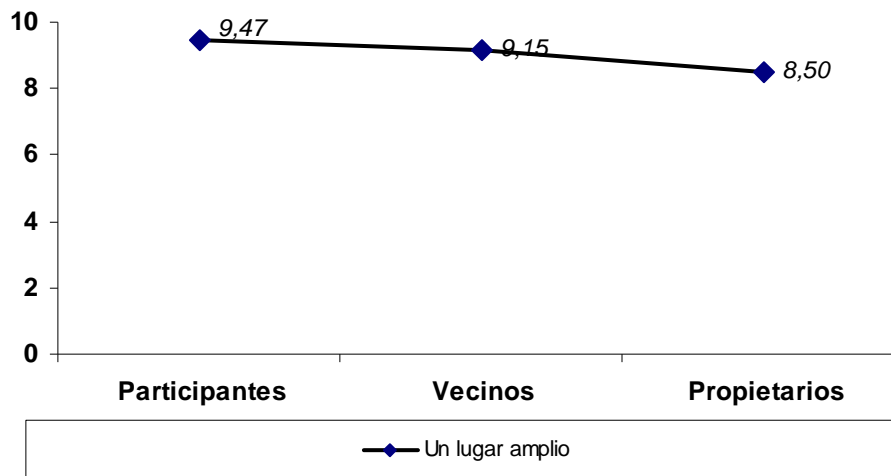
Respecto de las *medidas para regular el botellón*, tanto los participantes como los vecinos y hosteleros coinciden en que, efectivamente, es necesario planificar una regulación de esta actividad.

Gráfico 136 *No hay que regularlo*



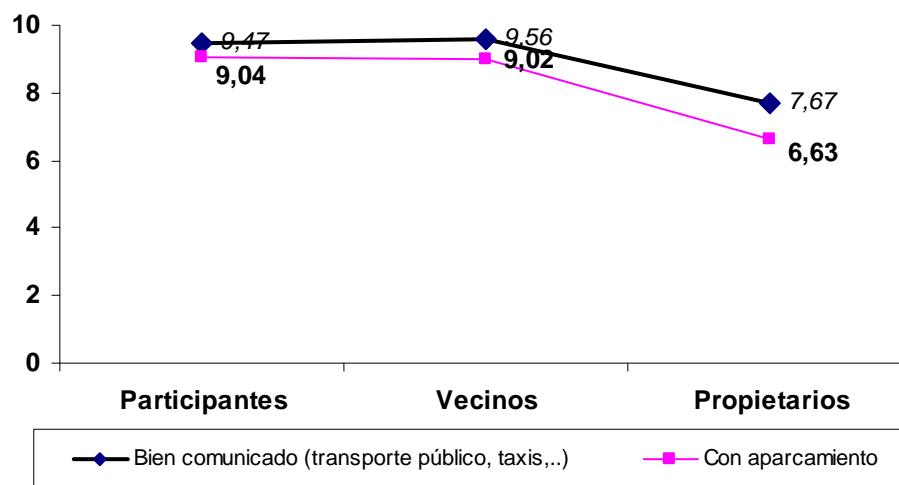
También observamos algunas coincidencias entre colectivos respecto de las *características que debería tener un lugar alternativo para hacer el botellón*. Específicamente, parece que todos valoran positivamente que se debería tratar de un lugar amplio, bien comunicado, con aseos públicos, aparcamientos disponibles, servicio médico de urgencias y actividades y campañas de prevención.

Gráfico 137 Lugar amplio



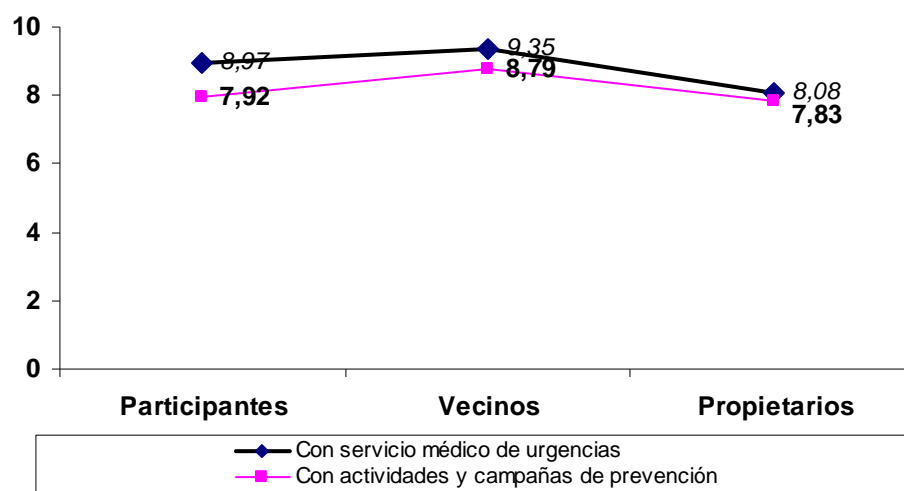
Como venimos diciendo y como se observa en la gráfica 137, todos los encuestados coinciden en que el nuevo lugar debe ser amplio, aunque, como es obvio, la media es mayor en los participantes que en vecinos y propietarios.

Gráfico 138 Bien comunicado, con aparcamiento



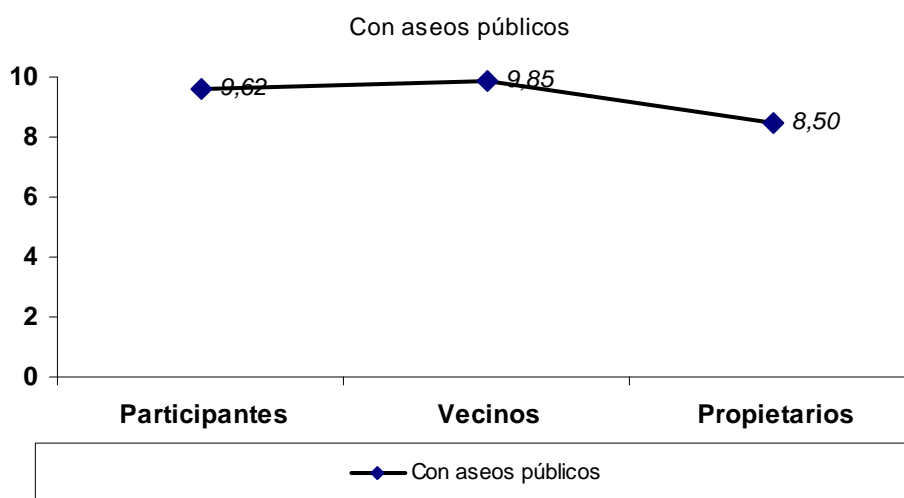
En la gráfica 138 se constata que la media de participantes y vecinos es muy similar y que la media de propietarios se aleja de ambas.

Gráfico 139 Servicio médico, campañas de prevención



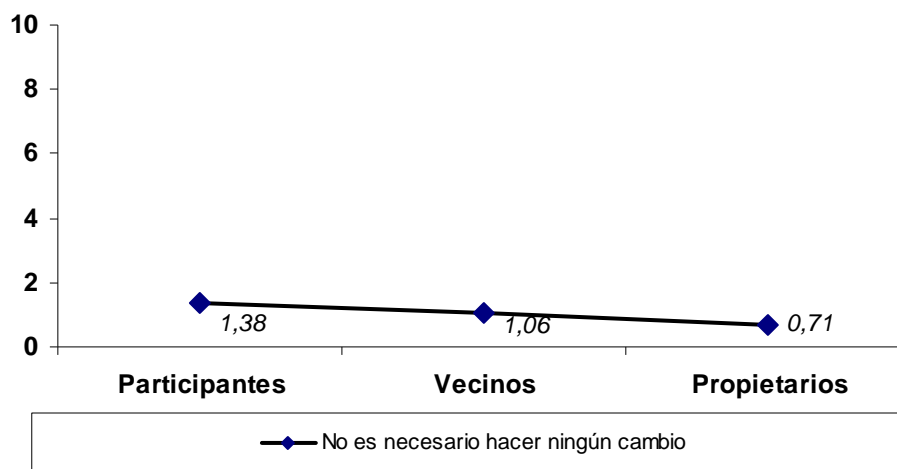
En el gráfico 139 se observa una gran afinidad en las medias entre participantes y propietarios mientras que la media de vecinos es algo mayor, lo que significa que están más a favor de las campañas de prevención y de servicios médicos.

Gráfico 140 Con aseos públicos



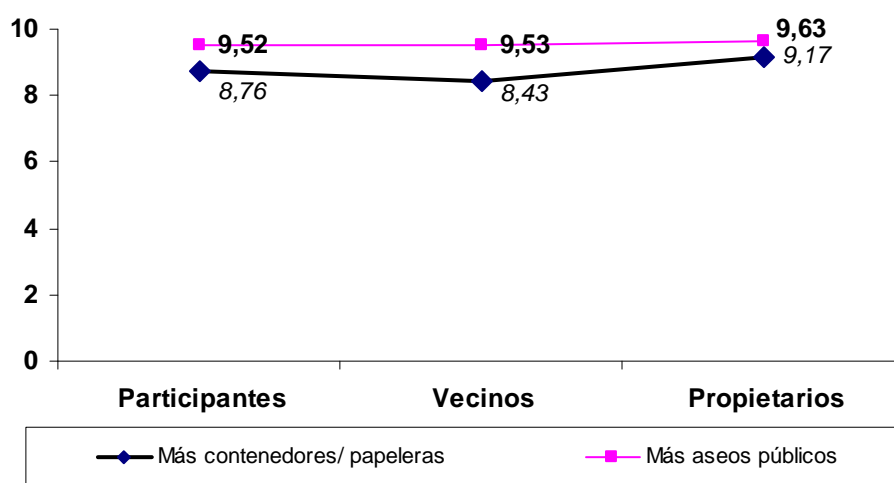
En el caso de que el botellón no se traslade de lugar, los tres colectivos encuestados coinciden en señalar que sería necesario realizar *cambios en la Plaza de la Merced* relacionados con el incremento de contenedores y papeleras disponibles, así como de aseos públicos, servicios de limpieza y de emergencias médicas.

Gráfico 141 *No es necesario hacer ningún cambio*



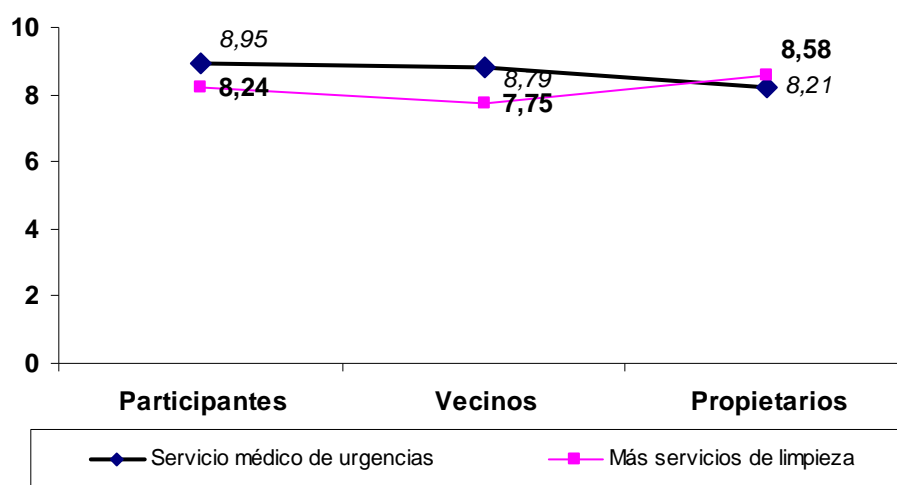
Respecto al ítem *no es necesario hacer ningún cambio* observamos que la media de los tres grupos es muy similar además de ser muy baja, teniendo en cuenta que la media más alta posible es 10 y la mínima es 0.

Gráfico 142 *Contenedores y aseos*



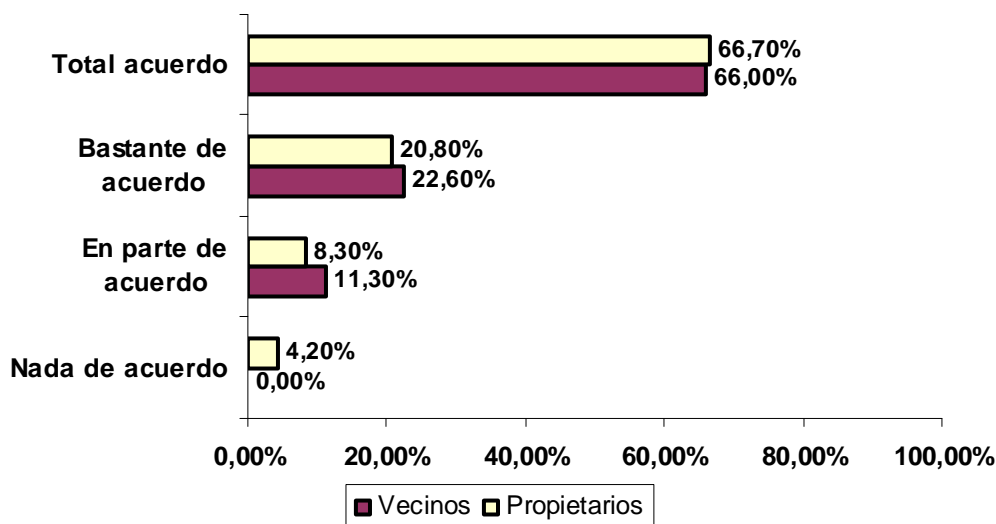
Los tres grupos coinciden en que en la Plaza de la Merced debe haber más contenedores y más aseos públicos. Es notable la coincidencia de los tres grupos así como las elevadas medias en ambos ítems.

Gráfico 143 Servicio médico y de limpieza



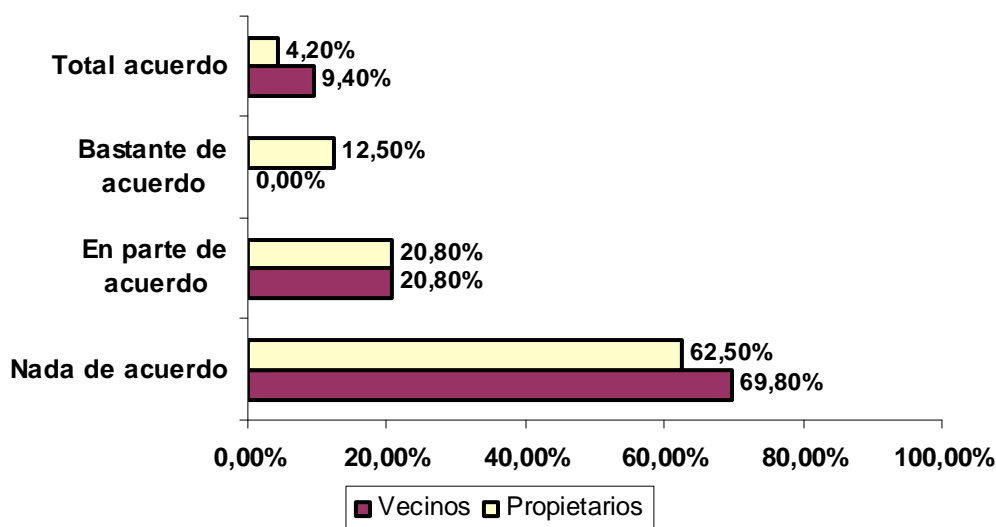
Finalmente, existen coincidencias claras en la *actitud general* de vecinos y hosteleros respecto de aspectos como que el ruido es uno de los principales problemas derivados del botellón, que esta actividad no implica un beneficio para los bares y pubs de la zona, pero que sería admisible si no molestase a nadie.

Gráfico 144 El ruido es el principal problema para los vecinos y aseos



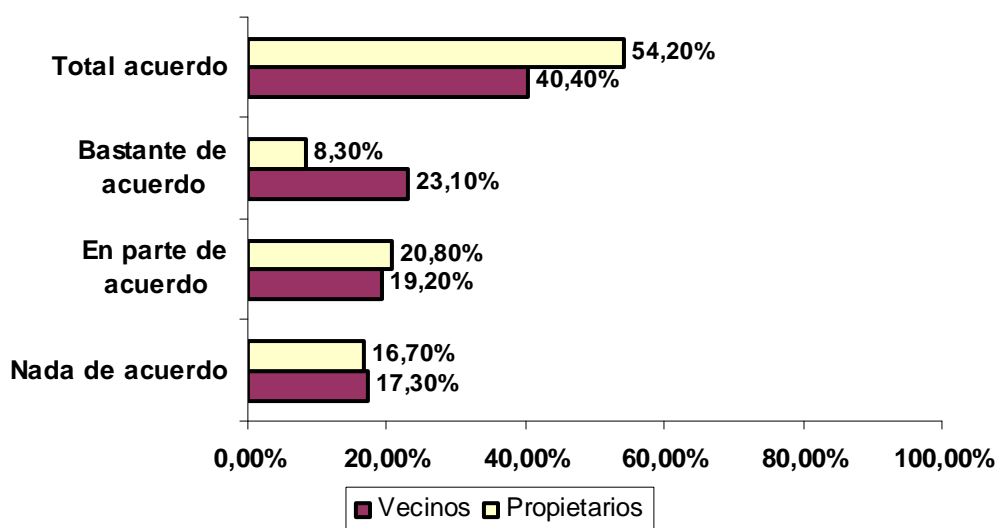
Como se aprecia en el gráfico 144, el 66%, en ambos casos, está totalmente de acuerdo con la idea de que el ruido es un problema importante derivado de la práctica del botellón. El porcentaje de propietarios y vecinos que considera que el ruido no es un problema es prácticamente nulo.

Gráfico 145 Beneficia a los pubs



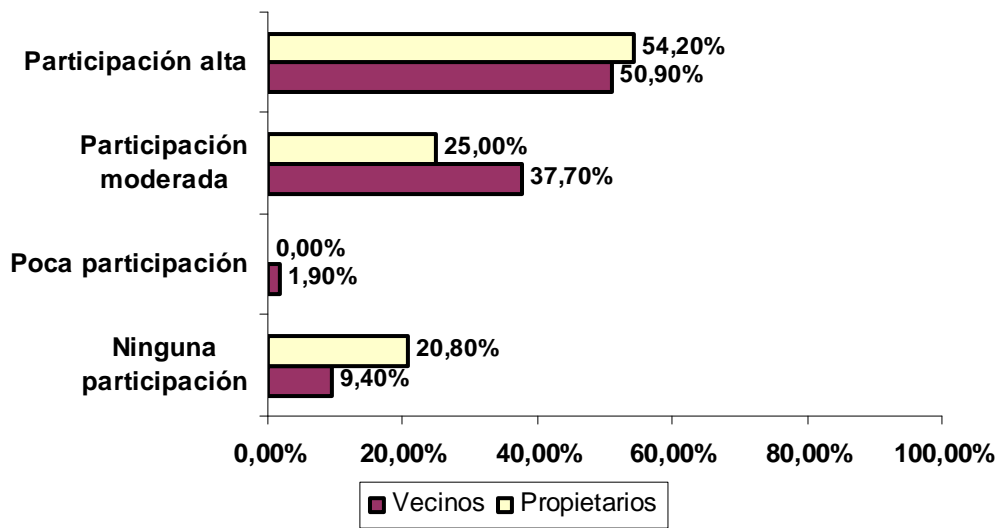
En el gráfico 145 observamos que prácticamente nadie piensa que el botellón beneficie a los pubs, lo cual no deja de ser sorprendente, porque los participantes afirman que, después de asistir al botellón, acuden a estos locales.

Gráfico 146 Es admisible si no molesta a nadie



También más de la mitad de los vecinos y hosteleros coinciden en señalar que sería interesante tener un grado alto de *participación*, conjuntamente con el Ayuntamiento, en relación con la toma de decisiones relativa al botellón.

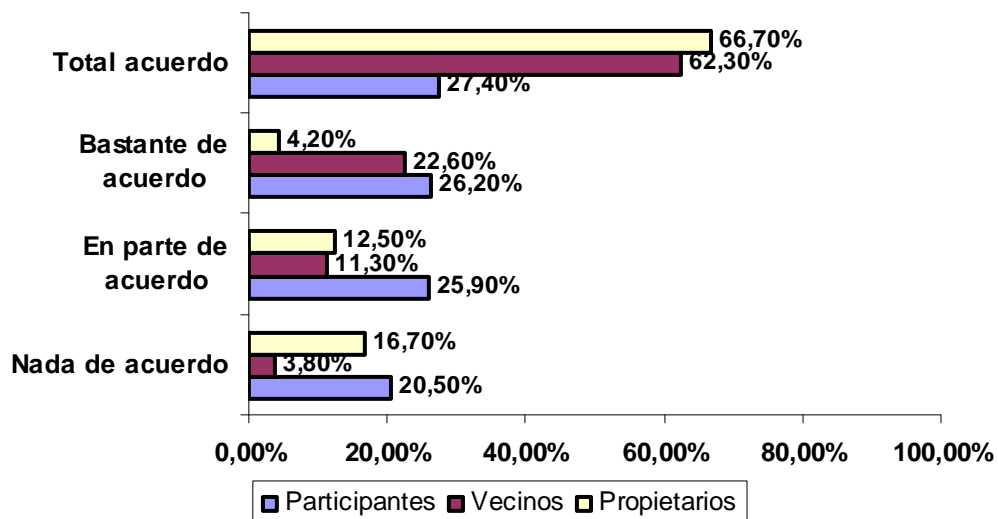
Gráfico 147 Participación en la toma de decisiones



Discrepancias

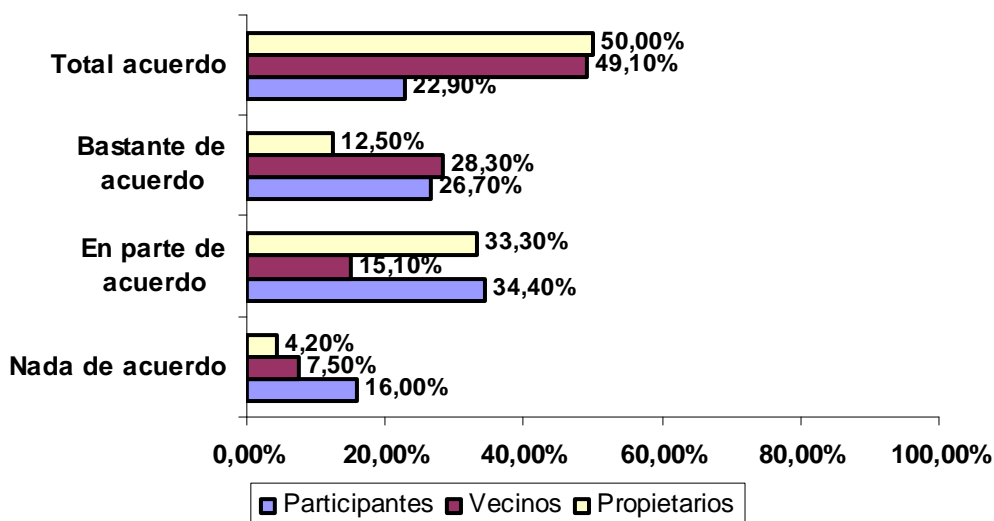
Como se observa en los gráficos siguientes relativos a las *consecuencias del botellón* percibidas por los tres colectivos analizados, constatamos grandes divergencias entre ellos en relación con los aspectos: fomenta el abuso de alcohol, provoca intoxicaciones étlicas y emergencias médicas, da una mala imagen de Málaga, y habría que prohibirlo. En todos estos casos, los vecinos y propietarios de locales presentan un grado de acuerdo mucho más elevado que los participantes en el botellón. Destaca el hecho de que los vecinos consideran que una consecuencia importante derivada del botellón es que éste incita el consumo de sustancias ilegales, mientras que participantes y hosteleros no se muestran tan de acuerdo con esta afirmación.

