

B

BARÓMETRO DE
CONSUMO
DE LA CIUDAD DE MADRID

20

3º CUATRIMESTRE 2010

OBSERVATORIO ECONÓMICO



iMADRID!

ÁREA DE GOBIERNO
DE ECONOMÍA, EMPLEO Y
PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Dirección y coordinación

Ángel Sánchez Sanz, Dirección General del Instituto Municipal de Consumo
Bernardino Sanz Berzal, Observatorio Económico
José María Martínez Galbete, GrafoNet S. L.

Realización y Asistencia Técnica

Grafo-Net S.L.:
Antonio Amado Eguiagaray
Elena Fernández Álvarez
Cristina Casado Fernández
Carlos Alberto Mejía Peralta
Percy Chávez Alzamora
Silvia Lucca Viano
Lourdes Pedrazuela Frías

Diseño

Perricac Compañía Gráfica

Fotografía de cubierta

Promoción Madrid

Impresión

Artes Gráficas Montesa, S.L.

D.L. : M-20694-2009

ISSN : 1889-5298

Agradecemos la colaboración de todas las áreas del Ayuntamiento de Madrid que prestan su colaboración a este proyecto, en especial a la Dirección General de Estadística del Área de Gobierno de Hacienda y Administración Pública.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
1. Coyuntura del Consumo	7
1.1. Contexto general del consumo. Evolución de los últimos meses	9
1.2. La confianza del consumidor madrileño	17
2. Gasto de los hogares	37
2.1. Estructura general de los gastos en 2010	40
2.2. Variación del gasto entre los cuatrimestres de 2009 y 2010	43
2.3. Intensidad de la variación del gasto entre los terceros cuatrimestres de 2009 y 2010	45
2.4. Gastos por principales epígrafes	48
3. Actualidad: Desplazamientos de Navidad	63
3.1. Viajes previstos y hábitos de viajar en navidad	65
3.2. Destino y duración del viaje	72
3.3. Organización del viaje	74
3.4. Características del viaje	77
3.5. Comportamiento económico	80
3.6. Visitas a residentes	83
3.7. Navidad	84
4. Monográfico: Movilidad en la Ciudad de Madrid	93
4.1. Los hogares y su equipamiento para la movilidad	95
4.2. Hábitos y frecuencia en el uso del medio de transporte	99
4.3. Valoración del uso de transporte	103
4.4. Barreras para un mayor uso del transporte público	105
4.5. Barreras para un mayor uso del transporte privado motorizado	106
4.6. Valoración del transporte público	106
4.7. Características más importantes que debe tener el transporte público a juicio de los ciudadanos	110
4.8. Gasto en transporte	111
4.9. Desplazamientos en un día laborable	114
4.10. Desplazamientos y franjas horarias	118
4.11. La movilidad y la crisis	123
5. Protección al consumidor	127
5.1. Campañas de inspección	129
5.2. Fomento del asociacionismo en materia de defensa de los consumidores	148
5.3. Códigos de Buenas Prácticas	152
ANEXO	159
1. Características de la muestra	161
2. Metodología del Índice de Confianza del Consumidor Madrileño	165
3. Modelo de cuestionario	166

Este documento también está disponible a través de las siguientes direcciones:

<http://www.esmadrid.com/observatorioeconomico>

<Http://www.munimadrid.es/observatorioeconomico>

Las características de la muestra y el cuestionario utilizado se encuentran disponibles en las direcciones Web citadas.

PRESENTACIÓN

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

Este nuevo Barómetro de Consumo de la Ciudad de Madrid, el número 20 de la serie iniciada en el año 2004, coincide con la Navidad, las terceras 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 la situación del consumo en la Ciudad de Madrid según los resultados del Índice de Confianza del Consumidor madrileño nos muestra una situación de relativa estabilidad respecto al cuatrimestre anterior, con un ligero descenso de 0,2 puntos, situándose en los 27,9 puntos, pero con una caída de 6,3 puntos respecto a hace un año. El factor más relevante en la valoración de este cuatrimestre cabe situarlo en el aumento de las opiniones desfavorables sobre la realización de grandes compras para el hogar, que han aumentado en 28 puntos en un año, mostrando claramente como el impacto de la crisis extiende las incertidumbres sobre las expectativas del futuro.

Este estado de opinión de los madrileños tiene su reflejo en la evolución de las tendencias de gasto que realizan los hogares como consumidores, reduciéndose en un 6,4% el consumo de bienes y servicios más habituales.

Como es habitual en el periodo navideño, se han analizado las perspectivas y características de los desplazamientos que con motivo de las vacaciones de navidad tienen previsto realizar los madrileños. Los datos obtenidos permiten poner de manifiesto que se ha frenado la tendencia de descensos de los últimos años, registrándose un ligero aumento de 0,5 puntos en el número de madrileños que pensaban desplazarse fuera de la Ciudad.

También hemos analizado las actividades que desarrollan los madrileños que permanecen en la Ciudad en esas fechas, contrastando hasta que punto mantienen algunos de los hábitos más tradicionales como la compra de lotería o la cuantía del gasto realizado en los regalos navideños; así mismo, se ha vuelto a poner de manifiesto el altísimo grado de conocimiento y participación de los ciudadanos en las actividades que organiza el Ayuntamiento de Madrid con este motivo.

Dentro del apartado monográfico hemos analizado, por tercer año consecutivo, 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 de cada desplazamiento.

Por último, el Barómetro de Consumo presenta una síntesis del balance de las actuaciones desarrolladas o en curso, correspondientes al año 2010, por la Corporación Municipal en el ámbito de la protección al consumidor.

Esperamos que este nuevo número del Barómetro de Consumo contribuya a ampliar la información disponible en esta materia, tanto al conjunto de ciudadanos como a las instituciones implicadas en la defensa los derechos de los consumidores.

Madrid, Diciembre de 2010

