II Plan de Actuaciones Estratégicas
Provincia de Málaga

Dictamen
Ocio y Deporte

MADECA
Fundación
Málaga Desarrollo
y Calidad

PROGRAMA
Cooperación
Transfronteriza
España-Fronteras Exteriores

Unión Europea
Fondo Europeo de Desarrollo
Regional

Invertimos en su futuro

idara

DICTAMEN DEPORTE Y OCIO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA 2014

Autor:

Marcelino Méndez-Trelles JUárez

Edita:

Fundación MADECA

C/Pacífico 54

Edificio B de la Diputación de Málaga

Planta Baja

29004 Málaga (España)

www.fundacionmadeca.es

info@fundacionmadeca.es

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN

2.- OCIO

2. 1.- Perfil socio-demográfico de la muestra

A) Distribución de los encuestados por sexo

B) Distribución de los encuestados según su nivel de estudios

C) Distribución de los encuestados por pertenencia a asociaciones

D) Distribución de los encuestados por tipo de asociaciones

2. 2.- Dedicación de los/as ciudadanos/as al ocio y la cultura

A) Lectores por tipo de publicación

B) Frecuencia de lectura por tipo de publicación

C) Tipo de lectura (totales y por género)

D) Temática de revistas (totales y por género)

E) Formato de lectura preferido

2. 3.- Hábitos de lectura de los ciudadanos/as

2. 4.- Hábitos de consumo de productos audiovisuales por parte de la ciudadanía

2. 5.- Hábitos de consumo de productos radiofónicos por parte de la ciudadanía

2. 6.- Hábitos de consumo cinematográfico en Andalucía y Málaga

A) Medio habitual

2. 7.- Hábitos de consumo teatral

2. 8.- Hábitos de consumo musical

A) Frecuencia del consumo musical

B) Soporte

C) Tiempo para escuchar música

D) Asistencia a conciertos

E) Tiempo para escuchar música

2. 9.- Hábitos de uso de internet por parte de los/as ciudadanos/as

2. 10.- Práctica de artes plásticas y escénicas

2. 11.- Opinión de la ciudadanía sobre la cultura y la política cultural de las Administraciones publicas

3.- DEPORTE

3. 1.- Tasa de práctica

3. 2.- Motivos de la práctica deportiva

3. 3.- Motivos de la no práctica deportiva

3. 4.- Comienzo de la práctica deportiva

3. 5.- Abandono de la práctica deportiva (edad)

3. 6.- Motivos del abandono de la práctica deportiva

3. 7.- Formas de hacer deporte

3. 8.- Deportes más practicados

3. 9.- El paseo como práctica deportiva

3. 10.- Dimensión competitiva de la práctica deportiva

3. 11.- Valoración de instalaciones deportivas

3. 12.- Percepción de las instalaciones deportivas disponibles

3. 13.- Servicios y actividades deportivas municipales más utilizados

3. 14.- Asistencia a eventos deportivos

3. 15.- Compra de entradas para eventos deportivos

3. 16.- Gasto en práctica deportiva

4. CONCLUSIONES

4. 1.- Conclusiones y actuaciones de futuro para el ocio

4. 2.- Conclusiones y actuaciones de futuro para el deporte

1. INTRODUCCIÓN

Con el objeto de contar con un diagnóstico de la situación actual de los sectores del ocio y el deporte en la Provincia de Málaga que sirva como base para el debate dentro del Plan de Actuaciones Estratégicas para la Provincia de Málaga, conocido como Madeca, se elabora el siguiente informe.

Para su elaboración se ha partido de las bases que señala la propia metodología de Madeca en cuanto a presentar el diagnóstico de la situación del ocio y el deporte en nuestra Provincia, los cambios de las tendencias detectadas, el diagnóstico cualitativo de la situación actual y los retos futuros por los que debe avanzar para la cualificación de este sector.

El informe/dictamen se presenta en un formato que sea útil y además que sirva como base para que pueda completarse con el resto de sectores en el Plan Provincial.

Toda la información para la realización de las tablas y gráficas de este estudio se han tomado de fuentes oficiales. Para los datos del ocio se han consultado El Observatorio Cultural, que forma parte del Proyecto ATALAYA y para el deporte se han obtenido a partir de los datos del Observatorio del Deporte Andaluz de la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía.

El proyecto ATALAYA inició su andadura a finales de 2005 con el respaldo financiero y técnico de la Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. Conscientes de la importancia de aunar tecnología, ciencia, cultura, patrimonio y tradición cultural, los Vicerrectorados de Extensión Universitaria de las universidades andaluzas asumieron entonces el reto de la creación y puesta en marcha de una plataforma cultural universitaria andaluza en la que se sumasen labores de investigación, de planificación, de gestión y de organización de eventos de forma coordinada, evitando, no obstante, la injerencia en iniciativas ya programadas por cada una de las universidades. Desde aquel 2005, el proyecto ha desplegado hasta 2013 siete fases que han permitido consolidar un proyecto que ahora es, sobre todo, un ejemplo de cooperación interuniversitaria además de proporcionar a los estamentos públicos datos fiables para marcar unas directrices en el sector.

Una de las actuaciones más integradoras y de mayor visibilidad de este proyecto ha sido la de la creación y consolidación del OBSERVATORIO CULTURAL DEL PROYECTO ATALAYA (OCPA), por cubrir un importante vacío en el sector de la gestión cultural.
El OCPA viene ofreciendo a los responsables de las políticas culturales herramientas que le permiten mejorar la perspectiva y la prospectiva de su trabajo además de formar a los agentes culturales de una forma científica y adecuada, de dotar al sector cultural de información estadística fiable y mensurable que mejore su quehacer diario y, finalmente y sobre todo, de dar a conocer a la sociedad la situación de nuestro sector cultural universitario.

El Observatorio Andaluz del Deporte por su parte, se viene realizando desde el año 1.999 y acerca a los ciudadanos y estamentos unos datos reales del sector del deporte tanto a nivel regional como por provincias. Los últimos datos públicos de este Observatorio corresponden al año 2012.

A partir de estas fuentes de información, el autor del dictamen ha elaborado su opinión sobre la evolución y situación actual de estos sectores en la Provincia tal y como se indicaba desde Madeca con el fin de poder obtener un documento base que sirva para completar el Plan Provincial. Por este motivo, queremos incidir en que en muchos de los epígrafes, la opinión del autor es con objeto de que sirva de debate y jamás como criterios cerrados a seguir.

Para la realización de estudio se ha decido contar con la siguiente estructura:

El Ocio. El objetivo es analizar la situación actual del ocio en la provincia de Málaga con respecto a Andalucía para a partir de este análisis poder realizar unas propuestas de mejora para el sector en la provincia en el futuro.

El Deporte. En este punto se pretende analizar la situación del deporte en la provincia malagueña comparándola con la situación de la región y poder así establecer las bases que determinen unas actuaciones favorables para el sector en el futuro más inmediato.

Conclusiones y propuestas de futuro. Este apartado sirve como reflexión y análisis tanto del sector del deporte como del ocio además de exponer ideas y opiniones personales que sirvan como base para el diseño de un Plan Estratégico provincial.
Además, las estrategias que a juicio del autor se deben seguir tanto por organismo públicos como privados para que ambos sectores evolucionen en la provincia y se conviertan en un referente para el resto de las provincias andaluzas.

2. OCIO

2.1. PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LA MUESTRA

El Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, que es del que se han tomado los datos como referencia, se realiza a partir de unas encuestas que se realizan en cada provincia y en las que se tienen en cuenta todos los parámetros estadísticos para su fiabilidad.

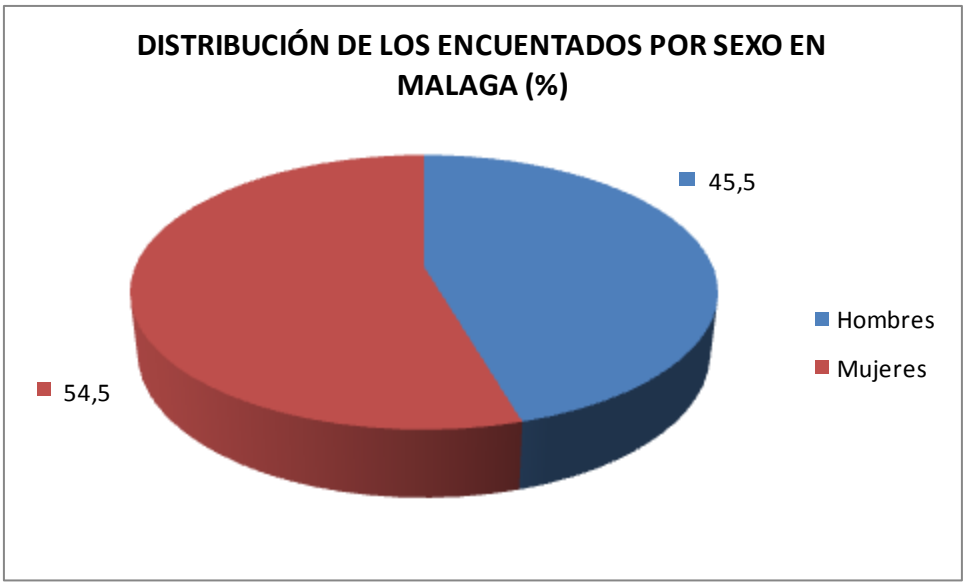
En este sentido, una vez obtenidos los datos, es interesante saber el perfil de las personas que han contestado a las preguntas de las encuestas con objeto de conocer sus niveles de estudio, su asociacionismo o no, su sexo, etc…

A) Distribución de los encuestados por sexo

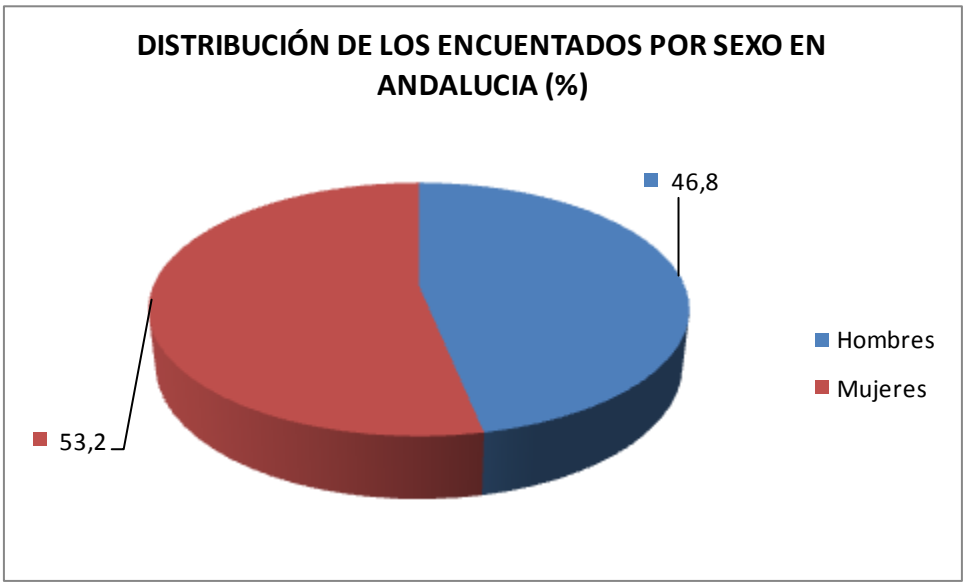
El 45,5% de los encuestados en la provincia de Málaga son hombres mientras que el restante 54,5% son mujeres. En el muestreo a nivel regional, nos encontramos que el 46,8% son hombres y el 53,2% son mujeres.

Gráficamente la proporción de los encuestados atendiendo a sus sexo sería la siguiente, tanto para la provincia de Málaga como para el total de la comunidad autónoma de Andalucía.

	MALAGA	ANDALUCIA
Hombres	45,5	46,8
Mujeres	54,5	53,2



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

B) Distribución de los encuestados según su nivel de estudios

Atendiendo al nivel de estudio de las personas encuestadas tanto en Andalucía como en la provincia de Málaga, nos encontramos con los siguientes datos:

	MALAGA	ANDALUCIA
No sabe leer ni escribir	1,2	2,2
Primarios incompletos	15,1	13,8
Primarios/EGB/ESO/Bachiller Elemental	33,4	34,8
Bachiller Superior/COU/FP/Bachillerato	25,9	28,3
Universitarios Medios (Diplomatura)	9,3	9,7
Universitarios Superiores (Licenciatura, Grado)	12,7	9,2
Máster / Doctorado	1,5	1,4
Ns/Nc	0,9	0,6

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Como puede observarse, un tercio de los encuestados, el 33,4% exactamente, tienen Estudios Primarios/EGB/ESO, el 25,9% poseen el Bachillerato y el 23,3% Estudios Universitarios. Por el contrario, tan solo el 1,5% de los entrevistados no sabe leer ni escribir y el 15,1% no llegó a finalizar los Estudios Primarios.

C) Distribución de los encuestados por pertenencia a asociaciones

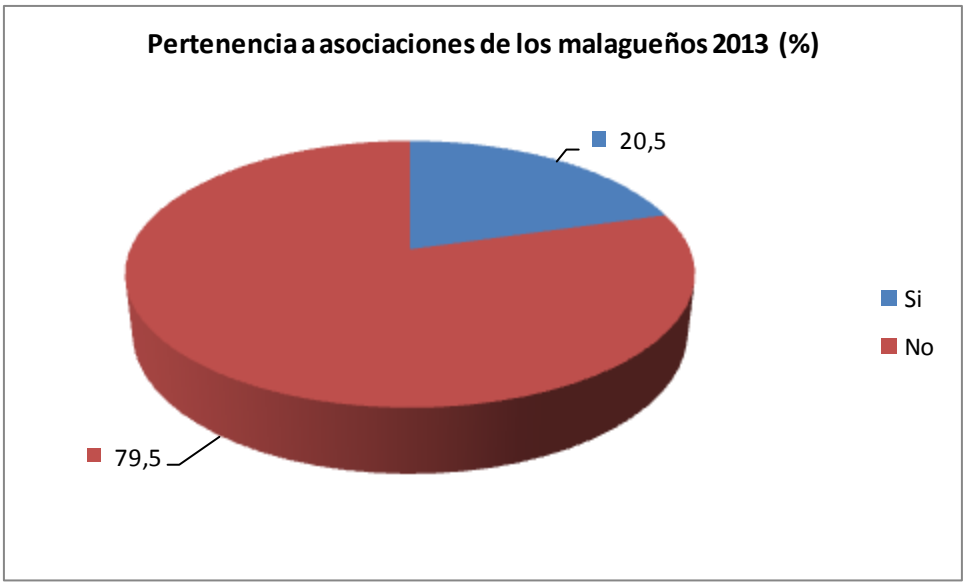
Para analizar el nivel de asociacionismo les mostramos las siguientes tablas de datos, en las que se aprecian los resultados obtenidos en Andalucía y en la provincia de Málaga.

	MALAGA
Si	20,5
No	79,5

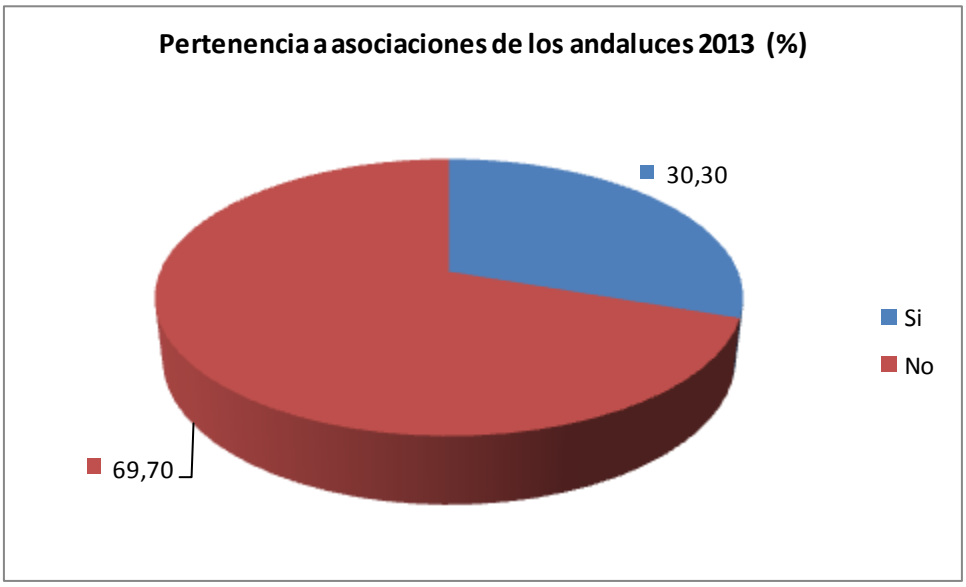
	ANDALUCIA
Si	30,30
No	69,70

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Hay que destacar que tan solo el 20,5% de los malagueños encuestados pertenece a algún tipo de asociación. Según género se observan diferencias significativas sobre todo por la mayor participación de los hombres en las asociaciones deportivas, musicales y culturales, mientras que la proporción de mujeres es mayor en las benéficas y en las cívicas.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

D) Distribución de los encuestados por tipo de asociaciones

Entre los diferentes tipos de asociaciones la más frecuente en la provincia de Málaga es la cívica (20,0%), mientras que en el total de provincias de Andalucía es la deportiva (23,00%).

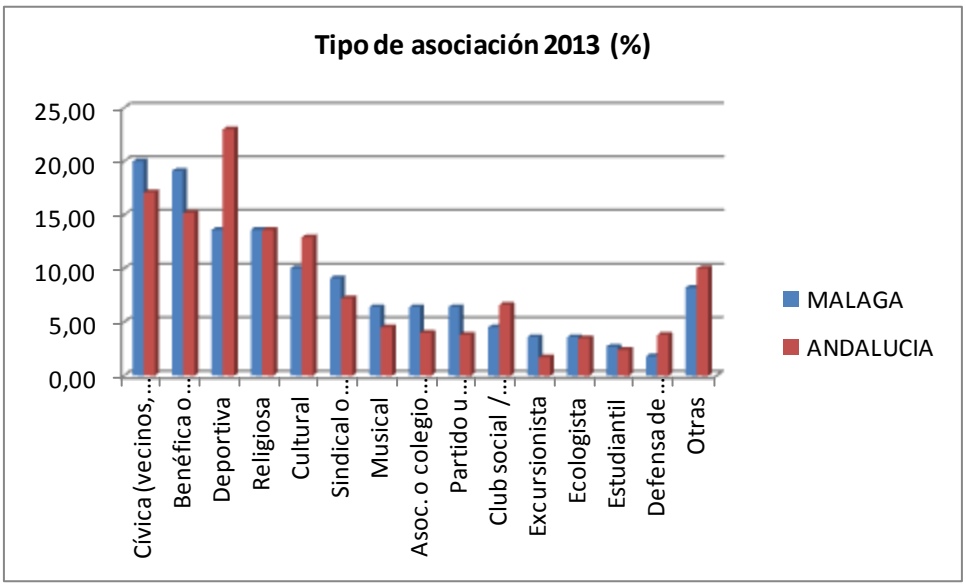
	MALAGA	ANDALUCIA
Cívica (vecinos, consumidores)	20,00	17,10
Benéfica o asistencial	19,10	15,20
Deportiva	13,60	23,00
Religiosa	13,60	13,60
Cultural	10,00	12,90
Sindical o empresarial	9,10	7,20
Musical	6,40	4,50
Asoc. o colegio profesional	6,40	4,00
Partido u organización política	6,40	3,80
Club social / recreativa	4,50	6,60
Excursionista	3,60	1,70
Ecologista	3,60	3,50
Estudiantil	2,70	2,40
Defensa de derechos humanos	1,80	3,80
Otras	8,20	10,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

También es muy importante la participación en asociaciones benéficas de los malagueños (19,1%) y, en menor medida, en deportivas (13,6%), religiosas (13,6%) y culturales (10,0%).

A nivel regional, tras la participación en asociaciones deportivas, son las asociaciones cívicas y benéficas las que integran a un mayor número de ciudadanos.

A continuación, les mostramos la representatividad de cada tipo de asociacionismo tanto en la provincia malagueña como en el total de las provincias andaluzas.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 2.- DEDICACIÓN DE LOS/AS CIUDADANOS/AS AL OCIO Y LA CULTURA

Tiempo para ocio y cultura

Los encuestados reconocen dedicar una media de 15 horas semanales para el ocio y la diversión, aunque esta media hay que tratarla con cuidado pues un reducido grupo del 20% del total dedica más de 20 horas semanales a ocio y diversión mientras que el 60% de la población se encuentra por debajo de esta media.

