

/

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas**

**Título del Trabajo Fin de Grado:
Ocio nocturno de los jóvenes
Universitarios**

Presentado por:

Juan Diego Santos Jiménez

Tutelado por:

Jesús Gutiérrez Cillán

Valladolid, 16 de septiembre de 2020

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	3
4. MUESTRA Y CUESTIONARIO.....	4
5. ANÁLISIS DEL OCIO DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS.....	8
5.1 Ocio de los jóvenes universitarios.....	8
5.2 Ocio nocturno de los jóvenes universitarios.....	14
5.3 Ocio en bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios.....	17
6. CONCLUSIONES.....	29
7. BIBLIOGRAFÍA.....	30
8. ANEXO.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1 Ficha técnica de muestreo.....	7
Tabla 4.2. Estudiantes matriculados de grado, máster y doctorado. Curso 2017-2018.....	7
Tabla 5.1. Importancia del ocio de jóvenes universitarios en su vida cotidiana.....	9
Tabla 5.2 Razones de la realización o no de las actividades de ocio de los jóvenes universitarios.....	10

Tabla 5.3 Compañía de la realización de las actividades de ocio de los jóvenes universitarios.....	11
Tabla 5.4 Presupuesto semanal de los jóvenes universitarios para las actividades de ocio. Ocupación y sexo.....	12
Tabla 5.5 Valoración de disponibilidad de horas de ocio a la semana.....	13
Tabla 5.6 Causas de la insuficiencia de la disponibilidad de horas de ocio a la semana.....	13
Tabla 5.7 Disponibilidad de tiempo libre del universitario antes y después de la universidad.....	13
Tabla 5.8 Opiniones sobre ocio nocturno.....	15
Tabla 5.9 Ficha de muestreo (2).....	18
Tabla 5.10 Medio de transporte utilizado para llegar a la zona de bares nocturnos y discotecas.....	19
Tabla 5.11 Medio de transporte utilizado para regresar a casa después del ocio nocturno.....	19
Tabla 5.12 Motivos de asistencia a bares nocturnos y discotecas de jóvenes universitarios.....	20
Tabla 5.13 Días de la semana de asistencia a bares nocturnos y discotecas.....	20
Tabla 5.14 Tipo de personalidad del individuo respecto a su frecuencia de salida nocturna.....	22
Tabla 5.15 Frecuencia de los jóvenes universitarios al hacer botellón.....	23
Tabla 5.15 (2) Gasto en consumo en un botellón. Ocupación y sexo.....	23

Tabla 5.16 Ventajas de atributos del botellón respecto a los de salir de bares nocturnos y discotecas.....	24
Tabla 5.17 Frecuencia de cenas de los universitarios antes de salir de marcha.....	25
Tabla 5.18 Horario de salida a bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios.....	25
Tabla 5.19 Horario de regreso de bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios.....	25
Tabla 5.20 Número medio de bares nocturnos y discotecas que frecuentan los jóvenes universitarios.....	26
Tabla 5.21 Gastos de ocio nocturno de los jóvenes universitarios los jueves.....	27
Tabla 5.22 Gastos de ocio nocturno de los jóvenes universitarios los sábados.....	27
Tabla 5.23 Diferencias de gasto de ocio de jueves y sábado entre sexo y ocupación.....	27
Tabla 5.24 Diferencias de presupuesto semanal de actividades de ocio entre sexo y ocupación.....	27

RESUMEN

Las personas tenemos una cantidad de derechos recogidos en nuestra Constitución Española, como el derecho a trabajar, la libertad de expresión, vivienda digna, educación, entre otras. Sin embargo, en la Declaración Universal de Derechos Humanos en su artículo 24 menciona el ocio como un derecho del ser humano: *Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas.* Uno de los objetivos de este estudio es conocer el tipo de ocio que realizan los jóvenes universitarios españoles, la cantidad de dinero que dedican a estas actividades y su grado de satisfacción en su disponibilidad de tiempo libre. Por otra parte, se evaluará la actitud de los universitarios respecto al ocio nocturno para saber su conformidad respecto a temas como los servicios que ofrecen locales nocturnos, creencias y posibles peligros y por último, como habitante de Valladolid, se estudiará el comportamiento habitual de un universitario cuando frecuenta bares nocturnos y discotecas de la ciudad incluyendo la práctica del botellón y averiguando el gasto promedio en ocio nocturno de los jueves y sábados.

Palabras clave: “ocio nocturno”, “universitarios”, “jóvenes”, “ocio”

JEL: M31- Marketing, M10- Generalidades, A14- Sociología de la economía

ABSTRACT

People have a number of rights included in our Spanish Constitution, such as the right to work, freedom of expression, decent housing, and education, among others. However, in Article 24 of the Universal Declaration of Human Rights, leisure is mentioned as a human right: Every person has the right to rest, to enjoy free time, to a reasonable limitation of the duration of work and to periodic paid vacations. One of the objectives of this study is to know the type of leisure that young Spanish university students do, the amount of money they dedicate to these activities and their degree of satisfaction in their availability of free time. On the other hand, the attitude of university students regarding nightlife will be evaluated to determine their compliance with issues such as the services offered by nightclubs, beliefs and possible dangers and finally, as a resident of Valladolid, the habitual behavior of a person will be studied. University student when he frequents night bars and discos in the city, including practicing the average bottle and finding out the spending on nightlife on Thursdays and Saturdays.

Key words: “nightlife”, “university students”, “youngest”, “leisure”

1. INTRODUCCIÓN

El ocio es aquel tiempo en donde disponemos de tiempo libre para realizar todo aquello que no implique obligaciones y responsabilidades cotidianas como trabajar y/o estudiar. Según el INE, el número de matriculados en la universidad del curso 2017-2018 sube un 0,7% respecto del año anterior. España cuenta con más de un millón y medio de matriculados (1.575.579) en estudiantes de grado (1.291.144), Máster (205.049) y Doctorado (79.386).

En el trabajo a exponer se van a estudiar solo a los universitarios sean estudiantes de grado o máster. Comenzar una carrera universitaria conlleva un periodo de tiempo de esfuerzo y sacrificio a la vez que disfrutas de tu tiempo libre haciendo diferentes actividades. Para los jóvenes el ocio *“se convierte en un espacio para ser ellos mismos, sin los condicionamientos de los contextos adultos. Sus protagonistas hacen de esos micro espacios temporales un lugar de desarrollo y de búsqueda de identidad. Esa exploración se manifiesta en el ensayo de conductas a través de actividades y de nuevas vivencias, en un ejercicio consciente o no, pero siempre activo y predispuesto. Es un espacio para “dejarse llevar” por el grupo, la oferta o la moda, e incorporarse al mismo de forma pasiva; un único ejercicio es obligado: elegir entre lo que el contexto ofrece”* (Ballesteros, Babín, Rodríguez y Megías, 2009).

Aunque el motivo principal sea el ocio nocturno, es interesante saber que actividades de ocio son más relevantes, por qué motivos se realizan, con quién y el presupuesto que disponen para poder posteriormente adoptar medidas de carácter económico enfocado a los universitarios.

Dado que el tiempo es una variable clave para organizarnos a la hora de hacer algo, se analizará la satisfacción de los universitarios de su tiempo libre.

Los bares nocturnos y discotecas son una actividad muy popular en los jóvenes, por lo que, en mi estudio se obtendrá información sobre las rutinas, hábitos y gastos de los universitarios residentes en la ciudad de Valladolid con el fin de elaborar, por parte de las empresas o administraciones públicas, campañas de marketing dirigida a estos.

2. OBJETIVOS

El objetivo del estudio es conocer el comportamiento de los jóvenes universitarios en su ocio nocturno y más concretamente en la actividad de bares nocturnos y discotecas de la ciudad de Valladolid y además se verán las actividades de ocio que realizan los individuos y el presupuesto que dedican a las actividades.

El motivo de la investigación, tiene dos vertientes; por un parte es de carácter sociológico porque trata del análisis sobre un asunto (el ocio) de un grupo de población (jóvenes universitarios) para entender su conducta y sacar ciertas conclusiones mediante descripciones de métodos estadísticos y por otra parte, carácter económico ya que se detallarán gastos de los universitarios referentes al ocio de locales nocturnos que pueden servir como información a los dueños de las empresas responsables con el fin de tomar decisiones estratégicas.

El trabajo se presenta en los siguientes apartados:

- Tipo de actividades realizadas o no, sus motivos, con quien las realiza y cuanto presupuesto semanal tienen diferenciando entre sexo y ocupación.
- Causas y valoración de disponibilidad de ocio a la semana diferenciando entre los cursos de estudiantes de grado.
- Conocer la actitud de los jóvenes universitarios respecto a afirmaciones del ocio nocturno.
- Patrones y rutinas en bares nocturnos y discotecas.
- Motivos que llevan a frecuentar bares nocturnos y discotecas y la práctica del botellón además de valorar su frecuencia de realización.
- Cuantificar el gasto en el botellón y en bares nocturnos y discotecas los jueves y los sábados diferenciando entre ocupación y sexo

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Una vez definidos los objetivos para la investigación, la documentación de investigaciones focalizadas en el tema era imprescindible para entender que se había estudiado recientemente y que faltaba por descubrir.

