

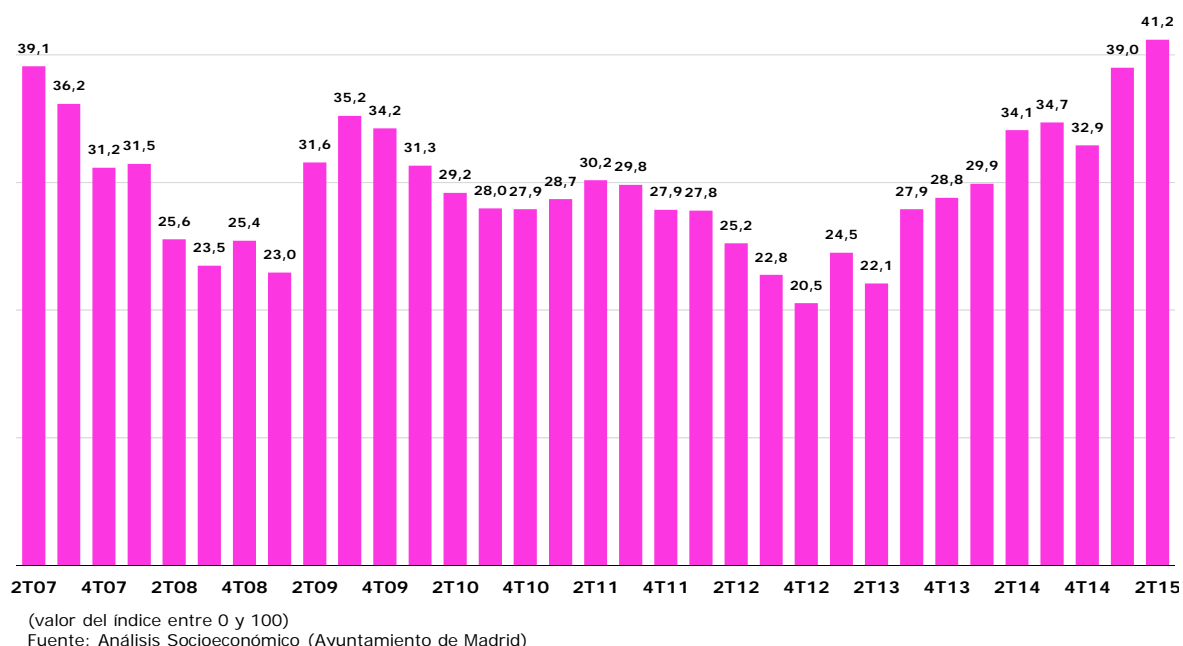
17 de junio de 2015

## La confianza de los consumidores mejora en el segundo trimestre, especialmente la relativa al ámbito nacional

La Encuesta sobre Confianza de los Consumidores en la Ciudad de Madrid del segundo trimestre muestra una mejora, tanto respecto del primer trimestre como de hace un año. El índice se sitúa en 41,2 puntos, 2,2 por encima de un trimestre antes, sumando un trimestre más de recuperación después de la pérdida registrada en el último del pasado año. La variación ha sido significativamente superior en términos interanuales, pues aumenta en 7,1 puntos, lo que implica la octava consecutiva de signo positivo.

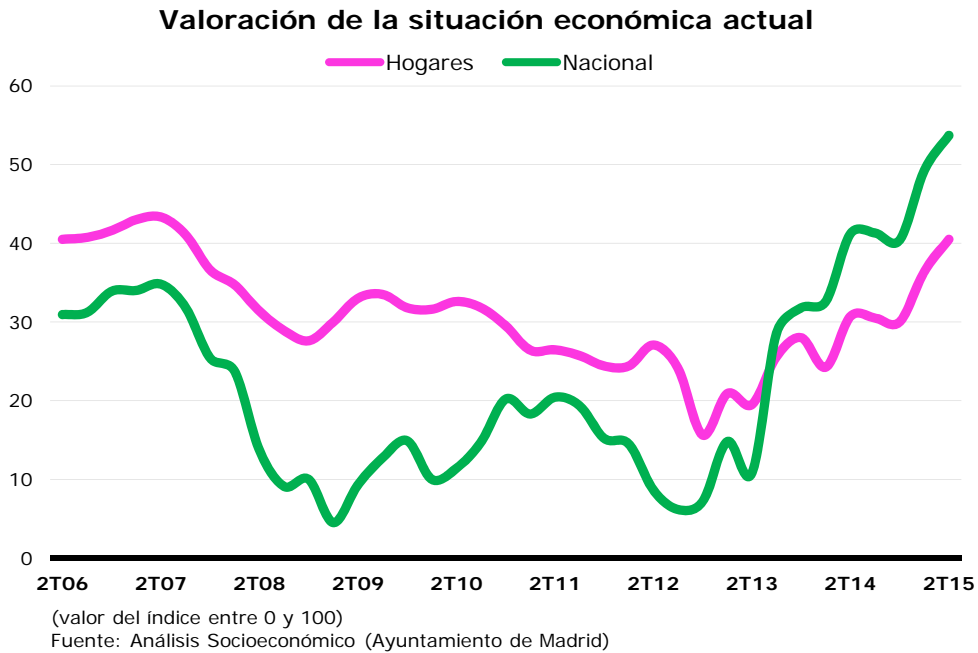
Se sitúa así, en niveles previos al inicio de la recesión, y hay que destacar que desde el inicio de la serie, a principios de 2004, el índice de confianza nunca ha logrado alcanzar el valor 50, que es el que corresponde al valor medio, a pesar de que algunos años registraron un alto crecimiento económico.