Las mujeres dedican 14,7 horas al ocio y diversión mientras los hombres algo más 15,3 horas. Los tramos de edad nos demuestran que los más jóvenes, hasta 34 años, son los que más tiempo dedican al ocio con 17,3 horas semanales seguidos de los mayores de 64 años que dedican 17,1 hora, siendo los de edad comprendida entre los 35 y 44 años los de menos tiempo (11,7 h).

Gasto mensual

El gasto medio en ocio y diversión de los encuestados asciende a 47,65 euros aunque nuevamente nos tenemos que tomar con reserva esta media ya que el 70% de la población se encuentra por debajo de esta media y un 30% gasta menos de 10 euros al mes y un 20% menos de 20. Existe pues una gran diferencia en el gasto en la población encuestada.

El gasto medio del hombre (63,52 euros) es un 85% más elevada que el de la mujer. La edad también influye en el gasto medio descendiendo este conforme aumenta la edad. La población entre 14 y 24 años gasta 68,97 euros, en los mayores de 64 años el gasto medio desciende hasta 28,45 euros. Los demás segmentos de población tienen un gasto similar de 57,8 euros.

Un dato curioso es que el gasto medio aumenta con el nivel de estudios llegando a la media de 73,90 en los universitarios pero se reduce drásticamente en el colectivo con el título de máster (47,16 euros).

2. 3.- HÁBITOS DE LECTURA DE LOS CIUDADANOS/AS

En este apartado vamos a analizar los hábitos de lectura de los ciudadanos malagueños en comparación con los ciudadanos andaluces. Tipo de publicación, frecuencia de lectura, etc.., son algunos de los aspectos que se van a desarrollar.

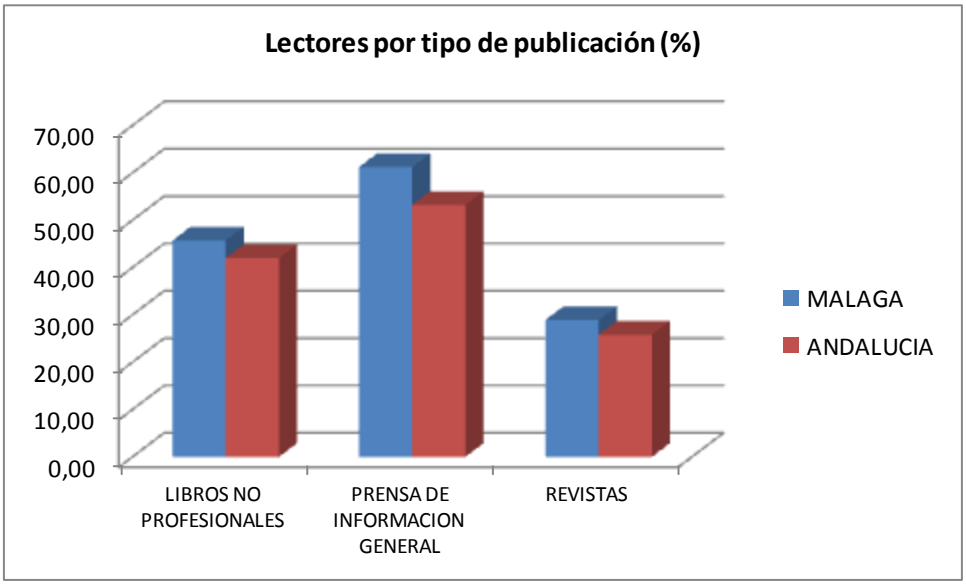
A) Lectores por tipo de publicación

Atendiendo al tipo de publicación leída, encontramos que la mayoría de los malagueños (61,20%) leen prensa de información general, seguido de libros no profesionales (45,70%) y revistas (28,90%).

	MALAGA	ANDALUCIA
LIBROS NO PROFESIONALES	45,70	42,00
PRENSA DE INFORMACION GENERAL	61,20	53,20
REVISTAS	28,90	25,80

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

En el ámbito andaluz, los puestos que ocupan el tipo d publicación son los mismos que en la provincia malagueña pero con valores diferentes, ya que la prensa de información general es leída por el 53,20%, los libros no profesionales por el 42,00% y las revistas por el 25,80%.

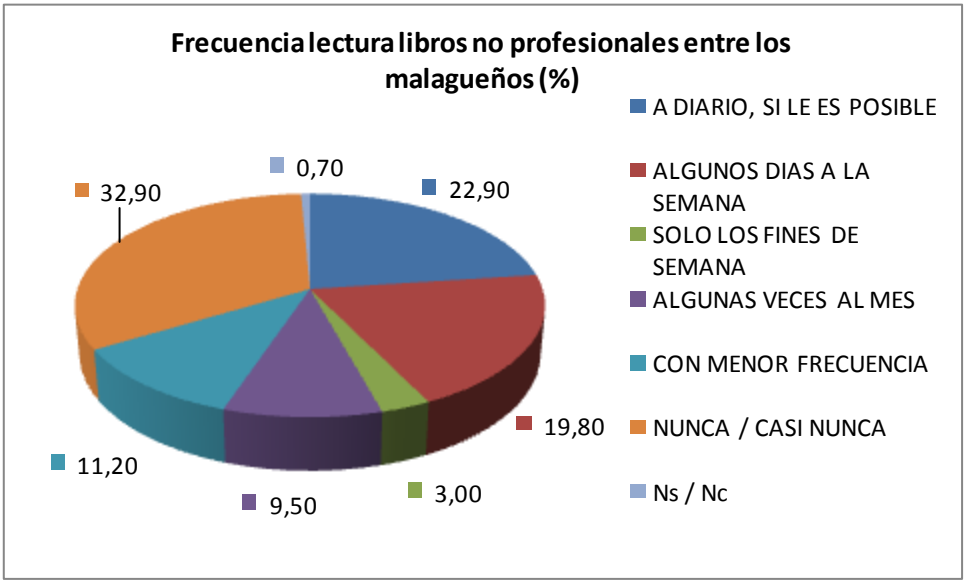


Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

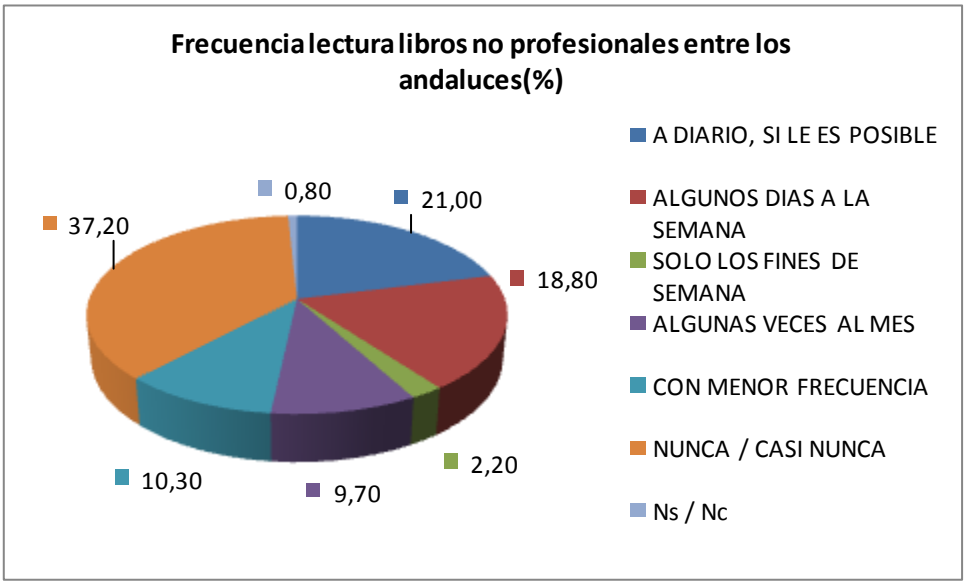
B) Frecuencia de lectura por tipo de publicación

Atendiendo a los tres tipos de publicaciones, vamos ahora a analizar la frecuencia con la que los lectores hacen el ejercicio de la lectura en cada uno de ellos.

Los libros no profesionales hemos visto anteriormente que es el tipo de lectura del 45,70% de los entrevistados. De éstos, el 22,90% declara leerlo a diario si le es posible, seguido del 19,80% que declaran hacerlo algunos días a la semana



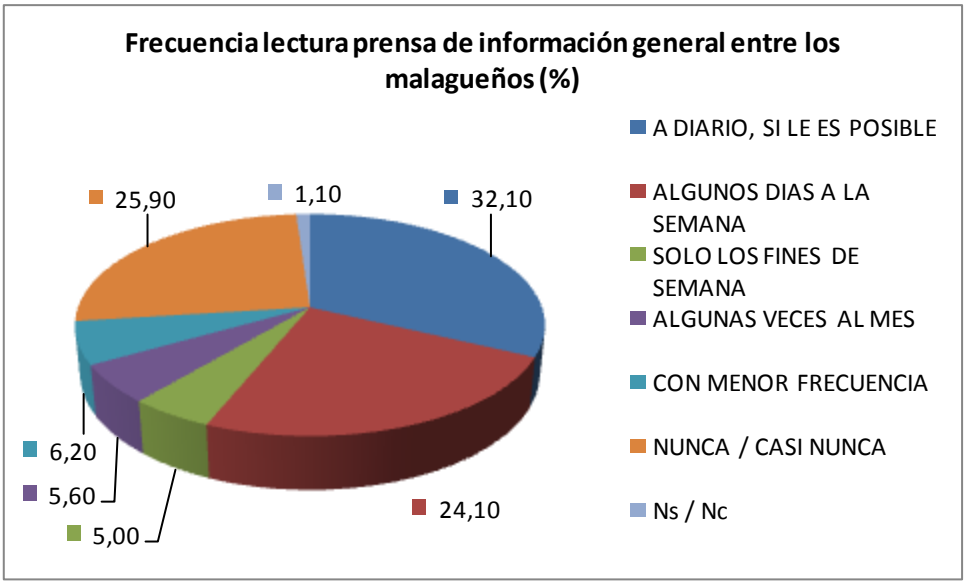
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

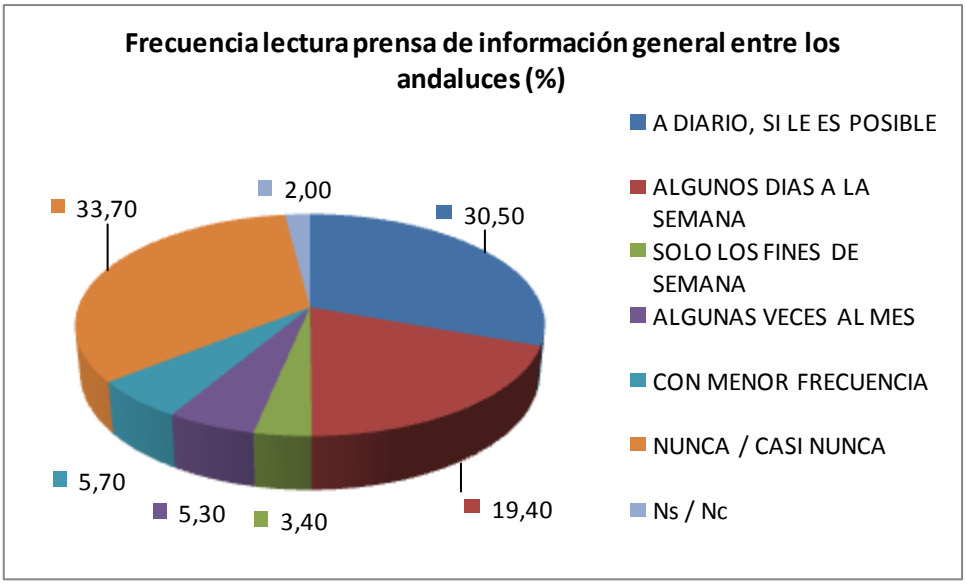
La prensa de información general es el tipo de lectura que han declarado realizar el 61,20% de los malagueños. Este tipo de lectura represente el 53,20% de los andaluces.

Entre los malagueños, el 32,10% ha declarado leer prensa de información general a diario si le es posible. Destaca el hecho de que el 25,90% hayan declarado que nunca o casi nunca leen estas publicaciones.



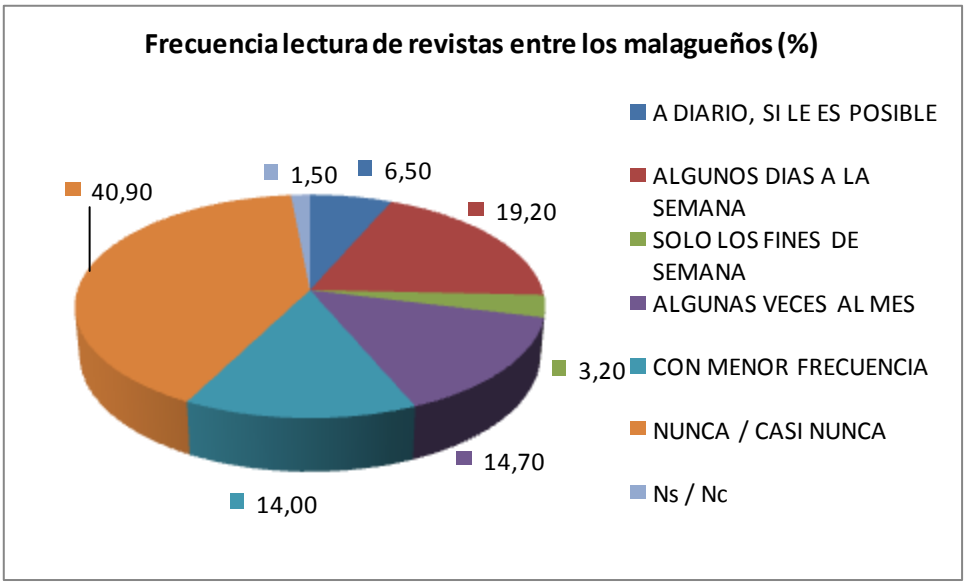
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Entre los andaluces encuestados, destaca más aún que entre los malagueños el hecho de no consumir nunca o casi nunca este tipo de lectura.



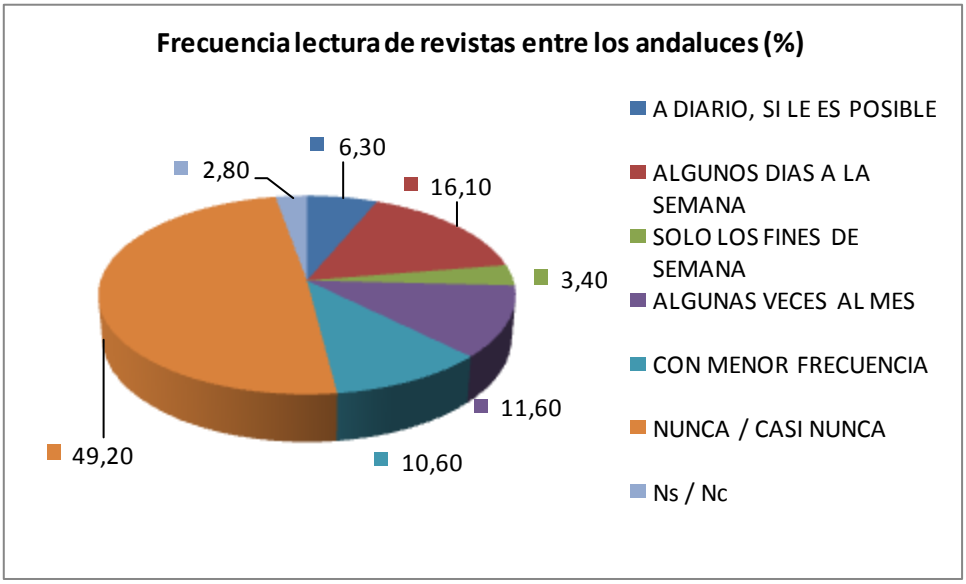
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Las revistas, son leídas por los malagueños a diario tan solo por el 6,5% de los encuestados, mientras que la proporción de malagueños que nunca o casi nunca las leen se dispara hasta el 40,90% del total de encuestados.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

A nivel andaluz, los datos son muy similares a los malagueños ya que tan solo el 6,30% declaró leerlas a diario si le era posible y el 49,20% declaró no hacerlo nunca o casi nunca.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

C) Tipo de lectura (por género)

En cuanto al tipo de lectura más seguida por los malagueños y los andaluces encontramos diversidad de opciones siendo los best-sellers con el 43,60% y el 42,30% respectivamente los tipos más leídos. Tras los best-sellers, encontramos a la novela histórica, leída por el 31,70% de los malagueños encuestados y por el 31,50% de los andaluces.

	MALAGA	ANDALUCIA
Best-sellers / Novedades	43,60	42,30
Novela histórica	31,70	31,50
Literatura española actual	27,80	23,80
Novela policiaca	22,80	17,10
Literatura extranjera actual	20,30	17,30
Biografías o memorias	18,30	15,40
Literatura clásica	13,30	12,90
Ciencia y tecnología	13,10	9,80
Autoayuda	11,10	8,40
Historieta o cómic	10,30	7,50
Poesía	7,80	5,80
Ensayo	7,80	5,60
Religión/espiritualidad	4,70	4,10
Arte	3,90	2,90
Otros	13,30	13,00
Ns / Nc	2,80	2,80

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

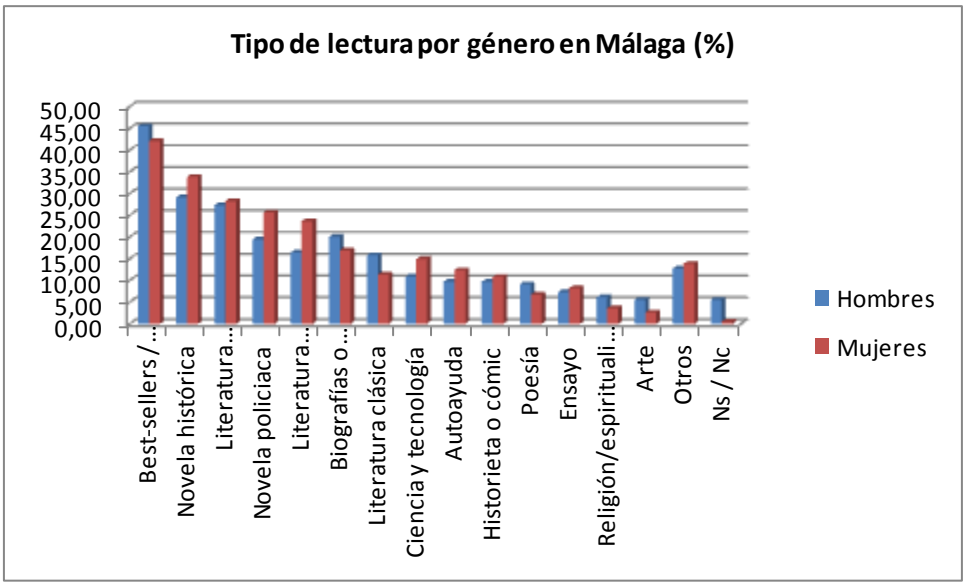
Si desagregamos estos datos en la provincia de Málaga por género de los encuestados, encontramos los siguientes datos:

	MALAGA	
	Hombres	Mujeres
Best-sellers / Novedades	45,50	42,10
Novela histórica	29,10	33,80
Literatura española actual	27,30	28,20
Novela policiaca	19,40	25,60
Literatura extranjera actual	16,40	23,60
Biografías o memorias	20,00	16,90
Literatura clásica	15,80	11,30
Ciencia y tecnología	10,90	14,90
Autoayuda	9,70	12,30
Historieta o cómic	9,70	10,80
Poesía	9,10	6,70
Ensayo	7,30	8,20
Religión/espiritualidad	6,10	3,60
Arte	5,50	2,60
Otros	12,70	13,80
Ns / Nc	5,50	0,50

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Best-sellers, novelas históricas y literatura española actual son los géneros más leídos tanto por los malagueños como por las malagueñas.

La siguiente gráfica nos muestra los datos comparativos entre los malagueños y malagueñas atendiendo al género literario preferido.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

D) Temática de revistas (totales y por género)

	MALAGA	ANDALUCIA
Corazón	29,80	36,00
Suplementos de la prensa	26,60	23,60
Salud y belleza	26,60	21,60
Suplementos temáticos de la prensa	16,00	8,80
Ciencia-tecnología	13,10	14,20
Hogar, decoración, muebles...	12,40	13,80
Automóvil	9,20	9,60
Viajes	9,20	7,80
Informática/ordenadores	7,80	5,90
Televisión	6,40	4,70
Economía-Finanzas	6,00	3,80
Música	5,00	5,80
Literatura y poesía	4,30	2,90
Arte	3,50	3,80
Humor	3,20	3,70
Naturaleza	2,10	6,90
Juventud	2,10	5,50
Cómics y fancines	1,80	3,40
Esoterismo, astrología, horóscopos	0,70	1,50
Otros	17,70	12,10

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

La tabla anterior nos muestra los datos registrados entre los malagueños y el total de los andaluces respecto a la temática de las revistas leídas por éstos. Como puede apreciarse, las revistas de corazón, suplementos de la prensa, salud y belleza son las temáticas más leídas tanto por los malagueños como por los andaluces.