La búsqueda se inició con estudios que estuvieran relacionados con el ocio nocturno de la población joven en España para tener un punto de vista global sobre las expectativas, relaciones, patrones, riesgos y políticas del estudio realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de 2016. Su proyecto principal es el análisis del desarrollo del ocio juvenil por la importancia que se ha otorgado a la construcción identitaria de los individuos y cómo influye su tiempo libre en ellos. También destacar que es interesante ver como en España las costumbres define una determinada de vivir el ocio juvenil. La muestra utilizada en el estudio es de jóvenes de 16 a 29 años por lo que resultaría atractivo acotar la edad observando a los estudiantes universitarios ya que ningún trabajo se centra propiamente en ellos.

Los autores llegaron a la conclusión que la diversión en grupo para los jóvenes forma parte de su disfrute, se producen aprendizajes durante la marcha nocturna cuyos valores más importantes son la familia, la fiesta junto con los amigos y el dinero además de adoptar una secuencia comportamental ligada a horarios, transportes y consumos.

Valladolid es una ciudad universitaria acogida también por estudiantes de Erasmus por lo que sería conveniente analizar desde su perspectiva y tomar medidas por parte de las administraciones públicas y empresas privadas que pudieran satisfacerlos.

Otro estudio complementario elaborado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de 2019 que investigó como las TICS se introducen en el ocio juvenil en sus distintas actividades para determinar si han podido surgir cambio sobre el nivel de satisfacción de los individuo sobre el tiempo libre, concluyendo que se produce un retroceso en el grado de satisfacción con los diferentes aspectos de su vida.

4. MUESTREO Y CUESTIONARIO

Con el fin de obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos señalados, se diseñó un plan de muestreo pensando en los estudiantes universitarios ya sean de grado o máster que residen en España (población). Se utilizó un muestreo de conveniencia y se acudió a la muestra a través de las redes sociales de Instagram, Twitter y principalmente Whatsapp cuya ventaja es la cercanía y confianza con los amigos y conocidos.

Antes de haber escogido el procedimiento de obtención de la muestra, se han estudiado las ventajas e inconvenientes de los tipos que hay y la inferencia hacia los resultados, es decir, buscar un equilibrio entre el coste de conseguir los individuos y la fiabilidad, por lo que se ha decidido que por su comodidad, rapidez y economía es aconsejable usar un muestreo de conveniencia para extrapolar a la población.

Se envió un enlace de la encuesta a mis contactos y crear así una especie de bola de nieve para que unos se los pasasen a otros y así llegar a una gran cantidad de individuos.

Simultáneamente se creó el cuestionario con preguntas acordes a los objetivos del estudio y también a mis dos tipos de muestra: universitarios que practican el ocio nocturno en la ciudad de Valladolid y de los que no. La encuesta cuenta con tres apartados: ocio de los universitarios, ocio nocturno de los universitarios y ocio en bares nocturnos y discotecas de Valladolid de los universitarios. En el segundo apartado aparece una pregunta mixta (abierta y cerrada) filtro: *¿Cuál es tu *residencia habitual donde practicas el ocio nocturno?* Con posibles respuestas: *Valladolid* u *Atrapara* que los marquen *Otra* respondan a la pregunta del tercer apartado.

Cuando se obtuvo suficiente información de las dos muestras, se presentó las preguntas en una tabla Excel para poder organizar los datos.

El universo es la población de matriculados en grado y máster en el curso 2018-2019 rondando al millón y medio de individuos y 23150 matriculados en UVa y UEMC (Universidad Europea Miguel de Cervantes).

El primer apartado, *ocio en general*, consta de 12 preguntas, las primeras son las de carácter socio demográfico preguntando por edad, sexo, ocupación, curso, tipo de grado universitario o máster y universidad. Por otra parte, están las preguntas del tipo de actividades que se realizan y sus motivos, el presupuesto de los individuos, disponibilidad de tiempo de ocio y causas de insuficiencia.

En el segundo apartado, *ocio nocturno*, consta de 3 preguntas que apuntan al grado de acuerdo o desacuerdo de afirmaciones referentes al ocio nocturno, tipo de personalidad del individuo y pregunta filtro para averiguar donde practican el ocio nocturno los encuestados.

En el tercer apartado, *ocio de bares nocturnos y discotecas*, consta de 15 preguntas donde las cuales versan sobre rutinas, valoración de motivos, realización del botellón, transportes, horarios, consumiciones y gastos que se realizan en este tipo de ocio.

Caracterización socio demográfica de la muestra

El análisis conlleva la recolección y ordenación de la información recogida por medio de gráficos o medios visuales para su posterior interpretación y extracción de conclusiones con cierto potencial de extrapolación al conjunto de la población.

Las variables de la muestra se detallarán con las frecuencias absolutas (nº individuos) y relativas (porcentajes):

- ¹Sexo: se afirma que aproximadamente se trata de un reparto equitativo de la muestra, 101(**55,2%**) son mujeres y 82 (**44,8%**) son hombres.

¹ Anexo I. Tabla A1.1

- ²Edad: existe disparidad entre las edades; 3 (**19,6%**) tienen 18 años; 13 (**7,1%**) tienen 19 años; 28 (**15,3%**) tienen 20 años; 35 (**19,1%**) tienen 21 años lo que se correspondería un curso académico estándar de universidad (4 años). Por otra parte, 44 (**24%**) tienen 22 años y el restante 60 (**32,9%**) tienen más de 22 años.
- ³Ocupación: claramente existe un mayor porcentaje entre universitarios y de máster que solo estudian 144 (**77%**) y 42 (**23%**) que estudian y trabajan.
- ⁴Estudios: al haber creado una pregunta abierta a la hora de saber qué grado o máster estudian, se organizó por ramas:
 1. Ciencias sociales y jurídicas: 100 (**54,64%**)
 2. Artes y humanidades: 26 (**14,20%**)
 3. Ciencias y ciencias de la salud: 45 (**24,59%**)
 4. Ingenierías y arquitectura: 10 (**5,46%**)
 5. Otros; no considerados universitarios: 3 <1%
- ⁵Universidad: 96 universitarios (**52,5%**) pertenecen a la Uva, 22 (**12%**) son de la USAL, 12 (**6,6%**) son de la UEMC y los que marcaron Otras son 53 (**29%**).
- ⁶Curso: 6 estudiantes de grado (**3,5%**) pertenecen a 1º, 25 (**14,5%**) son de 2º, 34 (**19,8%**) son de 3º, 91 (**52,9%**) son de 4º, 11 (**6,4%**) son de 5º y 5 (**2,9%**) son de 6º. Hay que destacar que la mayor presencia de estudiantes de cuarto se debe a la situación actual mía del curso donde encuentro fácilmente a amigos y conocidos. Los grados de 5 y 6 años se corresponden con carreras de la salud como Medicina, Veterinaria o Arquitectura (técnica) que requieren mayor conocimientos o alguna especialidad.²

² Anexo I. Tabla A1.2

³ Anexo I. Tabla A1.3

⁴ Anexo I. Tabla A1.4

⁵ Anexo I. Tabla A1.5

⁶ Anexo I. Tabla A1.6

Tabla 4.1 Ficha técnica de muestreo

Ámbito	Nacional (España)
Población de estudio	Estudiantes matriculados en grado y máster
Tamaño de la muestra	183 universitarios
Procedimiento de muestreo	Muestreo de conveniencia
Fecha de realización	30/7/2020-9/8/2020
Método de recogida de la información	A través de google drive por formularios (google docs)
Trabajo de campo y análisis	Difusión del cuestionario a través de Whatsapp (red de contactos), Twitter e Instagram

Procedimiento de muestreo: como ya se ha mencionado anteriormente, se optó por un muestreo no probabilístico debido a sus ventajas (ahorro de tiempo y más económico) por lo que el cuestionario lo envié por Whatsapp a mis contactos más próximos, como amigos, compañeros de la carrera y otros conocidos a los que les pedí que lo pasaran a más gente a través de sus contactos y hacer bola de nieve. Para complementar, se colgó al cuestionario en las redes sociales de Twitter e Instagram.

Tabla 4.2. Estudiantes matriculados de grado, máster y doctorado. Curso 2017-2018.

	Nº de estudiantes	% Mujeres	Variación interanual % Número de estudiantes
Total grado y 1º y 2º ciclo	1.575.579	54,8	0,7
Ciencias Sociales y Jurídicas	605.176	59,8	-0,9
Ingeniería y Arquitectura	231.335	25,0	-5,3
Artes y Humanidades	130.801	61,6	0,0
Ciencias de la Salud	242.376	70,0	0,3
Ciencias	81.456	51,0	0,9
Máster	205.049	54,8	7,8
Doctorado*	79.386	49,8	11,0

*Regulado por RD 99/2011

Fuente: Mº de Ciencia, Innovación y Universidades

Población:

1. Ciencias sociales y jurídicas: **(46,87%)**
2. Artes y humanidades: **(10,13%)**
3. Ciencias y ciencias de la salud: **(25,06%)**
4. Ingenierías y arquitectura: **(17,91%)**

Si se comparan los porcentajes respecto del total de la población (Tabla 4.2) de las distintas ramas de estudiantes de grado con los obtenidos en la muestra, se pueden extrapolar al conjunto ya que se trata de un reparto más o menos proporcional.

5. ANÁLISIS DEL OCIO DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

5.1 Ocio de los jóvenes universitarios

Antes de ver el comportamiento de los jóvenes universitarios españoles respecto al ocio nocturno de bares nocturnos y discotecas, conozcamos la importancia y estructura de los tipos de ocio que existen, las razones por las cuales se realizan y el presupuesto que dedican estos

Los valores que predominan en la juventud son la solidaridad, amistad, honestidad, sinceridad, amor, la familia, pero aparte de estos sustantivos abstractos también hay que destacar como entienden los jóvenes los valores en la organización de la vida cotidiana: el tiempo asignado al estudio y la ocupación en el tiempo libre.

