

# Presentación

**Miguel Ángel Villanueva González**

Consejero Delegado de Gobierno de Economía y Participación Ciudadana

Iniciamos 2007 con un nuevo número del Barómetro de Economía de la Ciudad de Madrid, con el convencimiento de que se trata de una publicación cada vez más asentada en el ámbito económico de nuestra Ciudad. Desde su inicio, en julio de 2004, sus once números han registrado puntualmente el discurrir económico de Madrid, presentando un continuado análisis de su coyuntura y de sus elementos estructurales más significativos.

Este número dedica su primera parte al diagnóstico de las variables que definen la coyuntura económica, poniendo de relieve el mantenimiento de la Ciudad en una senda de crecimiento, pero con una mayor estabilidad que en periodos precedentes. Los precios de consumo han frenado significativamente su ascenso en los últimos tres meses, reduciendo el diferencial con la media europea.

El apartado dedicado al medio ambiente contiene un trabajo específico sobre el agua en la Ciudad de Madrid. En él se destaca cómo el consumo se ha reducido durante el último año, demostrando los ciudadanos una clara concienciación, en línea con las campañas realizadas. También se describe el avanzado sistema de depuración, que permite cumplir con los requisitos más exigentes.

La sección de equilibrio territorial se dedica al estudio de la especialidad económica de los distritos de la Ciudad. Los distritos centrales presentan una mayor intensidad de las actividades terciarias, en tanto que en los distritos del este y sur se mantiene una mayor presencia industrial.

El espacio correspondiente a la atracción empresarial se ocupa del Plan Japón, iniciado en 2005 dentro de la estrategia general de internacionalización promovida por este Ayuntamiento. La intensificación de las relaciones económicas entre Madrid y Japón es su objetivo, en particular el fomento del turismo. A pesar del corto tiempo transcurrido, los resultados obtenidos nos hacen ser optimistas.

El monográfico estudia la competitividad de nuestra Ciudad en su condición de destino turístico. El turismo en Madrid ha crecido de manera importante en los últimos años, mejorando y ampliando su oferta. Pero un objetivo claro de esta Corporación es no solo crecer sino también consolidar nuestra Ciudad como un destino de calidad, tanto en su vertiente de negocios como de ocio.

Para concluir, manifestar nuestra satisfacción por la creciente presencia social del Barómetro, asegurando nuestro esfuerzo para que sea un instrumento cada vez más útil para el conocimiento de nuestra realidad económica y sus perspectivas de futuro.

Madrid, enero de 2007