Gráfico 148 Fomenta el abuso del alcohol



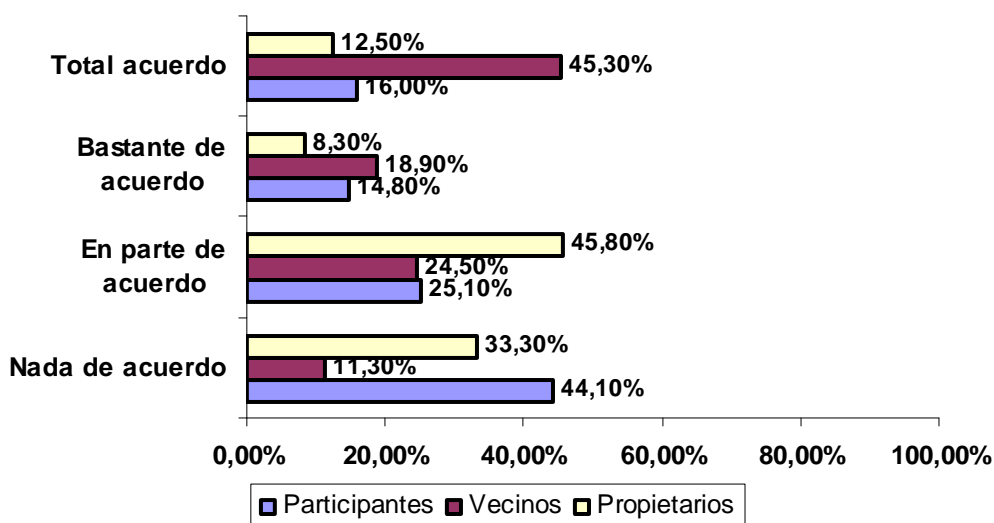
Puede constatar en el gráfico 148 como la mayoría, tanto de propietarios como de vecinos, considera que el botellón fomenta el abuso del alcohol mientras que la respuesta de los participantes tiende a distribuirse igualmente en las cuatro categorías de respuesta.

Gráfico 149 *Provoca intoxicaciones y urgencias médicas*



En el gráfico 149 puede apreciarse como un porcentaje muy pequeño de propietarios y vecinos opina que el botellón no causa intoxicaciones y urgencias médicas. Entre los participantes este porcentaje se eleva hasta un 16%.

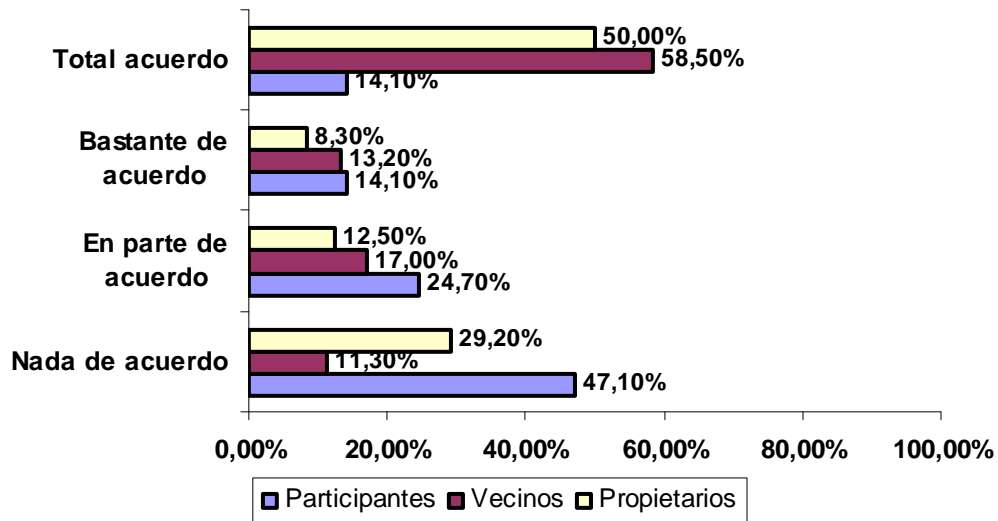
Gráfico 150 *Incita el consumo de sustancias ilegales*



La opinión de vecinos, propietarios de locales y participantes difiere notablemente en el ítem *incita el consumo de sustancias ilegales*, como puede

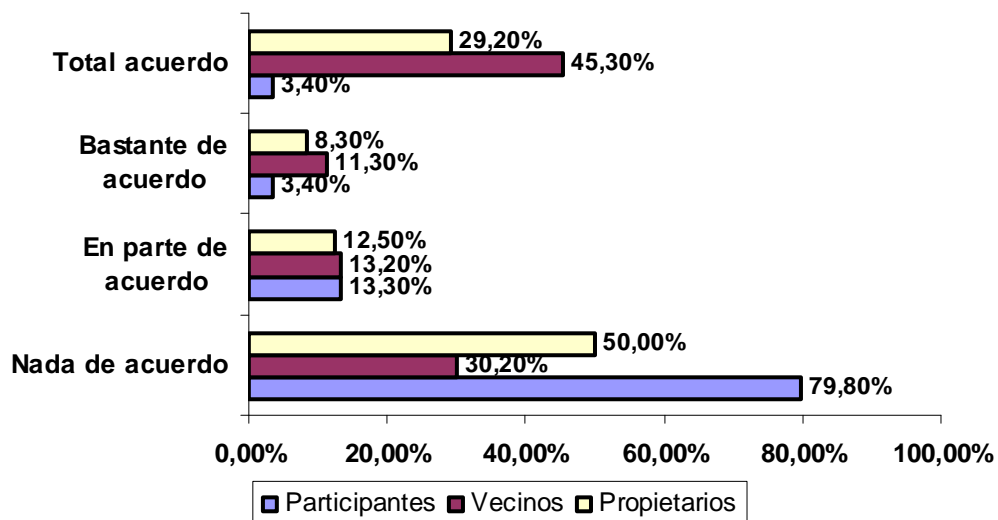
apreciarse en el gráfico 150. Mientras que gran parte de los vecinos se muestra en total acuerdo, la mayor parte de propietarios y participante solo está en parte de acuerdo o nada de acuerdo.

Gráfico 151 Da una mala imagen de Málaga



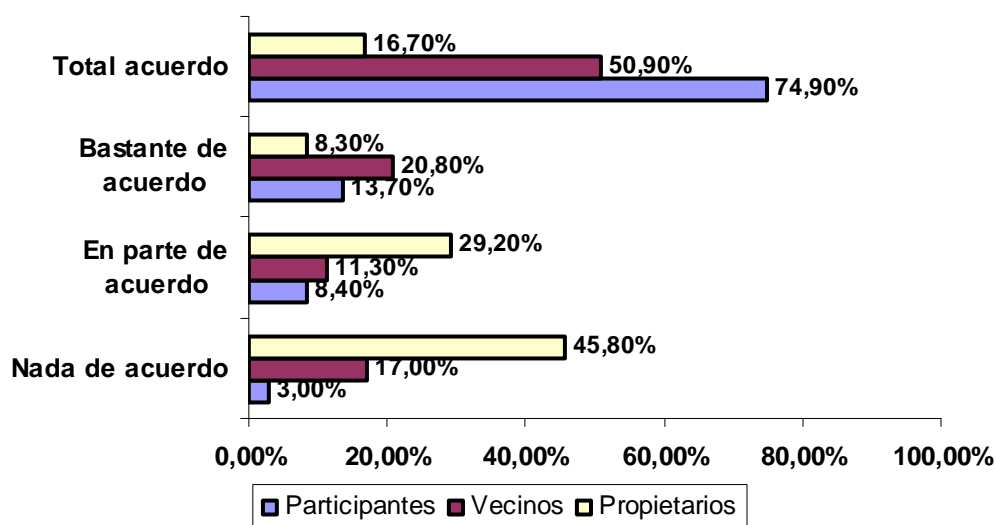
En el gráfico 151 puede observarse que la mitad o más de la mitad de propietarios y vecinos piensa que el botellón *ofrece una mala imagen de la ciudad de Málaga* mientras que un porcentaje cercano al 50% de los participantes no se muestra nada de acuerdo con el enunciado de dicho ítem.

Gráfico 152 Habría que prohibirlo



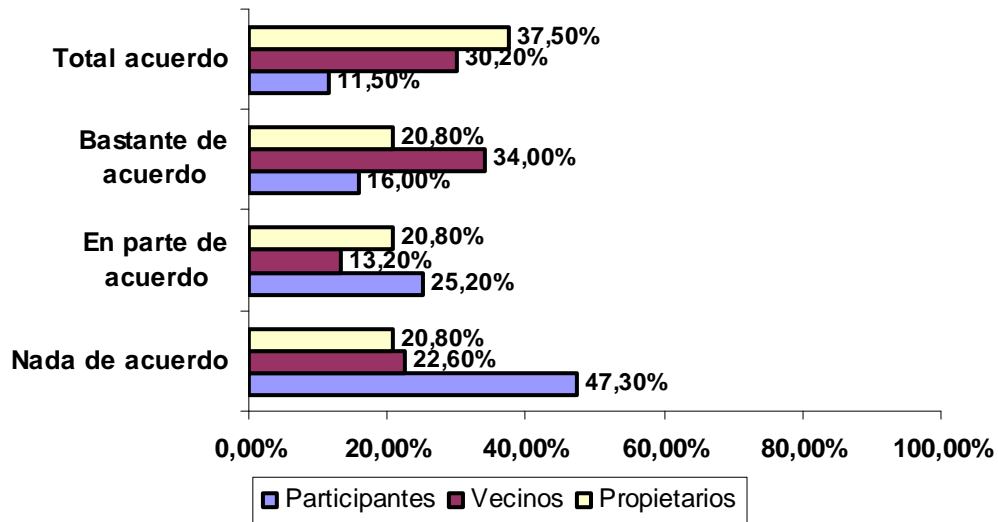
Cuando analizamos las *razones para realizar el botellón*, observamos que participantes y vecinos están más de acuerdo en que los precios elevados de las consumiciones en bares y pubs están en el origen del botellón, una idea que contrasta significativamente con la de los propietarios. En cambio, alrededor de un tercio de vecinos y propietarios coincide en señalar que el botellón responde a ciertas cuestiones de moda; sin embargo, casi la mitad de los participantes no coincide con esta opinión.

Gráfico 153 Precio consumiciones en los bares/pubs



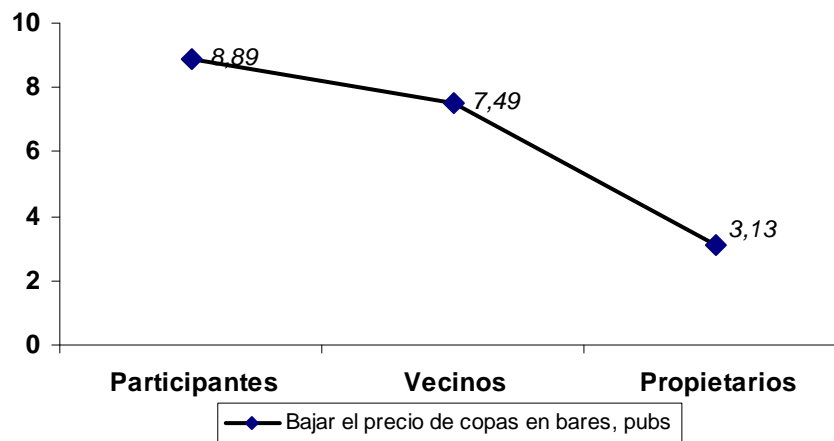
Los tres grupos responden de forma muy distinta al ítem *el precio de las consumiciones en bares/pubs es la causa del botellón*. Mientras que el 75% de participantes se muestra totalmente de acuerdo con esta causa, este porcentaje se reduce al 51% en el caso de los vecinos y al 17% en el caso de los propietarios los cuales se muestran en desacuerdo con esta causa en un 46%.

Gráfico 154 *Está de moda*



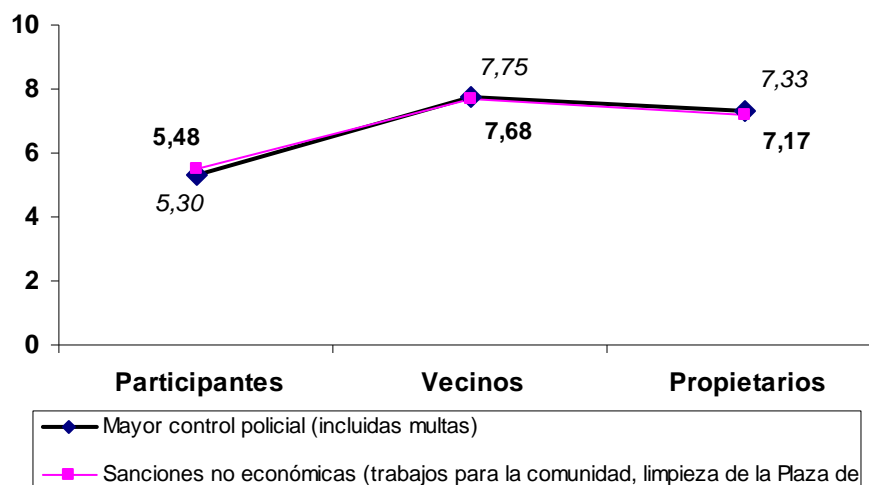
Respecto de las *medidas que serían necesarias para regular el botellón*, mientras que participantes y vecinos consideran que bajar el precio de las copas en los locales sería una buena solución, los propietarios no valoran muy positivamente esta opción. Por otra parte, vecinos y propietarios sí que coinciden en que dos buenas medidas serían establecer multas económicas y sanciones no económicas a los participantes del botellón. Además, participantes y propietarios difieren respecto de los vecinos en el grado de valoración de la prohibición total como una solución al botellón.

Gráfico 155 *Bajar el precio de las copas*



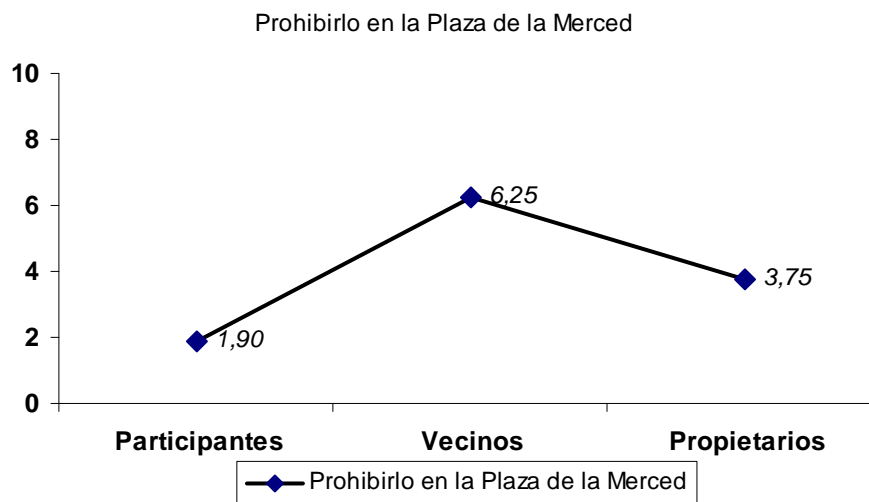
Mientras que la medida de bajar el precio de las copas en bares es valorada muy positivamente por los participantes en el botellón, la media de los propietarios a esta medida es muy baja, de 3,13 en una escala de 0 a 10. La media de los vecinos se sitúa en un valor intermedio.

Gráfico 156 Control policial y sanciones



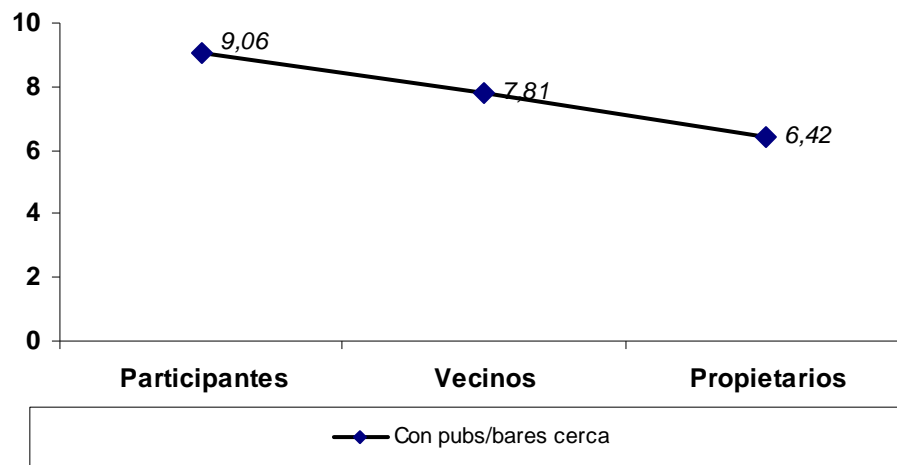
Las medidas de control policial y sanciones son valoradas de forma muy distinta por participantes, vecinos y propietarios, como se observa en el gráfico 156. La media de los participantes es la menor mientras que el grupo que da más importancia a estas medidas es el de vecinos (7,75 y 7,68 en una escala de 0 a 10).

Gráfico 157 Prohibirlo en la Plaza de la Merced



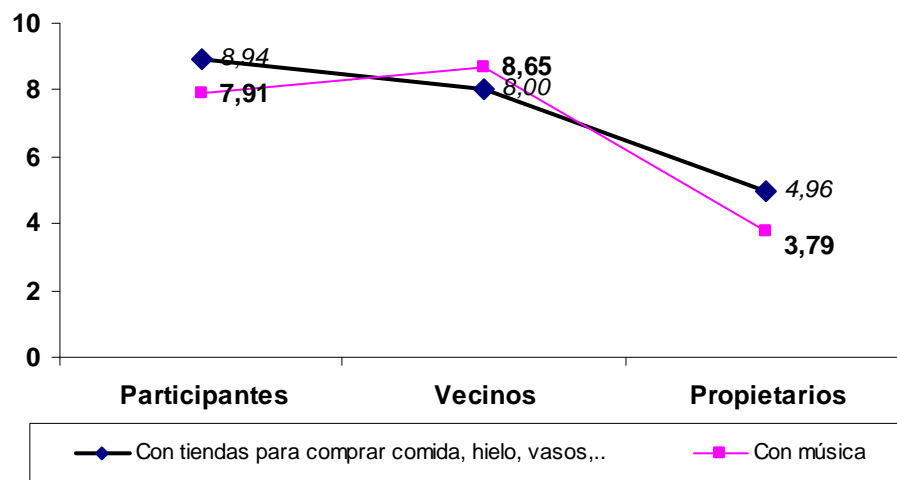
Finalmente, existen una serie de discrepancias entre los colectivos encuestados respecto de las *características que debería tener el lugar alternativo* para celebrar el botellón. En primer lugar, los propietarios no valoran tan positivamente como participantes y vecinos que el nuevo lugar disponga de bares cercanos, de tiendas para comprar alcohol, hielo, vasos, etc., ni de actividades culturales y lúdicas. Es de destacar que los vecinos son los que más valoran la existencia de control policial en la zona del botellón, así como que éste no se traslade a un lugar próximo al centro de la ciudad.

Gráfico 158 Con pubs y bares cerca



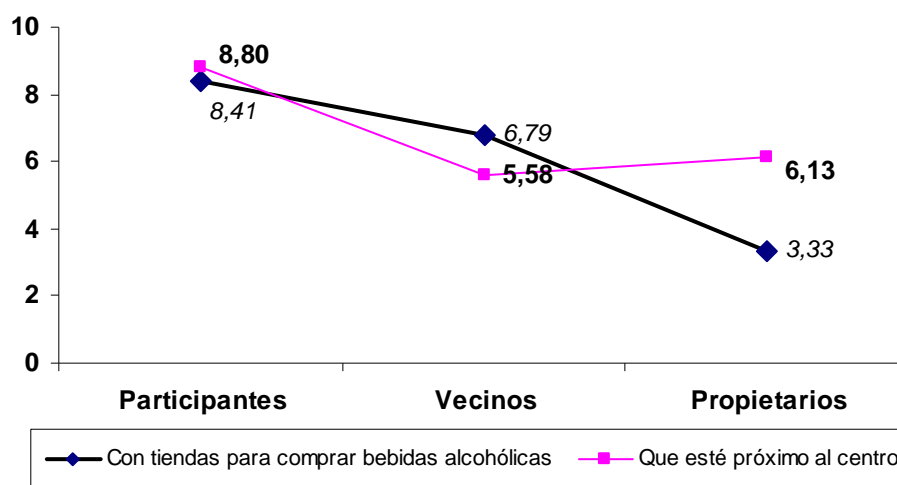
La cercanía de bares y pubs al nuevo lugar de botellón es valorada por encima de 9 por los participantes, mientras que los propietarios de locales otorgan a esta característica un valor de 6,42, el cual es también inferior a la valoración de los vecinos cuya media es de 7,81.

Gráfico 159 Con tiendas y música



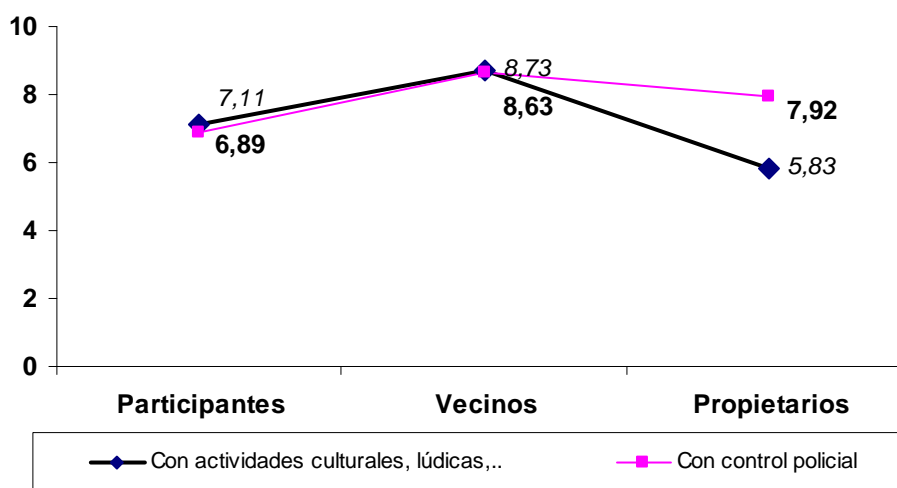
Como se observa en el gráfico 159, la música y la presencia de tiendas para comprar comida y hielo es altamente valorada por lo participantes y vecinos, sin embargo, esta característica es poco valorada por los propietarios con medias inferiores a 5 en una escala de 0 a 10.