Importancia del ocio

Tabla 5.1 Importancia del ocio de jóvenes universitarios en su vida cotidiana.

Importante o esencial el ocio		
ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 <i>Nada importante</i>	0	0%
2	1	0,55%
3	13	7,10%
4 <i>Bastante importante</i>	96	52,46%
5 <i>Imprescindible</i>	73	39,89%
TOTAL	183	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

En una escala de Likert del 1 al 5, se puede afirmar que los jóvenes universitarios consideran el ocio como algo esencial en sus vidas, mayoritariamente para aquellos que lo califican como *bastante importante* (52,46%) e *imprescindible* (39,89%) por lo que la media se encontraría en ambos números (4,27).

Estructura del ocio

Nos referimos al tipo de actividades que existen en la sociedad entendidas como ocio cotidiano que debido a sus características o sus funciones están clasificadas en diferentes bloques.

Debido a la evolución del ocio en la última década, se han incorporado actividades propias del siglo XX lideradas por herramientas tecnológicas como el uso del ordenador o la navegación por Internet y otras que han desaparecido como escuchar la radio.

El grupo de actividades según el modelo factorial de 2019 (Rodríguez, E y Ballesteros, J.C. 2019) son:

- **Culturales:** incluyen actividades como leer (libros, revistas, comics), visitar museos o exposiciones, ir al cine o conciertos, hobbies, juegos de mesa, viajar.
- **Audiovisuales y digitales:** usar el ordenador/navegar por Internet, tablet, ver la televisión.

- **Bares y copas:** ir a bares de copas, discotecas, botellón, "terraceo", salir a comer o cenar.
- **Compras:** ir de tiendas, compras online.
- **Deportes:** "practicar deporte", asistir a competiciones deportivas, ir al gimnasio.
- **Videojuegos y apuestas:** juegos de azar, usar consolas.

Tabla 5.2 Razones de la realización de las actividades del ocio de los jóvenes universitarios.

	No realizo esta actividad	Socialización	Diversión	Aprendizaje personal y desarrollo de habilidades	Desconexión de la rutina
Culturales	16,40%	30,05%	59,56%	52,46%	42,62%
Audiovisuales y digitales	0,54%	27,32%	54,64%	25,68%	57,92%
Bares y copas	2,19%	81,96%	66,12%	2,19%	38,25%
Compras	25,68%	19,12%	35,52%	2,19%	31,15%
Deportes	19,67%	24,04%	42,62%	37,70%	44,26%
Videojuegos y apuestas	50,82%	15,30%	34,97%	5,46%	16,40%
N=183 individuos					

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tras haber obtenido una respuesta positiva respecto a la importancia del ocio en la rutina de los universitarios, veremos por qué hacen estas actividades. Las razones que se han propuesto son socialización, diversión, aprendizaje y desarrollo de habilidades y desconexión de la rutina para averiguar cuales destacan más

Según la tabla 5.2, se observa que la mitad de los jóvenes universitarios respecto a *Videojuegos y apuestas* no realizan este tipo de actividad posiblemente debido a que puede ser considerado para un sector más joven (videojuegos) o un sector más adulto (juegos de azar), siendo por contra, la más realizada *audiovisuales y digitales* en un 99,46% de la muestra donde los medios de comunicación y las redes sociales cobran mucha importancia. Dentro de las *culturales y deportes (ocio activo)*, las tres razones predominantes son diversión, aprendizaje personal y desarrollo de habilidades y desconexión ya que son funciones que son imprescindibles para lograr un equilibrio psicológico. Las dos primeras se complementan entre sí y con la

última consiguen ese desarrollo físico y mental del individuo (El Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, 2016).

Por otro lado, los universitarios que hacen uso de las tecnologías de *Audiovisuales y digitales (ocio pasivo)*, cuyas actividades no producen ningún enriquecimiento personal predominan la diversión y la desconexión de la rutina lo cual es lógico.

Por último, el tema que nos concierne, *bares y copas*, más de un 80% de la muestra considera que realiza esta actividad para socializarse que más adelante se tratará con más detalle en el apartado 5.

Tabla 5.3 Compañía de la realización de las actividades de ocio de los jóvenes universitarios.

	Solo	Amigos	Familia	Pareja	Conocidos/otro tipo de gente
Culturales	50,27%	71,58%	60,65%	28,96%	4,37%
Audiovisuales y digitales	84,15%	38,25%	37,15%	19,12%	3,28%
Bares y copas	3,82%	100%	28,41%	28,96%	19,67%
Compras	46,45%	48,09%	59,02%	18,58%	0%
Deportes	66,12%	47%	12,02%	7,10%	9,83%
Videojuegos y apuestas	55,19%	31,15%	8,74%	5,46%	2,73%
N=183					

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Si analizamos la tabla 5.3 por el tipo de compañía que realizan los universitarios; por un parte tenemos las actividades relacionadas con el mismo espacio donde se desarrollan como *audiovisuales y digitales y videojuegos* (88,15%) más individualistas como hacer *deporte* (66,12%) Las *culturales* y las *compras* son actividades más diversas donde los universitarios pueden compartir su tiempo libre con la familia y no se les priva de esa libertad, ese tipo de esfera personal dedicados a sí mismos. Los universitarios que marcaron *bares y copas*, en relación con la tabla 5.2, prefieren, de manera global (100%) estar acompañado de sus amigos (socialización), es decir, su círculo más cercano por lo cual es lógico que un porcentaje bajo (3,82%) prefieran ir solos. Por otra parte, si relacionamos la amistad con el amor, la muestra prefiere dedicar en todas las actividades de ocio más tiempo con sus amigos en relación al estudio realizado por el Centro Reina Sofía sobre adolescentes y juventud donde estudiantes de 15 a 29 años se ofrecen más satisfechos (escala 0-10) con sus amigos (7,07) que con su relación de pareja (5,97).

Tabla 5.4 Presupuesto semanal de los jóvenes universitarios para las actividades de ocio. Ocupación y sexo.

	Estudio			Estudio y trabajo			Total general
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	
0-15 euros	16,39%	25,00%	21,28%	9,52%	4,76%	7,14%	18,03%
16-20 euros	27,87%	27,50%	27,66%	14,29%	38,10%	26,19%	27,32%
21-25 euros	21,31%	20,00%	20,57%	19,05%	19,05%	19,05%	20,22%
26-30 euros	11,48%	6,25%	8,51%	4,76%	4,76%	4,76%	7,65%
31-35 euros	3,28%	5,00%	4,26%	0,00%	9,52%	4,76%	4,37%
Más de 35 euros	19,67%	16,25%	17,73%	52,38%	23,81%	38,10%	22,40%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Media	22,33 €	20,51 €	21,30 €	27,33 €	24,40 €	25,87 €	22,35 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Vistas todas las actividades de ocio que realizan los universitarios, ¿de cuánto dinero disponen para sus gastos?

En relación con el estudio realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud en 2019 cuando preguntaron a la muestra de jóvenes entre 15 a 29 años su gasto en ocio semanal, 53,9% respondieron que solo tienen hasta 20 euros para el ocio, sin embargo, si nos fijamos en la tabla 5.4, la cantidad media tanto para los que estudian y los que además trabajan no baja de los 20€ (mínima cantidad: 21,30€), más acentuado en hombres que en mujeres en ambas ocupaciones.

Los estudiantes que realizan un trabajo remunerado reciben más dinero respecto a los que solo estudian (21,30€<25,87€) debido a la generación de ingresos al núcleo familiar por lo que podrán obtener el dinero mensual de sus progenitores más el extra suyo.

Tabla 5.5: Valoración de disponibilidad de horas de ocio a la semana.

Disponibilidad de tiempo libre		
ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 <i>Muy insuficiente</i>	4	2,19%
2	21	11,48%
3	66	36,07%
4	60	32,79%
5 <i>Bastante suficiente</i>	32	17,49%
TOTAL	183	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.6. Causas de la insuficiencia de la disponibilidad de horas de ocio a la semana.

Causas de la insuficiencia de tiempo (1,2,3 de la tabla 5.5)	
	FRECUENCIA RELATIVA
Demasiada carga lectiva	74,19%
Trabajo y estudio y por eso no tengo tiempo	23,66%
Falta de dinero	33,33%
Falta de socialización	2,15%
Control paternal	1,08%
	N=91 (4+21+66)

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.7. Disponibilidad de tiempo libre del universitario antes y después de la universidad

	GRADO						TOTAL
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	
Ahora dedico más tiempo	66,67%	48,00%	41,18%	64,84%	54,55%	20,00%	55,81%
Por igual antes y ahora	16,67%	40,00%	26,47%	23,08%	18,18%	60,00%	26,74%
Antes dedicaba más tiempo	16,67%	12,00%	32,35%	12,09%	27,27%	20,00%	17,44%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

El tiempo es una variable esencial que nos sirve para organizarnos al hacer nuestras obligaciones diarias y nuestro horario de descanso. Si nos fijamos en la tabla 5.5 casi un 50% de los universitarios consideran que disponen de tiempo suficiente para hacer las distintas actividades de ocio, sin embargo, dado un 36,07% de la muestra para los que se sienten indiferentes hace que la media se concentra en un 3,5 y un 14% lo considera deficiente.