### Índice de confianza del consumidor madrileño

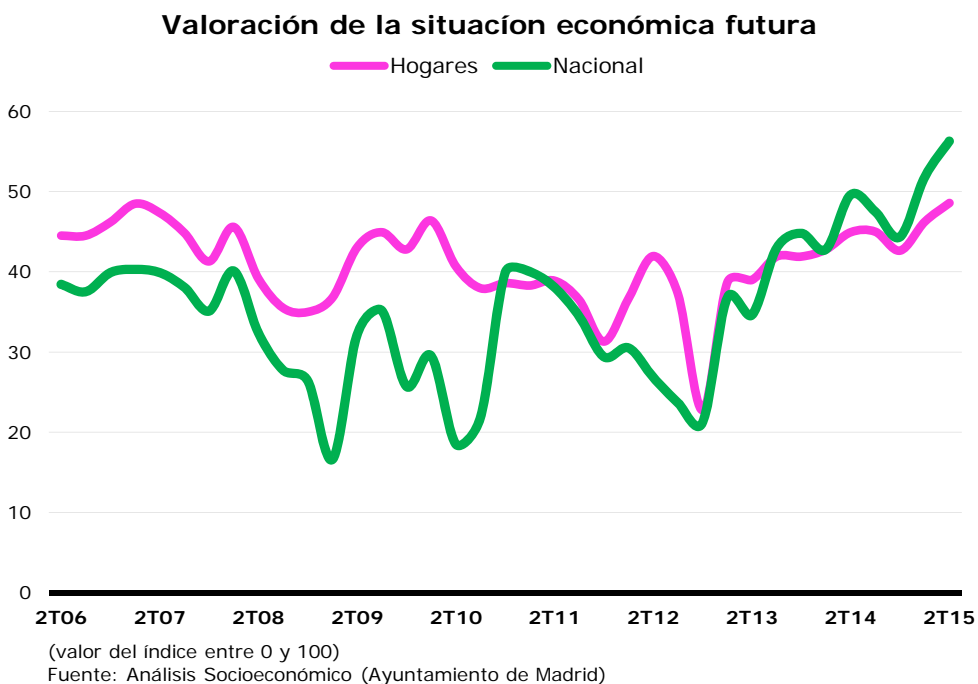


La situación económica actual en los hogares ha obtenido una mejora respecto del trimestre anterior en 4,1 puntos, al igual que ocurre en comparación anual, aunque en este caso el aumento es de 9,8 puntos. La opinión sobre la situación económica del conjunto de España ha mejorado en mayor medida en los últimos tres meses, en 4,5 puntos, variación que también es destacadamente superior en términos anuales, pues en esta comparación el aumento alcanza los 12,5 puntos. A su vez el índice referido a la coyuntura de los hogares madrileños se ha situado siempre por debajo del valor medio, si bien el escenario nacional lo sobrepasa por primera vez en

este último trimestre, alcanzando al mismo tiempo el mayor valor de la serie. En este sentido, el marco doméstico estuvo obteniendo de manera generalizada una valoración más alta que la nacional, lo que, sin embargo, cambió en el tercer trimestre de 2013 y sigue sucediendo en estos momentos, en lo que es una evidencia de cómo el contexto social induce a tener más confianza en el entorno macroeconómico que en el familiar.



Las expectativas de futuro logran una mejor valoración que la situación actual, tanto la de los propios hogares como, y especialmente también, la general de España. Esto ha sido una constante desde el inicio de la encuesta.



La percepción ajustada a los hogares mejora en 2,4 puntos respecto del anterior trimestre, pero en mayor medida sucede en comparación anual, al hacerlo en 3,7 puntos. La perspectiva nacional mejora en mayor medida tanto respecto del registrado el pasado trimestre (en 4,5 puntos) como en comparación anual (en 6,7 puntos). Este futuro escenario nacional alcanza también en este trimestre el mayor valor de la serie, sobrepasando de nuevo el nivel de los 50 puntos.

En cuanto a la valoración de si este es un buen momento o no para realizar grandes compras domésticas, la mayoría sigue pensando que es desfavorable (58,0%), de manera que esta opinión asciende en 0,2 puntos porcentuales respecto de hace tres meses. Solo un 6,4% piensa que es un buen momento, lo que supone 1,9 puntos menos que en el anterior trimestre, y un 33,2% expresa una opinión neutral (0,4 puntos más que en el pasado trimestre). Concentrando estos valores en forma de índice, en este segundo trimestre se alcanzan los 24,2 puntos, 1,1 menos que en el trimestre anterior pero 5,2 más que hace un año. El valor alcanzado en este trimestre implica la sexta variación interanual positiva consecutiva.