Los cómics son la temática menos leída por los ciudadanos malagueños y andaluces con el 1,8% y el 3,4% respectivamente.

	MALAGA	
	Hombres	**Mujeres**
Corazón	7,80	45,20
Suplementos de la prensa	31,00	23,50
Salud y belleza	6,00	41,00
Suplementos temáticos de la prensa	22,40	11,40
Ciencia-tecnología	23,30	6,00
Hogar, decoración, muebles…	4,30	18,10
Automóvil	19,00	2,40
Viajes	7,80	10,20
Informática/ordenadores	13,80	3,60
Televisión	5,20	7,20
Economía-Finanzas	11,20	2,40
Música	6,00	4,20
Literatura y poesía	4,30	4,20
Arte	2,60	4,20
Humor	3,40	3,00
Naturaleza	0,90	3,00
Juventud	0,00	3,60
Cómics y fancines	2,60	1,20
Esoterismo, astrología, horóscopos	0,00	1,20
Ns / Nc	26,70	11,40

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

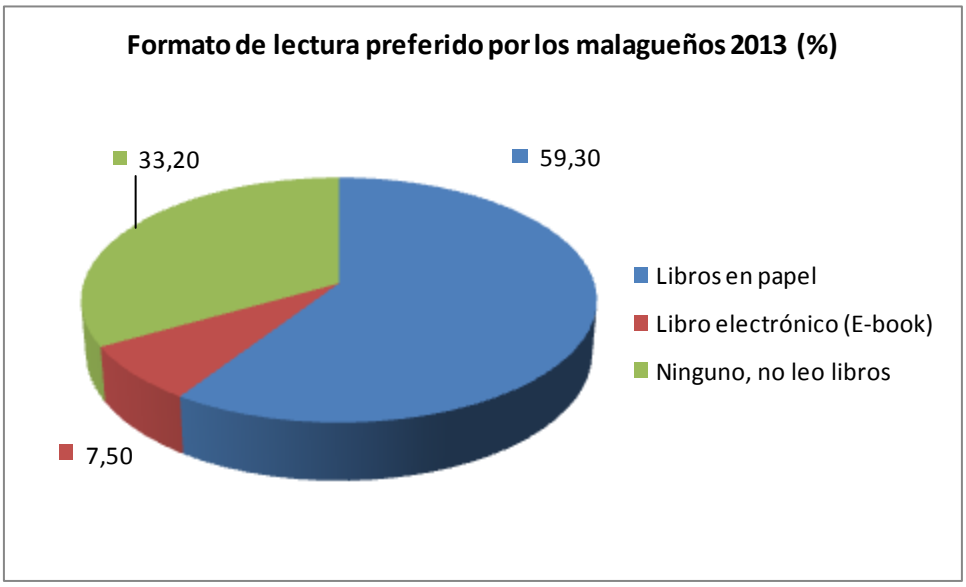
E) Formato de lectura preferido

Entre los formatos de lectura preferido por los malagueños durante el año 2013, encontramos los siguientes resultados:

	MALAGA 2013
Libros en papel	59,30
Libro electrónico (E-book)	7,50
Ninguno, no leo libros	33,20

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

La lectura de libros en papel es con el 59,30% el formato más demandado por los malagueños. El E-book o libro electrónico representa el 7,5%. El 33,20% de los malagueños encuestados contestaron que no usan ningún formato, ya que no leen.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

El formato utilizado para la lectura de la prensa general y de las revistas es muy diferente entre los malagueños durante el año 2013. El 39,80% de los encuestados declararon leer la prensa general en papel de manera gratuita mientras que el 61,80% declaró leer las revistas en papel con precio.

Tan sólo el 0.3% y el 0.5% declararon leer la prensa general y las revistas en internet previo pago.

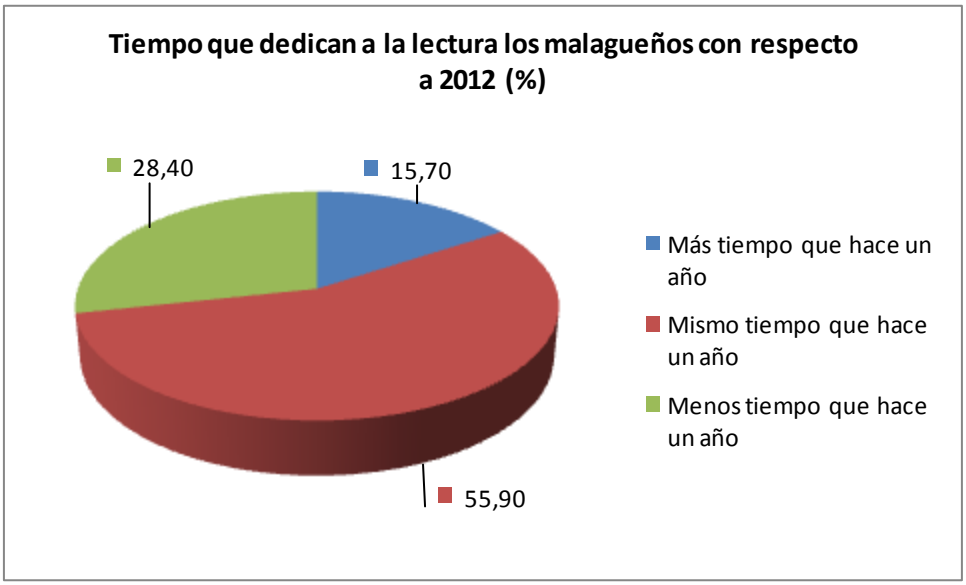
	MALAGA 2013	
	Prensa general	Revistas
En papel, de manera gratuita	39,80	24,80
En papel, con precio	35,60	61,80
En internet, de manera gratuita	24,30	12,80
En internet, con precio	0,30	0,50

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

En cuanto al tiempo dedicado a la lectura por los malagueños durante el año 2013 con respecto al año anterior (2012), la mayoría (55,90%) declararon dedicar el mismo tiempo mientras que el 28,40% contestó dedicar menos tiempo y tan sólo el 15,70% de los malagueños ha dedicado en 2013 más tiempo a la lectura que en 2012.

	MALAGA 2013
Más tiempo que hace un año	15,70
Mismo tiempo que hace un año	55,90
Menos tiempo que hace un año	28,40

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 4.- HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS AUDIOVIDUALES POR PARTE DE LA CIUDADANÍA

Según los datos publicados por el INE (Instituto Nacional de Estadística, 2013), la televisión está presente en el 99,4% de los hogares españoles, además con una media de 2,2 equipos por hogar según datos ofrecidos por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo correspondientes al año 2013.

Con estos datos, no debe sorprendernos que el 76,5% de los entrevistados en la provincia de Málaga vea la televisión a diario. Además esta proporción aumenta hasta llegar al 91,8% si se considera a todos aquellos que la ven en algún momento durante la semana.

Frecuencia de uso	**Medio**	**MALAGA**	**ANDALUCIA**
A diario, si le es posible	TV	76,50	82,40
	Internet	6,20	7,40
Algunos días a la semana	TV	13,10	10,20
	Internet	6,00	11,60
Sólo los fines de semana	TV	2,20	1,10
	Internet	2,80	2,00
Algunas veces al mes	TV	1,70	1,20
	Internet	2,10	3,50
Con menor frecuencia	TV	1,30	1,50
	Internet	2,80	4,50
Nunca / casi nunca	TV	5,00	3,70
	Internet	23,10	58,70
Ns / Nc	TV	0,20	0,00
	Internet	57,10	12,30

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Estos datos de la provincia de Málaga son muy parecidos a los obtenidos en el conjunto de la comunidad andaluza aunque en la comunidad nos encontramos que la proporción de encuestados que la ven en algún momento durante la semana sube hasta el 93,70%.

Estos datos los hemos desagregados por tramos de edad, dividiéndolos entre 16-24 años, 25-34 años, 35-44 años, 45-54 años, 55-64 años y más de 65 años, tal y como puede observarse en la siguiente tabla.

		Edad (en años)					
Frecuencia de uso	**Medio**	**16-24**	**25-34**	**35-44**	**45-54**	**55-64**	**65 y más**
A diario, si le es posible	TV	64,50	70,40	68,50	76,00	80,60	96,00
	Internet	16,10	7,10	6,50	4,20	4,20	2,00
Algunos días a la semana	TV	25,80	15,30	15,70	13,50	9,70	2,00
	Internet	11,30	8,20	6,50	5,20	5,60	1,00
Sólo los fines de semana	TV	1,60	5,10	2,80	1,00	2,80	0,00
	Internet	6,50	7,10	1,90	1,00	1,40	0,00
Algunas veces al mes	TV	1,60	2,00	2,80	2,10	1,40	0,00
	Internet	6,50	1,00	1,90	2,10	2,80	0,00
Con menor frecuencia	TV	3,20	0,00	1,90	2,10	1,40	0,00
	Internet	3,20	5,10	1,90	4,20	2,80	0,00
Nunca / casi nunca	TV	1,60	7,10	8,30	5,20	4,20	2,00
	Internet	21,00	24,50	27,80	22,90	20,80	20,00
Ns / Nc	TV	1,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Internet	35,50	46,90	53,70	60,40	62,50	77,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

De igual modo, a diario la media es más elevada entre las personas mayores de 64 años y los menores de 24, mientras que alcanza el mínimo entre los de 35 a 44 años.

2. 5.- HÁBITOS DE CONSUMO DE PRODUCTOS RADIOFÓNICOS POR PARTE DE LA CIUDADANÍA

El número de malagueños encuestados que consumen productos radiofónicos (53%) a diario, es muy inferior al que consume televisión aunque esta proporción aumenta hasta el 68,8% cuando se considera "lo hace en algún momento de la semana". El 40% de la población que escucha radio lo hace más de 60 minutos al día.

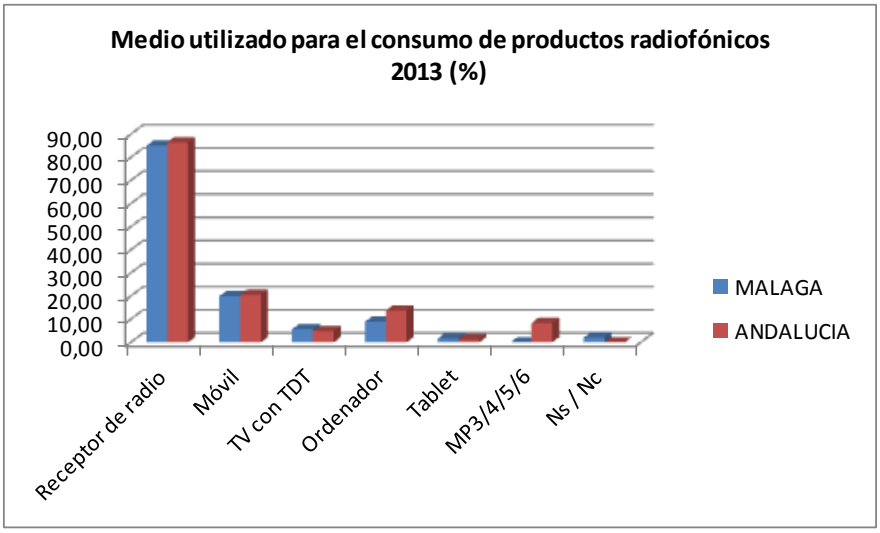
La media diaria de consumo de radio es de 98 minutos los días laborables y 67 minutos los fines de semana. El segmento más joven, de 16 a 24 años tienen el consumo diario más alto (132 minutos) y el más bajo se da en los de mayor edad 65 años o más (77 minutos). Durante los fines de semana el consumo medio se reduce en todos los segmentos. El consumo medio es mayor entre las personas con nivel de estudios más elevado.

La siguiente tabla nos muestra los medios utilizados por los encuestados malagueños y andaluces para el consumo de productos radiofónicos.

	MALAGA	ANDALUCIA
Receptor de radio	85,00	86,50
Móvil	19,90	20,60
TV con TDT	5,70	4,90
Ordenador	8,90	13,70
Tablet	1,70	1,30
MP3/4/5/6	0,00	8,30
Ns / Nc	2,00	0,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Como puede apreciarse, la mayoría de los encuestados en Málaga y en el total de Andalucía siguen utilizando el tradicional recepto de radio para el consumo de productos radiofónicos. En la provincia malagueña el 85% de los encuestados siguen utilizando este medio mientras que en el total de Andalucía el número se eleva al 86,50%.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 6.- HÁBITOS DE CONSUMO CINEMATOGRÁFICO EN ANDALUCÍA Y MÁLAGA

En este apartado vamos a analizar los hábitos de consumo de los malagueños y de los andaluces en cuanto al sector cinematográfico. Analizaremos los medios habituales de consumo en este sector.

A) Medio habitual

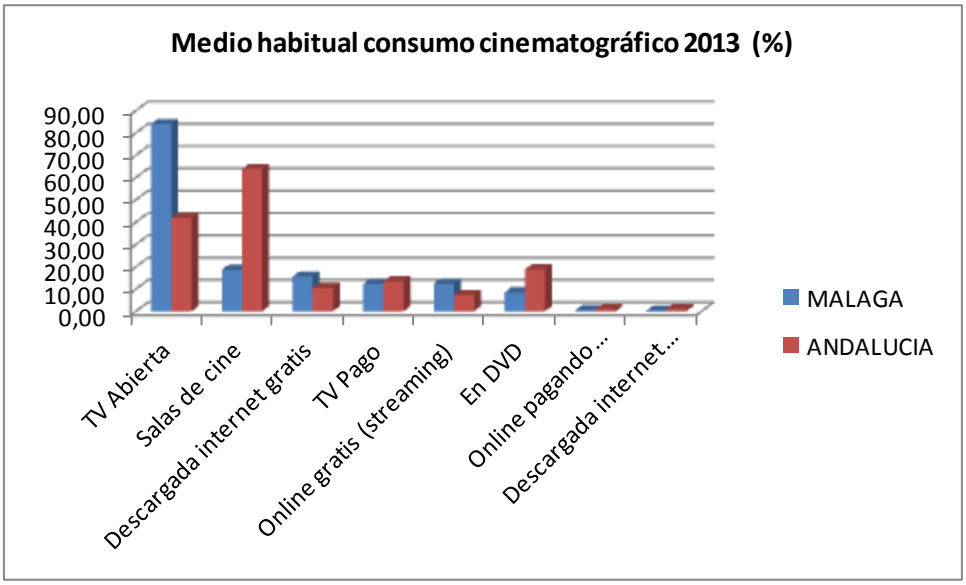
La siguiente tabla nos muestra los medios utilizados por los encuestados malagueños y andaluces para el consumo de productos cinematográficos durante el año 2013:

	MALAGA	ANDALUCIA
TV Abierta	83,90	41,90
Salas de cine	18,60	63,80
Descargada internet gratis	15,60	10,50
TV Pago	12,30	13,40
Online gratis (streaming)	12,30	7,20
En DVD	8,50	18,80
Online pagando (streaming)	0,40	1,00
Descargada internet pagando	0,20	1,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

El 14,4% de la población malagueña declara ver al menos una película diaria. El 72,6% una vez a la semana y el 10,1% declaran no ver películas nunca o casi nunca.

La TV abierta sigue siendo el medio más utilizado por los malagueños (83,90%). Sin embargo, en el conjunto de los andaluces encuestados, las salas de cine son el medio utilizado mayoritariamente para el consumo cinematográfico (63,90%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 7.- HÁBITOS DE CONSUMO TEATRAL

Se percibe un aumento en el interés por el teatro. Uno de cada cuatro encuestados malagueños dice asistir al teatro al menos una vez al año (24,5%), mientras que la media nacional según el Ministerio de Cultura está en el 19%.

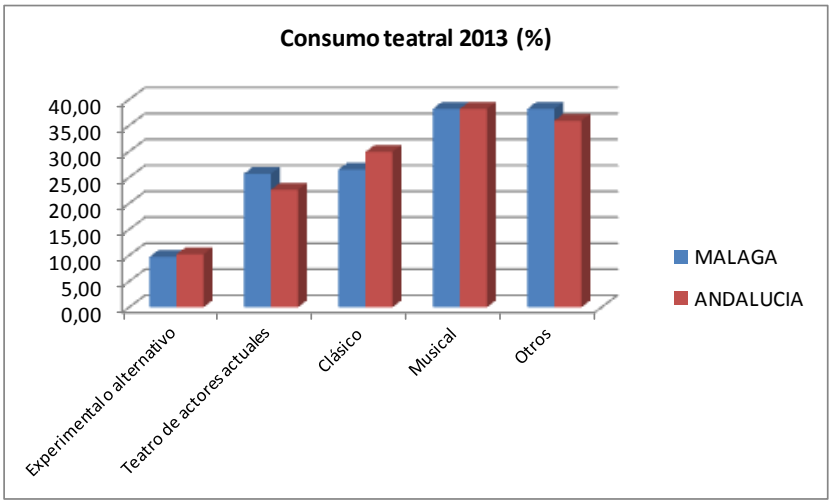
No obstante, tan sólo el 7,1% dice ir varias veces al año y un 48,9% manifiesta no hacerlo nunca aunque este dato se ha reducido en casi un 10% según un trabajo realizado por la Sopde en 2005, en la que este número llegaba al 58,4%.

En la siguiente tabla se muestran los datos de los encuestados malagueños y andaluces respecto al consumo teatral.

	MALAGA	ANDALUCIA
Experimental o alternativo	9,70	10,20
Teatro de actores actuales	25,70	22,60
Clásico	26,50	29,90
Musical	38,20	38,20
Otros	38,20	35,90

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Como puede apreciarse, los malagueños prefieren en menor proporción que los andaluces el género experimental o alternativo, mientras que coinciden con los mismos porcentajes en cuanto a la preferencia de los musicales, ambos con el 38,20%.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Si desagregamos por tramos de edad estos datos, obtenemos los siguientes resultados:

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 y más
Experimental o alternativo	9,70	6,10	12,00	14,60	8,30	7,00
Teatro de actores actuales	21,00	25,50	34,30	31,30	19,40	19,00
Clásico	12,90	4,10	23,10	39,60	40,30	38,00
Musical	46,80	51,00	40,70	36,50	31,90	24,00
Otros	40,30	34,70	38,90	31,30	44,40	42,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 8.- HÁBITOS DE CONSUMO MUSICAL

En este apartado vamos a analizar los hábitos de consumo musical de los malagueños y de los andaluces.

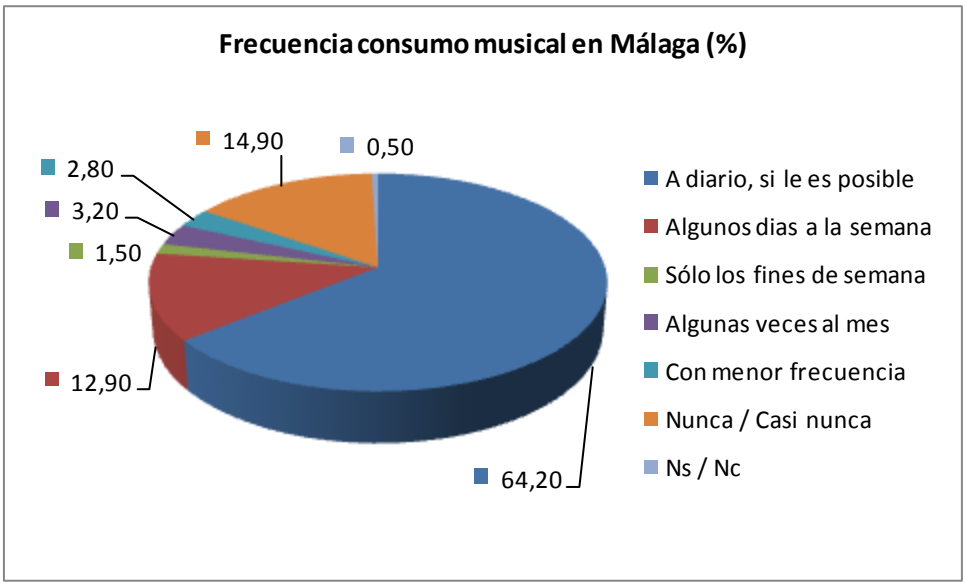
A) Frecuencia del consumo musical

Un 64, 20% de los malagueños han declarado que consumen musical a diario si le es posible. Este dato es superior al del total de los andaluces encuestados 59,90%.

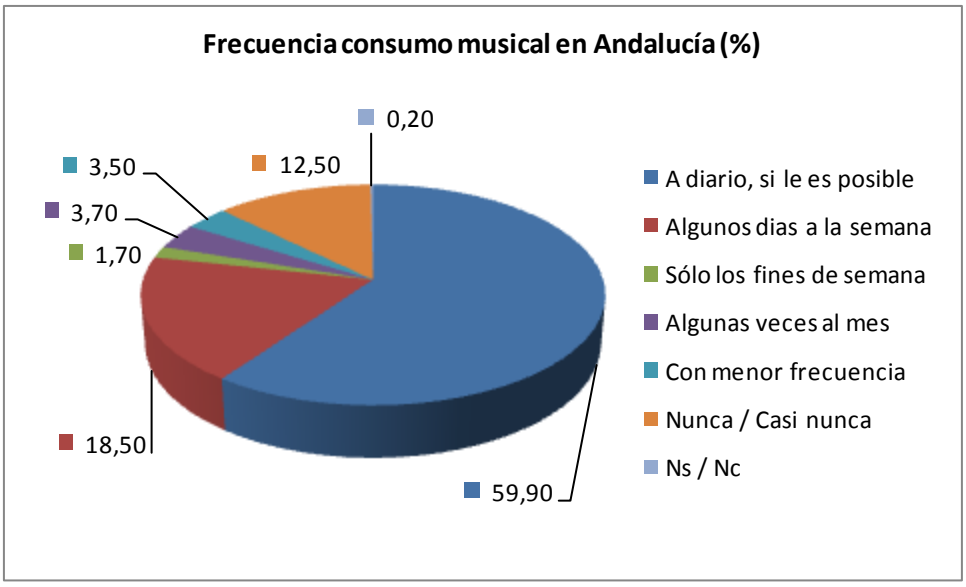
	MALAGA	ANDALUCIA
A diario, si le es posible	64,20	59,90
Algunos dias a la semana	12,90	18,50
Sólo los fines de semana	1,50	1,70
Algunas veces al mes	3,20	3,70
Con menor frecuencia	2,80	3,50
Nunca / Casi nunca	14,90	12,50
Ns / Nc	0,50	0,20

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

A continuación mostramos la representatividad de estos datos tanto en Málaga como en Andalucía mediante las siguientes gráficas:



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

B) Soporte

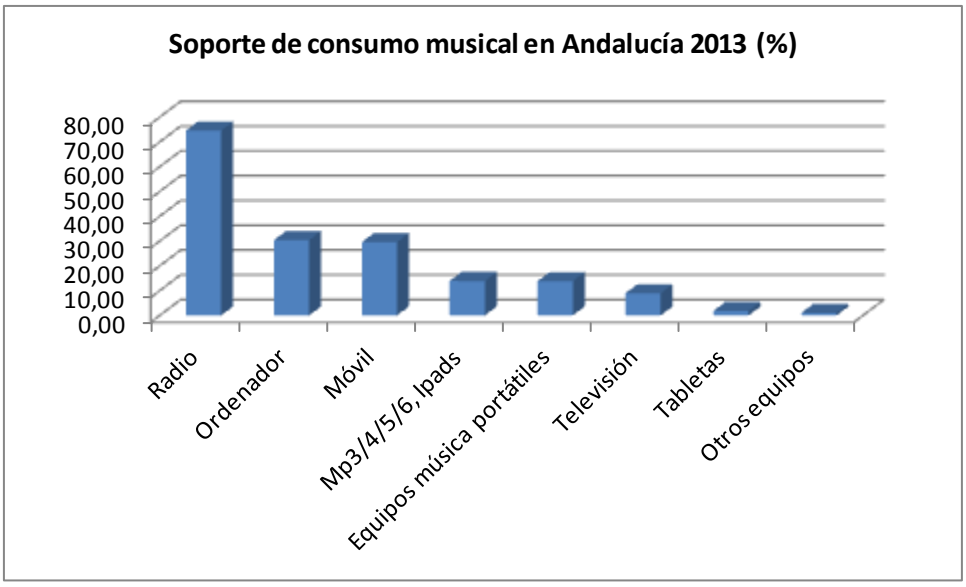
En esta tabla se muestran los porcentajes de las respuestas obtenidas de los andaluces. Como puede observarse y como ya hemos comentado, el total de respuestas pasa del 100% debido a que para esta pregunta se podía contestar varias de las respuestas.

	ANDALUCIA 2013
Radio	74,60
Ordenador	30,40
Móvil	29,60
Mp3/4/5/6, Ipads	13,90
Equipos música portátiles	13,80
Televisión	9,00
Tabletas	1,80
Otros equipos	1,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

La radio (74,60%) es el soporte más utilizado por los andaluces, seguido del ordenador (30,40%) y el teléfono móvil (29,60%).

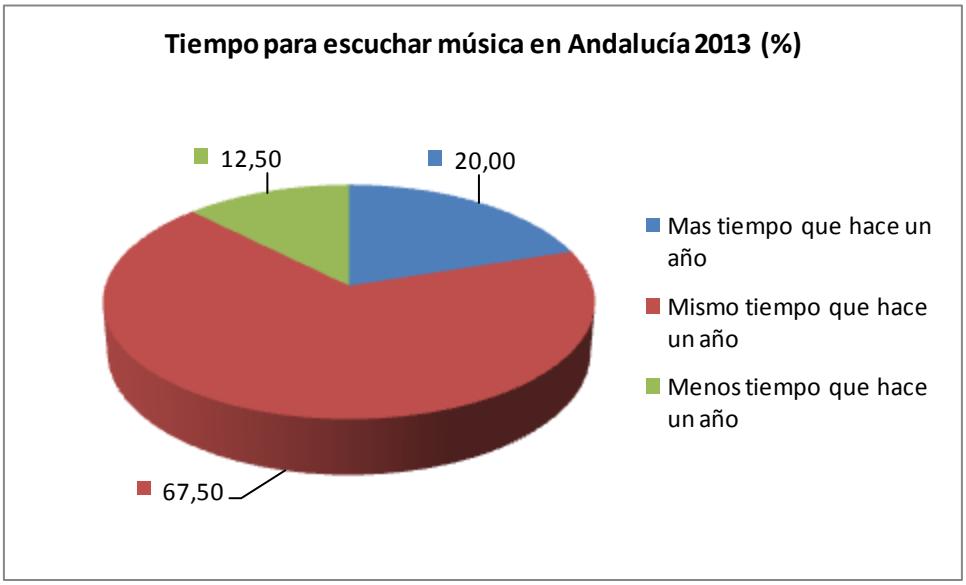
A continuación les mostramos estos datos gráficamente:



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

C) Tiempo para escuchar música

Entre los andaluces encuestados durante el año 2013, la mayoría, concretamente el 67,50% manifestó dedicar el mismo tiempo que el año anterior a escuchar música. Un 12,50% declaró dedicar menos tiempo y un 20% dijo que le dedicaba más tiempo que el año anterior a esta actividad lúdica.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

D) Asistencia a conciertos

Para esta pregunta, se han obtenido los siguientes datos entre los andaluces encuestados:

	ANDALUCIA 2013
Frecuentemente (+11 veces)	1,40
Varias veces al año (+3 veces)	4,50
2 ó 3 veces al año	10,90
Una vez al año	10,80
Con menor frecuencia	9,60
Casi nunca / nunca	61,60
Ns / Nc	1,20

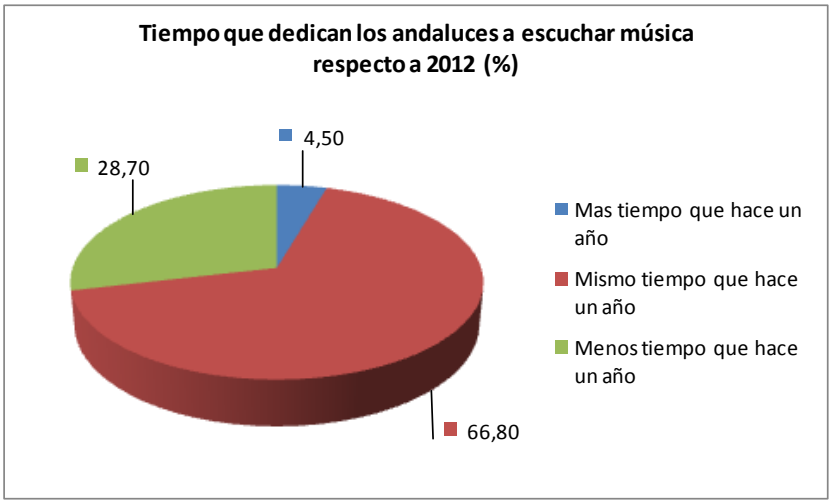
Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Se observa que la mayoría de los andaluces (61,60%) nunca a casi nunca asisten a conciertos, el 10,9% lo hacen 2 ó 3 veces al año, el 10,80% lo hace al menos una vez al año.

Frente a estos datos de consumo musical tan halagüeños nos encontramos que tan solo el 23,4% de los malagueños entrevistados asiste al menos a un concierto al año (la media nacional según el Ministerio de Cultura es del 30,2%). Pero además el 63,6% de los malagueños no ha asistido nunca a ningún concierto. En el último año, el 76,5% de los que malagueños que habitualmente acude a más de un concierto lo sigue haciendo mientras que un 19% ha reducido esta asistencia.

E) Tiempo para escuchar música

En cuanto al tiempo dedicado a escuchar música por los andaluces durante el año 2013 con respecto al año anterior (2012), la mayoría (66,80%) declararon dedicar el mismo tiempo mientras que el 28,70% contestó dedicar menos tiempo y tan sólo el 4,50% de los andaluces han dedicado en 2013 más tiempo a escuchar música que en 2012.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

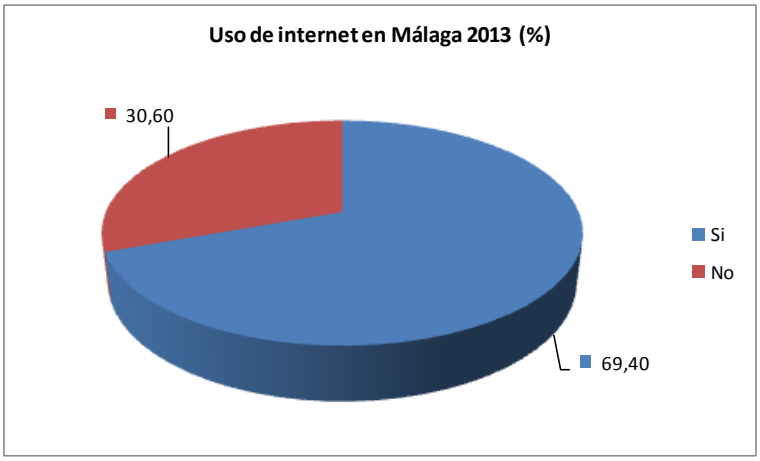
2. 9.- HÁBITOS DE USO DE INTERNET POR PARTE DE LOS CIUDADANOS/AS

El hábito del consumo de internet está cada vez más asentado en nuestra sociedad. Prueba de ello es que el 69,40% de los encuestados malagueños han manifestado utilizar esta herramienta frente al 30,60% que han declarado lo contrario.

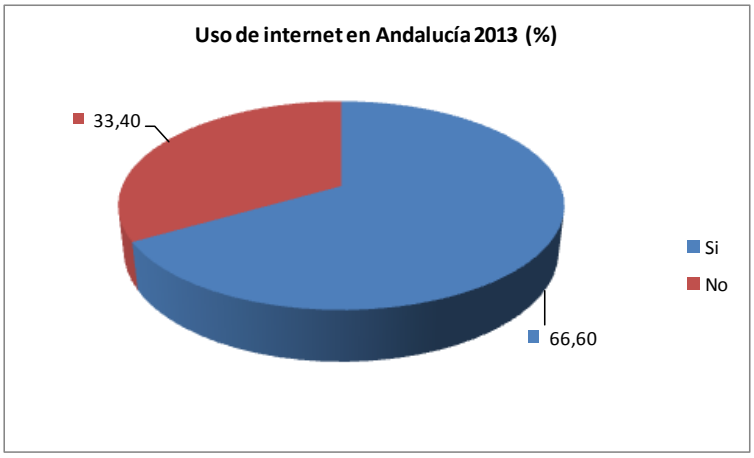
A nivel regional, los encuestados de la comunidad autónoma andaluza han declarado en un porcentaje del 66,60% que si utilizan esta herramienta mientras que el restante 33,40% declararon no utilizarlo.

	MALAGA	ANDALUCIA
Si	69,40	66,60
No	30,60	33,40

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Por tramos de edad, en la provincia malagueña, el 94,40% de los encuestados de entre 16 y 24 años declararon utilizar internet.

Tan solo el 17% de las personas mayores de 65 años declararon usa internet.

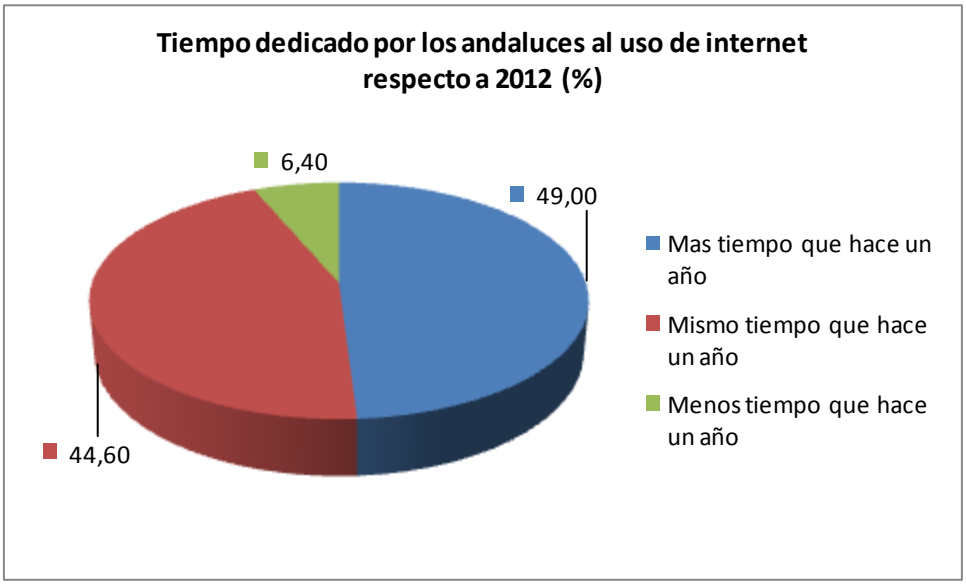
MALAGA	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 y más
Si	98,40	96,90	88,90	76,00	41,70	17,00
No	1,60	3,10	11,10	24,00	58,30	83,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

En cuanto al tiempo que dedican los andaluces al uso de internet, éstos han declarado en un 49% que le dedican más tiempo que hace un año. El 44,60% contestaron que le dedican el mismo tiempo que hace un año y tan solo un 6,40 dicen dedicar menos tiempo que el año anterior.

	ANDALUCIA 2013
Mas tiempo que hace un año	49,00
Mismo tiempo que hace un año	44,60
Menos tiempo que hace un año	6,40

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 10.- PRÁCTICA DE ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS

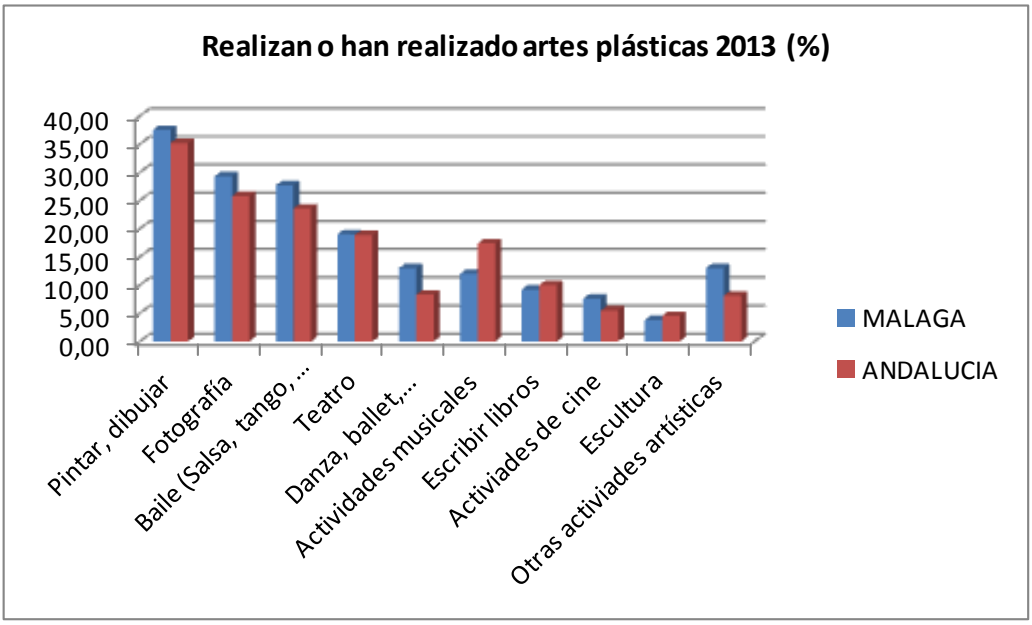
Realiza o ha realizado

El consumo cultural también se puede realizar mediante la participación activa o práctica del usuario. Entre las principales actividades culturales que realizan los andaluces, destaca en primer lugar la pintura y el dibujo (35,2%), seguidos por las actividades de fotografía (25,8%) y las clases de baile (23,6%).

En concreto, el 34,4% de la población encuestada ha realizado durante el último año algún tipo de actividad de esta índole. Las disciplinas artística que mayor proporción de encuestados han practicado en el último año han sido: pintura (37,5%), fotografía (29,3%) y baile (27,7%).

	MALAGA	ANDALUCIA
Pintar, dibujar	37,50	35,20
Fotografía	29,30	25,80
Baile (Salsa, tango, sevillanas..)	27,70	23,60
Teatro	19,00	18,90
Danza, ballet,...	13,00	8,30
Actividades musicales	12,00	17,40
Escribir libros	9,20	10,00
Activiades de cine	7,60	5,50
Escultura	3,80	4,50
Otras activiades artísticas	13,00	8,10

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Me gustaría realizar

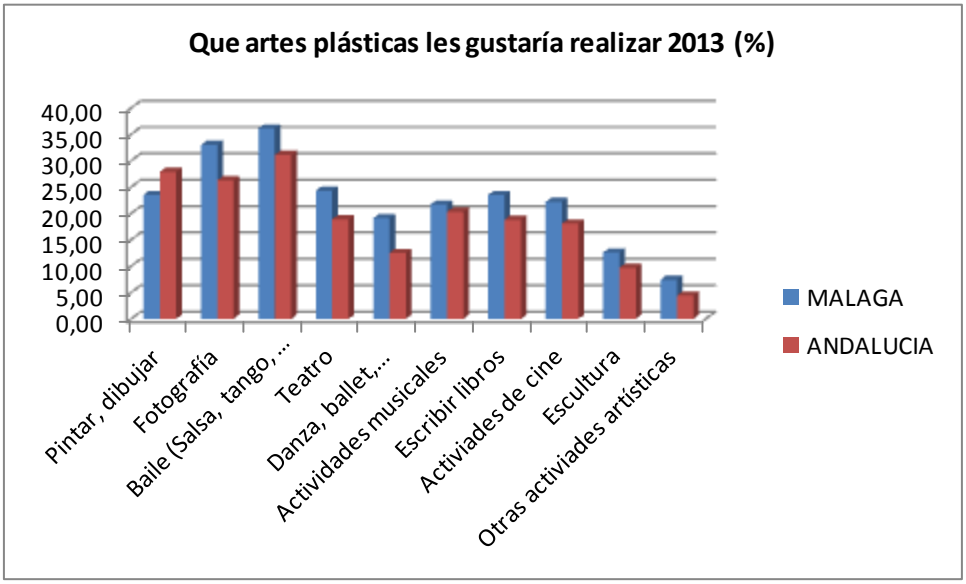
Las clases de baile (31,10%), seguidos por las actividades de fotografía (26,3%) y la pintura y el dibujo (27,9%), son las tres actividades culturales que más le gustaría hacer a la población andaluza encuestada.

Entre los malagueños, las clases de baile (36,10%), actividades fotográficas (33,00%) y teatro (24,30%) son las actividades que les gustaría realizar.

	MALAGA	ANDALUCIA
Pintar, dibujar	23,50	27,90
Fotografía	33,00	26,30
Baile (Salsa, tango, sevillanas..)	36,10	31,10
Teatro	24,30	18,90
Danza, ballet,...	19,10	12,50
Actividades musicales	21,70	20,30
Escribir libros	23,50	18,80
Activiades de cine	22,20	18,10
Escultura	12,60	9,70
Otras activiades artísticas	7,40	4,40

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

A continuación, les mostramos una gráfica comparativa entre los resultados expuestos por los encuestados malagueños y los del total de Andalucía.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

2. 11.- OPINIÓN DE LA CIUDADANÍA SOBRE LA CULTURA Y LA POLÍTICA CULTURAL DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Para analizar este apartado vamos a hacerlo primero sobre el total de los andaluces encuestados y después conoceremos la opinión de los malagueños.

Ambas tablas que se exponen son de elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya.

La mayoría de los andaluces no está de acuerdo con la apreciación de que la cultura sea un lujo que sólo algunos puedan permitirse (59,4%) y rechaza también en su mayoría que se incremente el IVA en cultura en tiempos de crisis.

En sentido contrario, el 87% de los andaluces está a favor de que las administraciones subvencionen las actividades culturales.

Propuesta	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	NS / NC
La cultura es un lujo que sólo algunos pueden tener	20,9	38,5	6,1	23,4	6,4	4,7
Las Administraciones Públicas no deberían subvencionar las actividades como música, cine, teatro, etc.	33,8	43,4	7,6	7,5	3,0	4,7
En situaciones de crisis como la nuestra es natural que aumente el IVA de los productos culturales.	38,7	39,0	7,9	6,7	2,4	5,3
La lectura no es tan importante para la vida como algunos dicen.	38,9	41,5	6,9	7,7	1,3	3,7
No deberían emitirse en TV programas en los que se falta el respeto y se venden problemas familiares y/o personales.	4,9	9,2	13,7	29,2	39,2	3,8
La gente preferiría que las Administraciones Públicas subvencionaran cosas populares como las Ferias o las Romerías más que los festivales de música, teatro, cine o la	18,0	29,7	16,1	20,0	6,2	10,0

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

Como muestran los resultados de la siguiente tabla, los ciudadanos malagueños encuestados mayoritariamente (74,7%) están en desacuerdo con considerar a la cultura como un lujo que solo algunos pueden tener y rechazan (85,7%) admitir que la lectura no es importante para la vida como algunos dicen.

Igualmente, la gran mayoría (86,7%), está en contra del aumento del IVA de los productos culturales, al tiempo que está en contra de que las administraciones públicas no financien este tipo de actividades (81,8%).

No obstante, el 30,4% cree que la gente preferiría que las Administraciones Públicas subvencionaran cosas populares como las Ferias o las Romerías más que los festivales de música, teatro, cine, libros, música, etc., mientras que el 52,1% opina lo contrario.

Por otra parte, la mayoría (64,6%) considera que no deberían emitirse en TV programas en los que se falte el respeto y se vendan problemas familiares y/o personales.

Propuesta	**Totalmente en desacuerdo**	**En desacuerdo**	**Indiferente**	**De acuerdo**	**Totalmente de acuerdo**	**NS / NC**
La cultura es un lujo que sólo algunos pueden tener	28,2	46,5	5,9	14,1	5,3	-
Las Administraciones Públicas no deberían subvencionar las actividades como música, cine, teatro, etc.	35,2	46,6	7,1	6,9	4,2	-
En situaciones de crisis como la nuestra es natural que aumente el IVA de los productos culturales.	44,4	42,3	7,5	3,1	2,7	-
La lectura no es tan importante para la vida como algunos dicen.	41	44,7	9,2	3,8	1,3	-
No deberían emitirse en TV programas en los que se falta el respeto y se venden problemas familiares y/o personales.	5,5	8,6	21,2	29,8	34,9	-
La gente preferiría que las Administraciones Públicas subvencionaran cosas populares como las Ferias o las Romerías más que los festivales de música, teatro, cine o la	21,4	30,7	17,4	22,8	7,7	-

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya

3.- DEPORTE

3. 1.- TASA DE PRÁCTICA

Para comenzar el análisis de la práctica deportiva en la provincia de Málaga con respecto a Andalucía, les mostramos la siguiente tabla de datos en los que se refleja la tasa de práctica de los ciudadanos tanto en la provincia malagueña como en la región.

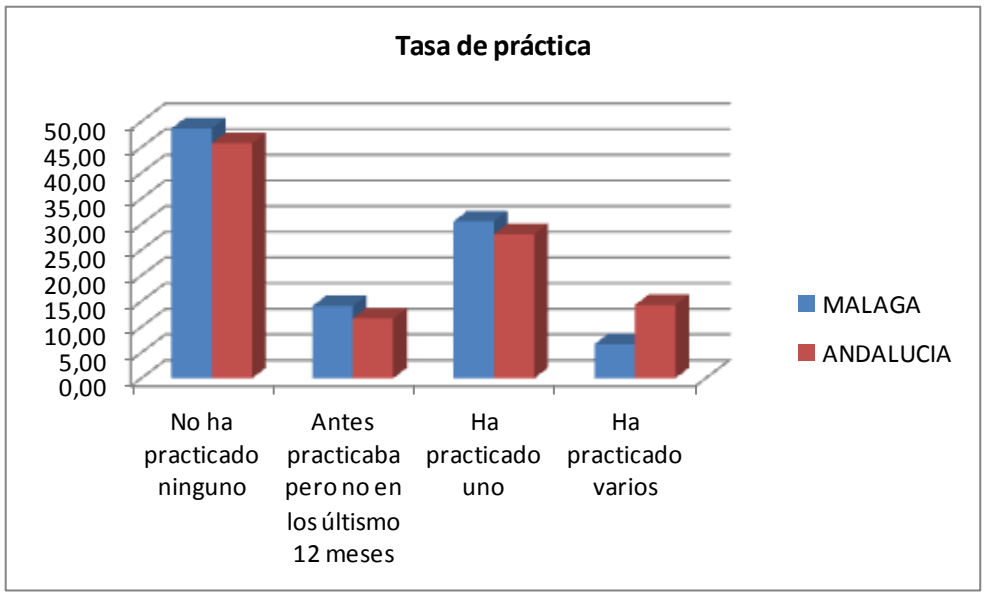
Hay que tener en cuenta que en otros trabajos la pregunta que se realiza es "si practica usted actualmente algún deporte". En el presente trabajo, la pregunta es "si ha preguntado uno varios deportes en los últimos doce meses" con objeto de tener una idea más próxima a la realidad pues evitamos entre otras cosas la temporalidad fenómeno éste que suele ocurrir.

	MALAGA	ANDALUCIA
No ha practicado ninguno	48,70	45,80
Antes practicaba pero no en los últismo 12 meses	14,10	11,70
Ha practicado uno	30,60	28,10
Ha practicado varios	6,70	14,30

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Como puede apreciarse, en la provincia malagueña la tasa de práctica deportiva es casi tres puntos menor que en la media andaluza.

Además, la práctica de varios deportes en los ciudadanos y ciudadanas malagueños/as es muy inferior a la de los andaluces según las cifras del Observatorio del Deporte Andaluz.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Si desagregamos estos datos por sexos obtenemos la siguiente tabla de datos:

	MALAGA		ANDALUCIA	
	HOMBRE	MUJER	HOMBRE	MUJER
No ha practicado ninguno	42,90	54,10	37,70	53,70
Antes practicaba pero no en los últismo 12 meses	13,80	14,30	12,10	11,40
Ha practicado uno	32,90	28,40	30,30	26,00
Ha practicado varios	10,30	3,20	19,90	8,90

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Podemos apreciar que tanto en Andalucía como en Málaga las mujeres que no han practicado ningún deporte son un número mayor que los hombres, siendo estos datos más acentuados en la media andaluza que en la provincia de Málaga.

En Andalucía las mujeres que no han practicado ningún deporte son el 53,70% mientras que en la provincia de Málaga se incrementa al 54,10%. Los hombres malagueños también son mayor que los andaluces en cuanto a no haber practicado ningún deporte.

Estos datos podemos analizarlos también por provincias con la siguiente tabla:

	ALMERIA	CADIZ	CORDOBA	GRANADA	HUELVA	JAEN	MALAGA	SEVILLA
No ha practicado ninguno	45,00	52,50	28,70	43,30	49,10	37,60	48,70	49,90
Antes practicaba pero no en el último año	4,40	3,60	24,70	0,90	5,00	20,20	14,00	16,50
Ha practicado uno	26,80	25,70	28,90	36,30	36,30	25,70	30,60	22,30
Ha practicado varios	23,80	18,20	17,60	19,50	9,70	16,40	6,70	11,40

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Se observa que los residentes en la provincia de Cádiz son los que representan un mayor número en cuanto a la no práctica de deporte, seguidos de los sevillanos y onubenses.

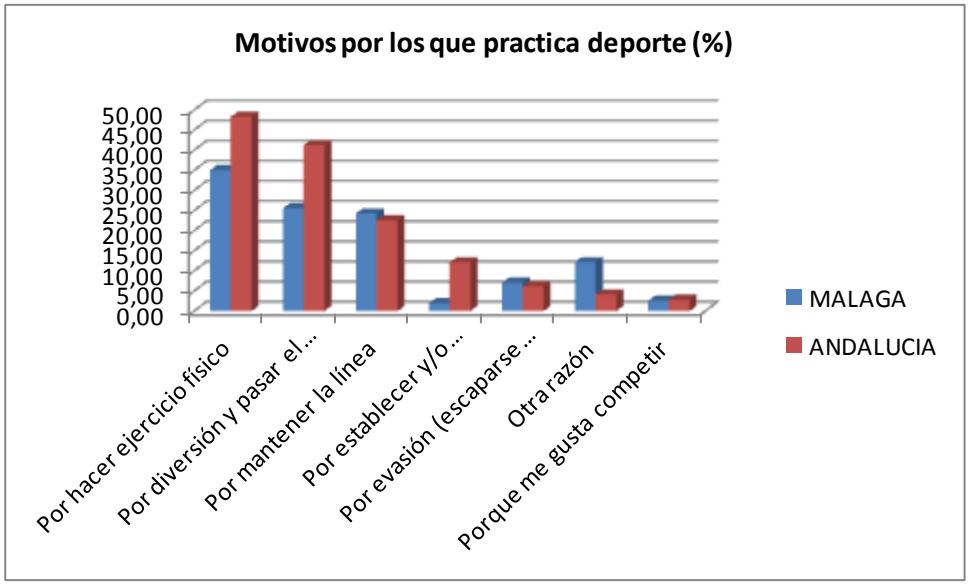
3. 2.- MOTIVOS DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA

El principal motivo que declaran lo malagueños para la práctica deportiva es “por hacer ejercicio físico” seguido de “por diversión y pasar el tiempo” y “por mantener la línea”. Éstos motivos son los mismos que indican el resto de ciudadanos andaluces aunque el porcentaje malagueño es menor que el de la media andaluza, salvo en la respuesta “por mantener la línea” donde los malagueños (24,20%) superan la media andaluza (22,50%).

	MALAGA	ANDALUCIA
Por hacer ejercicio físico	35,00	48,30
Por diversión y pasar el tiempo	25,50	41,20
Por mantener la línea	24,20	22,50
Por establecer y/o mantener relaciones sociales	1,90	12,10
Por evasión (escaparse de lo habitual)	7,00	6,20
Otra razón	12,10	4,10
Porque me gusta competir	2,50	2,80

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

A continuación les mostramos un gráfico en el que se compara los motivos de los malagueños para la práctica deportiva frente a los de los andaluces.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

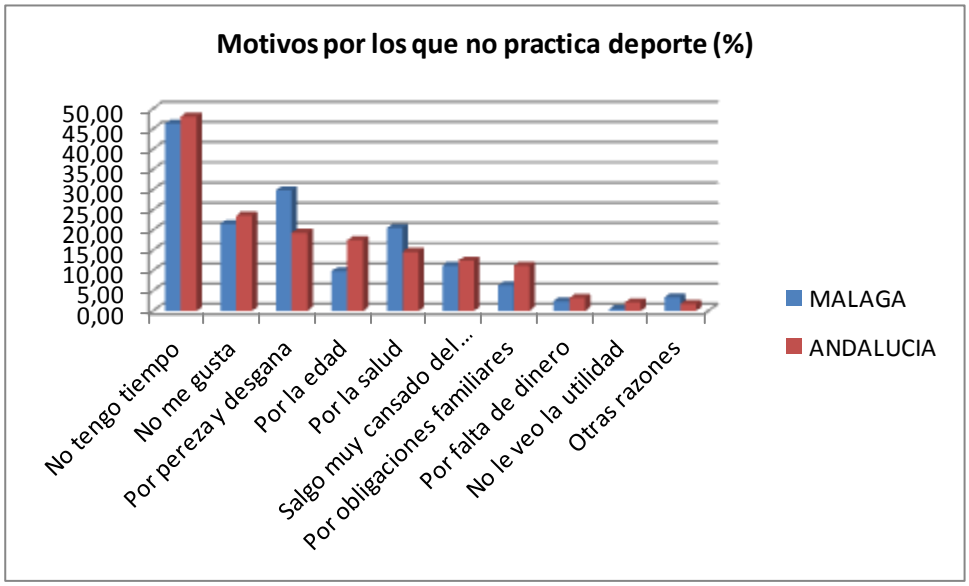
3. 3.- MOTIVOS DE LA NO PRÁCTICA DEPORTIVA

Analizando los datos ofrecidos por el Observatorio Andaluz del Deporte, apreciamos que el principal motivo por el que los malagueños no practican deporte radica en la falta de tiempo, con un 46,30%. Este motivo es el principal también que señalan los andaluces (48,10%) para no practicar deporte. Llama la atención que el motivo "por perece y desgana" es algo más de diez puntos mayor entre los malagueños que en el total de los andaluces.

	MALAGA	ANDALUCIA
No tengo tiempo	46,30	48,10
No me gusta	21,50	23,60
Por pereza y desgana	29,80	19,30
Por la edad	9,80	17,50
Por la salud	20,50	14,60
Salgo muy cansado del trabajo o del estudio	11,20	12,40
Por obligaciones familiares	6,30	11,20
Por falta de dinero	2,40	3,20
No le veo la utilidad	0,50	2,10
Otras razones	3,40	1,70

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Tabla comparativa de los motivos señalados para no hacer deporte por los malagueños en comparación con los andaluces



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

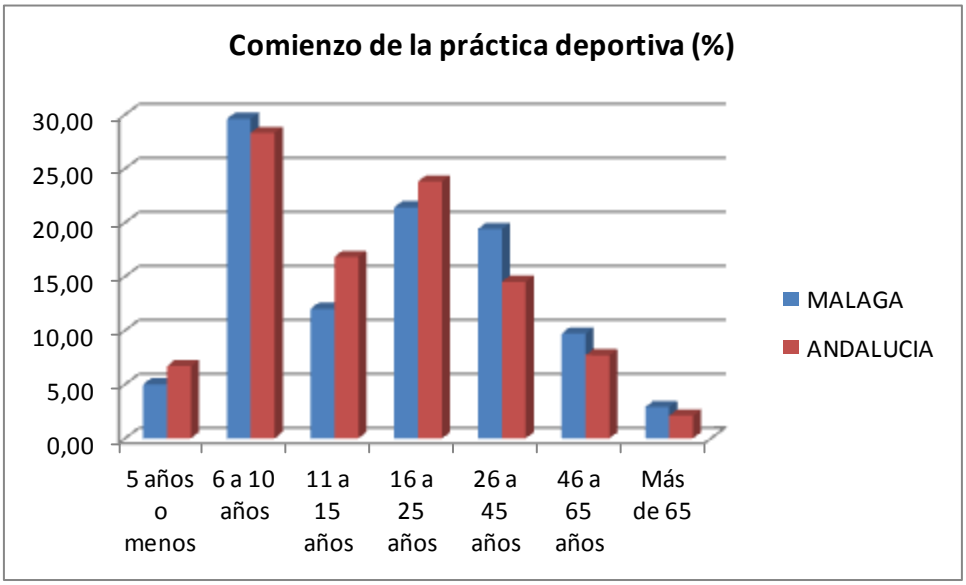
3. 4.- COMIENZO DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA

En este epígrafe encontramos que el tramo de edad que comprende desde los 6 a los 10 años es en el que mayor número de ciudadanos malagueños se inician en la práctica deportiva, exactamente el 29,60%, seguido del tramo que comprende las edades 16 a 25 años.

	MALAGA	ANDALUCIA
5 años o menos	5,00	6,70
6 a 10 años	29,60	28,30
11 a 15 años	12,00	16,80
16 a 25 años	21,40	23,80
26 a 45 años	19,40	14,50
46 a 65 años	9,70	7,70
Más de 65	2,90	2,10

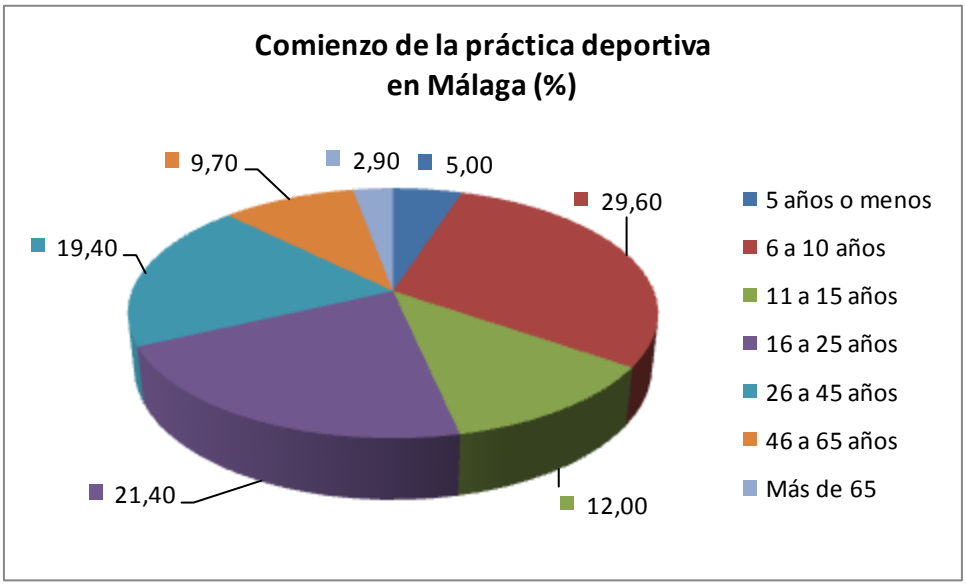
Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

El siguiente gráfico compara la edad de comienzo de la práctica deportiva de los malagueños frente a la media andaluza.



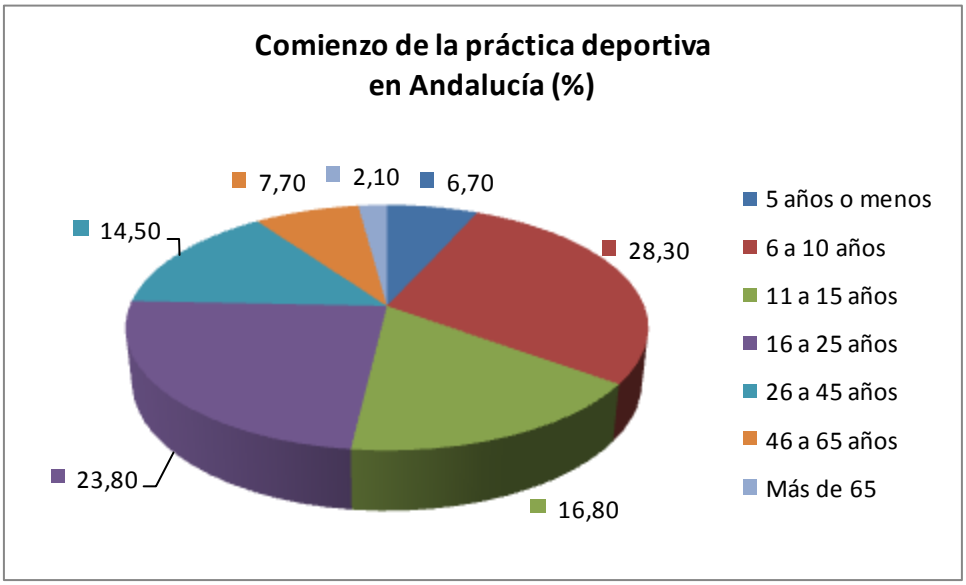
Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

En la provincia de Málaga, el tramo de 6 a 10 años en el que más se comienza a practicar deporte (29,6%), seguido del tramo 16 a 25 años (21,40%), 26 a 45 (19,40%). El tramo en el que menos usuarios comienzan a practicar deporte es en el de más de 65 años con un 2,90%.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

A nivel andaluz, se repiten los mismos resultados que en la provincia malagueña, es decir, el tramo 6 a 10 años lidera el ranking seguido del tramo 16 a 25 años.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

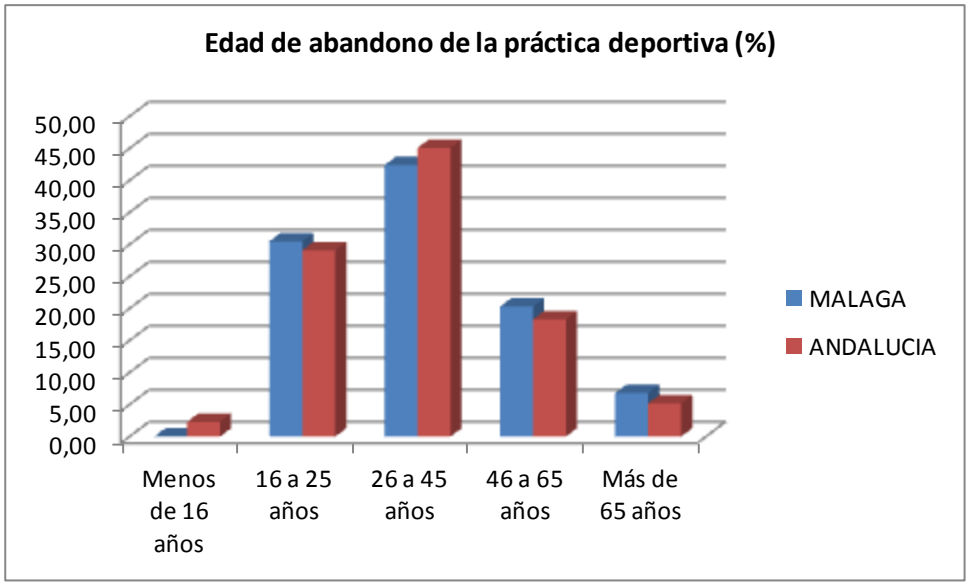
3. 5.- ABANDONO DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA (EDAD)

La mayoría de los abandonos de la práctica deportiva en la provincia malagueña se produce en el tramo de edad de 26 a 45 años (42,40%). Este dato coincide también en el total de Andalucía donde los ciudadanos también abandonan la práctica deportiva en ese tramo de edad.

	MALAGA	ANDALUCIA
Menos de 16 años	0,00	2,30
16 a 25 años	30,50	29,10
26 a 45 años	42,40	45,10
46 a 65 años	20,30	18,30
Más de 65 años	6,80	5,20

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

A continuación mostramos gráfica en la que se compara la edad de abandono de los malagueños respecto a los andaluces.



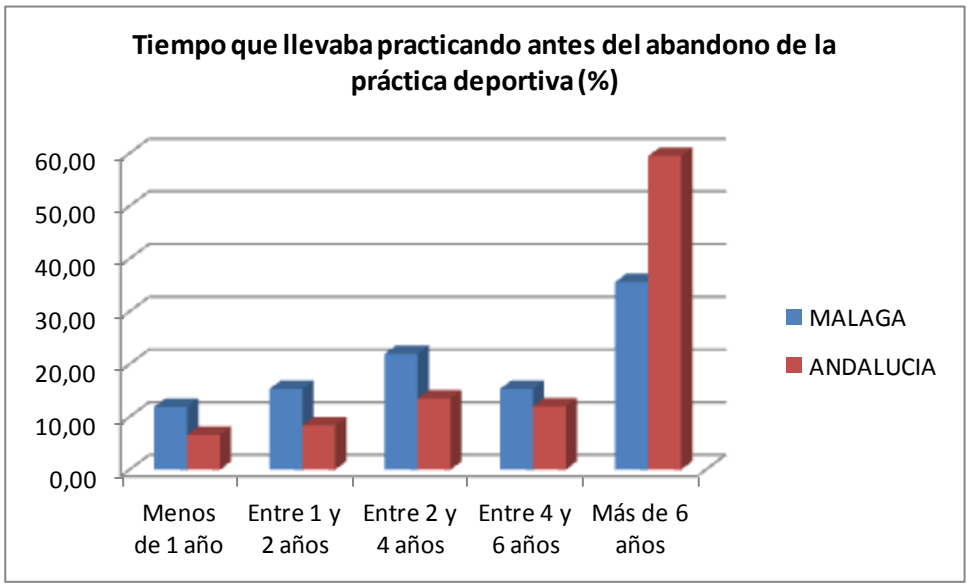
Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Teniendo en cuenta solo a los ciudadanos andaluces y por tanto malagueños que han abandono la práctica deportiva, obtenemos la siguiente tabla referida al tiempo que llevaban estos ciudadanos practicando deporte antes de abandonarlo.

	MALAGA	ANDALUCIA
Menos de 1 año	11,90	6,60
Entre 1 y 2 años	15,30	8,40
Entre 2 y 4 años	22,00	13,50
Entre 4 y 6 años	15,30	12,00
Más de 6 años	35,60	59,50

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Como puede observarse, algo más de un tercio de los malagueños que abandonaron la práctica deportiva, llevaban más de seis años practicando deporte, exactamente el 35,60%. Este dato es inferior al del total de los andaluces que han manifestado haber dejado la práctica deportiva tras más de seis años de realización. Éstos suponen el 59,50% del total.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Esta gráfica nos compara los datos de los malagueños frente a los obtenidos en el total de los andaluces.

3. 6.- MOTIVOS DEL ABANDONO DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA

Entre los ciudadanos que manifestaron haber abandonado la práctica deportiva, el Observatorio del Deporte Andaluz declara los siguientes motivos como los principales que ocasionaron el abandono de esta práctica deportiva. Los datos que les mostramos son tanto para la provincia de Málaga como para el total de Andalucía.

	MALAGA	ANDALUCIA
Salía muy cansado o muy tarde del trabajo	27,10	36,00
Por obligaciones familiares	28,80	21,60
Por pereza y desgana	20,30	21,20
Por la salud	35,60	19,80
Por la edad	11,90	12,00
Por lesiones	13,60	11,20
Por falta de dinero	11,90	9,50
No tenía instalaciones deportivas cerca	1,70	2,50
Los amigos no hacían deporte	3,40	1,80

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Destacar que mientras que el total de los andaluces declararon que el principal motivo por el que abandonaron la práctica deportiva fue por el cansancio o salida muy tarde del trabajo, los malagueños sin embargo declaran la salud como el principal motivo del abandono. Las obligaciones familiares es el segundo motivo señalado tanto por los malagueños como los andaluces por el que han abandonado la práctica deportiva.

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

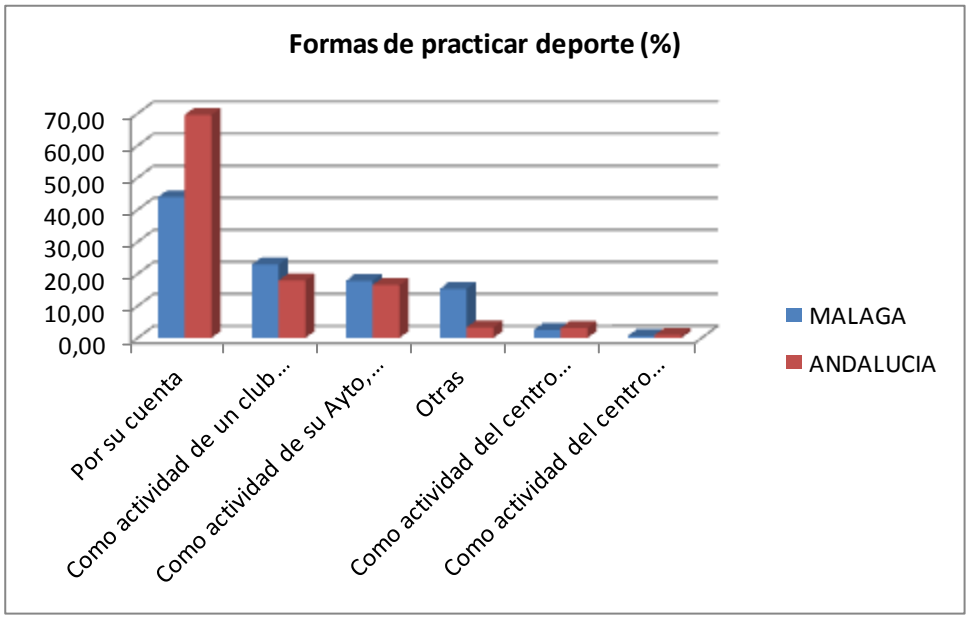
3. 7.- FORMAS DE HACER DEPORTE

Los malagueños (43,90%) y los andaluces (69,60%) coinciden en señalar que el deporte que realizan lo hacen por su cuenta.

	MALAGA	ANDALUCIA
Por su cuenta	43,90	69,60
Como actividad de un club deportivo, sección deportiva, organización. o federación	22,90	17,90
Como actividad de su Ayto, Patronato o Fundac municipal	17,80	16,50
Otras	15,30	3,30
Como actividad del centro de enseñanza en el que está	2,50	3,10
Como actividad del centro de trabajo en el que está	0,60	0,90

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Tanto para los malagueños como para los andaluces, la realización de deporte como actividad del centro de trabajo es la respuesta que menos contestaciones obtuvo siendo los porcentajes inferiores al 1% tanto en el total andaluz como en el de la provincia de Málaga.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

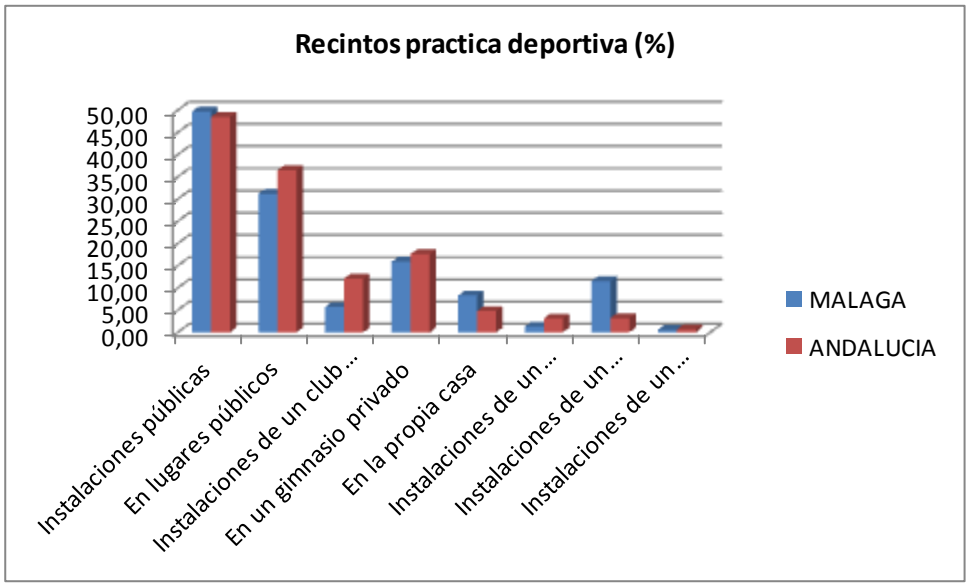
Una vez expuestos las formas de hacer deporte por parte de los ciudadanos andaluces y la representatividad en éstos de los malagueños, les mostramos una tabla con los datos del Observatorio del Deporte Andaluz en la que se refleja el lugar donde los ciudadanos realizan la práctica deportiva.

	MALAGA	ANDALUCIA
Instalaciones públicas	49,70	48,50
En lugares públicos	31,20	36,50
Instalaciones de un club privado	5,70	12,10
En un gimnasio privado	15,90	17,60
En la propia casa	8,30	4,80
Instalaciones de un centro de enseñanza público	1,30	3,10
Instalaciones de un centro de enseñanza privado	11,50	3,20
Instalaciones de un centro de trabajo	0,60	0,70

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Como podemos observar casi la mitad de los malagueños que realizan deporte lo hacen en instalaciones públicas al igual que el total de los andaluces. En ambas muestras, el sungo lugar o recinto donde practican los ciudadanos deporte es en lugares públicos.

La siguiente gráfica nos muestra la comparación de los recintos declarados por los andaluces y malagueños para la práctica de sus actividades deportivas.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

3. 8.- DEPORTES MÁS PRACTICADOS

Entre los deportes más practicados por lo malagueños nos encontramos la gimnasia de mantenimiento, aeróbic, step, yoga…con un 32,5%, seguido del ciclismo con un 17,8% y el fútbol 7 con un 15, 3%.

	MALAGA
Gimnasia de mantenimiento, aeróbic, step, yoga...	32,50
Ciclismo	17,80
Fútbol 7	15,30
Otro/s	9,60
Pádel	8,30
Actividades en piscina (gimnasia acuática...)	7,60
Atletismo	7,00
Fútbol Sala	6,40
Baloncesto	4,50
Carrera a pie (jogging)	3,80

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Para los andaluces, la gimnasia de mantenimiento, aeróbic, step, yoga…también es el deporte más demandado con un 29,8%, seguido del ciclismo 18,8% y fúbol 7 con 18,4%.

	ANDALUCIA
Gimnasia de mantenimiento, aeróbic, step, yoga...	29,80
Ciclismo	18,80
Fútbol 7	18,40
Pádel	11,00
Carrera a pie (jogging)	8,90
Natación	8,60
Musculación	7,90
Otro/s	7,30
Atletismo	6,20
Senderismo	6,00

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

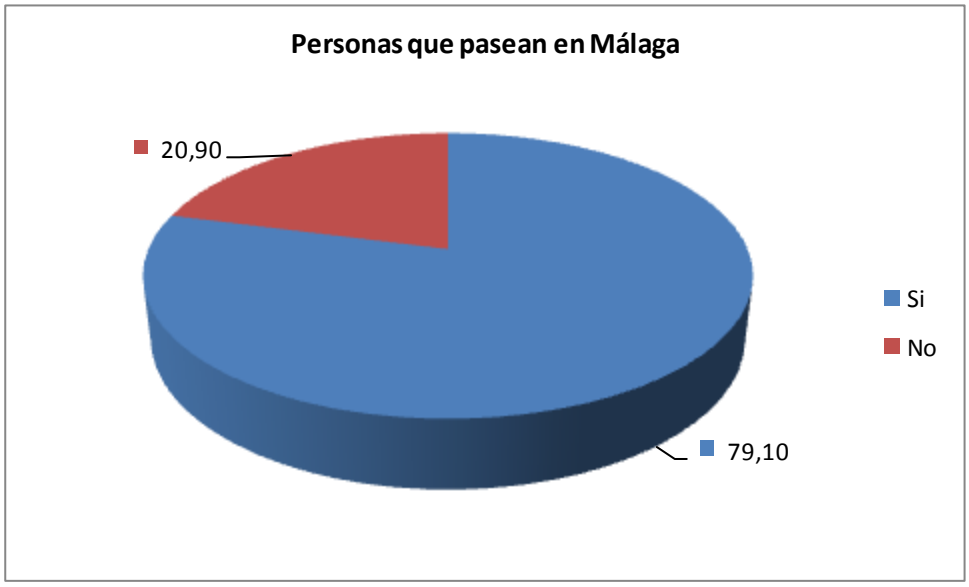
3. 9.- EL PASEO COMO PRÁCTICA DEPORTIVA

En los últimos años, pasear se ha convertido en una forma de hacer deporte por parte de los ciudadanos. Por prescripción médica, por el precio de los gimnasios o clubes privados o incluso por las tasas deportivas en algunos ayuntamientos, pasear se ha convertido en uno de los deportes más practicados por los ciudadanos. Como nos muestra la siguiente tabla, obtenida a partir de los datos del Observatorio del Deporte Andaluz, el 79,10% de los malagueños encuestados respondieron que si realizaban este ejercicio. Este dato es mayor al del total de los andaluces que admitieron realizarlo (68,40%).

	MALAGA	ANDALUCIA
Si	79,10	68,40
No	20,90	31,60

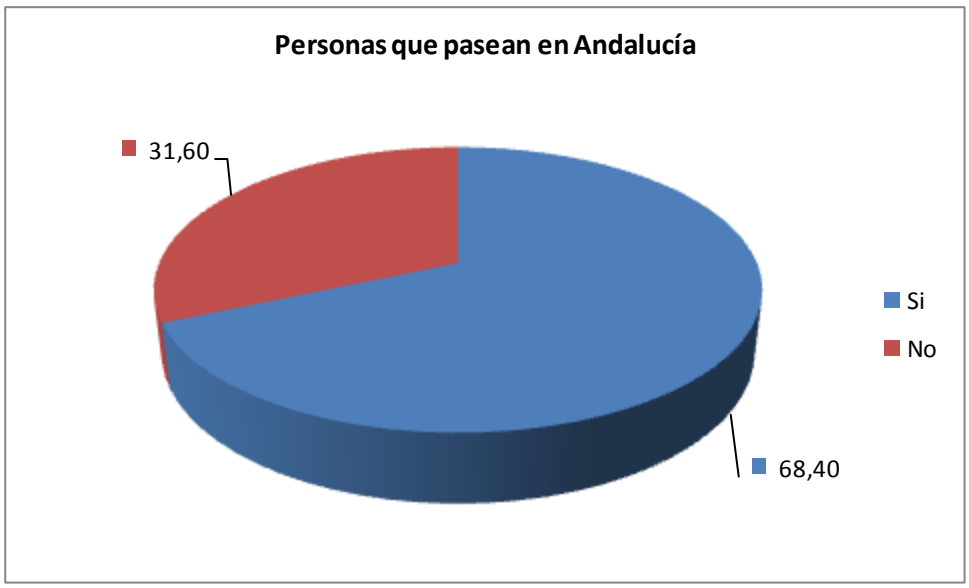
Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

El siguiente gráfico nos muestra la proporción de malagueños que manifestaron realizar esta actividad (pasear) frente a los que no la realizan.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

A continuación mostramos gráficamente la proporción de andaluces que manifestaron realizar esta actividad (pasear) frente a los que no la realizan.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

La tabla siguiente nos muestra los datos de los ciudadanos que realizan la actividad de pasear en las diferentes provincias andaluzas.

	Personas que pasean
ALMERIA	64,10
CADIZ	74,30
CORDOBA	64,00
GRANADA	53,10
HUELVA	52,80
JAEN	72,10
MALAGA	79,10
SEVILLA	69,10

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Los malagueños lideran a los andaluces con el 79,10%, seguido de los gaditanos con un 74,30% y de los jienenses con un 72,10%. Los andaluces que menos realizan esta actividad son los onubenses con un 52,80%.

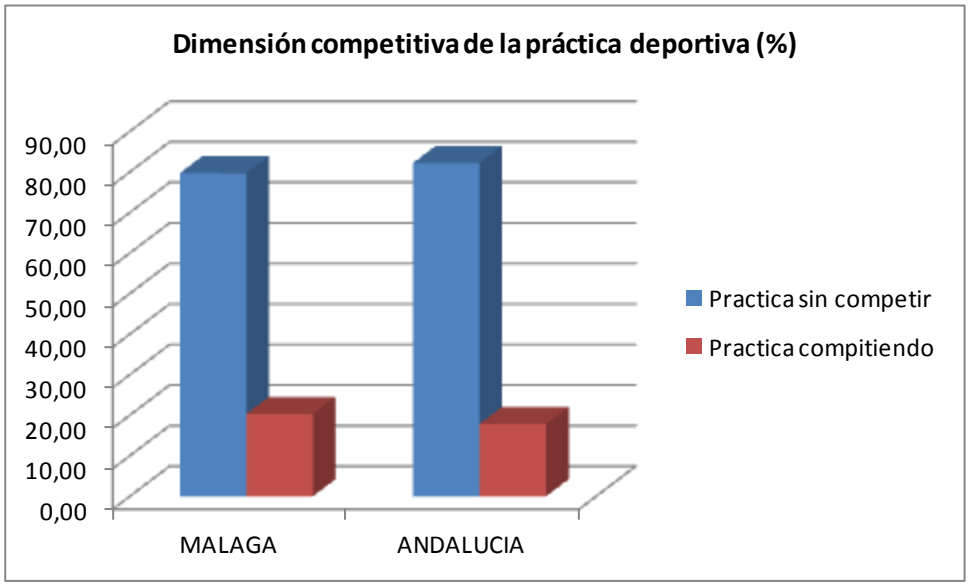
3. 10.- DIMENSIÓN COMPETITIVA DE LA PRÁCTICA DEPORTIVA

La siguiente tabla nos muestra los resultados del ánimo de la realización del deporte por los malagueños y por el total de los andaluces.

	MALAGA	ANDALUCIA
Practica sin competir	79,70	82,20
Practica compitiendo	20,30	17,80

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

De esta tabla concluimos que la gran mayoría de los malagueños y andaluces desarrollan las actividades deportivas sin ánimo de competir. En la provincia de Málaga, el 20,30% de los encuestados declararon hacerlo compitiendo frente al 17,80% que contestaron lo mismo del total de Andalucía.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

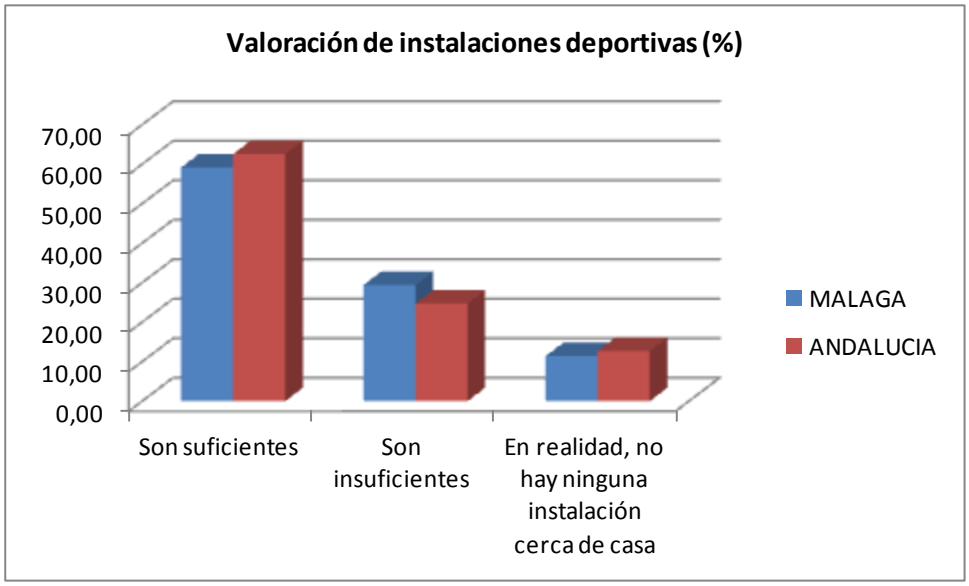
3. 11.- VALORACIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS

En cuanto a la valoración de las instalaciones deportivas, la mayoría creen que son suficientes las existentes para la práctica deportiva (59,20% en Málaga y 62,20% en Andalucía), como nos muestra la siguiente tabla de datos obtenidos del Observatorio del Deporte Andaluz.

	MALAGA	ANDALUCIA
Son suficientes	59,20	62,60
Son insuficientes	29,40	24,70
En realidad, no hay ninguna instalación cerca de casa	11,40	12,70

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

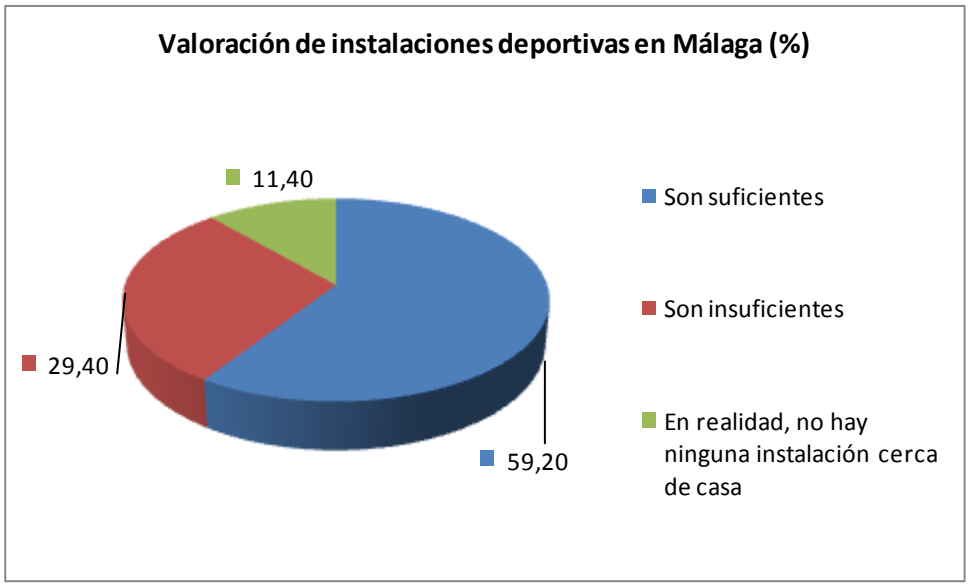
De estos datos, obtenemos la siguiente gráfica que nos muestra la comparación de las tres respuestas entre los ciudadanos de la provincia malagueña y del total de Andalucía.



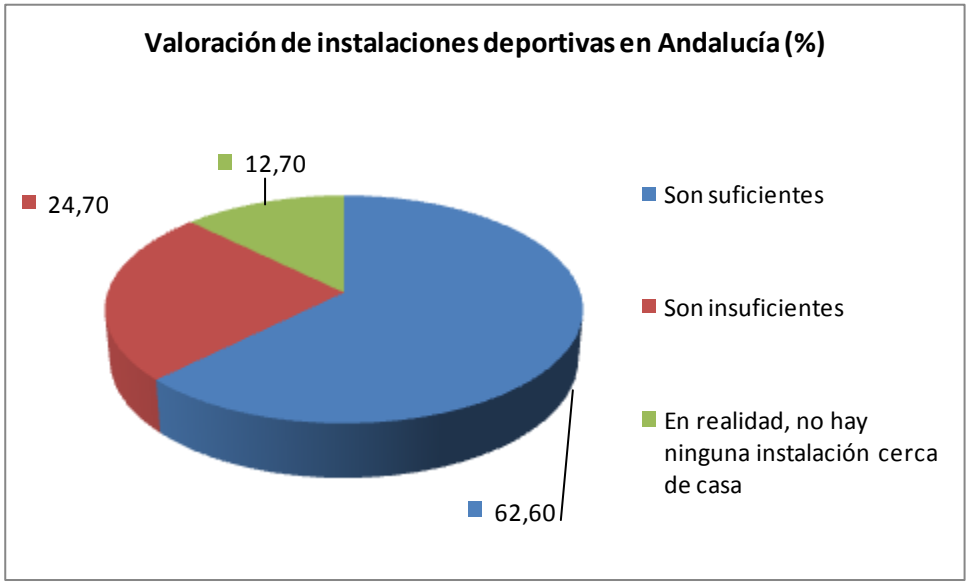
Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Destacar que los malagueños han contestado en menor cuantía que los andaluces que “en realidad, no hay ninguna instalación cerca de casa”.

En la provincia malagueña, Las siguientes gráficas nos muestran las cuotas que cada respuesta obtuvo por parte de los ciudadanos encuestados en la provincia de Málaga (1ª gráfica) y en el total de los andaluces (2ª gráfica).



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

3. 12.- PERCEPCIÓN DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DISPONIBLES

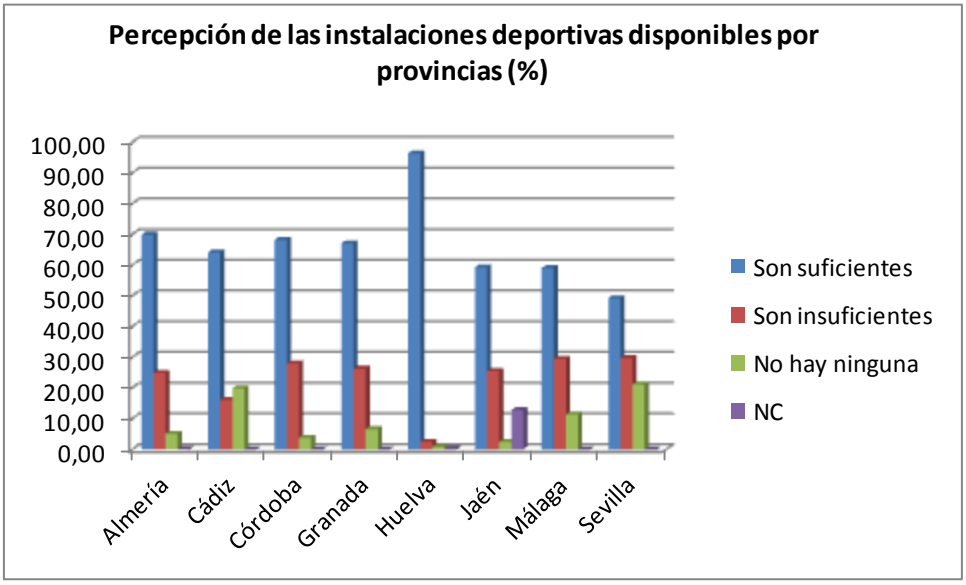
La siguiente tabla nos muestra la percepción que tienen los ciudadanos andaluces de las instalaciones deportivas disponibles en sus provincias.

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Son suficientes	69,90	64,10	68,20	67,10	96,40	59,30	59,10	49,20
Son insuficientes	24,90	16,10	28,00	26,30	2,40	25,50	29,50	29,70
No hay ninguna	5,10	19,80	3,80	6,60	0,90	2,40	11,40	21,10
NC	0,10	0,00	0,00	0,00	0,30	12,80	0,00	0,00

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Destaca el 96,40% de los ciudadanos onubenses que declararon que las instalaciones existentes son suficientes. Los sevillanos con el 49,20% y los malagueños con el 59,10% son los andaluces que contestaron satisfactoriamente en menos cuantía.

La gráfica nos muestra la comparativa de las respuestas entre las provincias andaluzas.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

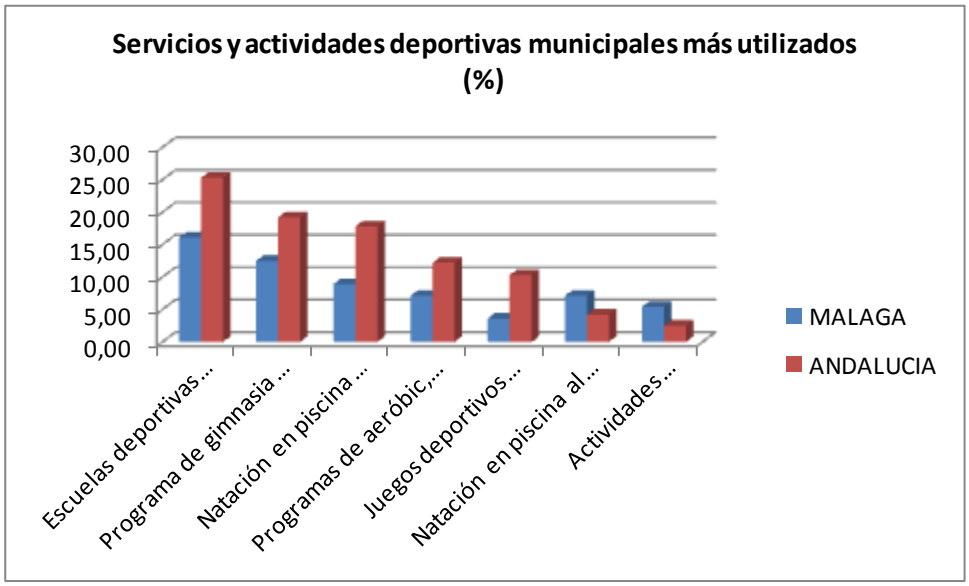
3. 13.- SERVICIOS Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS MUNICIPALES MÁS UTILIZADOS

De acuerdo con la siguiente tabla, las escuelas deportivas municipales son para los malagueños el servicio más utilizado (16,10%), seguido del programa de gimnasia para adultos (12,50%).

Estos servicios son también para los andaluces los más utilizados aunque en mayor proporción, 25,30% y 19,20% respectivamente.

	MALAGA	ANDALUCIA
Escuelas deportivas municipales	16,10	25,30
Programa de gimnasia para adultos	12,50	19,20
Natación en piscina cubierta	8,90	17,80
Programas de aeróbic, fitness, danza, etc	7,10	12,20
Juegos deportivos municipales	3,60	10,30
Natación en piscina al aire libre	7,10	4,20
Actividades complementarias (campamentos de verano, cursos de esquí, cursos de recreación,...)	5,40	2,50

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

3. 14.- ASISTENCIA A EVENTOS DEPORTIVOS

A continuación mostramos una tabla con los datos obtenidos por provincias andaluzas en cuanto a asistencia a eventos deportivos en el año 2012.

	ALMERIA	CADIZ	CORDOBA	GRANADA	HUELVA	JAEN	MALAGA	SEVILLA
Una o más veces a la semana	1,20	10,90	9,20	5,90	8,10	9,50	5,60	7,20
Al menos una vez al mes	6,10	3,40	9,60	6,10	11,60	6,40	4,70	8,40
Ocasionalmente	32,80	23,40	26,60	17,90	18,20	24,00	40,50	39,70
Nunca	59,90	62,10	54,40	70,10	62,10	59,50	49,20	44,70
Nc	0,00	0,20	0,20	0,00	0,00	0,60	0,00	0,00

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Hay que destacar que en todas las provincias el porcentaje de ciudadanos que declararon no asistir nunca es superior o entorno al 50%. Este porcentaje es mayor en Granada (70,10%) y menor en Sevilla (44,70%) y Málaga (49,20%).

Centrándonos en la comparativa de la provincia de Málaga frente al total de Andalucía, se aprecia como los malagueños acuden en menor proporción que los andaluces a los eventos deportivos con una cierta frecuencia (una o más veces a la semana o al menos una vez al mes), tal y como nos indica la siguiente tabla:

	MALAGA	ANDALUCIA
Una o más veces a la semana	5,60	7,20
Al menos una vez al mes	4,70	6,70
Ocasionalmente	40,50	30,60
Nunca	49,20	55,50

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

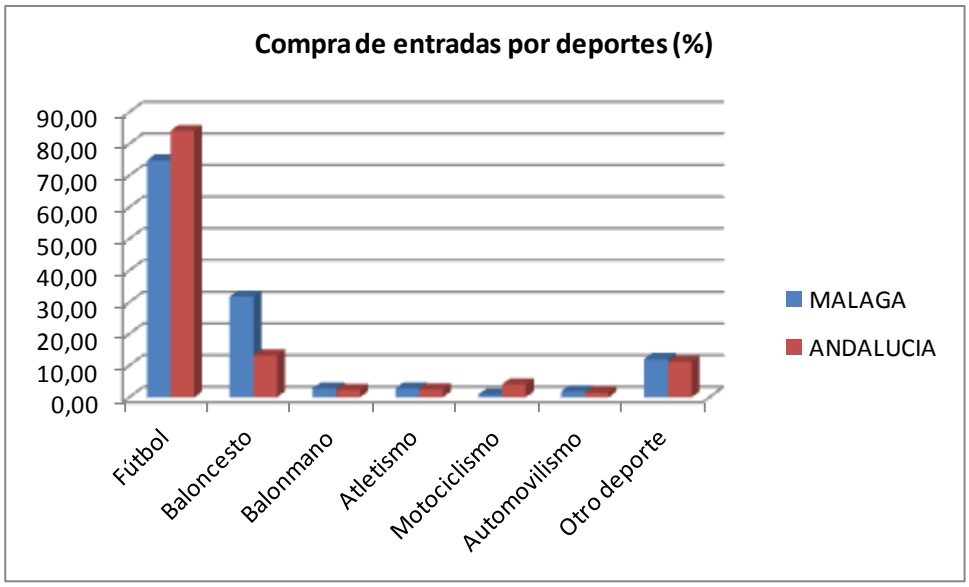
3. 15.- COMPRA DE ENTRADAS PARA EVENTOS DEPORTIVOS

La siguiente tabla muestra la compara de entradas para eventos deportivos por parte de los ciudadanos malagueños y los andaluces.

	MALAGA	ANDALUCIA
Fútbol	74,80	84,10
Baloncesto	31,80	13,20
Balonmano	2,80	2,40
Atletismo	2,80	2,50
Motociclismo	0,90	4,10
Automovilismo	1,90	1,50
Otro deporte	12,10	11,20

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Como puede observarse, el fútbol es el deporte al que mayor número de ciudadanos acuden a comprar sus entradas tanto en la provincia de Málaga como en el conjunto de Andalucía. Tras el fútbol encontramos al baloncesto como el deporte con más aficionados que comprar sus entradas en Andalucía y en la provincia malagueña.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

3. 16.- GASTO EN PRÁCTICA DEPORTIVA

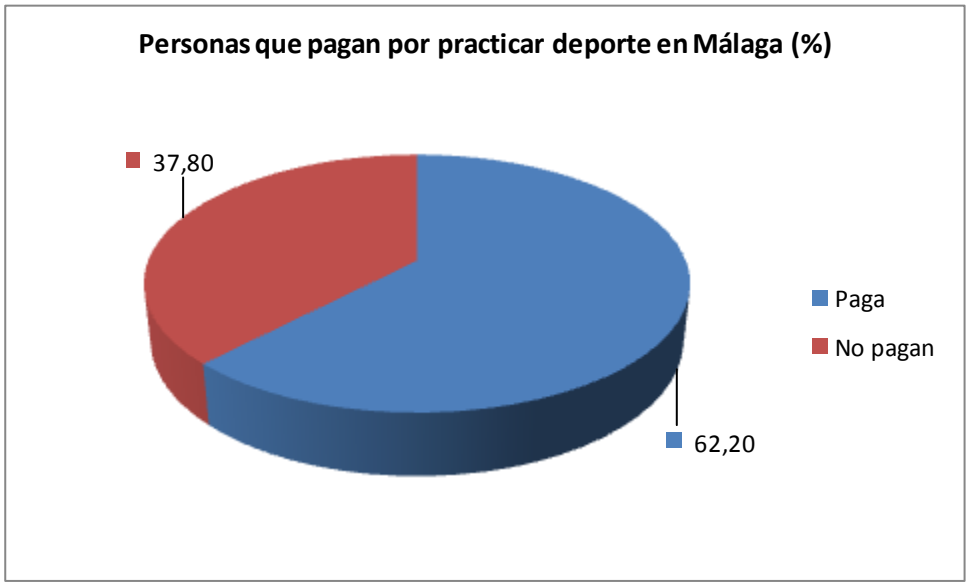
El 62,20% de los malagueños indican pagar por la realización de deporte, según los datos del Observatorio del Deporte Andaluz.

	MALAGA	ANDALUCIA
Paga	62,20	70,60
No pagan	37,80	29,40

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Este porcentaje de malagueños es menor que el del total andaluz que significa exactamente el 70,60%.

Gráficamente les mostramos en Málaga el tanto por ciento de ciudadanos que pagan por la realización de actividades deportivas frente a los que no pagan por ello.



Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

Según los datos de este Observatorio andaluz del deporte, los malagueños pagan de media 6,50 euros más que el resto de ciudadanos andaluces.

	MALAGA	ANDALUCIA
Importe / Mes	41,50	35,00

Fuente: Observatorio del Deporte Andaluz

4..- CONCLUSIONES

4. 1.- CONCLUSIONES Y ACTUACIONES DE FUTURO PARA EL OCIO

- El nivel del asociacionismo, para el ocio es muy bajo en la provincia malagueña, tan sólo el 20,5% de los malagueños pertenecen a algún tipo de asociación mientras que en Andalucía el porcentaje asciende al 30,30% de la población encuestada.

- El tipo de asociación es muy variado siendo las asociaciones de vecinos, de consumidores y benéficas las que aglutinan un mayor número de asociados, siendo éstas incluso superior que la media de Andalucía. Destaca que las asociaciones de tipo religioso en Málaga están al nivel de las deportivas con 13,60% e incluso por encima de las culturales (10%). Las asociaciones sindicales o empresariales quedan por debajo de todas ellas (9,10%).

- Los malagueños dedican una media de 15 horas semanales para el ocio y la diversión. Un 60% de la población está por debajo de esta media mientras que un 20% está muy por encima, siendo los más jóvenes (hasta 34 años) y los mayores de 64 los que más tiempo dedican al ocio 17,3 horas y 17,1 respectivamente.

- El gasto medio asciende a 47,65 euros. El gasto medio del hombre (63,52%) es un 85% más elevado que el de la mujer, siendo además los comprendidos entre 14 y 24 años los que más gastan (67,97%) y los mayores de 64 los que menos (28,45%).

- La mayoría de los malagueños (61,20%) manifiestan leer prensa de información general. La lectura de libros alcanza el 45,70%y las revistas el 28,9%. En todos estos datos los malagueños están por encima de la media de Andalucía.

- La frecuencia de lectura es la siguiente: del 45,70% que dicen leer libros el 22,90% declaran hacerlo a diario mientras que el 19,8% lo hacen algunos días a la semana.

- Con respecto al 61,20% que ha declarado leer la prensa de información general el 32,10% lo hacen a diario mientras que el 29,1% han manifestado hacerlo ocasionalmente. Es destacable el hecho que un 26% de los encuestados declaran no leer nunca la prensa.

- Tan solo un 6,5% del 28,90% que dice leer revistas lo hacen a diario. El resto lo hacen de forma ocasional. También es destacable que el 41% de los encuestados declaran que nunca leen este tipo de publicaciones.

- Los lectores malagueños consumen preferentemente los best-sellers y novedades (el 43,6%), seguido de novela histórica 31,7% y literatura española actual 27,8%. La poesía y el ensayo tienen una escasa repercusión entre los encuestados (7,8%).

- Analizando los datos por sexo, se observa que las preferencias entre hombres y mujeres están muy igualadas en este tipo de lectura.

- De entre los lectores tiene una mayor aceptación el libro de papel (59,30%) frente al libro electrónico que tan solo representa el 7,5%.

- De los lectores de prensa general el 39,8% de ellos declaran que leen la prensa de forma gratuita, mientras que los lectores de revistas en papel declaran comprarla el 61,8%. Un dato reseñable es el escaso número de encuestados que pagan prensa en general y revistas en internet (0,3% y 0,5% respectivamente).

- Con respecto al año anterior a la realización de la encuesta, los malagueños encuestados respondieron en su mayoría (55,90%) que dedican el mismo tiempo a la lectura que hace un año, mientras que aumenta el número de encuestados que manifiestan dedicar menos tiempo que el año anterior (28,4%). El restante 15,70% manifestó dedicar más tiempo que durante al año anterior a la lectura.

- La televisión está presente en el 99,4% de los hogares españoles existiendo además una media de 2,2 aparatos por hogar. El 76,5% de los malagueños declaran ver a diario la televisión llegando hasta el 91,8% los que declaran verla alguna vez durante la semana. La inmensa mayoría de ellos lo hace por el sistema convencional, es decir, delante del televisor, siendo aún muy baja la proporción de malagueños que utilizan internet.

- La frecuencia de uso va aumentando con los tramos de edad, pasando del 64,5% que ve la televisión entre 16 y 24 años al 96% con más de 65 años. La visión por internet o sigue criterios inversos a los anteriores, es decir, mientras el 16,1% del primer tramo utiliza internet, tan solo un 2% del último tramo lo hace por este medio.

- El número de malagueños encuestados que consumen productos radiofónicos (53%) a diario es muy inferior al que consume televisión aunque esta proporción aumenta hasta el 68,8% cuando se considera lo hace en algún momento de la semana. El 40% de la población que escucha radio lo hace más de 60 minutos al día.

- La media diaria de consumo de radio es de 98 minutos los días laborables y 67 minutos los fines de semana. El segmento más joven, de 16 a 24 años tienen el consumo diario más alto (132 minutos) y el más bajo se da en los de mayor edad 65 años o más (77 minutos). Durante los fines de semana el consumo medio se reduce en todos los segmentos. El consumo medio es mayor entre las personas con nivel de estudios más elevado.

- De todos los malagueños que declaran oír la radio el 85% lo hace por el sistema tradicional. Los demás medios, móvil, televisión con TDT, ordenador y tablet, siguen estando en límites muy bajos.

- El 14,4% de la población malagueña declara ver al menos una película diaria. El 72,6% una vez a la semana y el 10,1% declaran no ver películas nunca o casi nunca. Los mayores de 65 años son los que declaran en mayor proporción (21%) ver una película diaria, dándose el caso además de que en este tramo de edad está la mayor proporción (15%) que declara no ver nunca una película.

- La televisión en abierto es el medio habitual (83,9%) para ver películas, muy por encima de las salas de cine (18,6%). Los demás medios de internet (15,6%), televisión de pago (12,3%) y on-line (12,3%) están adquiriendo más notoriedad acercándose a las salas de cine.

- Se percibe un aumento en el interés por el teatro. Uno de cada cuatro encuestados malagueños dice asistir al teatro al menos una vez al año (24,5%), mientras que la media nacional según el Ministerio de Cultura está en el 19%. No obstante, tan sólo el 7,1% dice ir varias veces al año y un 48,9% manifiesta no hacerlo nunca aunque este dato se ha reducido en casi un 10% según un trabajo realizado por la Sopde en 2005, en la que este número llegaba al 58,4%.

- El musical 38,2% es el género preferido seguido del clásico 32,5% y de actores actuales 25,7%, los más jóvenes y las mujeres prefieren los musicales y a partir de 45 años los clásicos.

- El 64% de los malagueños declaran escuchar música a diario llegando al 78,6% los que los hacen en algún momento de la semana, esta proporción se ajusta a la media española según los datos del ministerio de Cultura. El número de personas que no escucha música se ha reducido en un 4% desde al año 2005 estando en la actualidad en el 14,9%.

- El dispositivo utilizado sigue siendo el aparto de radio 74,60%, seguido del ordenador 30,49%, el móvil, mp3/4/5/6, etc...

- El tiempo dedicado a escuchar música por los malagueños aumenta paulatinamente. En la actualidad un 20% declara dedicar más tiempo que el año anterior, frente al 12,5% que manifiesta lo contrario.

- Frente a estos datos de consumo musical tan halagüeños nos encontramos que tan solo el 23,4% de los malagueños entrevistados asiste al menos a un concierto al año (las media nacional según el Ministerio d Cultura es del 30,2%). Pero además el 63,6% de los malagueños no ha asistido nunca a ningún concierto. En el último año, el 76,5% de los que malagueños que habitualmente acude a más de un concierto lo sigue haciendo mientras que un 19% ha reducido esta asistencia.

- El 69,4% de los malagueños encuestados declaran utilizar internet frente a un 30,6% que dicen no hacerlo. El consumo de este medio es muy elevado entre los más jóvenes (98,4%), descendiendo con la edad sobre todo a partir de los 45 años (76%), teniendo su punto más a partir de 65 años (17%).

- La frecuencia de uso de internet es ya superior a la del propio ordenador ya que el usuario puede acceder a la red desde diferentes dispositivos móviles (tablet, teléfonos móviles...).

- El 91% de los usuarios malagueños a internet acceden a la red a diario, esta proporción es el doble de la alcanzada en 2008 en un estudio realizado por la Sopde, esto pone de manifiesto el tremendo auge de este cambio tecnológico.

- Prácticamente no se observan diferencias significativas entre hombres y mujeres a la hora de utilizar este medio. El 70,2% de los usuarios que acceden a internet a diario lo hacen a través del ordenador y el 68% a través del móvil. En relación al estudio mencionado de la Sope del 2008, es de destacar el profundo cambio realizado ya que entonces el 88% lo hacía por el ordenador y tan solo un 6,8% desde el teléfono móvil.

- El dibujo y la pintura son las actividades culturales que más practican los malagueños 37,50%, seguido de la fotografía 29,30% y el baile 27,70%, datos estos muy similares a la media de Andalucía.

- En cuanto a las actividades que más les gustaría realizar a los malagueños, están la pintura, la fotografía, el baile y el teatro.

- La mayoría de los malagueños (74,7%), rechazan el hecho de que la Cultura sea un lujo mientras que el 85,7% rechazan la idea de que la lectura no sea importante. A inmensa mayoría de los malagueños 86,7% están en contra del IVA cultural.

- Así mismo sorprende el hecho de que el 81,8% de los malagueños están de acuerdo en que debe ser subvencionada las actividades culturales.

Actuaciones de futuro para el ocio

Se entiende por ocio el tiempo libre que dedicamos a actividades fuera del trabajo cotidiano, en el caso de Málaga son unas 15 horas de media a la semana. Las actividades que en mayor o menor grado se desarrollan en este tiempo son en mayor o menor grado la lectura, la música, cine, tv, teatro, deporte, artes plásticas, las nuevas tecnologías etc etc. Buena parte de ellas son objeto de estudio en este trabajo.

Por tanto podíamos decir sin miedo a equivocarnos que el ocio es el tiempo que dedicamos al disfrute de la cultura.

Por tanto las actuaciones que se hagan en relación al ocio desde los poderes públicos deben ir encaminada, según mi parecer, al desarrollo total de la persona en todas sus dimensiones (política, social….) dándole capacidad de reflexionar huyendo de los dogmatismos y adiestramientos. De esta forma se ayuda a la transformación de la sociedad buscando que esta sea más justa y solidaria.

Se hace necesario pues tener una idea lo más aproximada del contexto social de los individuos, de los condicionamientos que estos le imponen y de las posibilidades reales que se pueden ofrecer.

IDEAS HACIA LA QUE DEBE IR LAS ACTUACIONES SOBRE OCIO

1) Cada localidad debe poner en marcha sus propias políticas culturales y de ocio teniendo en cuenta sus tradiciones y sus infraestructuras.

2) Las autoridades locales deberán desarrollar los siguientes aspectos:

- Jugar el papel de animar a los individuos de forma individual o grupal para que realicen sus propuestas de ocio y cultura.

- Hacer lo posible para que los ciudadanos tomen parte en las actividades desarrolladas en su ciudad.

- Estimular a la participación en la comunidad de los artistas profesionales en los espacios públicos de las ciudades o pueblos.

- Favorecer experiencias que tiendan a reforzar la participación de los ciudadanos en asuntos ocio-culturales.

- Favorecer la participación efectiva de los ciudadanos en la planificación, la dirección y la utilización de equipamientos culturales.

- Tener una idea diversificada de sus políticas de ocio y cultura evitando la interferencia entre el contenido de las propuestas hechas por las asociaciones culturales y ellos mismos.

- Prever el apoyo a las iniciativas y a los colectivos de ocio en los presupuestos municipales.

- Facilitar programas de integración para inmigrantes y extranjeros.

- Crear formas de diálogo permanente con los jóvenes siendo esto indispensable a la vista del aumento de jóvenes marginados principalmente por el paro, las drogas y el alcohol.

- Potenciar los valores culturales del turismo y el conocimiento de otras ciudades y pueblos como base fundamental del ocio.

- Preconizar el desarrollo de programas culturales por barrios y pequeñas poblaciones favoreciendo el intercambio de ellos.

- Desarrollar programas concretos y potentes que tiendan a luchar contra la tendencia cada vez mayor al consumo pasivo de los medios de comunicación.

- Potenciar y poner en marcha programas itinerantes de ocio en los municipios en los que por su número de población carece de infraestructuras o equipamientos adecuados para el desarrollo de la actividad.

- Adaptar sus programas a las demandas del público.

- Delegar responsabilidades organizativas y de gestión a los grupos de ocio y cultura existente en los municipios.

- Poner en marcha programas de participación directa de los jóvenes.

3) Las iniciativas individuales y colectivas de los ciudadanos irán tendentes a:

- Poner a disposición de lo público sus proyectos, creatividad y promoción de los mismo.

- Participar en los procesos de toma de decisiones.

- Aceptar y reconocer el derecho al pluralismo cultural y de ocio de todos los ciudadanos.

- Participar en la búsqueda de soluciones a los problemas que se puedan presentar, es decir, trabajo, alojamiento, etc, etc..

- Hacer una evaluación financiera real de las actividades de ocio y ayudar a la financiación de ellas.

- Ayudar a los poderes públicos al conocimiento del contexto social del barrio o municipio.

Resumen:

Se pretende por tanto reconocer la importancia de las comunidades locales como el marco adecuado en el que los ciudadanos encuentran su identidad y sus medios de expresión cultural y de ocio.

El pueblo o el barrio se convierten en lugar de creación y expresión para los ciudadanos.

Se fomenta la participación a todos los niveles potenciando las relaciones entre las instituciones y los ciudadanos, papel fundamental en la participación democrática.

La integración ocupa un lugar preferente en todo lo expuesto anteriormente.

Se favorece que los jóvenes puedan buscar cauces de participación que les permita unirse, ayudar en los problemas y buscar soluciones a ellos.

4. 2.- CONCLUSIONES Y ACTUACIONES DE FUTURO PARA EL DEPORTE

-La media de malagueños que practican deporte está cinco puntos por debajo de la media de Andalucía. Tan solo Sevilla, tiene peor tasa de práctica deportiva que la provincia de Málaga.

-Los hombres en Málaga practican deporte doce puntos más que las mujeres.

-Un 24,20% de malagueños hacen deporte "por mantener la línea" prácticamente el mismo porcentaje que lo hacen "por diversión" y "pasar el tiempo". Ambas motivaciones están 10 puntos por debajo de "por hacer ejercicio físico".

-Casi la mitad, 46,30% de los malagueños que no hacen deporte ponen como motivo principal para no hacerlo "la falta de tiempo". Destaca que a pesar del buen tiempo que por lo general que hay en Málaga un 29,8" no hacen deporte "por pereza" o "desgana", diez puntos más que la media de Andalucía.

-Un 41,6% de los malagueños comenzaron a practicar deporte antes de los 15 años, lo que nos da una idea de la importancia de esta edad en la iniciación al deporte. Si ampliamos este tramo de edad hasta los 125 años, el porcentaje asciende hasta el 63%. La media andaluza en igual tramo es del 68,9%.

-El mayor abandono de la práctica deportiva entre los malagueños se produce entre los 26 y 45 años, con un 42,4%. Las causas principales de estos abandonos son "el cansancio2 y "salir muy tarde del trabajo", "las obligaciones familiares" y "por la salud".

-El 43,9% de los malagueños hacen el deporte por su cuenta (43,9%) y en instalaciones públicas (49,70%). Destaca que tan sólo un 17, 8% realiza la actividad deportiva dentro de las actividades de su ayuntamiento, es decir dentro de las actividades de su patronato o fundaciones municipales.

- El 80,9% de los malagueños realizan el deporte en las instalaciones y lugares públicos, tan sólo acuden a gimnasios privados un 15,9% y en instalaciones de un club el 5,7% (vuelvo a recordar que la pregunta realizada tenía como opción la multirespuesta).

- La gimnasia de mantenimiento es el deporte más practicado por los malagueños que realizan actividades deportivas, seguido del ciclismo.

- La práctica del paseo como alternativa físico-deportiva aumenta cada día más y un 79,10% de los malagueños encuestado que realizan deporte manifiestan que lo practican.

- Un 79,70% de los malagueños que practican deporte lo hacen sin competir, es decir, por ocio o simplemente como actividad lúdica.

- Los malagueños valoran como suficientes (50,20%) las instalaciones deportivas de la que disponen.

- De los servicios municipales ofertados, las escuelas deportivas con un 16,10% es lo más demandado por los malagueños aunque un 9% menos de la media andaluza.

- El conjunto de estas actividades municipales están todas muy por debajo de la media registrada en Andalucía como puede verse en la tabla de la página 20.

- Destaca que prácticamente el 50% de los malagueños no asiste nunca a ningún evento deportivo, en ocasiones un 40,5% y tan sólo un 4,7% acuden una vez al mes. Normalmente al fútbol o al baloncesto.

-Un 62,60% de los malagueños pagan por realizar el deporte una media de aproximadamente.

ACTUACIONES DE FUTURO PARA EL DEPORTE

Debemos considerar varios campos de acción para este plan de actuaciones y elaborar su estrategia.

El deporte como derecho público a todos los ciudadanos.

Para los jóvenes:

Potenciar las escuelas deportivas en colaboración con los ayuntamientos y centros escolares. Estas escuelas deportivas podrían tener ámbito comarcal en aquellas actividades más específicas, por la escasez de alumnos o dificultad de encontrar monitores, y locales para las más generales. En ellas se haría un seguimiento de todos los alumnos de forma que además de servir para la realización deporte pueda servir para la detección de posibles deportistas de más nivel.

Se potenciarían los clubs deportivos como base de asociacionismo juvenil y para dar cabida a los jóvenes que deseen seguir practicando deporte. A estos clubs es indispensable facilitarles instalaciones deportivas, técnicos y soporte económico.

Para los dos apartados anteriores organizar competiciones y actividades de recreación

Se crearían programas y actividades coordinadas por el grupo de trabajo comarcal.

Especial atención tendría el deporte en la mujer promoviendo acciones que fomenten la práctica deportiva entre ellas.

La integración coordinada de los discapacitados debe ser otro objetivo de esta actuación. Realizando actividades, encuentros, planes de trabajos tendente a este fin.

MODELO ORGANIZATIVO

En cada comarca se establecerá un grupo de trabajo que coordinara cada una de las actividades de los grupos locales.

Este grupo de trabajo lo formaría un responsable de los municipios integrados que llevaría el control de cada municipio.

En cada municipio se formarían las escuelas deportivas necesarias con un técnico en cada una de estas actividades.

De estas escuelas se seleccionaran los deportistas adecuados para su integración en los clubs y que puedan poder seguir realizando deporte a mayor nivel (federado).

Establecer una metodología común en lo deportivo que permita hacer un seguimiento y comparación de los resultados.

Este grupo de trabajo de acuerdo con las instituciones realizarán la labor de búsqueda de patrocinio y organización de los clubs.

Para ello se establecerá un marco que delimite el modelo comercial y tributario.

Para los adultos:

El primer objetivo es sensibilizar a la población de los beneficios de la actividad física deportiva.

Como actividades se propone:

Desarrollar un plan de promoción e información de los beneficios del deporte en este segmento de población haciendo hincapié en los problemas de obesidad, diabetes, enfermedades coronarias etc, etc...

Promover programas dirigidos a los adultos para la concienciación de la necesidad de los ejercicios físico-saludables.

Elaborara programas de ejercicios tipo por edades y necesidades poniéndolos a disposición de asociaciones, centro de mayores, empresas etc, etc...

Mantener encuentro de mayores en el deporte al estilo de los tradicionales días del mayor que se celebran en muchas comarcas y municipios.

Elaborar una serie de rutas de más o menos dificultad por los parajes naturales de cada comarca y localidad.

Facilitar el uso de las instalaciones deportivas sobre todo durante el día con precios accesibles para todos.

Junto las áreas de culturas organizar paseos guiados por los municipios para que se dé a conocer la historia y monumentos y de la localidad y de las cercanas.

En la medida de lo posible fomentar las “reuniones deportivas” entre empresas así como los campeonatos deportivos para adultos con ámbito local o comarcal.

INSTALACIONES Y TECNICOS ADECUADOS PARA ESTAS ACTUACIONES

Las instalaciones deportivas públicas deben estar al servicio de los ciudadanos y por ello es fundamental un horario que pueda dar respuesta a las exigencias que se presenta sobre todo en los mayores muchas (instalaciones cierran con el horario laboral) y con un precio que permita su utilización sin que sea un perjuicio para los usuarios.

Hacer una revisión del censo de instalaciones deportivas e intentar la adecuación de muchas de ellas y con criterio comarcal prever un plan de instalaciones deportivas.

Utilizar los espacios naturales como equipamientos deportivos, con especial incidencia sobre los senderos y playas.

Es difícil entender el escaso uso que se da en Málaga aun espacio público tan importante y con tanta superficie como es la playa. En Málaga la bondad de su clima permite que se pueda dar uso casi todo el año.

La playa abierta todo el año es un objetivo deportivo y de ocio por las muchas posibilidades que ofrece este espacio público.

Una mayor instalación de aparatos deportivos en playas y paseos marítimos podría servir para un mejor desarrollo de estas actividades.

Las redes sociales pueden jugar un papel importante en el desarrollo de las actividades deportivas tanto desde el punto de vista organizativo como asociativo y de dar a conocer actividades. El desarrollo de foros y puntos de encuentros donde se detalle los actos, su desarrollo, experiencias y todos los datos de interés no solo redundara en un mejor conocimiento sino que además dará a conocer las actividades su interés y todas aquellas cuestiones que los internautas estimen.

Otro aspecto importante es la formación de los responsables deportivos para ello se harán planes de actualización, foros de estudios del deporte en general de sus técnicas, novedades, seguimiento de las actuaciones de otros ayuntamientos, jornadas de tecnificación, intercambios de experiencias etc.

Para el desarrollo de todos estos conceptos se hace necearía una coordinación entre todas las instituciones.