Para entender el descontento, aludiremos a las causas (tabla 5.6) en la cual estudiantes que marcaron 3 o menor (tabla 5.5) un 74,19% de los jóvenes universitarios afirma que *por demasiada carga lectiva* no tiene suficientes horas

para disfrutar del ocio le sigue la falta de dinero (33%) significativo para el apartado 5.3 donde se verá la relación entre gasto en ocio y presupuesto. Los universitarios consideran el ocio nocturno un tiempo de relajación, donde muchos de ellos buscan socializar, experimentar, descubrir cosas nuevas y descansar la mente de la rutina académica. Para explicar la posible causa de insuficiencia de horas, observamos la tabla 5.7 cuyos universitarios de primer curso de la carrera (1º) marcaron mayor tiempo invertido en el curso académico presente (66,67%) ya que se trata del primer contacto con la facultad, hacer amigos nuevos, desconectar de la selectividad donde habían empeñado todo su esfuerzo. Se trata de entrar en otra rutina nueva, experimentando cambios gratificantes durante la última etapa académica. Sin embargo en los cursos intermedios (2º y 3º), donde se suele concentrar el peso de la carrera con asignaturas obligatorias que exigen mayor tiempo de estudio se va reduciendo el tiempo libre y en 4º, último curso estándar antes de pasar al máster en la mayoría de carreras universitarias, puedes matricularte de asignaturas optativas que son más fáciles de llevar por lo que los individuos están más relajados (64,84%).

5.2 Ocio nocturno de los jóvenes universitarios.

Tras haber visto los resultados de los objetivos marcados respecto al ocio en general; de cuánto presupuesto disponen para sus gastos de ocio, qué actividades realizan, por qué y con quien y la satisfacción de su tiempo de ocio, ahora nos centraremos en las actividades propias del ocio nocturno.

Concepto de ocio nocturno

Aunque parezca algo fácil de responder, es interesante saber cómo conciben el ocio de calificación nocturno con un par de frases el segmento joven, en concreto, los universitarios. Según el informe analítico de opinión de expertos y jóvenes sobre ocio nocturno (Berthet, M., *et al.* 2016), los significados divididos en valores y expectativas que tienen los jóvenes son: afirmación de ser joven, autonomía, diversión en grupo, valores, vivencias y aprendizajes.

Con el fin de saber que opinan, piensan y valoran los jóvenes universitarios, en la encuesta enviada a los sujetos, se elaboró una serie de afirmaciones o ítems donde se pedía que manifestaran el grado de acuerdo o desacuerdo sobre el ocio nocturno mediante una escala Liberta. Los resultados se recogen en la Tabla 5.8

Tabla 5.8 Opiniones sobre ocio nocturno.

	Totalmente de acuerdo %	Algo de acuerdo %	Indiferente %	Algo en desacuerdo %	Totalmente en desacuerdo %	TOTAL
1. Los jóvenes salen los jueves porque se ha convertido en una tradición universitaria	53,01%	36,61%	8,74%	1,09%	0,55%	100%
2. Salir por la noche de fiesta es solo para los jóvenes	0,55%	11,48%	17,49%	25,14%	45,36%	100%
3. Crees que sales más de fiesta que cuando lo hacían nuestros padres	28,96%	27,32%	20,22%	12,57%	10,93%	100%
4. Las notas de los jóvenes universitarios están ligadas a la mayor frecuencia de salida de fiesta	6,01%	16,39%	19,13%	25,68%	32,79%	100%
5. Los jóvenes universitarios consumen más alcohol que los adultos	31,15%	29,51%	21,31%	12,02%	6,01%	100%
6. Espero que en mi ocio nocturno ocurra algo nuevo	24,59%	31,15%	37,16%	3,83%	3,28%	100%
7. En España hay más vida nocturna juvenil que en otros países europeos	31,69%	32,79%	23,50%	8,74%	3,28%	100%
8. Me gusta tener mi itinerario establecido de bares nocturnos/discotecas cuando salgo de fiesta	12,57%	28,96%	40,98%	7,10%	10,38%	100%
9. Los botellones universitarios realizados en espacios públicos deberían estar prohibidos	14,21%	9,84%	25,14%	28,42%	22,40%	100%
10. Durante mi ocio nocturno se producen peleas	6,56%	19,67%	16,39%	25,14%	32,24%	100%
11. La distribución de bares nocturnos/discotecas está adecuadamente accesible	15,85%	51,37%	16,94%	14,75%	1,09%	100%
12. Es suficiente la cantidad de alcohol que te sirven en bares nocturnos/discotecas	16,39%	36,61%	27,32%	15,85%	3,83%	100%
13. Me sirven alcohol de buena calidad en los bares nocturnos/discotecas a los que voy	1,09%	13,66%	22,40%	33,88%	28,96%	100%
14. El aforo de las discotecas debería estar más controlado	55,19%	28,42%	13,11%	2,73%	0,55%	100%
15. Debería haber más discotecas con otro tipo de música (no siempre reggaetón)	44,81%	25,14%	19,13%	5,46%	5,46%	100%
16. Debe haber más discotecas de ambiente LGBTIQ+	34,43%	15,30%	44,26%	3,28%	2,73%	100%
17. No se debe coger el coche habiendo bebido alcohol	94,54%	4,37%	1,09%	0,00%	0,00%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Según la tabla 5.8, un 89,62% (de acuerdo + totalmente de acuerdo) de los universitarios están afirman que los jueves se han convertido en una tradición universitaria ya que es acogida en ciudades donde hay ambiente universitario porque los viernes en ocasiones no hay clase o los estudiantes tienen menor

carga de trabajo académico (prácticas..). Un 70,5% de los universitarios (acuerdo+ totalmente de acuerdo) no consideran que las noches de fiesta sean propias de ellos sino que los adultos también pueden disfrutar de ello y además un 56,28% (acuerdo+ totalmente de acuerdo) afirman que salen más de fiesta que cuando lo hacían nuestros padres.

Los universitarios no piensan que sus notas dependan de la mayor salida nocturna en un 58,47%; se puede relacionar con la tabla 5.5. Existe un 61,20% de la muestra que piensa que consume más alcohol que sus progenitores. Un 7,11% piensa que sus salidas nocturnas son normalmente repetitivas sin expectativas de que suceda algo diferente al contrario que un 55,74%. *El ocio nocturno se convierte en un espacio y ámbito de desarrollo de experiencias que no ocurren en el resto de tiempos vitales del joven. Necesita reafirmar su condición, desarrollarse, vivir situaciones diferentes y atribuirles distintos significados* (Berthet, M., et al. 2016 pp. 57).

El 64,48% de los universitarios coloca a España como atractivo para el ocio nocturno juvenil respecto a países como Italia, Suiza o Hungría cuyas diferencias se basan en aspectos culturales y sociales distinguiendo en riesgos, patrones de comportamiento, espacios y tiempos, relaciones personales..(Berthet, M., et al. 2016).

Un 17,48% de la muestra quiere descubrir locales nuevos en su marcha nocturna que se puede que puede estar relacionado con los horarios y número de bares del apartado 5.3 y por último, respecto a los botellones universitarios un 57,38% piensa que no deberían prohibirlos en espacios públicos pudiendo ya que pueden ser lugares propicios para crear un ambiente nuevo en la etapa universitaria (tabla 5.16, apartado 5.3).

A la hora de peligros potenciales que pueden suceder durante el ocio nocturno antes y después, los universitarios se muestran de acuerdo que durante su salida nocturna se mueven por sitios seguros en un 57,38% y nadie considera que se debería coger el coche habiendo consumido alcohol concienciados con las campañas de seguridad vial.

Respecto a las afirmaciones de los servicios que ofrecen los bares nocturnos o discotecas son los siguientes de la tabla 5.8: 11, 12, 13, 14.

Por una parte, se podría decir que la calidad y la cantidad son variables inversamente proporcionales ya que si el alcohol es de buen calidad te servirán menos cantidad y viceversa.

Está bien distribuida la localización de los bares nocturnos y discotecas para el 67, 22% de la muestra, puede ocurrir que los locales con parecida calidad precio o con características similares se encuentren en zonas más conocidas y otras más exclusivas, más alejadas dependiendo de la ciudad.

Los universitarios están totalmente de acuerdo en su mayoría 55,19% que debe estar controlado el aforo de los locales y más precisamente en los bares nocturno con menos dimensiones porque se pueden producir amontonamiento que en caso de incendio u otro incidente, aparte de incomodidades de los clientes, ocurren tragedias.

Respecto a sugerencias; un 69,95% de los universitarios abogan por otro tipo de música que no sea la comercial que en su mayoría es reggaetón y un 49,73% reclama locales con otro tipo de público en referencia a otros colectivos.

5.3 Ocio de bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios

En este último apartado, se va a describir los objetivos propuestos mencionados anteriormente. Mientras que los anteriores apartados se centran en jóvenes universitarios de toda España, ahora la muestra será de aquellos que residen y practican este tipo de ocio en la ciudad de Valladolid.

En el cuestionario, se colocó una pregunta filtro para obtener dicha muestra y el resultado fue el siguiente:

- 100 personas practican el ocio nocturno habitual en la ciudad de Valladolid
- 84 personas practican el ocio en otras provincias de España (Barcelona, Salamanca, Madrid, Toledo, Palencia, Valencia, León...etc).