Gráfico 160 Con tiendas y próximo al centro



Respecto de los ítems *con tiendas para comprar bebidas alcohólicas* y que el nuevo lugar *esté próximo al centro*, encontramos una valoración por encima de 8 en los participantes. Vecinos y propietarios de locales, en cambio, tienen medias muy inferiores, especialmente la presencia de tiendas para el caso de los propietarios, y la proximidad al centro para el caso de los vecinos.

Gráfico 161 Con actividades y control policial



El grupo que más valora las actividades lúdicas y el control policial es el de vecinos, como se observa en el gráfico 161. Estas características del nuevo lugar son valoradas en menor medida por participantes (particularmente el control policial) y propietarios (especialmente las actividades lúdicas y culturales).

Capítulo V

Factores subyacentes

5.1. Participantes

Consecuencias del botellón

Para comprobar la estructura subyacente de las preguntas en las que se valora la actitud hacia las consecuencias del botellón, se realizó un análisis factorial con rotación varimax. De este análisis factorial se han obtenido tres factores cuya varianza explicada es de 70,04%, tal y como se aprecia en la tabla siguiente.

Tabla 34 Análisis factorial: Varianza total explicada

	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado
1	4,281	47,570	47,570	4,281	47,570	47,570	2,373	26,363	26,363
2	1,100	12,217	59,787	1,100	12,217	59,787	2,127	23,631	49,993
3	,923	10,254	70,041	,923	10,254	70,041	1,804	20,047	70,041
4	,787	8,749	78,790						
5	,646	7,176	85,966						
6	,406	4,506	90,472						
7	,338	3,758	94,230						
8	,290	3,227	97,457						
9	,229	2,543	100,000						

El primer factor, *Incitación al consumo*, explica el 47,57% de la varianza y su contenido semántico hace referencia a aspectos relacionados con el consumo de sustancias legales e ilegales en el botellón. Más específicamente, este factor se refiere al abuso de alcohol, intoxicaciones étlicas y emergencias médicas, consumo de sustancias ilegales y presencia de actividades delictivas en la zona como la venta de drogas ilegales. El segundo factor, *Efectos disruptivos*, explica el 12,22% de la varianza y alude al hecho de que el botellón constituye una actividad disruptiva que molesta a los

vecinos, conlleva altercados del orden público en la zona del centro y que sería necesario prohibir. El tercer factor, *Efecto estético*, explica el 10,25% de la varianza y se refiere al hecho de que el botellón perjudica la imagen de la ciudad y ensucia y afea la Plaza de la Merced. En conclusión, las consecuencias derivadas del botellón se resumen en tres tipos que tienen que ver con las sustancias consumidas, con la participación en actividades que implican una disrupción en el lugar, y con el deterioro estético de la zona.

Tabla 35 *Análisis factorial: Matriz de componentes rotados*

	Componente		
	1	2	3
fomenta el abuso del alcohol	,607	-,013	,433
ensucia y afea la Plaza de la Merced	,267	,082	,776
causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	,348	,556	,387
provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	,808	,284	-,066
incita el consumo de sustancias ilegales	,712	,451	,075
da una mala imagen de Málaga	-,029	,381	,796
atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)	,603	,146	,376
molesta a los vecinos	,145	,848	,272
habría que prohibirlo	,295	,801	,082

Razones para realizar el botellón

Del análisis factorial con rotación varimax para las preguntas relativas a las razones para hacer botellón, se han obtenido de nuevo tres factores que explican conjuntamente el 35,53% de la varianza, como se puede apreciar en la tabla que se adjunta.

Tabla 36 Análisis factorial: Varianza total explicada

	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado
1	1,754	13,493	13,493	1,754	13,493	13,493	1,544	11,880	11,880
2	1,576	12,126	25,619	1,576	12,126	25,619	1,538	11,827	23,708
3	1,289	9,916	35,535	1,289	9,916	35,535	1,537	11,827	35,535
4	1,226	9,434	44,968						
5	1,057	8,132	53,101						
6	,984	7,572	60,673						
7	,936	7,201	67,874						
8	,850	6,535	74,409						
9	,808	6,216	80,625						
10	,698	5,368	85,993						
11	,656	5,043	91,037						
12	,611	4,700	95,737						
13	,554	4,263	100,000						

Respecto del primer factor, *Socialización*, observamos que explica el 13,49% de la varianza y agrupa ítems que se refieren a motivaciones sociales para acudir al botellón como reunirse con los amigos, conversar con ellos, y divertirse. El segundo factor explica el 12,12% de la varianza y se denomina *Funcionamiento* porque alude a los servicios que se ofrecen en la Plaza de la Merced que permiten el “buen funcionamiento” del botellón, como: el espacio amplio, las tiendas donde se puede adquirir comida, hielo y vasos, la presencia de bares y pubs en las cercanías, y los aparcamientos y medios de transporte (taxi y autobuses). Finalmente, el factor denominado *Contexto* explica el 9,9% de la varianza y agrupa ítems referentes a las circunstancias contextuales que incitan al botellón como son la moda y la falta de alternativas de ocio, tanto las referidas a actividades lúdicas organizadas (teatro, música...) como la imposibilidad de ir a bares y pubs por el precio de la bebida. En resumen, existen tres tipos de razones principales por las que se realiza el botellón en la

Plaza de la Merced: por la necesidad del encuentro social, por las características del lugar y por determinadas circunstancias sociales que favorecen este tipo de actividad.

Tabla 37 *Análisis factorial: Matriz de componentes rotados*

	Componente		
	1	2	3
El botellón sirve para reunirse con los amigos	,689	,017	-,205
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	,222	-,169	-,215
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	,561	,063	,100
La gente acude al botellón para emborracharse	,166	,201	,224
Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares	-,177	,145	,503
El botellón habría que regularlo	,050	-,145	,444
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	-,142	,526	-,282
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	,057	,677	,203
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	,183	,701	,107
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	-,045	,423	-,006
La gente acude al botellón porque está de moda	,003	,096	,651
El botellón permite que nos divirtamos	,761	-,018	,048
La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	-,070	-,080	,501

Medidas para regular el botellón

El análisis de componentes principales con rotación varimax en relación con las medidas para regular el botellón, muestra una estructura de tres factores que explican conjuntamente el 59,37% de la varianza, como se recoge en la tabla 38.

Tabla 38 Análisis factorial: Varianza total explicada

	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado
1	1,894	27,056	27,056	1,894	27,056	27,056	1,559	22,271	22,271
2	1,176	16,806	43,863	1,176	16,806	43,863	1,413	20,182	42,453
3	1,086	15,510	59,372	1,086	15,510	59,372	1,184	16,919	59,372
4	,909	12,989	72,361						
5	,800	11,429	83,789						
6	,596	8,517	92,307						
7	,539	7,693	100,000						

El primer factor, *Control*, explica el 27,05% de la varianza y su contenido semántico se refiere al mayor control policial en la plaza, ya sea a través de la aplicación de multas económicas, o bien a través de sanciones no económicas como trabajos para la comunidad o de limpieza de la Plaza de la Merced, así como a su prohibición total. El segundo factor, *Negociación*, explica el 16,81% de la varianza y agrupa ítems que aluden a la habilitación de un nuevo lugar específico para realizar el botellón, así como a la posibilidad de pactar un horario para el mismo entre los participantes, los vecinos y los hosteleros de la zona de la plaza. El tercer factor denominado *Continuidad* explica el 15,51% de la varianza y su contenido se relaciona con la continuidad del botellón en las condiciones actuales, es decir, no regularlo aunque sí bajar los precios de las copas en pubs y bares como medida complementaria. A modo de conclusión, se proponen tres medidas generales relacionadas con la regulación del botellón en la Plaza de la Merced: el mayor control policial, la negociación conjunta de soluciones entre todos los implicados, así como la no regulación del botellón, es decir que no se modifique su situación actual.

Tabla 39 Análisis factorial: Matriz de componentes rotados

	Componente		
	1	2	3
No creo que haya que regularlo	-,020	-,323	,572
Bajar el precio de copas en bares, pubs	,061	,203	,826
Mayor control policial (incluidas multas)	,806	,083	,086
Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)	,775	,043	,030
Prohibirlo en la Plaza de la Merced	,534	,189	-,399
Crear un lugar específico para hacer el botellón	,115	,841	,024
Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón	,078	,718	-,079

Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón

Respecto de las preguntas donde se valoran las características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón, encontramos que su estructura factorial viene determinada por 4 factores que explican el 57,90% de la varianza, como se aprecia en la tabla siguiente.

Tabla 40 Análisis factorial: Varianza total explicada

	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado
1	3,322	25,553	25,553	3,322	25,553	25,553	2,402	18,476	18,476
2	1,943	14,943	40,496	1,943	14,943	40,496	1,839	14,145	32,621
3	1,282	9,862	50,358	1,282	9,862	50,358	1,799	13,838	46,458
4	,981	7,542	57,900	,981	7,542	57,900	1,487	11,442	57,900
5	,909	6,991	64,891						
6	,817	6,283	71,174						
7	,667	5,129	76,303						
8	,652	5,019	81,322						
9	,624	4,800	86,122						
10	,593	4,564	90,685						
11	,476	3,660	94,346						
12	,395	3,035	97,381						
13	,341	2,619	100,000						

El factor *Supervisión-Control* es que el más varianza explica, un 25,55%, y hace referencia al hecho de que el nuevo lugar para realizar el botellón debería tener una mayor presencia de controles policiales, de servicios médicos de urgencia y de campañas y actividades de prevención. El segundo factor, *Servicios I*, explica el 14,94% de la varianza y alude a la necesidad de que el nuevo lugar presente algunos servicios como tiendas para comprar bebidas alcohólicas, música y actividades culturales y aparcamientos. El tercer factor explica el 9,86% de la varianza y se ha denominado *Localización* porque se refiere a la necesidad de un espacio amplio y bien comunicado para realizar el botellón. Por último, el factor *Servicios II* explica el 7,54% de la varianza y alude a la preferencia porque existan determinados servicios en las cercanías de la zona del botellón, como la presencia de bares y pubs, tiendas para comprar comida, hielo y vasos, aseos públicos y que se trate de un lugar próximo al centro. En resumen, las características que debería tener el nuevo lugar para hacer botellón pueden agruparse en las cuatro categorías siguientes: control, supervisión, seguridad; servicios “básicos” como alcohol, música y aparcamientos; lugar amplio y bien comunicado; y bares, pubs y tiendas.

Tabla 41 Análisis factorial: Matriz de componentes rotados

	Componente			
	1	2	3	4
Un lugar amplio	,122	,082	,846	,141
Con pubs/bares cerca	,051	-,041	,165	,785
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	,226	,413	,406	,605
Con música	,160	,749	-,003	-,031
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	-,200	,766	,092	-,035
Que esté próximo al centro	,140	,021	-,218	,535
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	,026	-,007	,913	-,079
Con aparcamiento	,075	,656	-,040	,169
Con actividades culturales, lúdicas,..	,350	,457	,133	-,082
Con control policial	,629	-,139	,363	-,295
Con servicio médico de urgencias	,792	,110	,163	,257
Con actividades y campañas de prevención	,869	,053	-,102	,110
Con aseos públicos	,258	-,024	-,006	,456

5.2. Vecinos y propietarios de locales

Actitud general hacia el botellón

Para comprobar la estructura subyacente de las preguntas en las que se valora la actitud general hacia el botellón en vecinos y hosteleros de la zona (propietarios y encargados de locales), se realizó un análisis factorial que ha presentado una estructura de 2 factores, como se observa en la tabla 42. Estos dos factores explican conjuntamente el 45,95% de la varianza.

Tabla 42 Análisis factorial: Varianza total explicada

	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado	Total	% varianza	% acumulado
1	2,170	31,001	31,001	2,170	31,001	31,001	2,151	30,727	30,727
2	1,046	14,948	45,949	1,046	14,948	45,949	1,066	15,222	45,949
3	1,015	14,498	60,448						
4	,918	13,117	73,565						
5	,770	10,998	84,563						
6	,579	8,270	92,832						
7	,502	7,168	100,000						

El factor *Tolerancia-Conformismo* explica el 31% de la varianza y muestra una doble semántica: por un lado, una cierta tolerancia hacia el botellón siempre que no moleste a nadie porque se considera que se trata de una actividad que “forma parte de nuestra cultura” y, en consecuencia, hay una cierta resignación frente a esta actividad (“no hay más remedio que aguantarlo”); por otro lado y en dirección opuesta, hay dos indicadores de influencia negativa que aluden a la falta de educación de los participantes y la necesidad de trasladar el botellón a otro lugar. El segundo factor, *Percepción de efectos*, explica el 14,95% de la varianza y se refiere a la percepción de ciertos efectos derivados del botellón como el ruido entendido como un problema grave para los vecinos, o el beneficio de pubs y bares.

Tabla 43 Análisis factorial: Matriz de componentes rotados

	Componente	
	1	2
el ruido es el principal problema para los vecinos	,175	,907
beneficia a los pubs	-,140	,420
es admisible si no molesta a nadie	,687	-,189
forma parte de nuestra cultura	,664	-,058
es producto de la falta de educación de los jóvenes	-,635	,338
debería trasladarse a otro lugar	-,658	,017
no queda más remedio que aguantarlo	,593	,204

Capítulo VI

Análisis diferenciales

Sexo

En este apartado se analizan las diferencias entre chicos y chicas participantes en el botellón en la percepción sobre consecuencias del botellón, razones para acudir al mismo, medidas para regular esta actividad y características que debería tener un lugar alternativo a la Plaza de la Merced.

Consecuencias del botellón

Como se aprecia en la tabla siguiente, se han detectado diferencias significativas entre chicos y chicas en los factores *Efectos disruptivos* ($F_{(1,259)}=6,36$; $p<0,05$) y *Efecto estético* ($F_{(1,259)}=4,80$; $p<0,05$).

Tabla 44 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Incitación al consumo	Inter-grupos	,103	1	,103	,170	,681
	Intra-grupos	157,140	258	,609		
	Total	157,243	259			
Efectos disruptivos	Inter-grupos	2,482	1	2,482	6,369	,012
	Intra-grupos	100,935	259	,390		
	Total	103,418	260			
Efecto estetico	Inter-grupos	2,539	1	2,539	4,807	,029
	Intra-grupos	136,772	259	,528		
	Total	139,310	260			

Cuando comparamos las medias en estos dos factores obtenidas para chicos y chicas, comprobamos que en ambos casos las chicas puntúan significativamente por encima de los chicos. Es decir, las chicas perciben en mayor medida que los chicos que

el botellón constituye una actividad disruptiva así como que perjudica la imagen de la Plaza de la Merced y de la ciudad de Málaga.

Tabla 45 Diferencias de medias entre sexos

Sexo		Incitación al consumo	Efectos disruptivos	Efecto estetico
Varón	Media	2,3390	2,2607	2,6504
	N	132	133	133
	Desv. típ.	,74658	,68576	,77846
Mujer	Media	2,3789	2,4557	2,8477
	N	128	128	128
	Desv. típ.	,81387	,55316	,66864
Total	Media	2,3587	2,3563	2,7471
	N	260	261	261
	Desv. típ.	,77918	,63068	,73199

En los siguientes gráficos se aprecian visualmente estas diferencias.

Gráfico 162 Efectos disruptivos

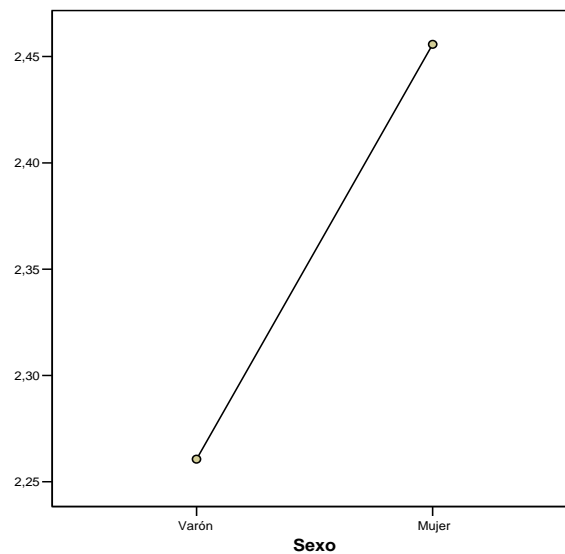
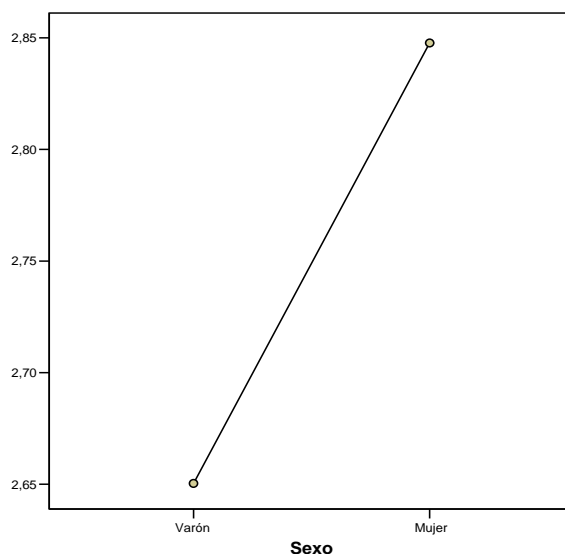


Gráfico 163 Efecto estético



Razones para realizar el botellón

Respecto de las razones para realizar el botellón, chicos y chicas difieren en los factores de *Funcionamiento* ($F_{(1,249)}=4,44$; $p<0,05$) y *Contexto* ($F_{(1,254)}=3,92$; $p<0,05$), tal y como se comprueba en la tabla de análisis de varianza.

Tabla 46 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Socialización	Inter-grupos	,142	1	,142	,411	,522
	Intra-grupos	89,839	260	,346		
	Total	89,981	261			
Funcionamiento	Inter-grupos	1,083	1	1,083	4,444	,036
	Intra-grupos	60,679	249	,244		
	Total	61,762	250			
Contexto	Inter-grupos	1,297	1	1,297	3,925	,049
	Intra-grupos	83,917	254	,330		
	Total	85,214	255			

En estos dos factores, las chicas obtienen puntuaciones significativamente más elevadas que los chicos. Esto quiere decir que las motivaciones principales para realizar el botellón de la Merced para las chicas son los servicios que ofrece este lugar (espacio amplio, tiendas, aparcamientos, etc.) y cuestiones como la moda y la falta de alternativas de ocio.

Tabla 47 Diferencias de medias entre sexos

Sexo		Socialización	Funcionamiento	Contexto
Varón	Media	3,2289	3,4824	2,1395
	N	134	128	129
	Desv. típ.	,58728	,53627	,52773
Mujer	Media	3,1823	3,6138	2,2819
	N	128	123	127
	Desv. típ.	,58840	,44498	,61894
Total	Media	3,2061	3,5468	2,2102
	N	262	251	256
	Desv. típ.	,58716	,49704	,57808

Esta información se refleja en los gráficos siguientes.

Gráfico 164 Funcionamiento

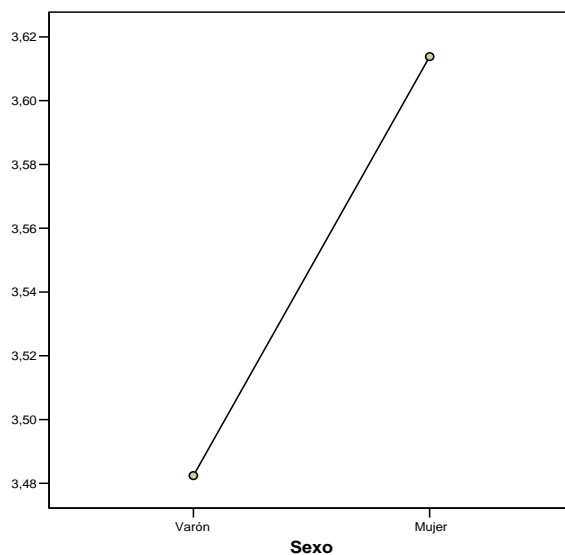
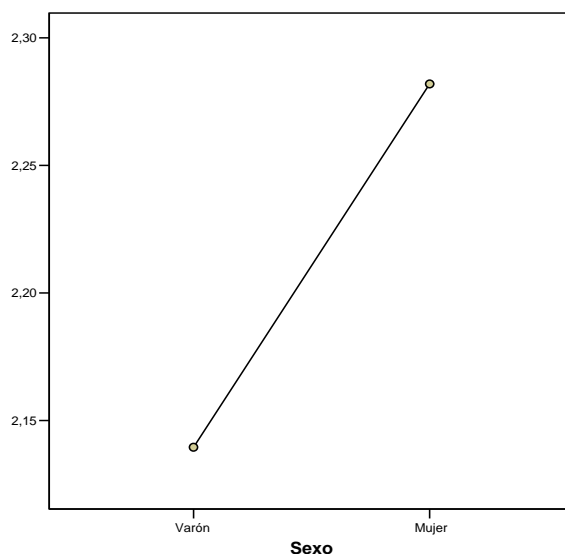


Gráfico 165 Contexto



Medidas para regular el botellón

Cuando analizamos las diferencias entre chicos y chicas en lo que se refiere a las medidas para regular el botellón, únicamente se encuentran diferencias significativas en el factor *Control* ($F_{(1,260)}=6,16; p<0,05$).

Tabla 48 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Control	Inter-grupos	35,956	1	35,956	6,163	,014
	Intra-grupos	1516,790	260	5,834		
	Total	1552,745	261			
Negociación	Inter-grupos	36,470	1	36,470	3,733	,054
	Intra-grupos	2539,855	260	9,769		
	Total	2576,325	261			
Continuidad	Inter-grupos	9,456	1	9,456	3,849	,051
	Intra-grupos	638,714	260	2,457		
	Total	648,170	261			

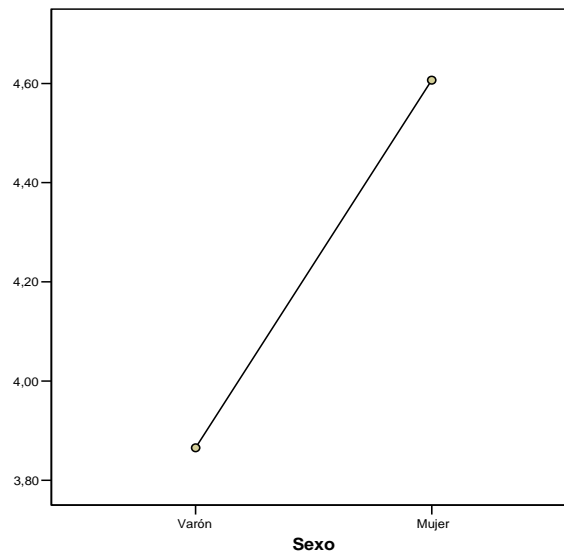
Como podemos apreciar en las medias obtenidas para cada sexo, las chicas consideran, en mayor medida que los chicos, que la principal medida para regular el botellón en la Plaza de la Merced sería la presencia de mayor control policial, incluida la aplicación de sanciones tanto económicas como no económicas.

Tabla 49 Diferencias de medias entre sexos

Sexo		Control	Negociación	Continuidad
Varón	Media	3,8657	4,8396	5,0522
	N	134	134	134
	Desv. típ.	2,45260	3,11050	1,66684
Mujer	Media	4,6068	5,5859	5,4323
	N	128	128	128
	Desv. típ.	2,37567	3,14111	1,45589
Total	Media	4,2277	5,2042	5,2379
	N	262	262	262
	Desv. típ.	2,43910	3,14181	1,57588

En el siguiente gráfico se representa visualmente esta diferencia.

Gráfico 166 Control



Características que debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón

Finalmente, se han analizado las diferencias de opinión entre chicos y chicas acerca de las características que debería tener un lugar alternativo para realizar el botellón. En este caso se han constatado diferencias significativas en los cuatro factores examinados: *Supervisión/Control* ($F_{(1,260)}=20,40$; $p<0,05$), *Localización* ($F_{(1,260)}=5,12$; $p<0,05$), *Servicios I* ($F_{(1,260)}=12,53$; $p<0,05$) y *Servicios II* ($F_{(1,260)}=15,07$; $p<0,05$).

Tabla 50 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Supervisión/control I	Inter-grupos	55,743	1	55,743	20,404	,000
	Intra-grupos	710,314	260	2,732		
	Total	766,058	261			
Localización	Inter-grupos	9,168	1	9,168	5,125	,024
	Intra-grupos	465,122	260	1,789		
	Total	474,290	261			
Servicios I	Inter-grupos	37,218	1	37,218	12,530	,000
	Intra-grupos	772,245	260	2,970		
	Total	809,463	261			
Servicios II	Inter-grupos	28,893	1	28,893	15,078	,000
	Intra-grupos	498,210	260	1,916		
	Total	527,103	261			

En todos los casos las chicas presentan puntuaciones superiores a los chicos. Este resultado indica que las chicas son más exigentes en relación con las características que debería tener el nuevo lugar. Para ellas es más importante que para ellos que este lugar disponga de servicios como tiendas, bares y pubs en las cercanías, que sea un espacio amplio y bien comunicado, con presencia de controles policiales, servicios médicos, aseos, aparcamientos y música.

Tabla 51 Diferencias de medias entre sexos

Sexo		Supervisión/control	Localización	Servicios I	Servicios II
Varón	Media	7,6522	8,4279	7,7519	8,6169
	N	134	134	134	134
	Desv. típ.	1,94881	1,34432	1,94967	1,62351
Mujer	Media	8,5750	8,8021	8,5059	9,2813
	N	128	128	128	128
	Desv. típ.	1,27112	1,33034	1,44909	1,07825
Total	Media	8,1031	8,6107	8,1202	8,9415
	N	262	262	262	262
	Desv. típ.	1,71321	1,34804	1,76108	1,42111

En los siguientes gráficos se pueden ver representados estos resultados.

Gráfico 167 Supervisión/Control

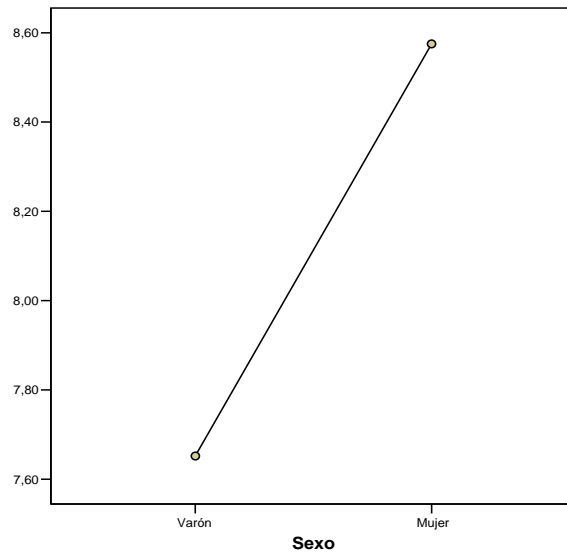


Gráfico 168 Localización

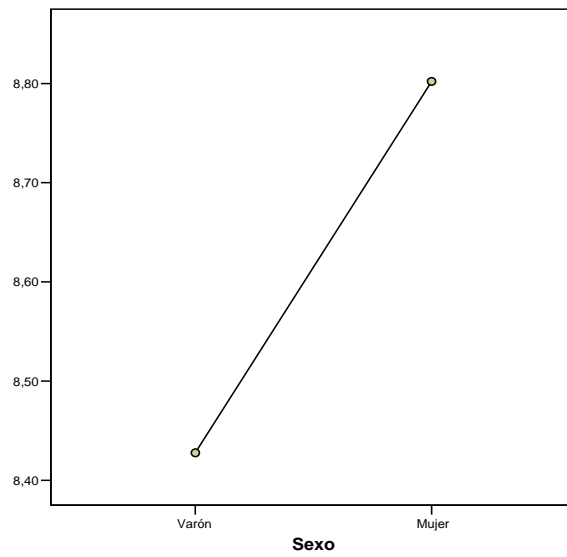


Gráfico 169 Servicios I

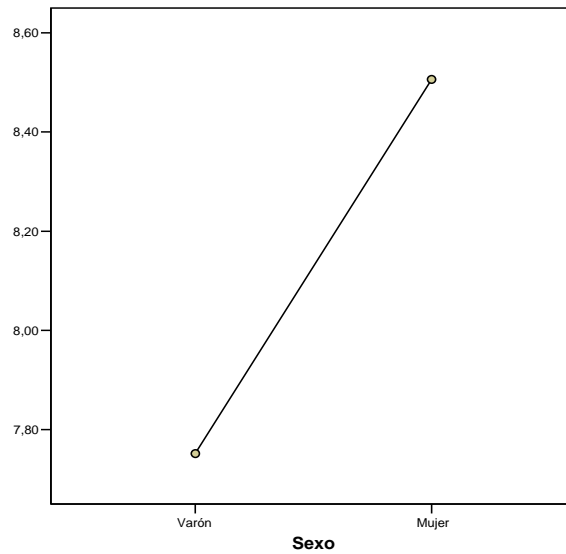
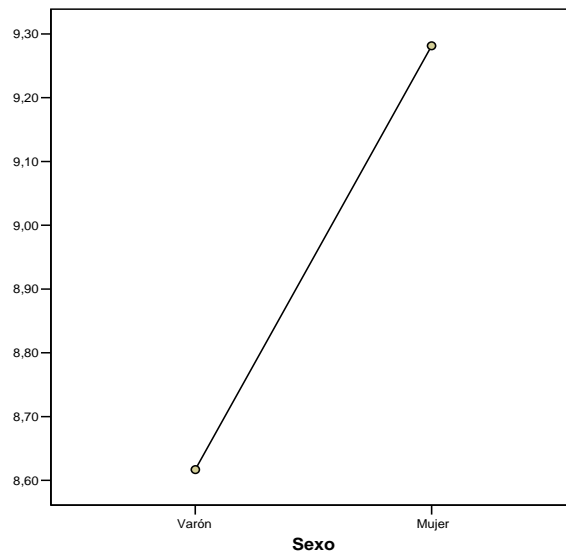


Gráfico 170 Servicios II



Conducción

Para comprobar las posibles relaciones entre *conducir después de haber bebido*, el sexo, la ocupación, el nivel de estudios y el lugar de convivencia se llevó a cabo una prueba de contingencia cruzando las variables por pares. En la variable *conducir después de haber bebido* se han dicotomizado los niveles de respuesta: “nunca conduzco” y “sí conduzco” (que incluye a veces, casi siempre y siempre). No se obtuvieron relaciones significativas en función del nivel de estudios y del lugar de

convivencia por lo que no se incluyen en este apartado. A continuación, se presentan los resultados obtenidos por sexo y ocupación.

Se ha encontrado una relación significativa entre *conducción después de haber bebido* y el sexo ($\chi^2_{(1)} = 24,62, p < 0,01$).

Tabla 52 Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,623(b)	1	,000		
Corrección por continuidad(a)	23,205	1	,000		
Razón de verosimilitud	25,533	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	24,506	1	,000		
N de casos válidos	210				

En la tabla siguiente se puede comprobar que las chicas, después de beber conducen con menor frecuencia que los chicos, lo que significa que parece que son mucho más prudentes y que asumen con mayor rigor las normas sociales. Estos resultados podrían relacionarse con los obtenidos más atrás respecto a la mayor preferencia de las chicas por tener más control y supervisión policial en los lugares donde se realice el botellón.

Tabla 53 Tabla de contingencia Conducción * Sexo

		Sexo		Total
		Varón	Mujer	
Conducción	Nunca	54	83	137
	Frecuentemente	55	18	73
Total		109	101	210

Edad

Para comprobar si existen diferencias según la edad en los mismos factores subyacentes utilizados en el análisis por sexo, se han configurado dos grupos: grupo 1 (18-22 años) y grupo 2 (23-30 años). En relación con los participantes de distintas edades, no se han detectado diferencias entre los más jóvenes y los más mayores en la percepción de las consecuencias derivadas del botellón, las razones para realizar esta

actividad, ni tampoco en las características que consideran como más adecuadas para el posible lugar alternativo. Sin embargo, sí que se detectan diferencias entre grupos de edad respecto de la regulación del botellón.

Medidas para regular el botellón

Únicamente se han encontrado diferencias significativas en el factor de *Continuidad* ($F_{(1,247)}=4,96$; $p<0,05$). Este resultado se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 54 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Control	Inter-grupos	10,382	1	10,382	1,740	,188
	Intra-grupos	1473,621	247	5,966		
	Total	1484,003	248			
Negociación	Inter-grupos	,018	1	,018	,002	,966
	Intra-grupos	2443,108	247	9,891		
	Total	2443,127	248			
Continuidad	Inter-grupos	11,760	1	11,760	4,966	,027
	Intra-grupos	584,869	247	2,368		
	Total	596,629	248			

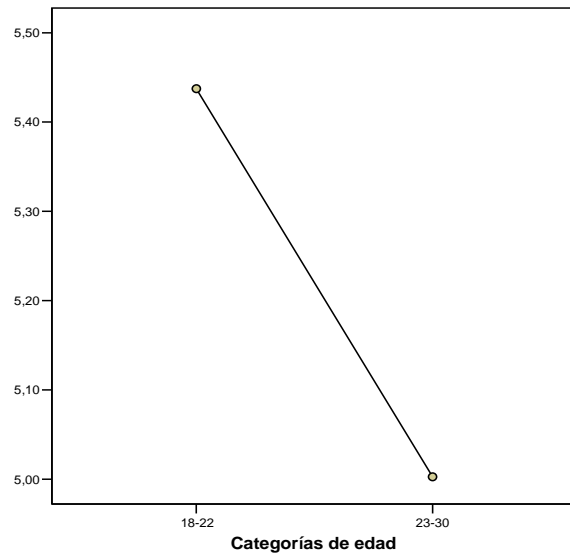
En la tabla 55 se observa que los más jóvenes son los que apuestan en mayor grado por la continuidad del botellón en las condiciones actuales, es decir, no regularlo, aunque sí bajar los precios de las copas en pubs y bares como medida complementaria.

Tabla 55 Diferencias de medias entre edades

Categorías de edad		Control	Negociación	Continuidad
18-22	Media	3,9733	5,1240	5,4373
	N	125	125	125
	Desv. típ.	2,33817	3,08786	1,41764
23-30	Media	4,3817	5,1411	5,0027
	N	124	124	124
	Desv. típ.	2,54346	3,20160	1,65197
Total	Media	4,1767	5,1325	5,2209
	N	249	249	249
	Desv. típ.	2,44620	3,13868	1,55105

En el gráfico 171 se representan estos resultados.

Gráfico 171 Continuidad



Ocupación

Para comprobar si existen diferencias según la ocupación en los factores subyacentes utilizados en el análisis por sexo y edad, se han configurado dos grupos: grupo 1 (trabaja) y grupo 2 (no trabaja). A continuación, se ha llevado a cabo el mismo procedimiento de análisis.

Razones para realizar el botellón

Se han encontrado diferencias significativas en el factor *Socialización* ($F_{(1,258)}=5,26; p<0,05$), este resultado se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 56 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Socialización	Inter-grupos	1,833	1	1,833	5,266	,023
	Intra-grupos	89,810	258	,348		
	Total	91,643	259			
Funcionamiento	Inter-grupos	,030	1	,030	,122	,727
	Intra-grupos	61,524	247	,249		
	Total	61,554	248			
Contexto	Inter-grupos	,030	1	,030	,090	,764
	Intra-grupos	83,751	252	,332		
	Total	83,781	253			

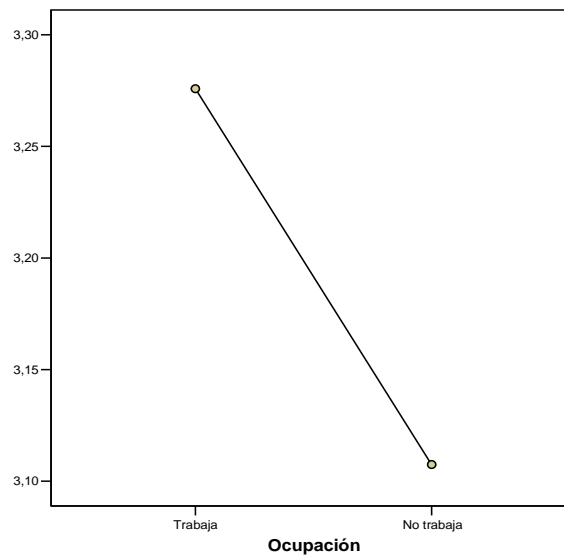
Este resultado informa de que los participantes en el botellón que trabajan encuentran una mayor motivación social para acudir al mismo que aquellos que no trabajan. Es decir, parece que los que trabajan durante la semana encuentran una motivación fundamental para acudir al botellón durante el fin de semana en el hecho de reunirse con los amigos, charlar y divertirse con ellos.

Tabla 57 Diferencias de medias por ocupación

Ocupación		Socialización	Funcionamiento	Contexto
Trabaja	Media	3,2758	3,5558	2,1985
	N	139	130	136
	Desv. típ.	,56598	,51833	,56699
No trabaja	Media	3,1074	3,5336	2,2203
	N	121	119	118
	Desv. típ.	,61646	,47715	,58727
Total	Media	3,1974	3,5452	2,2087
	N	260	249	254
	Desv. típ.	,59484	,49820	,57546

En el siguiente gráfico se pueden observar visualmente esta diferencia entre grupos.

Gráfico 172 Socialización



Medidas para regular el botellón

También, se han encontrado diferencias significativas en el factor de *Negociación* ($F_{(1,258)}=5,94$; $p<0,05$), tal y como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 58 Resultados del análisis de varianza

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Control	Inter-grupos	2,408	1	2,408	,401	,527
	Intra-grupos	1548,838	258	6,003		
	Total	1551,246	259			
Negociación	Inter-grupos	58,023	1	58,023	5,948	,015
	Intra-grupos	2516,973	258	9,756		
	Total	2574,996	259			
Continuidad	Inter-grupos	4,414	1	4,414	1,770	,185
	Intra-grupos	643,337	258	2,494		
	Total	647,752	259			

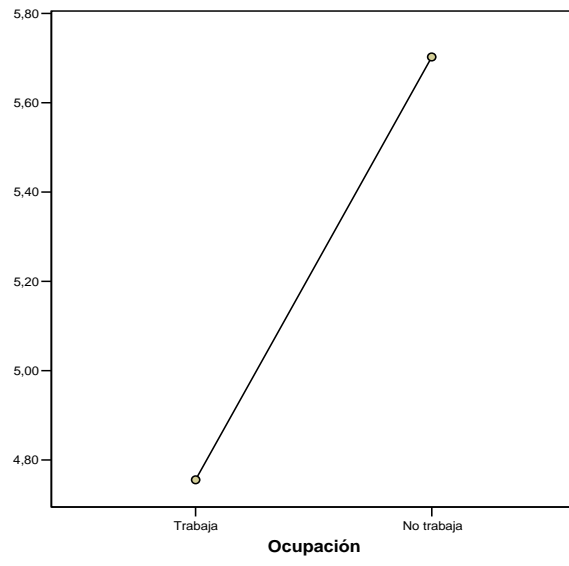
Se observa en la tabla de medias, que los participantes que trabajan están más predispuestos a negociar el traslado a un nuevo lugar e incluso a pactar un horario restringido durante el que celebrar el botellón, en comparación con aquellos que no trabajan.

Tabla 59 Diferencias de medias por ocupación

Ocupación		Control	Negociación	Continuidad
Trabaja	Media	4,3141	4,7554	5,1079
	N	139	139	139
	Desv. típ.	2,49178	3,18247	1,66629
No trabaja	Media	4,1212	5,7025	5,3691
	N	121	121	121
	Desv. típ.	2,40139	3,05408	1,47246
Total	Media	4,2244	5,1962	5,2295
	N	260	260	260
	Desv. típ.	2,44732	3,15310	1,58145

En el gráfico siguiente se puede observar esta diferencia.

Gráfico 173 *Negociación*



Capítulo VII

Análisis de perfiles

Para elaborar perfiles de los participantes en el botellón en función de las categorías más significativas e importantes de este proyecto se llevaron a cabo análisis discriminantes. Esta técnica multivariada nos permite identificar, del conjunto de variables que constituyen los factores, los más relevantes para la elaboración de perfiles.

Los análisis discriminantes se han realizado a partir de las siguientes categorías: sexo (chicos/chicas), estudios (sí/no), trabajo (sí/no), traslado del botellón (sí/no), años haciendo el botellón (menos de 5 años/más de 5 años), consumo de alcohol (alto consumo de combinados/bajo consumo de combinados) y consumo de alcohol después de conducir (sí/no).

Sexo

El análisis discriminante en función del sexo nos indica, a partir de la función discriminante, que los factores más importantes para diferenciar entre chicos y chicas son los siguientes:

Servicios II

Supervisión/Control

Incitación al consumo

Efectos disruptivos

El contenido de esta función hace referencia a que las chicas demandan en mayor medida que los chicos servicios en las cercanías de la zona del botellón, mayores recursos policiales, médicos y preventivo y perciben que el botellón tiene dos consecuencias negativas fundamentales como la incitación al consumo de sustancias y la presencia de problemas del orden público.

Tabla 60 Coeficientes estandarizados de las funciones discriminantes canónicas

	Función 1
Incitación al consumo	,399
Efectos disruptivos	,358
Efecto estetico	,103
Socialización	-,206
Funcionamiento	,134
Contexto	,284
Control	-,007
Negociación	,132
Continuidad	,184
Supervisión/control	,541
Localización	-,291
Servicios I	,105
Servicios II	,587

Finalmente, conviene conocer qué grado de precisión tiene la función para discriminar entre ambos grupos. En la tabla siguiente queda plasmado el porcentaje de sujetos que han sido correctamente clasificados en cada uno de los grupos, a partir de sus puntuaciones en los distintos factores que configuran la función. Esta función discriminante diferencia adecuadamente el 77% de los casos. Es decir, a partir de los factores mencionados anteriormente y que determinan la función es posible situar adecuadamente a chicos y chicas en su propia categoría sexual.

Tabla 61 Resultados de la clasificación

		Sexo	Grupo de pertenencia pronosticado		Total
			Varón	Mujer	
Original	Recuento	Varón	79,2	20,8	100,0
		Mujer	22,9	77,1	100,0

a Clasificados correctamente el 77,2% de los casos agrupados originales.

Estudios

El análisis discriminante en función de los estudios nos muestra que los factores de mayor relevancia para diferenciar entre los participantes que estudian y los que no son los siguientes:

Socialización

Negociación

Control

Si atendemos a los valores y signos de la tabla siguiente podemos señalar que los que sí estudian se muestran más dispuestos a negociar un posible traslado del botellón o el pacto de un horario para realizarlo. Los que no estudian se caracterizan por acudir al botellón por motivos de encuentro social y porque demandan mayor control policial en la Plaza de la Merced.

Tabla 62 Coeficientes estandarizados de las funciones discriminantes canónicas

	Función
	1
Incitación al consumo	,238
Efectos disruptivos	,179
Efecto estetico	,331
Socialización	,621
Funcionamiento	-,302
Contexto	-,207
Control	,399
Negociación	-,489
Continuidad	-,206
Supervisión/control	-,124
Localización	,048
Servicios I	-,179
Servicios II	-,126

Esta función discriminante diferencia adecuadamente el 76% de los casos, lo cual nos indica que, a partir de los factores más importantes de la función, se sitúa adecuadamente en su propia categoría (SÍ estudia /NO estudia) un promedio del 76% de la muestra (ver tabla 63).

Tabla 63 Resultados de la clasificación

		¿Estudias?	Grupo de pertenencia pronosticado		Total
			Sí	No	
Original	Recuento	Sí	72,9	27,1	100,0
		No	20,5	79,5	100,0

a Clasificados correctamente el 76,0% de los casos agrupados originales.

Traslado a ese lugar

El análisis discriminante en función de la predisposición al cambio o no de lugar del botellón, nos muestra, a partir de la función discriminante, que los factores de mayor relevancia para diferenciar entre aquellos participantes que están dispuestos a cambiar de lugar el botellón y aquellos que no se muestran dispuestos a hacerlo son los siguientes:

Negociación

Socialización

Incitación al consumo

Localización

El contenido de esta función hace referencia a que los que están más a favor de un posible traslado también parecen estar dispuestos a negociar las condiciones del mismo aunque destacan algunas características fundamentales como el que se trate de una zona amplia y bien comunicada. Al mismo tiempo, este grupo de participantes se muestran favorables a un pacto de horario en la Plaza de la Merced en caso de que no existiera tal traslado. Finalmente, este mismo grupo de participantes son los que perciben en mayor medida que el botellón es una actividad que incita al consumo de sustancias en general. Los participantes que no estarían de acuerdo con un traslado, son los que más se caracterizan por encontrar importantes motivaciones de encuentro social para hacerlo.

Tabla 64 Coeficientes estandarizados de las funciones discriminantes canónicas

	Función 1
Incitación al consumo	-,359
Efectos disruptivos	,360
Efecto estetico	-,016
Socialización	-,365
Funcionamiento	-,104
Contexto	,066
Control	-,169
Negociación	,806
Continuidad	-,221
Supervisión/control	-,031
Localización	,321
Servicios I	,201
Servicios II	,068

Esta función discriminante diferencia adecuadamente el 78% de los casos. Llama la atención que la dimensión más significativa es el factor *Negociación*, muy superior al resto de la función. Consideramos que es importante porque parece que los participantes demandan, para cualquier cambio de lugar, una negociación de las características, peculiaridades y condiciones que debe reunir esta nueva zona, lo que además parece que lleva implícito una demanda de participación en la creación de su propio espacio de ocio.

Tabla 65 Resultados de la clasificación

		Si existiera un lugar que cumpliera	Grupo de pertenencia pronosticado		Total
			Sí	No	
Original	Recuento	Sí	78,1	21,9	100,0
		No	22,1	77,9	100,0

a Clasificados correctamente el 78,1% de los casos agrupados originales.

Años haciendo el botellón

Para la construcción de los dos grupos de análisis (“veteranos” y “noveles”) en esta variable se ha utilizado un análisis de *k* medias con la finalidad de que dentro de ambas categorías se aglutinen los participantes más semejantes, al mismo tiempo que los grupos constituidos sean lo más distantes entre sí.

Tabla 66 Centros de los conglomerados

	Conglomerado	
	1	2
Años haciendo botellón	10,01	4,37

Tabla 67 Número de casos en cada conglomerado

Conglomerado	1	72,000
	2	190,000
Válidos		262,000
Perdidos		1,000

El análisis discriminante en función del grupo de “veteranos” y del grupo de “noveles” creados en el conglomerado de k medias, muestra que los factores más significativos de la función y que mejor discriminan entre ambos grupos son los siguientes:

Localización

Contexto

Incitación al consumo

Efectos disruptivos

Supervisión/Control

El contenido de esta función hace referencia a que el grupo de participantes “veteranos” se caracteriza por preferir trasladar el botellón a un lugar de fácil acceso, amplio y dotado de supervisión policial, servicios médico y actividades de carácter preventivo. Aquellos participantes más “noveles”, se definen mejor por ser los que más se guían por aspectos contextuales para participar en el botellón (por ejemplo, la moda o la falta de alternativas) y por percibir en mayor medida los efectos disruptivos e incitaciones al consumo de sustancias que éste puede conllevar.

Tabla 68 Coeficientes estandarizados de las funciones discriminantes canónicas

	Función 1
Incitación al consumo	,525
Efectos disruptivos	,366
Efecto estetico	-,116
Socialización	-,263
Funcionamiento	,147
Contexto	,526
Control	,106
Negociación	,016
Continuidad	,052
Supervisión/control	-,337
Localización	-,844
Servicios I	,020
Servicios II	-,025

Esta función discriminante diferencia adecuadamente el 70% de los casos. Destaca el hecho de que la dimensión más importante y, naturalmente, la que más satura es *Localización*. Esto quiere decir que los “veteranos” otorgan una gran importancia a las características que debería tener una nueva ubicación del botellón, un aspecto que no sobresale en ninguna de las dimensiones importantes en la definición del grupo más “novel”.

Tabla 69 Resultados de la clasificación

		Número inicial de casos	Grupo de pertenencia pronosticado		Total
			Veteranos	Noveles	
Original	Recuento	Veteranos	71,7	28,3	100,0
		Noveles	31,2	69,8	100,0

a Clasificados correctamente el 70,5% de los casos agrupados originales.

Consumo de alcohol (combinados)

Para el análisis diferencial de los grupos de consumidores de alcohol, inicialmente se ha dividido la variable consumo de combinados en diez grupos. Posteriormente se han seleccionado aquellos participantes de los grupos de menor y mayor consumo (grupos 1 y 10). El análisis discriminante en función del consumo de

combinados muestra, a partir de la función discriminante, que los factores de mayor relevancia son los siguientes:

Efectos disruptivos

Continuidad

Funcionamiento

Incitación al consumo

Servicios I

El contenido de esta función hace referencia a que aquellos participantes que más consumen en el botellón (10-12 copas por noche) se caracterizan por ser los que más importancia dan a la continuidad del botellón en las condiciones actuales: no regularlo y únicamente intervenir sobre el precio de las copas en bares y pubs. En cambio, los participantes que menos consumen (1 copa por noche), se caracterizan por percibir más problemas derivados del botellón, señalar los aspectos funcionales por los que se da el botellón en la Plaza de la Merced (disponibilidad de tiendas y bares) y demandar servicios semejantes en una posible nueva zona alternativa para hacer el botellón.

Tabla 70 *Coeficientes estandarizados de las funciones discriminantes canónicas*

	Función
	1
Incitación al consumo	,458
Efectos disruptivos	,654
Efecto estetico	-,293
Socialización	-,006
Funcionamiento	,479
Contexto	-,288
Control	,315
Negociación	,141
Continuidad	-,581
Supervisión/control	,193
Localización	-,276
Servicios I	,352
Servicios II	-,125

Esta función discriminante diferencia adecuadamente entre los participantes de alto consumo y los participantes de bajo consumo. La capacidad de la función discriminante para ubicar a los participantes en su propia categoría es alta: el 83% de los casos. Es de destacar que las dos dimensiones más relevantes son las que hacen referencia a *Continuidad* y *Efectos disruptivos*. Estos datos sugieren que los participantes de bajo consumo muestran una mayor conciencia acerca de la problemática asociada al botellón y dan pistas sobre las condiciones en que se debería dar un botellón alternativo.

Tabla 71 Resultados de la clasificación

		Consumo de combinados	Grupo de pertenencia pronosticado		Total
			Bajo	Alto	
Original	Recuento	Bajo	84,2	15,8	100,0
		Alto	16,7	83,3	100,0

a Clasificados correctamente el 83,7% de los casos agrupados originales.

Consumo de alcohol después de conducir

Para la elaboración de este análisis se ha dicotomizado la variable *Conduces después de beber alcohol* (Sí/No). El análisis discriminante en función del consumo de alcohol después de conducir muestra, a partir de la función discriminante, que las dimensiones de mayor importancia son las siguientes:

Supervisión/Control

Servicios I

Localización

El contenido de esta función hace referencia a que los participantes que conducen después de beber alcohol se caracterizan por demandar más servicios relacionados con la disponibilidad de parking en la nueva ubicación del botellón. Al contrario, los que no conducen después de beber alcohol, se caracterizan precisamente por demandar una mayor supervisión/control policial y más actividades y campañas de carácter preventivo, así como un transporte público eficaz para conectar el nuevo lugar de botellón con el centro de la ciudad.

Tabla 72 Coeficientes estandarizados de las funciones discriminantes canónicas

	Función 1
Incitación al consumo	,354
Efectos disruptivos	,341
Efecto estetico	-,134
Socialización	,357
Funcionamiento	,112
Contexto	,396
Control	,380
Negociación	,076
Continuidad	-,209
Supervisión/control	,869
Localización	-,475
Servicios I	-,593
Servicios II	-,014

Esta función discriminante diferencia adecuadamente entre los participantes en el botellón que conducen después de beber alcohol y los que no conducen después de beber alcohol en un 77%. Es muy sugerente en el presente análisis la idea de que la *Supervisión/Control* sature cerca de 0,90 en los participantes que no conducen después de beber, lo que indica que este grupo de asistentes al botellón tienen una elevada conciencia de la peligrosidad de conducir bajo los efectos del alcohol y por esto parece que dan tanta importancia a la presencia de controles policiales.

Tabla 73 Resultados de la clasificación

		Conduces después de beber alcohol	Grupo de pertenencia pronosticado		Total
			Nunca	A veces	
Original	Recuento	No	78,2	21,8	100,0
		Sí	25,9	74,1	100,0

a Clasificados correctamente el 77,3% de los casos agrupados originales.

Capítulo VIII

Conclusiones

¿Cuál es el perfil de los participantes en el botellón de la Plaza de la Merced de Málaga?

Los asistentes al botellón en la Plaza de la Merced tienen el siguiente perfil:

- son tanto chicos como chicas, con una leve predominancia de los primeros,
- tienen una edad media de 23,4 años, con una edad mínima de 16 años (0,8%) y máxima de 48 años (0,4%),
- la mayoría cursa o ha cursado estudios universitarios (76,80%),
- la mayor parte vive con sus familias (64,30%),
- y residen en la ciudad de Málaga (83,80%).

¿Cuáles son sus razones para hacer botellón en la Plaza de la Merced?

Las principales razones para participar en el botellón en esta plaza son, por orden de importancia:

- Reunirse con los amigos,
- Posibilidad de comprar cosas para el botellón en las cercanías,
- Precio elevado de las consumiciones en bares y pubs,

- Amplitud del espacio en la plaza,
- Presencia de bares y pubs cerca de la plaza,
- Presencia de servicios de transporte cerca de la plaza,
- La diversión asociada al botellón.

Además, los jóvenes señalan que al botellón se va a beber con el atractivo de disfrutarlo al aire libre. Estos resultados coinciden con estudios anteriores realizados en Madrid (2002) por el Colegio Oficial de Politólogos y Sociólogos, en Málaga (2003) por el Servicio de Atención a la Movida (SAM) y en Andalucía (2006) por la Consejería de Gobernación, que indicaron que las razones principales eran de tipo económico (se trata de una forma de salir por la noche gastando poco dinero) y social (reunirse con los amigos).

Un análisis más profundo de los datos obtenidos en este estudio nos permite avanzar algo más en la información obtenida hasta el momento presente acerca de las motivaciones por las que se participa en el botellón. A continuación, se matizan los resultados anteriormente expuestos en función de los siguientes tres ámbitos: sexo, ocupación y estudios.

Sexo

Hemos constatado que las chicas encuentran una motivación importante para realizar el botellón en los servicios ofrecidos por el lugar en el que éste se emplaza. Por ejemplo, en el caso de la Plaza de la Merced, las chicas valoran más positivamente que los chicos la comodidad de encontrar tiendas abiertas por la noche, bares y pubs cercanos y posibilidades de aparcar o de encontrar taxis. Además, parece que, cuestiones como la moda o la falta de alternativas de ocio les incita significativamente a asistir al botellón. Por el contrario, aunque para ambos sexos son importantes las motivaciones de tipo social (encuentro con los amigos para charlar y divertirse), los chicos se inclinan algo más por este tipo de motivaciones para hacer el botellón.

Ocupación y Estudios

Se ha observado que los participantes en el botellón que trabajan y no estudian encuentran una mayor motivación social para acudir al mismo, en comparación con aquellos que no trabajan. Así, reunirse con los amigos para conversar y divertirse, es la razón principal por la que las personas que trabajan durante la semana acuden al botellón los fines de semana. En palabras de una participante en el botellón en la Plaza de la Merced, es como *“un escape de salir de la monotonía del trabajo (...), voy a ver a mi gente, que también están trabajando y que no las veo en una semana, y voy a reunirme y por eso me gusta estar en el botellón”*.

¿Qué horarios e itinerarios nocturnos siguen los participantes en el botellón?

Los días en los que se hace botellón son jueves (sobre todo universitarios), viernes y fundamentalmente sábados (9 de cada 10 hacen el botellón en sábado). En su mayoría acuden al botellón desde sus hogares, el resto desde restaurantes o bares. Se llega al botellón hacia las 24 p.m.-1 a.m. donde se permanece hasta las 2 o las 4 de la madrugada. El itinerario continúa en los bares y pubs de los alrededores de la Plaza de la Merced. Parece que estos horarios no han cambiado en los tres últimos años ya que coinciden con los apuntados por el SAM en los años 2003 y 2004.

Es curioso comprobar que los vecinos afectados por el botellón en la Plaza de la Merced señalan horarios de inicio y finalización que no coinciden plenamente con los apuntados por los participantes; así, los vecinos perciben que éste se inicia a horas más tardías, así como que finaliza también más tarde. Este dato indica que los vecinos de la zona donde se realiza el botellón, parecen hiperbolizar de alguna manera el problema, mientras que los participantes lo minimizan. En este sentido, en la observación *in situ* se ha comprobado que el botellón comienza aproximadamente a las 23:15 y la 1:00 y termina entre las 2:30 y las 3:30 de la madrugada, y que a partir de ese momento queda un menor número de personas en la plaza, generalmente los más bulliciosos. Estos datos recogidos en la observación directa en la plaza coinciden con los apuntados por los asistentes al botellón. Sin embargo, es posible que sea la permanencia de ciertas personas en la plaza, posiblemente las que han consumido más alcohol, lo que genere

que, ante un vecindario hipersensible, se perciba la situación en términos más extremos, e incluso más graves.

¿Cuáles son los hábitos relacionados con el botellón?

Los asistentes al botellón afirman que lo llevan haciendo una media de 6 años. La mayoría de los participantes compra la bebida para el botellón en los supermercados y en el horario comercial habitual, con un gasto medio inferior a 9 euros por persona (91,60%) y que, en una alta frecuencia, es incluso menor de 5 euros (50,60%).

La bebida predominante en el botellón es el combinado de destilados (whisky, vodka, ron, etc.) y refresco, con un consumo medio de 4-5 copas por persona y noche. Además, según informan los participantes, una parte importante de ellos sigue consumiendo alcohol en los bares y pubs después del botellón. De nuevo, los resultados obtenidos coinciden con los observados en otros estudios, donde los combinados constituyen el tipo de bebida más consumida en los botellones. No obstante, dependiendo de la edad de los participantes, el tipo de bebida que se suele consumir en los botellones es diferente. Por ejemplo, en el estudio de Madrid (2002) se comprueba como, siendo todos menores de edad, los más jóvenes (14-15 años de edad) claramente se decantan por el calimocho y los más mayores (17 años) consumen en mayor medida combinados. Es este mismo estudio podemos comprobar como los adolescentes en general (14-17 años) consumen casi en la misma medida calimocho y combinados, seguidos de cerca por la cerveza. Tanto en este último estudio como en el realizado en Málaga por el SAM (2003), también se constata que la gran mayoría de los participantes en el botellón realiza las compras necesarias en supermercados y, por tanto, en los horarios comerciales habituales. En síntesis, los participantes en el botellón de la Plaza de la Merced siguen las mismas rutinas en la adquisición de los productos que los participantes en botellones de otras ciudades y a lo largo de los años. En realidad, el botellón es un proceso bastante más largo y complejo que el mero hecho de estar en la plaza de la Merced. Comienza en la víspera para fijar las citas, lo que genera la expectativa del disfrute, y al día siguiente se adquieren todos los productos para la celebración del botellón. Es decir, estamos ante un verdadero ritual. Es como dice el

refranero castellano: “lo mejor de la fiesta, la víspera”, aunque en este caso, víspera y fiesta se superpongan.

También podemos matizar los resultados descritos en este apartado con algunas informaciones que no están presentes en las investigaciones realizadas hasta el momento actual sobre el botellón.

¿Presentan alguna particularidad los “veteranos” y los más consumidores?

Efectivamente, hemos comprobado que los participantes en el botellón más “veteranos” (es decir, aquellos que llevan realizándolo una media de 10 años) otorgan una mayor importancia al hecho de definir y delimitar las características que debería tener una nueva ubicación del botellón, lo que viene a indicar una mayor preocupación por localizar un espacio alternativo que cumpla con los requisitos adecuados.

También es importante señalar que son aquellos participantes que consumen mucho alcohol en el botellón (entre 10 y 12 copas por noche) los que están más a favor de su continuidad en las condiciones actuales, es decir, de no regular esta actividad y únicamente intervenir en los precios de los bares y pubs cercanos a la Plaza de la Merced. Por el contrario, los asistentes que menos alcohol consumen (1 copa por noche) muestran un mayor interés por incorporar mejoras en las condiciones en que se realizaría el botellón en un nuevo lugar.

¿Salir de marcha implica siempre hacer botellón?

Según nuestros resultados, existe una estrecha relación entre las veces que se sale de marcha y las veces que se hace botellón al mes, esto es, una considerable proporción de los participantes en el botellón siempre lo hace cuando sale de marcha por la noche (coeficiente de relación=.493). Es importante subrayar que únicamente 4 de cada 10 andaluces de entre 14 y 31 años no acuden nunca a este tipo de concentraciones y realizan otras actividades de ocio nocturno como ir al cine o a bares y discotecas (Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía, 2006). Aquí valdría decir que no están todos los que son, porque tienen otras alternativas de ocio, pero sí son todos los que están.

¿Qué medidas generales se proponen para regular el botellón?

La medida fundamental para disminuir la participación en el botellón según los asistentes al mismo, sería bajar los precios de las consumiciones en bares y pubs. Otras tres medidas importantes son crear un lugar específico para hacer botellón, aplicar sanciones no económicas como trabajos de limpieza, e incrementar el control policial (principalmente las chicas). La medida menos valorada entre los asistentes al botellón es su prohibición total, principalmente entre aquellos que son más habituales en el mismo.

Estos resultados convergen con los encontrados en el estudio de la Comunidad de Madrid (2002), donde se señala que las medidas fundamentales para regular los botellones tienen que ver con controlar los elevados precios de las consumiciones en los bares y pubs, negociar un traslado de lugar del botellón y favorecer sanciones de tipo educativo.

El traslado del botellón a un lugar alternativo es un aspecto destacado del estudio realizado recientemente por la Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía (2006), donde se obtiene que el 88% de los encuestados participantes en botellones estaría de acuerdo con habilitar una zona específica para realizar esta actividad. En este estudio se destaca que la clave del éxito de esta medida pasaría, necesariamente, por una elección negociada entre participantes y autoridades y, también, con vecinos y hosteleros afectados si hubiese lugar. Hay que tener presente que el botellón se realiza en la Plaza de la Merced porque una gran parte de los jóvenes considera, en este y otros estudios, que no existen lugares para realizarlo, por lo que optan por aquellas zonas de la ciudad que reúnen requisitos que ellos consideran indispensables: grandes espacios abiertos con un acceso fácil a otros lugares de “marcha” y con posibilidades de acceder a proveedores como comercios y bares.

Se ha constatado que las medidas fundamentales para regular el botellón tienen que ver, para un grupo importante de participantes, con el ámbito de la negociación. Hemos observado que los que están a favor de un posible traslado del botellón también están más dispuestos a negociar las condiciones que debe reunir y, también, a proponer las características y recursos importantes que debería tener este nuevo lugar, tales como

“que se trate de un espacio abierto y amplio y bien comunicado con el centro de la ciudad”.

Es importante insistir en la idea de que este cambio de emplazamiento del botellón implica una demanda de negociación por los participantes que conlleva, a su vez, una demanda de participación en la definición de un espacio propio de ocio. No se entendería un cambio de lugar sin la verdadera participación de los asistentes, puesto que es algo mucho más profundo que un espacio físico más o menos atractivo, o más o menos dotado de recursos; se trata de su propia identidad y, concretamente, de su identidad de lugar, y cuando se trata de esto, los pasos deben darse con la máxima prudencia, respeto y sensibilidad.

Estos resultados los podemos matizar aludiendo a la edad y la ocupación de los participantes:

- Los participantes más mayores, a diferencia de los más jóvenes, son los que están en mayor medida a favor del traslado y de la negociación.
- Los participantes que trabajan, en comparación con los que estudian, también se muestran más dispuestos a negociar los aspectos relacionados con el botellón.

En síntesis,

- ¿Cual es el perfil de los participantes que están a favor de la negociación de un traslado del botellón? Son los más veteranos, los que trabajan y los que consumen menos alcohol.
- ¿Cuál el de los que prefieren una continuidad de las condiciones en que se da actualmente? Son los más jóvenes y los que consumen más alcohol.

¿Acudirían a un lugar especialmente habilitado para el botellón?

Como hemos señalado en el epígrafe anterior, el posible traslado del botellón es una de las medidas que contemplan los participantes. En general, se muestran dispuestos a dejar de realizar esta actividad en la Plaza de la Merced si se habilita un lugar alternativo que cumpla ciertas características y si participan en el proceso de cambio. Es necesario tener en cuenta que algunas de las características que proponen son difíciles de cumplir y que existe un número de participantes (14,41%) que aún pudiendo elegir las características del nuevo lugar no estarían dispuestos a abandonar la Plaza de la Merced. Las zonas de preferencia donde ubicar este lugar alternativo señaladas por los asistentes al botellón son, entre otras y por orden de importancia:

- el puerto

- el recinto ferial

- alguna otra zona del centro

- Teatinos

La mayoría comenta, además, que después de acudir al botellón en esta nueva zona, regresaría a los bares y pubs del centro para continuar con la “marcha”, lo cual nos lleva a pensar que el traslado no aliviaría del todo las molestias que sufren los vecinos ya que el ir y venir de jóvenes apunta a que se seguiría produciendo, aunque en menor medida, suciedad y ruidos. Es importante señalar que, de hecho, una de las características más valoradas para el nuevo emplazamiento del botellón es, precisamente, que se trate de una zona bien comunicada con el centro de Málaga mediante transporte público (especialmente para las chicas). Otras características destacadas por los asistentes para esta nueva zona habilitada se presentan en el siguiente epígrafe.

¿Qué características debería tener este nuevo lugar?

Las características que debería tener este nuevo lugar para celebrar el botellón son, por orden de importancia:

- con aseos públicos
- un lugar amplio
- una zona bien comunicada (transporte público, taxis...)
- con bares y pubs cerca
- con aparcamientos
- con servicio médico de urgencias
- con tiendas para comprar comida, hielo, vasos
- que esté próximo al centro
- con tiendas para comprar bebidas alcohólicas
- con actividades y campañas de prevención
- con música
- con actividades culturales y lúdicas
- con control policial.

De esta enumeración de características se desprende que, según las personas asistentes al botellón, serían deseables unas condiciones mínimas para poder realizar esta actividad reduciendo los posibles impactos negativos. De nuevo, estos resultados

son corroborados por los obtenidos en estudios precedentes, como el realizado en febrero de 2006 por la Consejería de Gobernación de Andalucía.

En este punto, es interesante destacar que, de la observación directa realizada en la Plaza de la Merced y alrededores, se desprende que en ninguna de las calles adyacentes a la plaza (Álamos, Medina Conde, Madre de Dios, San Juan de Letrán, Gómez Pallete, El Chiclanero, Victoria y Granada) tenía lugar el botellón. Únicamente se detectaron grupos consumiendo bebidas en la Plaza de Jerónimo Cuervo (junto al Teatro Cervantes). Esta situación, junto a la alta valoración que se da a la necesidad de que un lugar para realizar el botellón debe ser amplio, nos lleva a pensar que el espacio simbólico que construyen conjuntamente los participantes en el botellón demanda una estructura física de gran amplitud y con unas condiciones mínimas como venimos afirmando.

De los resultados se infiere, además, que estas características no son valoradas del mismo modo por chicos y chicas. En todos los casos las chicas se muestran más exigentes que los chicos respecto de las condiciones que debería cumplir el nuevo lugar para hacer botellón. Para ellas es especialmente importante, en comparación con ellos, que existan en las cercanías servicios como tiendas, bares y pubs, que sea un espacio bien comunicado, con presencia de controles policiales, servicios médicos y campañas de prevención. Además, tal y como hemos señalado en epígrafes anteriores, también son los participantes más veteranos y los que consumen menos alcohol en la Plaza de la Merced los que se preocupan más por los servicios y características que debería tener ese lugar alternativo.

En caso de que el botellón no se trasladara a un lugar alternativo, ¿qué cambios sería necesario realizar en la plaza de la merced y qué medidas se proponen para regular el botellón?

Los participantes en el botellón proponen los siguientes cambios como los más importantes para mejorar las condiciones de la Plaza de la Merced en caso de que el botellón no se traslade a otra zona:

- más aseos públicos

- servicio médico de urgencias
- más contenedores y papeleras
- más servicios de limpieza
- financiación de ventanas aislantes para vecinos
- actividades lúdicas

Estos resultados coinciden en gran parte con los obtenidos en anteriores estudios realizados por el SAM (2003). No obstante, es necesario matizar algunas cuestiones. Por ejemplo, es interesante señalar que la colocación de más papeleras en la Plaza de la Merced es la tercera medida más valorada entre las propuestas posibles. Probablemente sería necesario incrementar su número y poner contenedores de mayor tamaño en el centro de la Plaza para así facilitar su utilización; sin embargo, en la observación *in situ* se destaca que, por un lado, la plaza está dotada de 30 papeleras y, por otro, que un viernes a las dos y media de la madrugada el suelo está invadido de bolsas de plástico y basura del botellón, mientras que las papeleras están únicamente a medio llenar.

Posiblemente este panorama de desolación sea un problema de carácter educativo y cívico, lo cual nos llevaría a proponer programas de sensibilización con el medio en todos los ciclos de edad. Sin embargo, creemos que el problema es más profundo y lleva implícito la percepción de que “yo a esto no pertenezco”. Por tanto, la medida de incrementar los servicios de limpieza probablemente no ayudará a desarrollar el sentimiento de pertenencia y de responsabilidad de los asistentes al botellón. Se viene insistiendo mucho en la idea de participación y creación conjunta de espacios a través de un proceso de negociación entre implicados. Desde esta perspectiva, entendemos que una buena medida para aumentar la responsabilidad de los jóvenes en este proceso de construcción de una sociedad de convivencia, podría ser la creación de comisiones desde las que se lleve a cabo dicha negociación.

Además, los asistentes al botellón de la Plaza de la Merced también destacan que sería necesario o aconsejable dotar de más agentes policiales a la zona, tanto para incrementar la seguridad en la plaza como la vigilancia de altercados, robos y venta de

sustancias ilegales. Es de interés subrayar el hecho de que los participantes en el botellón, y más las chicas que los chicos, desean una mayor presencia policial, lo cual es indicativo de que sus actitudes hacia la autoridad institucional, en este caso representada por la policía, son positivas y de proximidad, un hecho que hace unos años hubiera sido improbable (Musitu, Emler y Estévez, 2006).

También son medidas significativas la organización de actividades lúdicas, de campañas de prevención, educación y sensibilización de problemas asociados al botellón, así como bajar los precios de las consumiciones en los bares. La medida menos valorada entre los asistentes al botellón es su prohibición total en la Plaza de la Merced sin alternativas, ya que consideramos que, de nuevo, esto implicaría no estar contando con su participación en las cuestiones que les atañen.

¿Qué impacto tienen los programas de prevención en los participantes en el botellón?

Preguntamos a los participantes en el botellón de la Plaza de la Merced si conocían los programas de carácter preventivo “*Un conductor cada noche*” y “*El conductor alternativo*” y encontramos respuestas afirmativas en el 75% de los casos. No sólo es importante conocer que un alto porcentaje de los participantes conoce estos programas, sino valorar si estos tienen algún grado de impacto en sus conductas.

¿Existe alguna relación entre conocer estos programas y conducir después de beber en el botellón?

En efecto, constatamos que aquellos asistentes al botellón que conocen los programas “*Un conductor cada noche*” y “*El conductor alternativo*”, conducen con menor frecuencia después de consumir alcohol, en comparación con aquellos que desconocen la existencia de estos programas de prevención. Este resultado apoya muy significativamente el hecho de que se debe, o al menos sería aconsejable, continuar con estas iniciativas de sensibilización acerca de los riesgos que implica la práctica de la conducción bajo los efectos del alcohol.

¿Existe alguna relación entre conocer estos programas y turnarse para conducir después de acudir al botellón?

Curiosamente, en este caso no encontramos una relación clara entre el hecho de conocer los programas “*Un conductor cada noche*” y “*El conductor alternativo*” y turnarse con los amigos para que esa noche conduzca una persona que no beba o no haya bebido. Esto quiere decir que es posible que no exista un hábito arraigado entre los participantes de turnarse para conducir un mismo coche y que aquellos que beben prefieren no conducir o utilizar el transporte público. Nuestros resultados aportan alguna pista para discernir quiénes son estas personas: se trata en mayor medida de chicas, puesto que son ellas las que conducen con menor frecuencia después de haber bebido; además, son las que optan por exigir más control y supervisión policial en los lugares de celebración del botellón, una idea que viene siendo una constante en todo el informe.

Es de destacar que aquellos participantes que dicen conducir después de beber alcohol, son también los que demandan una mayor disponibilidad de aparcamientos en la nueva ubicación del botellón. Por el contrario, los participantes que no conducen después de beber alcohol son los que demandan más supervisión/control policial y campañas preventivas, así como un transporte público eficaz.

En resumen, constatamos que las campañas y programas de prevención tienen un impacto positivo en los asistentes al botellón, aunque todavía existe un segmento de los participantes que desconoce la existencia de los mismos (1 de cada 4) o que, a pesar de conocerlos, continúa utilizando el coche o moto para desplazarse antes y después del botellón (el 31%). No obstante, es importante señalar que los mismos participantes valoran muy positivamente la organización de este tipo de actividades de prevención en la nueva ubicación del botellón.

¿En qué aspectos coinciden y discrepan los participantes, vecinos y hosteleros afectados por el botellón de la plaza de la merced?

Consecuencias del botellón

Nuestros resultados apuntan que, en general, los tres colectivos coinciden en señalar que el botellón es una práctica que implica problemas importantes, como que ensucia y afea la Plaza de la Merced y molesta notablemente a los vecinos de la zona. Sin embargo, también encontramos importantes divergencias entre estos grupos. Hemos constatado que vecinos y propietarios resaltan en mayor medida la idea de que el botellón fomenta el consumo de alcohol y de sustancias ilegales, así como que perjudica la imagen de la ciudad. Sin embargo, no es esta la idea general de los participantes como ya venimos señalando en puntos anteriores, puesto que lo predominante es destacar el lado lúdico, atractivo y social del botellón.

Obviamente esto no quiere decir que no les preocupen también los problemas mencionados. Específicamente, los que se muestran más preocupados por los efectos disruptivos del botellón y la incitación al consumo de sustancias que éste puede conllevar son las chicas, los participantes más noveles, los que consumen menos y los que están más a favor de su traslado. Simplemente, lo que esto sugiere es que los asistentes al botellón están más preocupados en general por el espacio simbólico y sus beneficios que por el espacio físico y sus problemas, algo que sí constituye el núcleo de las preocupaciones del colectivo de vecinos.

Razones para hacer botellón

En relación con las razones para realizar el botellón, el aspecto más destacado por vecinos, propietarios de locales y, sobre todo, por los participantes, es que se trata de un espacio de relaciones sociales, esto es, los asistentes al botellón acuden fundamentalmente para reunirse, conversar y divertirse con sus amistades.

Es importante subrayar que existe un reconocimiento común del elevado significado que tiene esta actividad en la construcción y fortalecimiento de las redes sociales de los que allí se reúnen y de las que, obviamente, deriva una parte importante

de su identidad y autoestima (Musitu, Buelga, Lila y Cava, 2006; Musitu, Jiménez y Murgui, 2006). Esta idea discrepa de algunos estudios (por ejemplo, el realizado en Madrid en 2002) en los que se afirma que estas redes que se reconstruyen semana a semana, son más coyunturales y menos trascendentes que las redes de amigos que se reúnen en otros contextos como por ejemplo en el trabajo, el instituto o la universidad.

En el botellón se comparten muchas emociones y experiencias como para atrevernos a considerar este tipo de relaciones sociales como intrascendentes, esporádicas y coyunturales. Este hecho nos trae a colación la idea de un gran psicólogo social, Kurt Lewin, que haciendo referencia a los grupos hablaba de *atmósferas de acogida* (centrípetas) y *de huida* (centrífugas) y en donde la parte más implicativa es el *self* y la identidad. No es necesario insistir en que el espacio del botellón es centrípeto para los participantes y centrífugo para los vecinos y hosteleros, de ahí sus discrepancias.

También, los tres colectivos implicados coinciden en señalar que la Plaza de la Merced cumple con ciertos requisitos imprescindibles para que se dé allí el botellón (tiendas abiertas durante la noche, amplitud y cercanía de la zona de marcha). Esto nos hace pensar que el botellón no se puede realizar en cualquier espacio, sino que tiene lugar en la Plaza de la Merced por una serie de razones reconocidas por todos los implicados, a las que ya hemos hecho referencia y que será necesario tener presentes si se quieren buscar alternativas.

Sin embargo, una cuestión en la que los hosteleros discrepan considerablemente respecto de vecinos y participantes, es que el precio de las copas en los bares y pubs esté en el origen de la celebración de esta actividad en la Plaza de la Merced. Además, vecinos y hosteleros consideran que las motivaciones de los participantes en el botellón están más marcadas por cuestiones contextuales como las modas, una idea muy poco presente entre los asistentes. Estas discrepancias se relacionan con cuestiones que responden a una cierta lógica de intereses pero que no atañen a las razones profundas del botellón, en las que parece existir un mayor acuerdo entre todos los colectivos.

Medidas para regular el botellón

Resulta significativo constatar que tanto vecinos como participantes y hosteleros, coinciden en que es realmente necesario planificar una regulación de esta actividad. Sin

embargo, existen discrepancias respecto de qué medidas sería necesario poner en marcha para hacer efectiva esta regulación. Así, mientras que participantes y vecinos coinciden en demandar una reducción en los precios de las copas en los locales de marcha, los hosteleros no muestran acuerdo con esta solución. Vecinos y hosteleros concuerdan en aplicar más sanciones, tanto económicas como no económicas. Finalmente, los vecinos apuestan por la prohibición total en mayor medida que hosteleros y participantes, aunque es destacable que, siendo los vecinos el colectivo más negativamente afectado por el botellón, un número importante (un 30%) declara no estaría nada de acuerdo con esta medida.

Comprobamos, por tanto, que se detecta una necesidad efectiva de regular el botellón en la Plaza de la Merced. Sin embargo, parece que el tipo de regulación responde a intereses que reflejan verdaderas distancias semánticas entre los colectivos respecto al significado que cada uno da al botellón. Así, por ejemplo, es interesante destacar las discrepancias que se dan entre vecinos y hosteleros respecto de la prohibición en la Plaza de la Merced: (1) para vecinos, posiblemente significa una revalorización económica y social del lugar en el que viven por la disminución de los niveles de ruido, suciedad y molestias en general; (2) para los hosteleros, significa algo poco valorado, puesto que, aunque consideran que la presencia del botellón no implica un beneficio directo para bares y pubs de la zona porque los asistentes al botellón posiblemente no sean grandes consumidores en estos locales, sí que significa un beneficio indirecto al favorecer la presencia de otra clientela al amparo del ambiente lúdico generado por el botellón. En el fondo, consideramos que el problema de los hosteleros es, fundamentalmente, de índole económica. De hecho, se quejan de que deben cerrar los locales alrededor de las tres de la mañana que es cuando los jóvenes abandonan el botellón y acuden a bares y pubs.

Los resultados obtenidos también permiten matizar las posibles discrepancias existentes entre vecinos y hosteleros respecto de la zona de la Plaza de la Merced, no sólo como el lugar donde se hace el botellón, sino también como la zona de “marcha” del centro de la ciudad. En este sentido, hemos podido comprobar que aquellos vecinos que están a favor del traslado del botellón a un lugar alternativo (el 60,40% estaría totalmente o bastante de acuerdo con esta medida) también están en gran parte de acuerdo con trasladar los locales de marcha (coeficiente de relación=.423), o al menos reducir los horarios de cierre de los locales (coeficiente de relación=.534). Estos

resultados invitan a pensar que no todas las quejas de los vecinos giran en torno a las molestias derivadas del botellón por sí solo, sino que también están incluyendo aquellas relacionadas con la “marcha” nocturna en general en las calles y plazas del centro. Por tanto, debemos ser conscientes de que no se debe demonizar el botellón y a sus participantes y que es necesario discriminar convenientemente qué aspectos están en el origen de las quejas de los vecinos para realizar intervenciones adecuadas y justas.

Características del nuevo lugar

Existen ciertas coincidencias entre colectivos en lo que respecta a las características que debería tener un lugar alternativo para hacer el botellón. Todas estas coincidencias aluden a cuestiones de tipo físico (amplitud y comunicación) y de dotación de servicios higiénicos, médicos y preventivos. Sin embargo, de nuevo, se detectan discrepancias entre los colectivos que revelan ciertos intereses contrapuestos. Así, a los hosteleros de la zona de la Plaza de la Merced, no les interesa que ese nuevo lugar disponga de actividades culturales y tiendas donde se pueda comprar alcohol, hielo, vasos, etc., ni tampoco de bares o pubs. Evidentemente esto disminuiría el “ambiente” nocturno en la zona del centro y el interés de las personas asistentes al botellón en regresar a los locales cercanos a la plaza.

También, los vecinos revelan intereses claros al señalar que el nuevo lugar no debería encontrarse próximo a la zona del centro. Además, destacan otras medidas de tipo sancionador (control policial, incluidas multas). Todos estos aspectos vuelven a hacernos reflexionar sobre quiénes deben ser los protagonistas de la negociación en la definición de un nuevo espacio para el botellón y sus características. Incluir a aquellos colectivos que no asisten directamente al botellón y que muestran un sesgo evidente hacia los propios intereses, podría desanimar a los participantes a implicarse de una forma profunda en la creación de su propio espacio. De nuevo, consideramos que la implicación directa y activa de los asistentes al botellón en la definición de sus propias actividades puede redundar no sólo en una mayor capacidad de autorregulación sino también en una mayor concienciación de la necesidad de convivir con otros colectivos.

Actitud general de vecinos y hosteleros

Finalmente, existen coincidencias claras en la actitud general de vecinos y hosteleros respecto de las molestias que se derivan del botellón, la escasez de beneficios directos que supone para los locales de la zona y que resultaría una actividad admisible si no molestase a nadie. Al mismo tiempo, más de la mitad de los integrantes de estos colectivos coinciden en señalar que sería deseable tener un grado alto de participación, conjuntamente con el Ayuntamiento, en relación con la toma de decisiones relativa al botellón.

En estas cuestiones se pueden retomar muchas de las conclusiones y reflexiones avanzadas en los párrafos anteriores. Por un lado, la idea de que la mayoría de los participantes está a favor de la regulación del botellón y la negociación de nuevos espacios y condiciones, nos invita a pensar que, junto con las autoridades locales, deben ser ellos los protagonistas principales en dichas tareas. Vecinos y hosteleros tendrían un mayor grado de participación en el caso de que el botellón permaneciese en la ubicación actual.

Por otro lado, la tolerancia y permisividad de vecinos y hosteleros hacia el botellón “no molesto” pueden entenderse por el carácter generalmente pacífico del mismo y la escasez de conductas violentas observadas, que normalmente se limitan a simples altercados puntuales que, además, posiblemente disminuirían si se aplicasen las medidas que se han ido desgranando a lo largo de este informe. En este punto cabe destacar el caso de los “macrobotellones” organizados en toda la geografía española a lo largo de este último mes de marzo, en los que pese al elevado número de participantes (por ejemplo, 7.000 asistentes en Sevilla o 20.000 en Granada) no se detectaron problemas de violencia remarcables. En estos botellones únicamente se observaron conductas de tipo violento en reacción a las represiones policiales (por ejemplo, en Huesca o Barcelona) y nunca entre los propios asistentes o contra los dispositivos desplegados para supervisarlos.

Reflexiones finales

Para finalizar, sería de interés destacar la posible implicación en el botellón de otros colectivos hasta ahora no tratados en este informe pero que merecen también una

reflexión breve pero muy significativa. Tal y como hemos indicado en la introducción de esta investigación, los padres y las entidades educativas son agentes determinantes en la vida de los jóvenes y en su consumo de sustancias en general (Cortés, Jiménez, Mestre, Nácher y Samper, 2005; Elzo, 2002, Megías, 2002; Sánchez y Rubio, 2001). Sin embargo, aunque ya han sido interpelados acerca de la cuestión de los botellones, su presencia activa es todavía muy incipiente (Baigorri y Fernández, 2002), de la misma manera que lo es en momentos donde supuestamente el compromiso de los padres debería ser mayor como es en la infancia y la adolescencia en general (Musitu et. al., 2001) y que es, creemos, por donde hay que empezar. Porque, ¿cómo se puede pensar que cuando los hijos son jóvenes se les puede socializar en la dirección “exigida” por los adultos? ¿No sería más saludable pensar en la socialización recíproca de jóvenes y adultos?

Ya hemos constatado en otros trabajos que la implicación de los padres de forma directa en la ayuda, tanto educativa como psicológica y social, a los hijos, es muy efectiva (Musitu y Cava, 2001; Musitu, Estévez, Jiménez y Martínez, 2006). Pero de nuevo nos surge otra pregunta, ¿por qué los padres se comprometen de forma tan incipiente en los programas de orientación y ayuda a los hijos? Responder a esta pregunta supondría traspasar los límites de este informe, pero creemos que debemos reflexionar seria y profundamente sobre la implicación de los adultos, padres y no padres, en la formación y educación de los más jóvenes. Posiblemente sea necesario avanzar en la idea de educar a los padres: educar desde la familia, formar e informar.

En este sentido, discrepamos de la idea de que el botellón es fundamentalmente una consecuencia visible o síntoma de un problema en los jóvenes, puesto que no consideramos que el botellón constituya *per se* un problema, sino más bien un indicador de que los jóvenes luchan por construir un espacio lúdico y divertido en el mundo “opresivo” construido *por* los adultos y *para* los adultos, y contra el que se están rebelando, sutil y lúdicamente. Probablemente sería extremo decir que tenemos los jóvenes que nos merecemos. Sin embargo, creemos que los jóvenes son en su gran mayoría reflexivos, sanos y dialogantes y, por tanto, ¿no sería más justo pensar en qué tipo de adultos somos los que estamos construyendo el mundo en el que se intentan integrar los jóvenes? Resulta en cierto modo paradójico que existan “macrobotellones adultos”, socialmente aceptados y valorados, y en donde está legitimado el traspasar los límites en el consumo de bebidas etílicas en la calle (fiestas populares, locales,

regionales, etc.). Como también resultan paradójicos los “microbotellones” que tienen lugar en las ceremonias familiares que, aunque sabemos que no responden al concepto del botellón, si creemos importante señalarlos porque constituyen en gran medida el lugar y momento de inicio en el consumo de alcohol en hijos e hijas.

Al preguntar a los jóvenes por las motivaciones para participar en el botellón, dejan entrever que se trata de una actividad exclusiva de ellos, que son ellos los creadores, que ese micromundo les pertenece y, también, que discrepan del mundo de ocio de los adultos, de sus normas, de sus opiniones y de sus intransigencias. Además, lo están diciendo de forma pacífica. Esta forma de divertirse es percibida por los adultos con resignación y crítica, mientras que los participantes lo perciben como un espacio lúdico de crecimiento. En definitiva, podemos decir que el botellón es una opción lúdica para los jóvenes que transmite a los adultos el mensaje de “estamos aquí y vosotros allí”.

Creemos, como ya lo venimos afirmado en este informe, que la vía para solucionar lo que los adultos entienden por “problema”, en este caso el botellón, es hacer partícipes a los jóvenes de las tomas de decisiones en el amplio espacio del mundo social, y muy particularmente en el de los espacios lúdicos y del tiempo libre. Porque, el problema de fondo es una cuestión de significado, que es justamente a lo que hemos pretendido llegar con este informe y que en otros términos no ha sido más que responder a la siguiente pregunta: ¿qué es el botellón para jóvenes y adultos? Naturalmente, desde esta perspectiva, lograr un entendimiento entre vecinos y hosteleros y jóvenes participantes, es intentar converger en el significado del botellón para cada uno, y para ello la vía no son las normas y leyes sino la comunicación y la negociación.

Capítulo IX

Bibliografía

- Antona, A. y Madrid, J. (2005). Una visión etnográfica del “botellón”. *Congreso Ser Adolescente, Hoy*. FAD. Madrid.
- Avellaneda, S., García, A. I. y Segura, A. (2002). El “fenómeno” del botellón en la Comunidad de Madrid. Defensor del Menor, Comunidad de Madrid.
- Baigorri, A. y Fernández, R. (2002). El botellón: una investigación sociológica. Grupo de Investigación en Estudios Sociales y Territoriales. Universidad de Extremadura.
- Cantera, L. M., Herrero, J., Montenegro, M. y Musitu, G. (2002). *Psicología Comunitaria i Benestar Social UOC* (Universitat Oberta de Catalunya).
- Consejería de Gobernación (2006). Estudio sobre la repercusión de la futura ley sobre potestades administrativas en materia de actividades de ocio en los espacios abiertos en los municipios de Andalucía. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Cortés, M. T., Giménez, J. A., Mestre, M. V., Nácher, M. J., Samper, P y Tur, A.. (2005). Los padres ante las nuevas formas de consumo de alcohol de los hijos. *II Congreso Hispano-Portugués de Psicología*.
- Elzo, J. (2002). ¿Cómo y por qué consumen los jóvenes? *Congreso Jóvenes, Noche y Alcohol*. Madrid: FAD.
- Jiménez, T., Musitu, G., Murgui, S. (2006). Funcionamiento y comunicación familiar y consumo de sustancias en la adolescencia: el rol mediador del apoyo social. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 21-34.
- Lila, M. S., Musitu, G. y Buelga, S. (2005). El Programa Lisis de Educación Familiar Madrid: Pirámide (en prensa).

- Martín, M. y Velarde, O. (2001). Informe Juventud en España 2000. Madrid: Injuve. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Megías, (2001). La noche: un conflicto de poder. *Revista de Estudios de Juventud*, 54 (bot-25).
- Musitu, G. (2006) Socialización familiar y valores de los adolescentes: un análisis intercultural. *Revista Mexicana de Psicología* (en prensa).
- Musitu, G., Buelga, S., Lila, M. y Cava, M. J. (2001). Familia y Adolescencia. Madrid: Síntesis.
- Musitu, G. y Cava, M. J. (2001). Familia y Educación. Barcelona: Octaedro.
- Musitu, G., Emler, N. y Estevez, E. (2006) Adjustment problems in the family and school contexts, attitude towards authority and violent behaviour at school in adolescence. *European Journal of Social Psychology* (in press).
- Musitu, G., Estévez, E., Jiménez, T. y Martínez, B. (2006). La adolescencia y sus contextos: familia, escuela e iguales. Madrid: Pearson (en prensa).
- Musitu, G., Jiménez, T. y Murgui, S. (2006). Funcionamiento familiar, autoestima y consumo de sustancias en adolescentes: un modelo de mediación. *Revista de Salud Pública de México* (en prensa).
- Observatorio Español sobre Drogas (2004). *Encuesta sobre drogas a población escolar*. Madrid: Ministerio del Interior. Delegación del Gobierno para el Plan nacional sobre Drogas.
- Sánchez, M. J. y Rubio, L. (2001). El botellón en la ciudad de Madrid. Estudio sociológico. Universidad Autónoma de Madrid.

Capítulo X

Anexos

Formación del encuestador

Actividades para la formación del encuestador

A continuación se presenta una guía para la formación del encuestador compuesta por cinco sencillos pasos. Se trata de cinco actividades que deben realizarse con la colaboración de todo el grupo de encuestadores que va a participar en un mismo estudio. Estas actividades deben realizarse en el orden propuesto. La duración aproximada de aplicación de las cinco actividades se estima en unas dos-tres horas.

1.- APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS POR PAREJAS.

Este primer punto tiene como objetivo que todos los encuestadores asuman el rol de encuestado. Para ello, los encuestadores trabajarán por parejas del siguiente modo: cada pareja debe aplicarse los tres formatos de cuestionarios (jóvenes, vecinos y propietarios), asumiendo y cambiando los roles de encuestador y encuestado.

2.- REVISIÓN DE LA TERMINOLOGÍA DE LOS CUESTIONARIOS.

El segundo punto tiene como objetivo revisar y modificar, si fuera necesario, la terminología utilizada en los cuestionarios. Una vez que todos los encuestadores se han aplicado los cuestionarios por parejas, es muy probable que se hayan detectado términos que se consideran poco adecuados o de difícil retención. Se trata, ahora, de realizar el siguiente trabajo individual: hacer propuestas de cambio de aquellos términos que se consideren inadecuados o difíciles de memorizar por sinónimos con los que el encuestado se sienta más familiarizado.

3.- APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS EN PÚBLICO.

En este tercer punto el objetivo es detectar entre todos los encuestadores “puntos débiles” de los cuestionarios. Para ello, se seleccionarán tres parejas al azar de entre las conformadas en el punto 1. Cada pareja elegirá un modelo de cuestionario (una pareja el de jóvenes, otra el de vecinos y otra el de propietarios). Un miembro de la pareja hará de encuestador y el otro de encuestado. Se trata de que, de una en una, las parejas representen la encuesta delante del resto. Los compañeros escucharán la entrevista y anotarán los problemas y debilidades que observen.

4.- DEBATE Y PUESTA EN COMÚN

A continuación se pondrán en común todas las ideas y sugerencias recogidas en los puntos anteriores y se establecerá un debate entre los encuestadores.

5.- RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

Decálogo de recomendaciones para encuestadores

Finalmente, a partir de la información recogida en el debate y puesta en común de opiniones, se establecerán conclusiones acerca de los cuestionarios y recomendaciones comunes dentro del grupo para llevar a cabo la aplicación. Las conclusiones y posibles sugerencias se detallarán por escrito en un informe final que deberá tener cada encuestador.

1.- El encuestador debe presentarse con su nombre e indicar el objetivo de la encuesta, así como el organismo que la promueve.

2.- El encuestador debe hacer ver al encuestado la importancia de su colaboración y destacar que la información recogida será tratada anónimamente.

3.- El encuestador deberá aplicar el cuestionario teniendo buen cuidado que las personas de alrededor no escuchen las preguntas, y lo que es más importante, las respuestas del encuestado.

4.- El encuestador deberá leer lentamente las preguntas asegurándose de que son comprendidas por el encuestado. Deberá leer las preguntas de forma pausada e inteligible para el encuestado.

5.- El encuestador leerá las preguntas en el mismo orden en el que aparecen en el cuestionario, siguiendo su numeración.

- 6.-** El encuestador procurará memorizar las preguntas del cuestionario o, al menos, conocer detalladamente el orden en el que se presentan, así como las distintas alternativas que componen las preguntas. Para ello, es aconsejable que el encuestador lea varias veces el cuestionario antes de realizar la encuesta.
- 7.-** El encuestador debe conocer las posibles respuestas a cada pregunta para que el encuestado utilice el menor tiempo posible en terminar el cuestionario.
- 8.-** El encuestador, en las preguntas de respuesta abierta, extractará la esencia de la respuesta del encuestado. No se trata de copiar literalmente la respuesta del encuestado sino de tomar nota de los aspectos más significativos de la misma.
- 9.-** El encuestador deberá mostrar interés en las intervenciones del encuestado, no únicamente apuntar las respuestas de forma mecánica. De esta forma, se motiva al encuestado a que responda de forma más sincera a las preguntas.
- 10.-** El encuestador se despedirá del encuestado agradeciendo su participación en la investigación.

Cuestionarios

Participantes

Hola, soy “_____ (nombre del encuestador)” y estoy haciendo una investigación para la Universidad Pablo de Olavide relacionada con el ocio de los jóvenes y, particularmente, con las actitudes y motivaciones de los jóvenes hacia el botellón.
 Te agradecería que me respondieras a unas pocas cuestiones que nos van a permitir conocerlo y entenderlo mejor. Te informo también que es anónimo.
 Muchas gracias por tu colaboración.

1. Para comenzar:

SEXO		OCUPACIÓN		NIVEL ESTUDIOS		CURSO
Varón	1	Trabaja	1	Postgrado/ Doctorado	1	<input style="width: 100%;" type="text"/>
Mujer	2	No trabaja	2	Universitarios	2	<input style="width: 100%;" type="text"/>
		¿Estudias?	SÍ	FP/BUP/Bachillerato	3	<input style="width: 100%;" type="text"/>
EDAD	<input style="width: 40px;" type="text"/>		NO	EGB-ESO	4	<input style="width: 100%;" type="text"/>
				Otro: _____	5	<input style="width: 100%;" type="text"/>
CON QUIEN VIVES						
		Piso estudiantes	1	DONDE VIVES		
		Solo	2	Málaga centro	1	
		Con mi familia	3	Málaga (no centro)	2	
		Con mi pareja	4	Málaga provincia	3	
		Otro: _____	5	Distancia (km): _____		

2. ¿Qué medio de transporte has utilizado para venir?

A pie	1
Moto (piloto)	2
Moto (paquete)	3
Coche (conductor)	4
Coche (pasajero)	5
Transporte público	6
Otro: _____	7
No sabe/ No contesta	8

3. ¿Conduces después de haber bebido alcohol? ¿Te turnas con tus amigos para que haya un conductor que no beba o no haya bebido?

CONDUCES		TURNOS	
Nunca	1	Nunca	1
A veces	2	A veces	2
Casi siempre	3	Casi siempre	3
Siempre	4	Siempre	4
No conduzco	5	No conduzco	5

4. A propósito, ¿conoces el programa “Un conductor cada noche” o “El conductor alternativo”?

Sí	1
No	2
No sabe/No contesta	3

5. ¿Dónde te encontrabas antes de venir al botellón? ¿En qué zona? ¿Adónde sueles ir después del botellón? ¿A qué zona?

ANTES DEL BOTELLÓN	
En mi casa	1
En el bar/pub	2
En el restaurante	3
En la disco	4
Otros: _____	5
No sabe/ No contesta	6

DESPUÉS DEL BOTELLÓN	
A mi casa	1
Al bar/pub	2
Al restaurante	3
A la disco	4
Otros: _____	5
No sabe/ No contesta	6

ZONA	
Zona de la Plaza de la Merced y sus alrededores	1
Otra zona	2

ZONA	
Zona de la Plaza de la Merced y sus alrededores	1
Otra zona	2

6. ¿A qué hora sueles venir al botellón?

¿A qué hora te sueles ir del botellón?

HORA DE LLEGADA: _____

HORA DE PARTIDA: _____

7. ¿Cuántas veces realizas el botellón al mes? ¿Qué días sueles hacer botellón? (RM)

CUÁNTAS VECES REALIZAS EL BOTELLÓN AL MES	
_____ veces al mes	
En ocasiones especiales _____	66
No sabe/No contesta _____	99

DÍA	
Lunes	1
Martes	2
Miércoles	3
Jueves	4
Viernes	5
Sábado	6
Domingo	7
No sabe/No contesta	8

8. ¿Cuántas veces sales habitualmente de marcha al mes?

CUÁNTAS VECES SALES DE MARCHA AL MES	
_____ veces al mes	
En ocasiones especiales _____	66
No sabe/No contesta _____	99

9. ¿Cuánto tiempo llevas haciendo botellón?

_____ AÑOS

10. ¿Cuál es tu gasto medio en el botellón?

¿Dónde compras generalmente la bebida para el botellón?

GASTO MEDIO		LUGAR DE COMPRA	
Menos de 5 euros	1	Supermercados	1
5-9 euros	2	Comercios en los alrededores de la Plaza de la Merced	2
10-14 euros	3	Chinos	3
15-19 euros	4	24 horas	4
20-25 euros	5	Bares de cuba litros	5
Más de 25 euros	6	Clandestinos	6
No sabe/ No contesta	7	Gasolineras	7
		Otro: _____	8
		No sabe/ No contesta	9

11. ¿A qué hora compras la bebida para el botellón?

HORA DE COMPRA: _____

Capítulo X Anexos

12. Normalmente, ¿qué sueles beber en el botellón? ¿Cuántas copas/ vasos sueles beber en el botellón? (RM)

BEBIDA	CANTIDAD		
	Chupito	Vaso 1/5	Tubo 1/3
Cerveza	1		
Vino	2		
Refresco/zumo/agua	3		
Licores (de manzana, pera, etc.)	4		
Combinados (destilados más refrescos, cubalibre,..)	5		
Destilados (ginebra, ron, whisky, vodka,..) sin combinar	6		
Sidra, cava, champagne	7		
Otras bebidas alcohólicas.	8		
Especificar: _____			
No sabe/ No contesta	9		

13. ¿Qué bebes después del botellón?(RM)

Refresco, agua, zumo	1	Alcohol	Nunca	1
Nada	2		A veces	2
			Casi siempre	3
			Siempre	4

14. Tú dirías que el botellón...

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
..fomenta el abuso del alcohol	4	3	2	1
..ensucia y afea la Plaza de la Merced	4	3	2	1
..causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	4	3	2	1
..provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	4	3	2	1
..incita el consumo de sustancias ilegales	4	3	2	1
..da una mala imagen de Málaga	4	3	2	1
..atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)	4	3	2	1
..molesta a los vecinos	4	3	2	1
..habría que prohibirlo	4	3	2	1

15. ¿En qué medida estás de acuerdo con estas frases?

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
El botellón sirve para reunirse con los amigos	4	3	2	1
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	4	3	2	1
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	4	3	2	1
La gente acude al botellón para emborracharse	4	3	2	1
Si se prohíbe el botellón iríamos más a los bares	4	3	2	1
El botellón habría que regularlo	4	3	2	1
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	4	3	2	1
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	4	3	2	1
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	4	3	2	1
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	4	3	2	1
La gente acude al botellón porque está de moda	4	3	2	1
El botellón permite que nos divirtamos	4	3	2	1

La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	4	3	2	1
--	---	---	---	---

16. Se viene al botellón a... (Valora de 0 a 10, siendo 10 total acuerdo)

beber	<input type="checkbox"/>
conocer gente nueva	<input type="checkbox"/>
estar al aire libre	<input type="checkbox"/>
a ligar	<input type="checkbox"/>

17. ¿Qué medidas propones para regular el botellón de la Plaza de la Merced y alrededores? (Valora de 0 a 10, siendo 10 total acuerdo)

No creo que haya que regularlo	<input type="checkbox"/>
Bajar el precio de copas en bares, pubs	<input type="checkbox"/>
Mayor control policial (incluidas multas)	<input type="checkbox"/>
Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)	<input type="checkbox"/>
Prohibirlo en <i>la Plaza de la Merced</i>	<input type="checkbox"/>
Crear un lugar específico para hacer el botellón	<input type="checkbox"/>
Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón	<input type="checkbox"/>

Hora inicio: _____
 Hora final: _____

18. ¿Qué características debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón? Valora de 0 a 10 la importancia de las siguientes características

Un lugar amplio	<input type="checkbox"/>
Con pubs/bares cerca	<input type="checkbox"/>
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	<input type="checkbox"/>
Con música	<input type="checkbox"/>
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	<input type="checkbox"/>
Que esté próximo al centro	<input type="checkbox"/>
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	<input type="checkbox"/>
Con aparcamiento	<input type="checkbox"/>
Con actividades culturales, lúdicas,..	<input type="checkbox"/>
Con control policial	<input type="checkbox"/>
Con servicio médico de urgencias	<input type="checkbox"/>
Con actividades y campañas de prevención	<input type="checkbox"/>
Con aseos públicos	<input type="checkbox"/>

19. Si existiera un lugar que cumpliera con las características que acabas de indicar, ¿estarías dispuesto/a a dejar la Plaza de la Merced y sus alrededores?

Sí	1	¿Dónde crees que debería estar este lugar? _____ → Ir a p. 19b
No	2	→ Ir a p. 20
No sabe/No contesta	3	

19b. ¿Irías a los locales de marcha del centro desde ese lugar, después de hacer el botellón?

Sí	1
No	2
No sabe/No contesta	3

20. Si el botellón no se traslada a otro lugar, ¿qué cambios harías en la Plaza de la Merced y sus alrededores? (Valora de 0 a 10, siendo 10 total acuerdo)

Más contenedores/ papeleras	<input type="checkbox"/>
Más aseos públicos	<input type="checkbox"/>
Más actividades culturales, lúdicas,..	<input type="checkbox"/>
Financiar ventanas aislantes para los vecinos	<input type="checkbox"/>
Servicio médico de urgencias	<input type="checkbox"/>
Más servicios de limpieza	<input type="checkbox"/>
No es necesario hacer ningún cambio	<input type="checkbox"/>

20b. Si estuviese en tus manos, ¿qué otros cambios harías?

21. ¿Conoces los servicios del SAM? ¿Te parecen útiles estas informaciones y campañas?

CONOCES		UTILIDAD	
Sí	1	Nada útiles	1
No	2	Poco útiles	2
No sabe/ No contesta	3	Útiles	3
		Muy útiles	4

22. Para finalizar, ¿cuál crees que es el origen del botellón en la Plaza de la Merced?

Vecinos

Hola, soy “_____ (nombre del encuestador)” y estoy haciendo una investigación para la Universidad Pablo de Olavide relacionada con el ocio de los jóvenes y, particularmente, con las actitudes y motivaciones de los jóvenes, vecinos y encargados y propietarios de locales hacia el botellón.

Le agradecería muy sinceramente que me respondiera a unas pocas cuestiones que nos van a permitir conocer con más detalle este hecho social. Le informo también que es anónimo.

Muchas gracias por su colaboración.

0.a. ¿Su vivienda o usted personalmente se ve afectado por el botellón de la Plaza de la Merced?

Sí	1
No	2

0.b. ¿En qué piso vive?

Planta baja	0
Primero o Segundo	1
Tercero o Cuarto	2
Quinto o superior	3

1. Para comenzar:

SEXO		OCUPACIÓN		NIVEL ESTUDIOS TERMINADOS	
Varón	1	Trabaja	1	Postgrado/ Doctorado	1
Mujer	2	No trabaja	2	Universitarios	2
		¿Estudias?	SÍ	FP/BUP/Bachillerato	3
EDAD	<input type="text"/>		NO	EGB-ESO	4
				Otro: _____	5

2. ¿A qué hora comienza el botellón en la Plaza de la Merced y alrededores? ¿A qué hora termina el botellón en la Plaza de la Merced y alrededores?

HORA COMIENZO: _____ HORA FINALIZACIÓN: _____

3. ¿Qué días de la semana se hace botellón en la Plaza de la Merced y alrededores? (RM)

DÍA	
Lunes	1
Martes	2
Miércoles	3
Jueves	4
Viernes	5
Sábado	6
Domingo	7
No sabe/No contesta	8

4. ¿Usted diría que el botellón..?

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
..fomenta el abuso del alcohol	4	3	2	1
..ensucia y afea la Plaza de la Merced	4	3	2	1
..causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	4	3	2	1
..provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	4	3	2	1
..incita el consumo de sustancias ilegales	4	3	2	1
..da una mala imagen de Málaga	4	3	2	1
..atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)	4	3	2	1
..molesta a los vecinos	4	3	2	1

..habría que prohibirlo	4	3	2	1
-------------------------	---	---	---	---

5. ¿En qué medida está de acuerdo con estas frases?

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
El botellón sirve para reunirse con los amigos	4	3	2	1
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	4	3	2	1
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	4	3	2	1
La gente acude al botellón para emborracharse	4	3	2	1
Si se prohíbe el botellón los jóvenes irían más a los bares	4	3	2	1
El botellón habría que regularlo	4	3	2	1
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	4	3	2	1
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	4	3	2	1
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	4	3	2	1
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	4	3	2	1
La gente acude al botellón porque está de moda	4	3	2	1
El botellón permite que los jóvenes se diviertan	4	3	2	1
La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	4	3	2	1

6. Respecto del botellón, ¿cree usted que..?

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
..el ruido es el principal problema para los vecinos	4	3	2	1
..beneficia a los pubs	4	3	2	1
.. es admisible si no molesta a nadie	4	3	2	1
..forma parte de nuestra cultura	4	3	2	1
..es producto de la falta de educación de los jóvenes	4	3	2	1
..debería trasladarse a otro lugar	3	3	2	1
..no queda más remedio que aguantarlo	4	3	2	1

7. Valore de 0 a 10, según su importancia, cada una de las siguientes medidas para regular el botellón en la Plaza de la Merced y sus alrededores

- No creo que haya que regularlo
- Bajar el precio de copas en bares, pubs
- Mayor control policial (incluidas multas)
- Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)
- Prohibirlo en *la Plaza de la Merced*
- Crear un lugar específico para hacer el botellón
- Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón

Hora inicio: _____
 Hora final: _____

7a. ¿Qué le parecen estas dos medidas? (Valore de 0 a 10, siendo 10 total acuerdo)

Reducir los horarios de cierre de pubs y bares de la Plaza de la Merced y sus alrededores
Trasladar los locales de marcha a otro lugar

8. ¿Estaría usted de acuerdo con que se trasladara el botellón a otro lugar?

- | | |
|-------------|---|
| Sí | 1 |
| No | 2 |
| Me da igual | 3 |

9. ¿Qué características debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón? Valore de 0 a 10 la importancia de las siguientes características

Un lugar amplio	<input type="text"/>
Con pubs/bares cerca	<input type="text"/>
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	<input type="text"/>
Con música	<input type="text"/>
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	<input type="text"/>
Que esté próximo al centro	<input type="text"/>
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	<input type="text"/>
Con aparcamiento	<input type="text"/>
Con actividades culturales, lúdicas,..	<input type="text"/>
Con control policial	<input type="text"/>
Con servicio médico de urgencias	<input type="text"/>
Con actividades y campañas de prevención	<input type="text"/>
Con aseos públicos	<input type="text"/>

10. Si el botellón no se traslada a otro lugar, ¿qué cambios haría en la Plaza de la Merced y sus alrededores? (Valore de 0 a 10, siendo 10 total acuerdo)

Más contenedores/ papeleras	<input type="text"/>
Más aseos públicos	<input type="text"/>
Más actividades culturales, lúdicas,..	<input type="text"/>
Financiar ventanas aislantes para los vecinos	<input type="text"/>
Servicio médico de urgencias	<input type="text"/>
Más servicios de limpieza	<input type="text"/>
No es necesario hacer ningún cambio	<input type="text"/>

11. ¿En qué medida deberían participar los vecinos, junto con el Ayuntamiento, en las decisiones sobre el tema del botellón?

- | | |
|--|---|
| Ninguna participación, es trabajo del Ayuntamiento | 1 |
| Poca participación, sólo queremos información | 2 |
| Participación moderada, que atiendan nuestras quejas y nos den información | 3 |
| Participación alta y más directa, trabajar para proponer soluciones y tomar decisiones conjuntamente | 4 |

12. Para finalizar, ¿dónde cree que está el origen del botellón?

Propietarios y encargados de locales

Hola, soy “_____ (nombre del encuestador)” y estoy haciendo una investigación para la Universidad Pablo de Olavide relacionada con el ocio de los jóvenes y, particularmente, con las actitudes y motivaciones de los jóvenes, vecinos y encargados y propietarios de locales hacia el botellón.

Le agradecería muy sinceramente que me respondiera a unas pocas cuestiones que nos van a permitir conocer con más detalle este hecho social. Le informo también que es anónimo.

Muchas gracias por su colaboración.

1. Para comenzar:

SEXO		OCUPACIÓN		NIVEL ESTUDIOS TERMINADOS	
Varón	1	Propietario	1	Postgrado/ Doctorado	1
Mujer	2	Encargado	2	Universitarios	2
				FP/BUP/ Bachillerato	3
				EGB-ESO	4
EDAD	<input type="text"/>			Otro: _____	5

2. Su establecimiento es un....

Pub – bar con música	1
Café - bar	2
Café - teatro	3
Discoteca /disco pub	4
Bodega	5
Otros: _____	6
No sabe/ No contesta	7

3. ¿Cuál es el horario de su establecimiento?

HORA DE APERTURA: _____ HORA DE CIERRE: _____

4 ¿Existe en su local algún tipo de incentivo al consumo?(RM)

Descuentos/ofertas	1	
2x1	2	
Invitación a “chupito”	3	
Invitación a copa	4	
Invitación a cóctel	5	
Sorteos y regalos	6	
Día de la mujer (incentivos exclusivos mujeres)	7	
Hora feliz (incentivo al consumo en determinada hora)	8	Indique hora: _____
Otros: _____	9	
No	10	
No sabe/No contesta	11	

5 ¿Cuál es el gasto medio de un cliente en su establecimiento?

Menos de 5 euros	1
5-9 euros	2
10-14 euros	3
15-19 euros	4
20-25 euros	5
Más de 25 euros	6
No sabe/ No contesta	7

6. ¿En qué momento (día y hora) acude mayor número de personas a su local?

DÍA		HORA: _____
Lunes	1	
Martes	2	
Miércoles	3	
Jueves	4	
Viernes	5	
Sábado	6	
Domingo	7	
No sabe/ No contesta	8	

7. ¿Cuál es la edad media de la gente que acude a su local?

Menores de 18 años	10	De unos 25 años	25
De unos 18 años	18	De unos 26 años	26
De unos 19 años	19	De unos 27 años	27
De unos 20 años	20	De unos 28 años	28
De unos 21 años	21	De unos 29 años	29
De unos 22 años	22	De unos 30 años	30
De unos 23 años	23	Mayores de 30 años	31
De unos 24 años	24	No sabe/ No contesta	40

8. ¿Usted diría que el botellón..?

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
..fomenta el abuso del alcohol	4	3	2	1
..ensucia y afea la Plaza de la Merced	4	3	2	1
..causa altercados del orden público alrededor de la Plaza de la Merced	4	3	2	1
..provoca intoxicaciones de alcohol y emergencias médicas	4	3	2	1
..incita el consumo de sustancias ilegales	4	3	2	1
..da una mala imagen de Málaga	4	3	2	1
..atrae a delincuentes (camellos, ladrones,..)	4	3	2	1
..molesta a los vecinos	4	3	2	1
..habría que prohibirlo	4	3	2	1

9. ¿En qué medida está de acuerdo con estas frases?

	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
El botellón sirve para reunirse con los amigos	4	3	2	1
El precio de las consumiciones en los bares y pubs es la causa principal del botellón	4	3	2	1
La gente acude al botellón porque en pubs y bares no se puede conversar con los amigos	4	3	2	1
La gente acude al botellón para emborracharse	4	3	2	1
Si se prohíbe el botellón los jóvenes irían más a los bares	4	3	2	1
El botellón habría que regularlo	4	3	2	1
Cerca de la Plaza de la Merced se puede comprar comida, hielo y vasos para el botellón	4	3	2	1
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque está cerca de los bares y pubs	4	3	2	1
El botellón se hace en la Plaza de la Merced porque es amplia	4	3	2	1
Cerca de la Plaza de la Merced hay parking, paradas de taxi y transporte público para acudir al botellón	4	3	2	1
La gente acude al botellón porque está de moda	4	3	2	1
El botellón permite que los jóvenes se diviertan	4	3	2	1
La principal causa del botellón es la falta de alternativas (conciertos, etc.)	4	3	2	1

10. Respecto del botellón, ¿cree usted que..?	Total acuerdo	Bastante de acuerdo	En parte de acuerdo	Nada de acuerdo
..el ruido es el principal problema para los vecinos	4	3	2	1
..beneficia a los pubs	4	3	2	1
.. es admisible si no molesta a nadie	4	3	2	1
..forma parte de nuestra cultura	4	3	2	1
..es producto de la falta de educación de los jóvenes	4	3	2	1
..debería trasladarse a otro lugar	3	3	2	1
..no queda más remedio que aguantarlo	4	3	2	1

11. Valore de 0 a 10, según su importancia, cada una de las siguientes medidas para regular el botellón en la Plaza de la Merced y alrededores

- No creo que haya que regularlo
- Bajar el precio de copas en bares, pubs
- Mayor control policial (incluidas multas)
- Sanciones no económicas (trabajos para la comunidad, limpieza de la Plaza de la Merced)
- Prohibirlo en *la Plaza de la Merced*
- Crear un lugar específico para hacer el botellón
- Pactar un horario entre jóvenes, locales y vecinos para hacer botellón

Hora inicio: _____
Hora final: _____

12. ¿El botellón perjudica a su local?

- Sí 1
- No 2
- No sabe/ No contesta 3

12b. ¿Por qué?

13. ¿Estaría usted de acuerdo con que se trasladara el botellón a otro lugar?

- Sí 1
- No 2
- Me da igual 3

13b. ¿Por qué?

14. ¿Qué características debería tener un nuevo lugar para hacer el botellón? Valore de 0 a 10 la importancia de las siguientes características

Un lugar amplio	<input type="text"/>
Con pubs/bares cerca	<input type="text"/>
Con tiendas para comprar comida, hielo, vasos,..	<input type="text"/>
Con música	<input type="text"/>
Con tiendas para comprar bebidas alcohólicas	<input type="text"/>
Que esté próximo al centro	<input type="text"/>
Bien comunicado (transporte público, taxis,..)	<input type="text"/>
Con aparcamiento	<input type="text"/>
Con actividades culturales, lúdicas,..	<input type="text"/>
Con control policial	<input type="text"/>
Con servicio médico de urgencias	<input type="text"/>
Con actividades y campañas de prevención	<input type="text"/>
Con aseos públicos	<input type="text"/>

15. Si el botellón no se traslada a otro lugar, ¿qué cambios haría en la Plaza de la Merced y sus alrededores? (Valore de 0 a 10, siendo 10 total acuerdo)

Más contenedores/ papeleras	<input type="text"/>
Más aseos públicos	<input type="text"/>
Más actividades culturales, lúdicas,..	<input type="text"/>
Financiar ventanas aislantes para los vecinos	<input type="text"/>
Servicio médico de urgencias	<input type="text"/>
Más servicios de limpieza	<input type="text"/>
No es necesario hacer ningún cambio	<input type="text"/>

16. ¿En qué medida deberían participar los propietarios de los locales, junto con el Ayuntamiento, en las decisiones sobre el tema del botellón?

Ninguna participación, es trabajo del Ayuntamiento	1
Poca participación, sólo queremos información	2
Participación moderada, que atiendan nuestras quejas y nos den información	3
Participación alta y más directa, trabajar para proponer soluciones y tomar decisiones conjuntamente	4

17. Para finalizar, ¿dónde cree que está el origen del botellón?

Señalar por el encuestador:

Local situado en la zona 1 (central)	<input type="text"/>
Local situado en la zona 2 (periférica)	<input type="text"/>

Instrucciones a los encuestadores

Participantes

<i>Instrucciones generales</i>	<p>Comunicarle al entrevistado que la encuesta es anónima.</p> <p>Comunicarle al entrevistado que el objetivo principal de la encuesta es conocer su opinión sobre el botellón en Málaga.</p> <p>El encuestador hará un círculo en el número de la opción u opciones que se corresponda con la respuesta del entrevistado. La posibilidad de una o más respuestas en cada pregunta queda detallada a continuación. En la encuesta la posibilidad de respuesta múltiple queda señalada mediante RM.</p> <p>Si alguna de las respuestas del entrevistado no se encuentra entre las opciones disponibles, se anotará en el apartado de “otros” una respuesta breve pero lo más literal posible</p>
<i>Juventud</i>	<p>Pregunta 1, 2-3-4</p> <p>Pregunta 1. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) por la edad (debe ser escrita por el encuestador), sexo, si trabaja, si está estudiando, su nivel de estudios y curso (sólo si está cursando estudios, si los ha completado no es necesario), con quien vive y donde. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda.</p> <p>Pregunta 2. Se le pregunta al encuestado por el medio de transporte utilizado (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 3. Se le pregunta al encuestado si conduce después de beber alcohol y si se turna en el puesto de conductor. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda.</p> <p>Pregunta 4. Se le pregunta al encuestado si conoce los programas “Un conductor cada noche” y “El conductor alternativo”. La pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p>
Pregunta 5-6-7-8-9	<p>Pregunta 5. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) por el lugar en el que estaba antes del botellón y a continuación se le pregunta por la zona en la que estaba. También se le pregunta a dónde suele ir después y a continuación se le pregunta por la zona a la que va. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 6. Se le pregunta al encuestado por la hora a la que llega y se marcha del botellón (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Cada pregunta (día y hora) únicamente admite una respuesta. La respuesta del entrevistado se escribe en el lugar correspondiente.</p> <p>Pregunta 7. Se le pregunta al encuestado por la frecuencia con que realiza el botellón y que días suele hacerlo (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La primera pregunta únicamente admite una respuesta. En la segunda son posibles varias respuestas. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 8. Se le pregunta al encuestado por la frecuencia de salida de marcha (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 9. Se le pregunta al encuestado cuanto tiempo lleva haciendo botellón (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta. La respuesta del entrevistado se escribe en el lugar correspondiente. Se procura traducir la respuesta del encuestado a años (ejemplo, 6 meses; 0,5 años).</p>

<p>Pregunta 10-11-12-13</p>	<p>Pregunta 10. Se le pregunta al encuestado por el gasto medio y el lugar donde compra la bebida (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 11. Se le pregunta al encuestado por la hora a la que compra la bebida (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 12. Se le pregunta al encuestado por lo que suele beber (lectura de la pregunta) y la cantidad, y se espera que responda. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 13. Se le pregunta al encuestado qué bebe después del botellón (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Si responde que bebe alcohol, se le pregunta por la frecuencia. Si responde que bebe refrescos/agua/zumos o nada se marca nunca en la casilla de alcohol. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p>
<p>Pregunta 14-15</p>	<p>Introducción para el encuestado del nuevo formato de respuesta. <i>“Ahora te voy a leer un conjunto de frases con las que debes mostrarte en mayor o menor medida de acuerdo o en desacuerdo, de 4 (total acuerdo) a 1 (nada de acuerdo)”</i>. A continuación, se informa al encuestador de las alternativas de respuesta. Acto seguido, se lee cada una de las frases y se solicita la respuesta del encuestado. Cada frase únicamente admite una respuesta.</p>
<p>Pregunta 16-17-18</p>	<p>Pregunta 16. Introducción para el encuestado del nuevo formato de respuesta. <i>“Ahora te voy a leer un conjunto de frases a las que debes otorgar mayor o menor importancia de 0 a 10 (10, mayor importancia)”</i>. Se le pregunta al encuestado qué viene a hacer al botellón (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p> <p>Pregunta 17. Se le pregunta al encuestado por las medidas para regular el botellón (lectura de la pregunta). Es necesario leer también las alternativas de respuesta por el encuestador. Si se valora la opción <i>“Pactar un horario...”</i>, como 5 o superior se le pregunta por el horario.</p> <p>Pregunta 18. Se le pregunta al encuestado por las características que debería tener el lugar ideal para el botellón (lectura de la frase) y se espera que responda de 0 a 10. Es necesario leer cada una de las frases por el encuestador.</p>
<p>Pregunta 19-19b-20-20b</p>	<p>Pregunta 19. Se le pregunta al encuestado por su predisposición a trasladarse al nuevo lugar de botellón y donde lo situaría (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que responda. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador. La pregunta únicamente admite una respuesta. Si se responde NO se pasa directamente a la pregunta 20.</p> <p>Pregunta 19b. Únicamente si el encuestado ha respondido SÍ en la pregunta 19. Se le pregunta al encuestado si acudiría a los locales del centro desde el nuevo lugar del botellón (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que responda. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador. La pregunta únicamente admite una respuesta.</p> <p>Pregunta 20. Se le pregunta al encuestado por los cambios en la Plaza de la Merced si el botellón no se traslada (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que valore de 0 a 10 cada una de las frases.</p> <p>Pregunta 20b. Se le pregunta al encuestado que cambios haría en la Plaza de la Merced y sus alrededores (lectura de la pregunta) y se espera a que responda anotando lo que diga el encuestado.</p>

Pregunta 21-22	<p>Pregunta 21. Se le pregunta al encuestado si conoce los servicios del SAM y cuál cree que es su utilidad (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta.</p> <p>Pregunta 22. Se le pregunta al encuestado cuál cree que es el origen del botellón en la Plaza de la Merced (lectura de la pregunta) y se espera a que responda anotando lo que diga el encuestado.</p>
----------------	---

Vecinos

<i>Instrucciones generales</i>	<p>Comunicarle al entrevistado que la encuesta es anónima. Comunicarle al entrevistado que el objetivo principal de la encuesta es conocer su opinión sobre el botellón en Málaga. El encuestador hará un círculo en el número de la opción u opciones que se corresponda con la respuesta del entrevistado. La posibilidad de una o más respuestas en cada pregunta queda detallada a continuación. En la encuesta la posibilidad de respuesta múltiple queda señalada mediante RM. Si alguna de las respuestas del entrevistado no se encuentra entre las opciones disponibles, se anotará en el apartado de “otros” una respuesta breve pero lo más literal posible.</p>
<i>Vecinos</i>	
<i>Pregunta</i>	<i>Procedimiento</i>
Pregunta 0a y 0b	<p>Pregunta 0.a. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) si su vivienda o él en persona de ven afectados por el botellón de la Plaza. Si la respuesta es afirmativa, continúa con la pregunta 0.b y el resto del cuestionario. Si la respuesta es negativa, se desestima a esa persona como encuestado. Esto quiere decir que ningún cuestionario puede reflejar en esta pregunta la alternativa “No” (2).</p> <p>Pregunta 0.b. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) en qué piso vive. La pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p>
Pregunta 1, 2, 3	<p>Pregunta 1. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) por la edad (debe ser escrita por el encuestador), sexo, si trabaja, nivel de estudios. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda.</p> <p>Pregunta 2. Se le pregunta al encuestado por la hora aproximada de comienzo y término del botellón (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La respuesta del entrevistado se escribe en el lugar correspondiente.</p> <p>Pregunta 3. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) por los días de la semana que se realiza botellón y se espera que responda. Respuesta múltiple. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador.</p>
Pregunta 4, 5, 6	<p>Introducción para el encuestado del nuevo formato de respuesta. “<i>Ahora le voy a leer un conjunto de frases con las que debe mostrarse en mayor o menor medida de acuerdo o desacuerdo</i>”. A continuación, se informa al encuestador de las alternativas de respuesta (desde total acuerdo a nada de acuerdo). Acto seguido, se lee cada una de las preguntas y sus frases correspondientes y se solicita la respuesta del encuestado. Cada frase únicamente admite una respuesta.</p>
Pregunta 7, 7a, 8, 9	<p>Pregunta 7. Introducción para el encuestado del nuevo formato de respuesta. “<i>Ahora le voy a leer un conjunto de frases a las que debe otorgar mayor o menor importancia de 0 a 10 (10, mayor importancia)</i>”. Se le pide al encuestado que valore de 0 a 10 diferentes medidas para regular el botellón (lectura de la frase) y se espera que responda. Es necesario leer cada una de las frases por el encuestador.</p> <p>Pregunta 7a. Se le pide al encuestado que valore de 0 a 10 dos medidas específicas para regular el botellón. Es necesario leer cada una de las frases por el encuestador. Si se valora la opción “<i>Pactar un horario...</i>”, como 5 o superior se le pregunta por el horario.</p> <p>Pregunta 8. Se le pregunta al encuestado por el traslado del botellón (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que responda. No es necesario leer las alternativas de respuesta por el encuestador. La pregunta únicamente admite una respuesta.</p>

	<p>Pregunta 9. Se le pide al encuestado que valore de 0 a 10 diferentes características que podría tener un nuevo lugar para hacer botellón y se espera que responda. Es necesario leer cada una de las frases por el encuestador.</p>
Pregunta 10, 11 y 12	<p>Pregunta 10. Se le pregunta al encuestado que valore de 0 a 10 los cambios que haría en la Plaza de la Merced en caso que el botellón no se traslade a otro lugar. Se lee la pregunta y se espera que valore de 0 a 10 cada una de las frases.</p> <p>Pregunta 11. Se le pregunta al encuestado por la participación de los vecinos en las decisiones sobre el tema del botellón (lectura de la pregunta). Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta.</p> <p>Pregunta 12. Se le pregunta al encuestado dónde cree que está el origen del botellón (lectura de la pregunta) y se espera a que responda anotando lo que diga el encuestado.</p>

Propietarios

<p><i>Instrucciones generales</i></p>	<p>Comunicarle al entrevistado que la encuesta es anónima. Comunicarle al entrevistado que el objetivo principal de la encuesta es conocer su opinión sobre el botellón en Málaga. El encuestador hará un círculo en el número de la opción u opciones que se corresponda con la respuesta del entrevistado. La posibilidad de una o más respuestas en cada pregunta queda detallada a continuación. En la encuesta la posibilidad de respuesta múltiple queda señalada mediante RM. Si alguna de las respuestas del entrevistado no se encuentra entre las opciones disponibles, se anotará en el apartado de “otros” una respuesta breve pero lo más literal posible</p>
<p><i>Propietarios</i></p>	
<p>Pregunta 1</p>	<p>Pregunta 1. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) por la edad (debe ser escrita por el encuestador), sexo, ocupación, nivel de estudios. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda.</p>
<p>Pregunta 2, 3, 4, 5, 6, 7</p>	<p>Pregunta 2. Se le pregunta al encuestado (lectura de la pregunta) por el tipo de establecimiento. La pregunta únicamente admite una respuesta. Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda.</p> <p>Pregunta 3. Se le pregunta al encuestado por la hora de apertura y cierre del local (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Cada pregunta únicamente admite una respuesta. La respuesta del entrevistado se escribe en el lugar correspondiente.</p> <p>Pregunta 4. Se le pregunta al encuestado por los incentivos al consumo en su local (lectura de la pregunta) y se espera que responda. No es necesario que las alternativas de respuesta sean leídas por el encuestador. Son posibles varias respuestas (selección de más de una alternativa por el encuestado). En caso de existir “hora feliz” se le pregunta por dicha hora y se anota la respuesta.</p> <p>Pregunta 5. Se le pregunta al encuestado por el gasto medio de los clientes (lectura de la pregunta) y se espera que responda. No es necesario que las alternativas de respuesta sean leídas por el encuestador. La pregunta únicamente admite una respuesta. La respuesta del entrevistado se marca en la categoría adecuada.</p> <p>Pregunta 6. Se le pregunta al encuestado por el momento en que acude más gente a su local (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Cada pregunta (día y hora) únicamente admite una respuesta. La respuesta del entrevistado se escribe en el lugar correspondiente.</p> <p>Pregunta 7. Se le pregunta al encuestado por la edad media de la gente que acude a su local (lectura de la pregunta) y se espera que responda. La pregunta únicamente admite una respuesta. No es necesario que las alternativas de respuesta sean leídas por el encuestador. La respuesta del entrevistado se marca en la categoría adecuada, dicha respuesta debe ser un número necesariamente, no un intervalo (ejemplo, no debe ser “entre 20 y 23 años”, debe ser 22 o 21).</p>
<p>Pregunta 8, 9 y 10</p>	<p>Introducción para el encuestado del nuevo formato de respuesta. “<i>Ahora le voy a leer un conjunto de frases con las que debe mostrarse en mayor o menor medida de acuerdo o desacuerdo</i>”. A continuación, se informa al encuestador de las alternativas de respuesta. Acto seguido, se lee cada una de las frases y se solicita la respuesta del encuestado. Cada frase únicamente admite una respuesta.</p>

Pregunta 11, 12, 12b	<p>Pregunta 11. Introducción para el encuestado del nuevo formato de respuesta. “<i>Ahora le voy a leer un conjunto de frases a las que debe otorgar mayor o menor importancia de 0 a 10 (10, mayor importancia)</i>”. Se le pide al encuestado que valore de 0 a 10 diferentes medidas para regular el botellón (lectura de la frase) y se espera que responda. Es necesario leer cada una de las frases por el encuestador. Si se valora la opción “<i>Pactar un horario...</i>”, como 5 o superior se le pregunta por el horario.</p> <p>Pregunta 12. Se le pregunta al encuestado si piensa que el botellón perjudica a su local (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que responda. No es necesario que las alternativas de respuesta sean leídas por el encuestador. La pregunta únicamente admite una respuesta.</p> <p>Pregunta 12b. Se le pregunta al encuestado la razón o el porqué de la alternativa señalada en la pregunta 12.</p>
Pregunta 13, 13b, 14 y 15	<p>Pregunta 13. Se le pregunta al encuestado por el traslado del botellón (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que responda. No es necesario que las alternativas de respuesta sean leídas por el encuestador. La pregunta únicamente admite una respuesta.</p> <p>Pregunta 13b. Se le pregunta al encuestado la razón o el porqué de la alternativa señalada en la pregunta 13. Se escribe la respuesta del encuestado.</p> <p>Pregunta 14. De nuevo se debe introducir al encuestado sobre el formato de respuesta utilizado en la pregunta 10 con la siguiente frase: “<i>Ahora le voy a leer un conjunto de frases a las que debe otorgar mayor o menor importancia de 0 a 10 (10, mayor importancia)</i>”. Se le pregunta al encuestado por las características que debería tener un nuevo lugar para hacer botellón (lectura de la pregunta) y se espera que responda. Es necesario leer cada una de las frases por el encuestador.</p> <p>Pregunta 15. Se le pregunta al encuestado que valore de 0 a 10 (10, total acuerdo) los cambios haría en la Plaza de la Merced y sus alrededores en el caso de que el botellón no se traslade a otro lugar (lectura de la pregunta). Se lee la pregunta y se espera que valore de 0 a 10 cada una de las frases.</p>
Pregunta 16	Pregunta 16. Se le pregunta al encuestado por la participación de los propietarios (lectura de la pregunta). Se leen las alternativas de respuesta y se espera que responda.
Pregunta 17	Pregunta 17. Se le pregunta al encuestado dónde cree que está el origen del botellón (lectura de la pregunta) y se espera a que responda anotando lo que diga el encuestado.
Pregunta final	Esta pregunta no debe responderla el encuestado. El encuestador debe anotar la opción que corresponda.

Protocolo de observación

“Botellón” en Málaga: realidades y propuestas

Protocolo observación Ayuntamiento de Málaga

Este Protocolo pretende servir de guía para la observación y toma de notas del botellón que se realiza en la Plaza de la Merced, Málaga. No pretende ser un protocolo cerrado, sino un lugar en donde, siguiendo una guía, se puedan apuntar todas aquellas cosas que se consideren de interés para entender y abordar el “botellón” que se produce en la Plaza de la Merced.

- Número aproximado de personas, edades aproximadas de los asistentes, representación de cada sexo, cantidad de personas por grupo, tipología de los grupos, grupos mayoritarios, grupos líderes, relación entre los distintos grupos, etc.:

- Horarios aproximados de llegada, de mayor afluencia y de partida de la gente:

- Alcohol: lugares en donde se compra, bebidas mayoritarias y minoritarias, niveles aproximados de consumo:

- Drogas: presencia de consumo de drogas, visibilidad, tipos, etc.:

- Actividades realizadas por los grupos:

- Descripción de las calles y plazas adyacentes (¿hay botellón?, ¿hay posibilidad de que lo haya?, etc.)

- Observaciones adicionales

Nombre y apellidos, y firma:

Fecha: