

PRESENTACIÓN

Miguel Ángel Villanueva González
Delegado del Área de Gobierno de Economía y Empleo.

Un cuatrimestre más, el Área de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, ratifica su compromiso de proporcionar a los ciudadanos madrileños información de calidad, suficiente y precisa para el conocimiento de la situación y evolución del consumo en nuestra Ciudad

Este nuevo Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid, el número 17 de la serie iniciada en el año 2004, coincide con la Navidad, las segundas en las que estamos inmersos en una importante crisis económica, lo que sin duda tiene sus reflejos en el comportamiento del consumidor. El análisis de estas cuestiones, tal y como se desprende de las respuestas de los madrileños, resulta clave para entender el momento en el que nos encontramos y como lo perciben los ciudadanos.

El Índice de Confianza del Consumidor Madrileño nos transmite la impresión que tienen los hogares madrileños sobre la situación presente y las expectativas a corto plazo, tanto de su situación familiar como del conjunto de la economía nacional, en este sentido parece que los madrileños perciben que los niveles de deterioro de la economía han tocado fondo, pero no acaba de verse con claridad el cuándo y cómo de la salida a la crisis.

Se estudian los viajes de los madrileños en Navidad, contrastando un descenso de 6,3 puntos porcentuales, en la intención de viajar, respecto al mismo periodo de hace un año. También se analizan las actividades que desarrollan los madrileños que permanecen en la Ciudad en estas fechas, contrastando hasta qué punto se mantienen, y en que cuantía, actividades tan propias de la Navidad como la compra de lotería, las cenas familiares y los regalos navideños; así mismo, hemos comprobado el altísimo grado de conocimiento y participación de los ciudadanos en las actividades más significativas que organiza el Ayuntamiento de Madrid con este motivo.

Dentro del apartado monográfico hemos analizado algunos aspectos de la movilidad de los residentes en nuestra Ciudad en el interior de la misma, tratando aspectos como el equipamiento de los hogares para la movilidad, los hábitos en el uso de los modos de transporte, la valoración de los mismos, el gasto que realizan y las pautas específicas de movilidad que tienen, cuales son sus destinos, el motivo, el modo, el momento y la duración del desplazamiento.

Por último, el Barómetro de Consumo presenta una síntesis de las actuaciones desarrolladas o en curso, correspondientes al año 2009, por la Corporación Municipal en el ámbito de la protección al consumidor.

Confiamos desde el Área de Gobierno de Economía y Empleo que este nuevo Barómetro de Consumo sea una valiosa y útil fuente de información tanto para ciudadanos como para las instituciones implicadas en la defensa los derechos de los consumidores.

Madrid, agosto de 2008