Tabla 5.9 Ficha técnica de muestreo (2)

Ámbito	Valladolid (España)
Población de estudio	Estudiantes matriculados en la Uva y la Uned: 23150 alumnos
Tamaño de la muestra	100 universitarios
Procedimiento de la muestra	Muestreo de conveniencia
Fecha de realización	30/7/2020-9/8/2020
Método de recogida de la información	A través de google drive por formularios (google docs)
Trabajo de campo y análisis	Difusión del cuestionario a través de Whatsapp (red de contactos), Twitter e Instagram

Desplazamientos

Cuando se realiza el ocio nocturno es interesante conocer el medio de transporte que se utiliza para organizar para la ida y regreso de la zona de bares nocturnos y discotecas. Valladolid es una ciudad donde hay diversidad de zonas de copas para universitarios y que se concentran en el centro por lo que los estudiantes que viven en los barrios o en la periferia están obligados a utilizar un medio transporte. Otro factor que se considera es la cantidad de dinero ya disponible para poder escoger medio.

Tabla 5.10 Medio de transporte utilizado para llegar a la zona de bares nocturnos y discotecas

	Sexo		Ocupación		Total
	Hombre	Mujer	Estudio	Estudio y trabajo	
Voy andando	60,97%	64,40%	59,16%	72,41%	63%
Taxi	4,87%	8,47%	7,04%	6,9%	7%
Bus	26,83%	25,42%	50,70%	55,17%	52%
Coche	12,19%	20,34%	14,08%	24,13%	17%
	N=41	N=59	N=71	N=29	N=100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.11 Medio de transporte utilizado para regresar a casa después del ocio nocturno

	Sexo		Ocupación		Total
	Hombre	Mujer	Estudio	Estudio y trabajo	
Voy andando	65,85%	61,01%	57,74%	75,86%	63%
Taxi	29,26%	49,15%	36,62%	51,72%	41%
Bus	14,63%	25,42%	30,98%	31,03%	31%
Coche	14,63%	23,72%	16,90%	27,58%	20%
	N=41	N=59	N=71	N=29	N=100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Como observamos en las tablas 5.10, un 63% de los jóvenes universitarios *van andando* a la zona de bares nocturnos y discotecas supongo para aquellos que vivan cerca y no les suponga un esfuerzo o coste coger un vehículo para desplazarse y un 52% escoge *obis* para aquellos que vivan en barrios o directamente alejados de la zona céntrica posiblemente.

Diferencias destacables: las mujeres utilizan más el *taxi* (8,47%) y el *coche* (20,34%) en mayor medida que los hombres y según ocupación los que estudian y trabajan usan más el *coche* (24,13%) y *van andando* (72,41%) en mayor medida que los que solo estudian.

En la tabla 5.11, aunque las cifras son exactamente iguales a la hora de regresar a casa para los que *van andando* (63%) (la lógica nos lleva a pensar que existirá un porcentaje alto para los que van andando ida y vuelta por la cercanía de la casa) para los universitarios que viven en barrios prefieren utilizar el *taxi* un 41% en detrimento del *bus* un 31% ya que las horas, como veremos más adelante, son demasiado tardías para coger un bus (hay menos servicio que horas más tempranas) y hay disponibilidad de taxis en zonas especiales para ello.

En este caso, las mujeres utilizan en mayor medida los medios de transporte que los hombres. En cuanto a la ocupación, los datos se muestran más o menos invariables a los de la tabla 5.10 a excepción del *taxi* y *bus* usado más por los que trabajan y estudian.

Tabla 5.12 Motivos de asistencia a bares nocturnos y discotecas de jóvenes universitarios en Valladolid.

	Fundamental %	Bastante %	Algo %	Poco %	Nada %	Total
Disfrutar de la compañía	70%	25%	5%	0%	0%	100%
Conocer gente nueva	5%	23%	44%	24%	4%	100%
Ligar	2%	14%	24%	25%	35%	100%
Beber alcohol	8%	15%	30%	28%	19%	100%
Escuchar música	30%	30%	22%	17%	1%	100%
Bailar	32%	30%	18%	15%	5%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Si analizamos los seis motivos de la tabla 5.12 que llevan a los jóvenes universitarios a frecuentar bares nocturnos y discotecas, *disfrutar de la compañía* es *fundamental* para el 70% semejante a cuando se hablaba de los tipos de ocio. En bares y copas, la razón de socialización era la mayoritaria en la muestra. También se muestran como *fundamental*, pero en porcentajes más bajos del 30% y 32%, *escuchar música* y *bailar*, respectivamente. Ambos motivos junto con el anterior, disfrutar de la compañía, más latentes y explícitos en los jóvenes, basados en convencionalismos *Conocer gente nueva* y *beber alcohol* son razones que los jóvenes universitarios buscan alguna vez para un 44% y 30%, podría decirse que se encuentran en segundo lugar. *Ligar* no es ningún motivo para un 35% ya que pueden ser considerado asunto tabú que los individuos no expresan públicamente a menudo.

Tabla 5.13 Días de la semana de asistencia a bares nocturnos y discotecas en Valladolid

	Sexo		Ocupación		Total
	Hombres	Mujeres	Estudio	Estudio y trabajo	
Miércoles	0%	5,88%	0%	10,34%	3%
Jueves	48,78%	54,23%	52,11%	51,72%	52%
Viernes	34,14%	23,72%	21,12%	44,82%	28%
Sábado	95%	93%	94,36%	93,10%	94%
Domingo	10%	8%	2,81%	24,13%	9%
	N=41	N=59	N=71	N=29	N=100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Los estudiantes tienen una jornada de clases y estudio normalmente de lunes a viernes y es por la tarde del viernes cuando empiezan a disfrutar de su tiempo libre. Sin embargo los universitarios, como aparece en la tabla 5.13, también

frecuentan bares nocturnos y discotecas días *laborales* como los miércoles de Erasmus (3%), día que algunos locales de ocio nocturno organizan fiestas para estudiantes de intercambio y las que también pueden asistir universitarios nativos, y los jueves universitarios, mencionado anteriormente en las opiniones de los universitarios sobre ocio nocturno.

Un 28% de la muestra prefiere los viernes que suelen ser más utilizados para realizar otro tipo de ocio nocturno como salir a cenar o estar en una terraza para tomar algo prescindiendo de otros motivos propios de discotecas como bailar o escuchar música.

Los domingos también se han convertido en costumbre, más frecuente en verano, cuando ha finalizado el curso académico y no hay preocupación para madrugar el lunes.

Un 94% los sábados y un 52% los jueves son los dos días más consumidos para disfrutar de la marcha nocturna los cuales más adelante se verá el gasto en consumo que realizan los universitarios. Existe un mayor porcentaje general de salida

para las mujeres los jueves (54,23%), en cambio para los hombres es el sábado (95%) y para aquellos que solo estudian un 94,36% salen los sábados y 52,11% los jueves pero para los que además trabajan prefieren los días alternos viernes (44,82%) y domingos (24,13%) habituales para desconectar del trabajo ligado al tiempo libre.

Tabla 5.14 Tipo de personalidad del individuo respecto a su frecuencia de salida nocturna

	No llevo la iniciativa, me adapto a las decisiones de mi grupo de amigos a la hora de salir	Solo salgo por la noche en ocasiones especiales para celebrar eventos	Soy muy estudioso, me preocupa mi carrera universitaria	Soy muy fiestero, intento convencer a mis amigos de salir	Soy asocial, prefiero quedarme en casa haciendo otro tipo de ocio	Total general
Nunca o casi nunca	0%	0%	0%	0%	100%	1%
1 vez en mes y medio	0%	35,71%	66,67%	2,17%	0%	7%
1 fin de semana al mes	13,51%	28,57%	33,33%	4,35%	0%	13%
Dos fines de semana al mes	43,24%	28,57%	0%	17,39%	0%	27%
Todos los fines de semana	43,24%	7,14%	0%	76,09%	0%	52%
Total general	37%	14%	3%	45%	1%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Vistos los días que salen los universitarios es imprescindible determinar con qué frecuencia lo hacen. Las distintas personalidades o estilos de ocio nocturno están ligadas a patrones recurrentes que se dividen en tres: ocio de “no salir”, ocio cotidiano y ocio fiestero, categorías no excluyentes ni cerradas.

El ocio de “no salir” englobaría a la personalidad *soy asocial, prefiero quedarme en casa haciendo otro tipo de ocio*. Se trata de hacer un ocio más individual o compartido con los miembros de tu familia, aquello que se incluiría en actividades de audiovisual y digital o videojuegos o incluso parte de cultural (juegos de mesa) por lo que su frecuencia sería nunca o casi nunca. Puede estar motivado, sin embargo, por razones étnicas o sociales.

El ocio cotidiano englobaría a *salgo por la noche en ocasiones especiales para celebrar eventos y soy muy estudioso, me preocupa mi carrera universitaria* no con la misma intensidad, que forman parte de rutinas habituales, dentro de algo “normal” en los jóvenes universitarios. Se pueden corresponder a la marcha nocturna de eventos especiales como cumpleaños, o fiestas nacionales/provinciales/locales, es decir, momentos puntuales, como un fin de semana al mes o 1 vez en mes y medio.

Según la tabla 5.14, un 35,71% y un 66,67% de ambas personalidades salen 1 vez en mes y medio

Por último, ocio fiestero contiene a *no llevo la iniciativa, me adapto a las decisiones de mi grupo de amigos a la hora de salir y soy muy fiestero, intento convencer a mis amigos de salir* cuya frecuencia de salida es mayor que en las

anteriores con la costumbre de salir todos los fines de semana o dos fines de semana al mes como aparece en la tabla 5.14.

Un 82% de la muestra se consideran muy fiesteros que aprovechan cualquier oportunidad para salir de marcha, un 17% salen ocasionalmente y un 1% no sale nunca.

Botellón

Se trata de una de las prácticas populares de finales siglo XX que realizan los jóvenes durante el ocio nocturno, que se define como una *reunión masiva de jóvenes de entre 16 y 24 años, fundamentalmente, en espacios abiertos de libre acceso, para beber la bebida que han adquirido previamente en comercios, escuchar música, y hablar* (A. Baigorri, R. Fernández, GIESyT, "Botellón, un conflicto postmoderno", Icaria, Barcelona, 2004).

Tabla 5.15 Frecuencia de los jóvenes universitarios al hacer botellón.

	Hombre	Mujer	Total general
0 Nunca	4,88%	13,56%	10,00%
1 Rara vez	41,46%	25,42%	32,00%
2 Algunas veces	29,27%	33,90%	32,00%
3 Muchas veces	7,32%	11,86%	10,00%
4 Siempre que se ofrece la posibilidad	17,07%	15,25%	16,00%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.15 (2) Gasto en consumo en un botellón. Ocupación y sexo.

	Estudio			Estudio y trabajo			Total general
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	
[0-5) euros	21,43%	27,91%	25,35%	23,08%	25,00%	24,14%	25,00%
[5-10) euros	71,43%	62,79%	66,20%	61,54%	43,75%	51,72%	62,00%
[10-15) euros	3,57%	9,30%	7,04%	15,38%	25,00%	20,69%	11,00%
Más de 15 euros	3,57%	0,00%	1,41%	0,00%	6,25%	3,45%	2,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Media	6,88 €	6,57 €	6,69 €	7,12 €	7,97 €	7,59 €	6,95 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Podemos afirmar que un 32% de los universitarios que residen en la ciudad de Valladolid hacen botellón *rara vez* o *algunas veces* cuya media es 2, más

acentuado para los hombres (75,61%) que las mujeres (72,88%). Si observamos la tabla 5.15 (2) cuanto gastan de media en hacer botellón, llegamos a la conclusión que el consumo es igualitario en ambos sexos ([6,88€ + 7,12€] ~ [6,57€+ 7,97€) y mayor para los que tienen un trabajo remunerado.

Tabla 5.16 Ventajas de atributos del botellón respecto a los de salir de bares nocturnos y discotecas

	Fundamental %	Bastante %	Algo %	Poco %	Nada %	Total
Es más económico	40%	33%	21%	4%	2%	100%
Es más fácil conocer a gente nueva	8%	20%	36%	25%	11%	100%
Puedes elegir tu propia música	23%	41%	26%	8%	2%	100%
Puedes charlar más cómodamente	44%	40%	12%	3%	1%	100%
Puedes tomar drogas	3%	8%	5%	7%	77%	100%
Te "emborrachas más"	11%	23%	23%	22%	21%	100%
Estás más horas disfrutando de tu ocio nocturno	15%	36%	15%	23%	11%	100%

Aunque no se haya introducido ningún atributo económico dentro de los bares nocturnos y discotecas (tabla 5.6), es necesario destacar la considerable reducción de presupuesto (73%) a la hora de hacer un botellón ya que principalmente la compra de alcohol se hace en supermercados más baratos que en locales nocturnos y se aprovechan los universitarios la ventaja de compartir pudiendo beber más por menos. Otras ventajas como chalar cómodamente debido al menor volumen y así poder poner tu propia música decidiendo como y que poner lo que puede incitar a conversación y prescindir de *bailarlo* consideran muy aceptable (84% y 64% respectivamente). Están concienciados que tomar drogas (77%) no es un motivo para hacer botellón aunque podría no reflejar la realidad ya que no es un tema fácil de tratar. Más del 50% afirman que se puede pasar más tiempo del botellón ya que no están condicionados a la hora de cierre de los locales nocturnos.

Rutinas de los universitarios cuando salen a bares nocturnos y discotecas.

Se sabe un poco más sobre los universitarios sobre el ocio nocturno en rasgos generales pero en este apartado se estudiará un día normal ya sea jueves o sábado (días más frecuentados), cuando un universitario empieza su salida de fiesta hacia bares nocturnos y discotecas.

Tabla 5.17 Frecuencia de cenas de los universitarios antes de salir de marcha.

	Nunca	Rara vez	Algunas veces	Bastantes veces	Siempre o casi siempre	TOTAL
Cenar casa	1%	5%	17%	27%	50%	100%
Cenar fuera	5%	35%	49%	7%	4%	100%
No cenar	55%	30%	7%	5%	3%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Según la tabla 5.17 un 50% de los universitarios siempre o casi siempre cena en casa; un 49% cena algunas veces fuera de casa y un 55% no cenan nunca. Es de esperar que con el presupuesto que disponen no puedan abusar de cenar fuera de casa, ya que tienen que organizarse para otras actividades de ocio durante la semana.

Tabla 5.18 Horario de salida a bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios

	Sexo		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Antes de las 9	0,00%	1,69%	1,00%
[9-10)	4,88%	13,56%	10,00%
[10-11)	56,10%	28,81%	40,00%
[11-12)	26,83%	35,59%	32,00%
[12-1)	7,32%	10,17%	9,00%
Después de la 1	4,88%	10,17%	8,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%
Media	11h	11h y 10 min	11 h y 5 min

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.19 Horario de regreso de bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios

	Sexo		TOTAL
	Hombre	Mujer	
Antes de la 1	0%	0%	0%
[1-2)	4,88%	0,00%	2,00%
[2-3)	12,20%	6,78%	9,00%
[3-4)	26,83%	23,73%	25,00%
[4-5)	46,34%	52,54%	50,00%
Después de las 5	9,76%	16,95%	14,00%
TOTAL	100%	100%	100%
Media	4h	4h y 12 min	4h y 6 min

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.20 Número medio de bares nocturnos y discotecas que frecuentan los jóvenes universitarios

	Sexo		TOTAL
	Hombre	Mujer	
1	4,88%	0,00%	2,00%
2	17,07%	22,03%	20,00%
3	48,78%	52,54%	51,00%
4	24,39%	22,03%	23,00%
5	4,88%	1,69%	3,00%
6	0,00%	1,69%	1,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%
Media	3,07 locales	3,08 locales	3,075 locales

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Si seguimos con la rutina diaria de un universitario cuando frecuenta bares nocturnos y discotecas, observamos en la tabla 5.19 que las mujeres suelen salir antes de casa que los hombres aunque el promedio se mueve entre [10-11) horas de la noche, tiempo suficiente para haber terminado de cenar y arreglarte; tiene sentido ya que un 67% afirma que muchas veces cena en casa (tabla 5.17), pero existe una similitud en la hora de regreso (tabla 5.19) después de haber disfrutado de la noche sobre las [4-5) horas de la mañana; es fácil de entender ya que es la hora promedio de cierre de locales a excepción de las discotecas con sesiones de after hasta las 6 de la mañana. Si nos fijamos en el promedio de la hora de llegada y regreso, llegamos a la conclusión que prácticamente permanecen las mismas horas fuera de salida nocturna ambos sexos (6 horas).

Según la tabla 5.20, el promedio de bares nocturnos y discotecas se mueve en torno a 3 locales sin mucha diferencia entre hombres y mujeres dado que un 41,53% (Tabla 5.8) prefiere tener un itinerario establecido lo que supone pensar que esos locales son habituales (a mayor número de locales, más desviación de itinerario).

Gasto en ocio nocturno los jueves y los sábados

Tabla 5.21 Gastos de ocio nocturno de los jóvenes universitarios los jueves

	Cenas	Entrada al local	Transportes (ida y vuelta)	Bebidas	Tabaco
0 euros	48%	56%	54%	22%	81%
1-5 euros	18%	36%	27%	16%	12%
6-10 euros	17%	5%	15%	36%	3%
11-20 euros	15%	2%	3%	17%	2%
21-30 euros	2%	1%	1%	8%	1%
Más de 30 euros	0%	0%	0%	1%	1%
Media	4,74 €	2,05 €	2,73 €	8,35 €	1,48 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.22 Gastos de ocio nocturno de los jóvenes universitarios los sábados

	Cenas	Entrada al local	Transportes (ida y vuelta)	Bebidas	Tabaco
0 euros	25%	42%	45%	8%	78%
1-5 euros	15%	41%	35%	19%	12%
6-10 euros	23%	14%	15%	41%	7%
11-20 euros	31%	2%	4%	21%	2%
21-30 euros	4%	1%	1%	8%	1%
Más de 30 euros	2%	0%	0%	3%	0%
Media	8,75 €	2,92 €	3,13 €	10,07 €	1,80 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tabla 5.23 Diferencias de gasto de ocio de jueves y sábado entre sexo y ocupación

	Hombres	Mujeres	Estudio	Estudio y trabajo
Jueves	22,02 €	17,12 €	14,80 €	27,79 €
Sábado	28,88 €	24,46 €	19,95 €	34,05 €
Total	25,45 €	20,79 €	17,38 €	30,02 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

³Tabla 5.24 Diferencias de presupuesto semanal de actividades de ocio entre sexo y ocupación

	Hombre	Mujer	Estudio	Estudio y trabajo
Total	24,54 €	22,82 €	21,23 €	24,53 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas.

Tras haber averiguado los días más frecuentes (jueves y sábado) para realizar ocio nocturno en los jóvenes universitarios de Valladolid, se decide analizar las posibles diferencias de gastos entre estos días.

Anteriormente, hemos visto algunos de los gastos de forma cualitativa como las cenas y los transportes (tablas 5.10, 5.11 y 5.17) pero sabremos cuanta parte

³ Anexo II. Tabla A2.5

de su presupuesto para el ocio dedican a las partidas detalladas en las tablas 5.21 y 5.22.

Si observamos las tablas 5.21 y 5.22, respecto a la *entrada al local*, existe muy escasa diferencia; en la mayoría de locales nocturnos de la ciudad no se cobra entrada y los sábados se gasta más que los jueves (incremento de individuos que gastan (6-10) euros y reducción de (0-5) euros) dado que hay algunas discotecas donde se cobra más caro dependiendo de la hora a la que vayas. Para los *transportes* y el *tabaco* tampoco existen diferencias notables.

Ahora sí, en las cenas podemos destacar que se produce un aumento (el doble) entre el jueves y sábado, aumentado por los universitarios que consumen (11-20) euros.

Por último, en las bebidas se gasta más el sábado producido por un incremento de los individuos que gastan (6-20) euros (además de haber individuos que su gasto ya no es nulo [22%-8%]) pudiendo averiguar cuantas consumiciones⁴ de promedio se toma un universitario cualquiera un día que frecuenten bares nocturnos y discotecas.

El resumen de los datos asegura que los sábados se gastan más (mínimo 5 euros) que los jueves tendiendo atendiendo a sexo y ocupación (tabla 5.23). Los hombres, al igual que su presupuesto de ocio semanal, gastan más que las mujeres de la misma forma que los que trabajan frente a los que no lo hacen.

El presupuesto semanal de ocio de los jóvenes universitarios vallisoletanos está totalmente destinado al gasto de ocio de bares nocturnos y discotecas sin apreciar mucha diferencia entre ambos sexos (tabla 5.23. Anexo tabla A2.5), sin embargo para los que trabajan ese gasto es mayor posiblemente al incremento extra que le remunera el trabajo.

⁴Anexo II. Tablas A2.1, A2.2, A2.3 y A2.4

6. CONCLUSIONES

Tal y como se ha resuelto a largo del trabajo, hemos observado que el ocio es una parte esencial en la vida de los universitarios dentro de las actividades más destacadas son las culturales, audiovisuales y digitales (las más realizadas) y bares copas cuyos motivos principales son la socialización, diversión y desconexión de la rutina.

Aunque la mitad de la muestra piense que tiene suficiente tiempo para disfrutar del ocio un 75,82% de los insatisfechos no están conformes debido a las responsabilidades estudiantiles porque las horas de estudio no van compensados con tiempo libre por lo que puede ser una llamada de atención a las instituciones académicas y a los docentes para poder aplicar medidas con el fin de suplir esas carencias.

Los jóvenes universitarios han desmentido creencias extendidas en el ocio nocturno además coinciden que los servicios que ofrecen los bares nocturnos y discotecas son, en general, satisfactorios siendo conscientes de los peligros que puede haber y sugiriendo pequeños cambios antes los dueños de los locales que podrían aumentar la oferta de individuos jóvenes y por ende, el aumento de ingresos.

Los universitarios habitantes de Valladolid se consideran fiesteros cuya motivación principal es disfrutar de sus amistades, bailar y escuchar música rehusando el consumo de drogas, saliendo de marcha casi todos los fines de semana (45% de la muestra) frecuentando los mismos locales, cuyos días preferidos son jueves y sábados en detrimento de los viernes dedicado para otro tipo de actividades.

El botellón no es una práctica muy habitual en los universitarios pero las ventajas que reporta podrían ser un aliciente para cambiar sus hábitos frente a bares nocturnos y discotecas.

Visto que los sábados se gasta más que los jueves podría significar acciones de marketing por parte de los bares nocturnos y discotecas para tomar decisiones estratégicas.

7. BIBLIOGRAFÍA

Berthet, M., Lazcano Quintana, I., Lombi, L., Madariaga Ortuzar, A., Ramos Pérez, A. Rodríguez San Julián, E., Sanmartín Ortí, A. y János Zoltán, S. (2016): “La marcha nocturna ¿Un rito exclusivamente español?”

Disponible en:

[file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaMarchaNocturna-699885%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-LaMarchaNocturna-699885%20(4).pdf)

[Consulta en: 1 mayo 2020]

Margot, M. (2018): Descubriendo el ocio nocturno urbano. Primeras experiencias entre adolescentes en Barcelona.

Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=252721> [Consulta en: 1 mayo 2020]

Rodríguez, E. y Ballesteros, J.C. (2019). “Jóvenes, ocio y TIC. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías.” Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad

Disponible en:

[http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/J%C3%B3venes,%20ocio%20y%20TIC.%20Una%20mirada%20a%20la%](http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/J%C3%B3venes,%20ocio%20y%20TIC.%20Una%20mirada%20a%20la%20) [Consulta en: 15 mayo 2020]

Observatorio de la Juventud en España, Injuve, (2015): “Sondeo de opinión y situación de la gente joven 2014 (3ª encuesta)”.

Disponible en:

<http://www.injuve.es/observatorio/ocio-y-tiempo-libre/jovenes-ocio-y-consumo>

[Consulta en: 15 mayo 2020]

Ayuntamiento de Arrecife (2005): “Encuesta sobre Hábitos Juveniles de Ocio Nocturno”.

Disponible en: <http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/Encuesta-sobre-h%C3%A1bitos-juveniles-de-ocio-nocturno-en-Arrecife->

8. ANEXO

Anexo 0. Cuestionario

1. Indica tu edad

- Hombre
- Mujer

2. Indica tu edad

- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- Más de 25

3. ¿Cuál es tu ocupación?

- Estudio
- Estudio y trabajo

4. ¿Qué grado o máster estudias? _____

5. ¿En qué universidad estudias el grado o máster?

- Uva
- UEMC
- USAL
- UNED
- Otras

6. Si estás estudiando grado, ¿en qué curso te encuentras? (*Si tienes asignaturas de varios cursos, marca el curso más avanzado).

- 1º
- 2º
- 3º

- 4º
- 5º
- 6º

7. ¿Cómo consideras de importante/esencial el ocio en tu vida cotidiana?

Nada importante 1 2 3 4 5 Imprescindible

8. Por qué motivo/s realizas cada una de las actividades en tu tiempo libre?

(Marca con una X).

	No realizo esta actividad	Socialización	Diversión	Aprendizaje personal y desarrollo de habilidades	Desconexión de la rutina
Culturales					
Audiovisuales y digitales					
Bares y copas					
Compras					
Deportes					
Videojuegos y apuestas					

9. ¿Con quién sueles pasar tu tiempo libre en cada una de las actividades de ocio? (Marca con una X).

	Solo	Amigos	Familia	Pareja	Conocidos/otro tipo de gente
Culturales					
Audiovisuales y digitales					
Bares y copas					
Compras					
Deportes					
Videojuegos y apuestas					

10. ¿Consideras suficiente o insuficiente las horas libres a la semana que tienes disponible para tu ocio?

Muy insuficiente 1 2 3 4 5 Bastante suficiente

11. Si has marcado insuficiente (1,2.3), ¿por qué motivo?

- Demasiada carga lectiva
- Trabajo y estudio; por eso no tengo tiempo
- Control parental
- Falta de dinero
- Falta de socialización

12. ¿De cuánto presupuesto dispones a la semana para tus gastos en las actividades de ocio que realizas? (Dinero expresado en euros).

- 0-15
- 16-20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- Más de 35

13. ¿Cuál es tu residencia habitual donde practicas le ocio nocturno?
(Provincia).

- Valladolid
- Otra _____

14. ¿Qué tipo de personalidad crees que tienes?

- Soy muy fiestero, casi siempre intento convencer a mis amigos de salir por la noche
- No llevo la iniciativa, normalmente me adapto a las decisiones de mi grupo de amigos a la hora de salir
- Solo salgo por la noche en ocasiones especiales para celebrar eventos
- Soy muy estudioso, me preocupa mi carrera universitaria
- Soy asocial, prefiero quedarme en casa haciendo otro tipo de ocio

15. ¿Crees que dedicabas más al ocio nocturno antes de empezar la universidad?

- Sí
- No, ahora dedico más tiempo

Por igual antes y ahora

16. Señala el grado de acuerdo o desacuerdo de las siguientes afirmaciones. (Marca con una X).

	Totalmente de acuerdo %	Algo de acuerdo %	Indiferente %	Algo en desacuerdo %	Totalmente en desacuerdo %
1. Los jóvenes salen los jueves porque se ha convertido en una tradición universitaria					
2. Salir por la noche de fiesta es solo para los jóvenes					
3. Crees que sales más de fiesta que cuando lo hacían nuestros padres					
4. Las notas de los jóvenes universitarios están ligadas a la mayor frecuencia de salida de fiesta					
5. Los jóvenes universitarios consumen más alcohol que los adultos					
6. Espero que en mi ocio nocturno ocurra algo nuevo					
7. En España hay más vida nocturna juvenil que en otros países europeos					
8. Me gusta tener mi itinerario establecido de bares nocturnos/discotecas cuando salgo de fiesta					
9. Los botellones universitarios realizados en espacios públicos deberían estar prohibidos					
10. Durante mi ocio nocturno se producen peleas					
11. La distribución de bares nocturnos/discotecas está adecuadamente accesible					
12. Es suficiente la cantidad de alcohol que te sirven en bares nocturnos/discotecas					
13. Me sirven alcohol de buena calidad en los bares nocturnos/discotecas a los que voy					
14. El aforo de las discotecas debería estar más controlado					
15. Debería haber más discotecas con otro tipo de música (no siempre reggaetón)					

16. Debe haber más discotecas de ambiente LGBTIQ+					
17. No se debe coger el coche habiendo bebido alcohol					

17. ¿Cuándo realizas ocio nocturno de bares y discotecas?

- Todos los fines de semana
- Dos fines de semana al mes
- 1 fin de semana al mes
- 1 vez en mes y medio

18. ¿Qué días de la semana frecuentas bares nocturnos/discotecas por Valladolid?

- Miércoles
- Jueves
- Viernes
- Sábado
- Domingo

19. Valora la importancia de los motivos que te llevan a acudir a bares nocturnos y discotecas. (Marca con una X).

	Fundamental %	Bastante %	Algo %	Poco %	Nada %
Disfrutar de la compañía					
Conocer gente nueva					
Ligar					
Beber alcohol					
Escuchar música					
Bailar					

20. ¿Sueles hacer botellón?

Nunca 0 1 2 3 4 5 Siempre que se ofrece la posibilidad

21. ¿Cuánto sueles gastar en un botellón?

- [0-5) euros
- [5-10) euros
- [10-15) euros
- + de 15 euros

22. Valora la importancia de estas ventajas del botellón respecto a salir en bares nocturnos y discotecas. (Marca con una X).

	Fundamental %	Bastante %	Algo %	Poco %	Nada %
Es más económico					
Es más fácil conocer a gente nueva					
Puedes elegir tu propia música					
Puedes charlar más cómodamente					
Puedes tomar drogas					
Te "emborrachas más"					
Estás más horas disfrutando de tu ocio nocturno					

23. ¿Cuál es el medio de transporte que utilizas normalmente para regresar a casa?

- Voy andando
- Taxi
- Bus
- Coche (propio o de alguno de tu grupo de amigos/pareja)

24. ¿Cuál es el medio de transporte que utilizas normalmente para llegar a casa?

- Voy andando
- Taxi
- Bus
- Coche (propio o de alguno de tu grupo de amigos/pareja)

25. Antes de frecuentar bares nocturnos y discotecas, ¿qué sueles hacer? (Marca con una X).

	Nunca	Rara vez	Algunas veces	Bastantes veces	Siempre o casi siempre
Cenar casa					
Cenar fuera					
No cenar					

26. ¿Cuál es tu horario de salida normalmente a bares nocturnos/discotecas?
(Si se diera la ocasión de cenar fuera, incluye la hora).

- Antes de las 9 horas
- [9-10) horas
- [10-11) horas
- [11-12) horas
- [12-1) horas
- Después de la 1

27. ¿A qué hora termina tu noche de ocio después de haber frecuentado bares nocturnos/discotecas?

- Antes de la 1
- [1-2)
- [2-3)
- [3-4)
- [4-5)
- Después de las 5

28. ¿Cuántos bares nocturnos/discotecas frecuentas durante toda la noche de ocio en promedio?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Más de 6

29. ¿Cuántas consumiciones de bebidas realizas durante la noche en bares nocturnos/discotecas? (Marca con una X).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Más de 10
Cervezas											

Vino (copas)												
Cubatas												
Chupitos (licores u otros)												

30. ¿Cuánto sueles gastar en toda la noche en promedio en bares nocturnos/discotecas los jueves? (Marca con una X).

	Cenas	Entrada al local	Transportes (ida y vuelta)	Bebidas	Tabaco
0 euros					
1-5 euros					
6-10 euros					
11-20 euros					
21-30 euros					
Más de 30 euros					

31. ¿Cuánto sueles gastar en toda la noche en promedio en bares nocturnos/discotecas los sábados? (Marca con una X).

	Cenas	Entrada al local	Transportes (ida y vuelta)	Bebidas	Tabaco
0 euros					
1-5 euros					
6-10 euros					
11-20 euros					
21-30 euros					
Más de 30 euros					

Anexo I. Análisis descriptivo de la muestra

Tabla A1.1

SEXO		
	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	82	44,81%
Mujeres	101	55,19%
Total	183	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A1.2

Edad		
	Frecuencia	Porcentaje
18	3	1,64%
19	13	7,10%
20	28	15,30%
21	35	19,13%
22	44	24,04%
23	38	20,77%
24	10	5,46%
25	8	4,37%
Más de 25	4	2,19%
Total	183	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A1.3

Ocupación		
	Frecuencia	Porcentaje
Estudio	141	77,05%
Estudio y trabajo	42	22,95%
Total	183	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A1.4

Universidad		
	Frecuencia	Porcentaje
Uva	96	52,46%
UEMC	12	6,56%
USAL	22	12,02%
UNED	0	0%
Otras	53	28,96%
Total	183	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A1.5

Grado		
	Frecuencia	Porcentaje
1	6	3,49%
2	25	14,53%
3	34	19,77%
4	91	52,91%
5	11	6,40%
6	5	2,91%
Total	172	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A1.6

Rama		
	Frecuencia	Porcentaje
Ciencias sociales y jurídicas	100	54,64%
Artes y humanidades	26	14,20%
Ciencias y ciencias de la salud	45	24,59%
Ingenierías y arquitectura	10	5,46%
No universitario o máster	2	<1%
Total	183	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A1.7

Residencia habitual donde practica el ocio		
	Frecuencia	Porcentaje
Valladolid	100	54,64%
Barcelona	23	12,57%
Salamanca	20	10,93%
Valencia	6	3,28%
Madrid	8	4,37%
Toledo	4	2,19%
Palencia	9	4,92%
León	4	2,19%
Gipúzkoa	2	1,09%
Badajoz	1	0,55%
Cuenca	1	0,55%
Granada	1	0,55%
Navarra	1	0,55%
Burgos	1	0,55%
Zaragoza	1	0,55%
Córdoba	1	0,55%
Total	183	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Anexo II. Ocio de bares nocturnos y discotecas de los jóvenes universitarios

Tabla A2.1. Consumiciones de cerveza en bares nocturnos/discotecas un día de fiesta.

	Frecuencia		Porcentaje	
	CERVEZA			
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Ninguna	13	22	31,71%	37,29%
1	11	13	26,83%	22,03%
2	9	9	21,95%	15,25%
3	2	7	4,88%	11,86%
4	3	4	7,32%	6,78%
5	0	3	0%	5,08%
6	1	1	2,44%	1,69%
7	0	0	0%	0%
8	0	0	0%	0%
9	0	0	0%	0%
10	0	0	0%	0%
Más de10	2	0	4,88%	0%
Total	41	59	100,00%	100,00%
Media	1,82 uds	1,5 uds		

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A2.2. Consumiciones de vino en bares nocturnos/discotecas un día de fiesta.

	Frecuencia		Porcentaje	
	VINO (COPAS)			
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Ninguna	21	37	51,22%	62,71%
1	3	14	7,32%	23,73%
2	7	7	17,07%	11,86%
3	5	1	12,20%	1,69%
4	1	0	2,44%	0%
5	0	0	0%	0%
6	0	0	0%	0%
7	0	0	0%	0%
8	0	0	0%	0%
9	3	0	7,32%	0%
10	0	0	0%	0%
Más de10	1	0	2,44%	0%
Total	41	59	100,00%	100,00%
Media	1,78 copas	0,52 copas		

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A2.3 Consumiciones de cubatas en bares nocturnos/discotecas un día de fiesta.

	Frecuencia		Porcentaje	
	CUBATAS			
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Ninguna	4	8	9,76%	13,56%
1	11	10	26,83%	16,95%
2	8	23	19,51%	38,98%
3	6	10	14,63%	16,95%
4	2	3	4,88%	5,08%
5	3	2	7,32%	3,39%
6	3	0	7,32%	0%
7	0	2	0%	3,39%
8	1	1	2,44%	1,69%
9	3	0	7,32%	0%
10	0	0	0%	0%
Más de10	0	0	0%	0%
Total	41	59	100,00%	100,00%
Media	2,95 uds	2,20 uds		

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A2.4 Consumiciones de chupitos en bares nocturnos/discotecas un día de fiesta.

	Frecuencia		Porcentaje	
	CHUPITOS (LICORES U OTROS)			
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Ninguna	12	12	29,27%	20,34%
1	10	20	24,39%	33,90%
2	12	16	29,27%	27,12%
3	3	5	7,32%	8,47%
4	0	5	0%	8,47%
5	3	0	7,32%	0%
6	0	0	0%	0%
7	0	0	0%	0%
8	0	0	0%	0%
9	0	0	0%	0%
10	0	1	0%	1,69%
Más de10	1	0	2,44%	0%
Total	41	59	100,00%	100,00%
Media	1,68 uds	1,64 uds		

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas

Tabla A2.5. Presupuesto semanal de los jóvenes universitarios vallisoletanos para actividades de ocio. Ocupación y sexo.

	Estudio			Estudio y trabajo			Total
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	
0-15	10,71%	30,23%	22,54%	15,38%	6,25%	10,34%	19,00%
16-20	25,00%	25,58%	25,35%	7,69%	31,25%	20,69%	24,00%
21-25	32,14%	13,95%	21,13%	30,77%	25,00%	27,59%	23,00%
26-30	7,14%	9,30%	8,45%	0,00%	6,25%	3,45%	7,00%
31-35	7,14%	6,98%	7,04%	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%
Más de 35 euros	17,86%	13,95%	15,49%	46,15%	31,25%	37,93%	22,00%
Total general	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Media	23,30 €	19,87 €	21,23 €	25,77 €	24,53 €	25,09 €	22,35 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas