

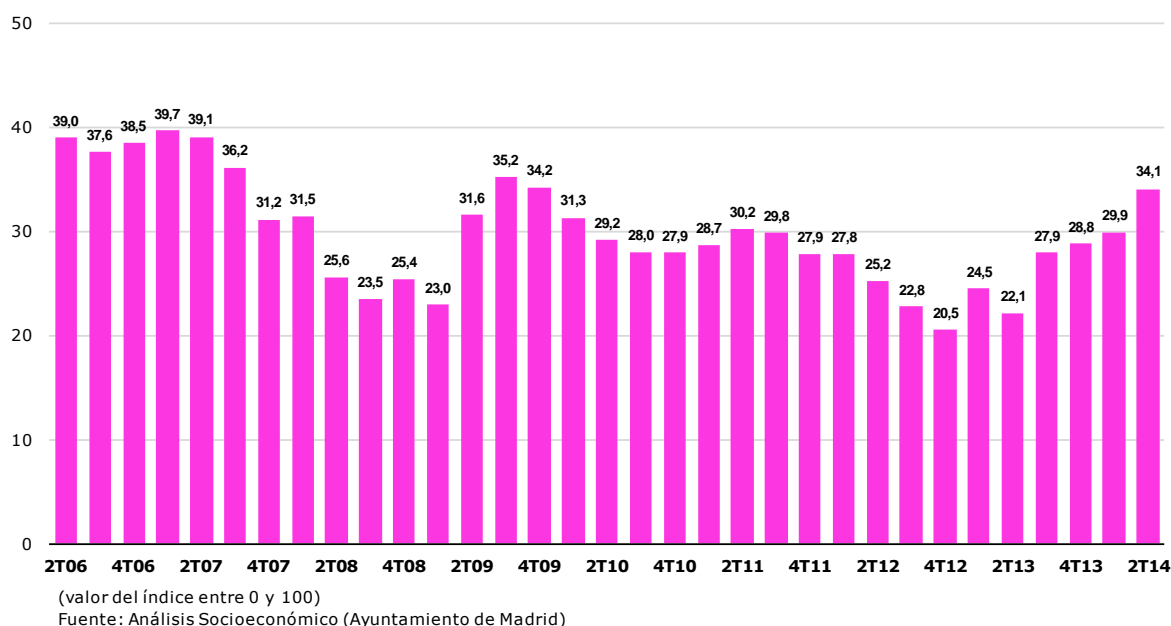
23 de junio de 2014

Continúa mejorando la confianza de los consumidores, al tiempo que la opinión sobre la conveniencia de realizar grandes compras

La confianza de los consumidores madrileños, según la Encuesta sobre Consumo en la Ciudad de Madrid del segundo trimestre de 2014, refleja una significativa mejoría, al haberse situado en 34,1 puntos, 4,2 por encima de hace tres meses y por tanto la cuarta variación trimestral positiva consecutiva. La variación ha sido notablemente superior en términos interanuales, que crece en 12,0 puntos, lo que también implica la cuarta consecutiva de este signo.

Es de 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.

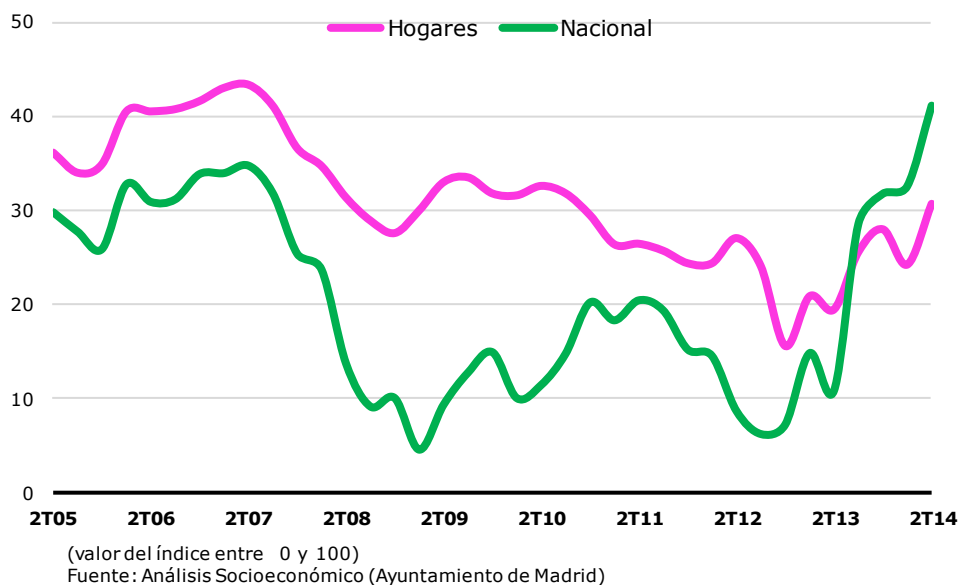
Índice de confianza del consumidor madrileño



La valoración de la situación económica actual en los hogares ha obtenido una mejor opinión respecto del trimestre anterior equivalente a 6,5 puntos, lo mismo que ocurre con la comparación anual, aunque en este caso la mejoría se sitúa considerablemente por encima (11,2 puntos). La consideración de la situación económica del conjunto de España mejora aún más, en concreto en 8,6 puntos, variación que es mucho más alta en términos anuales, llegando a los 30,4 puntos, si bien hay que señalar que este indicador se movía en niveles especialmente bajos hace un año. También estos dos índices se han situado siempre por debajo del valor medio, si bien el escenario nacional ha

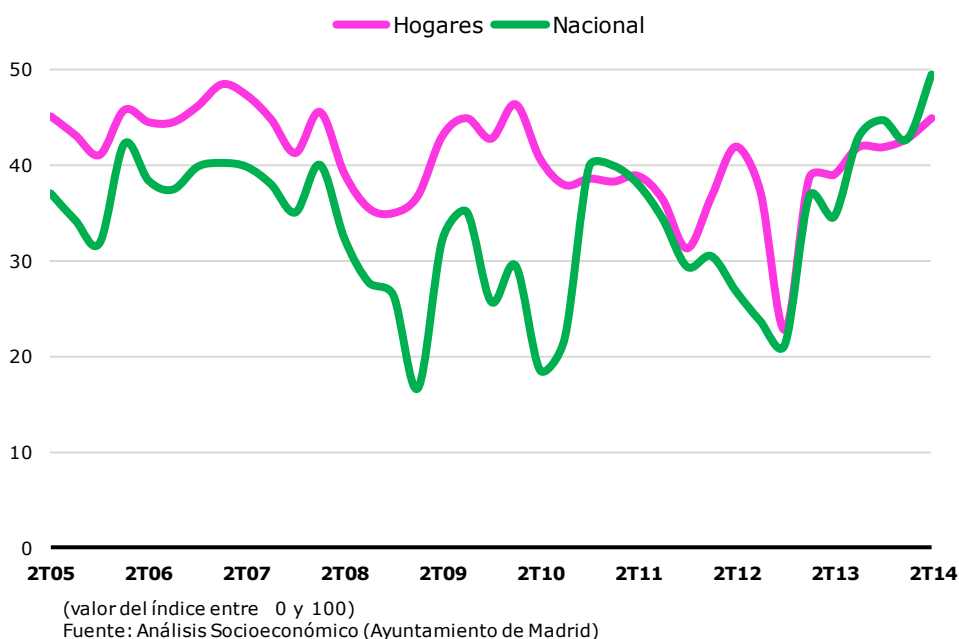
venido mereciendo de manera generalizada una valoración más baja, lo que, sin embargo, cambió en el tercer trimestre del pasado año.

Valoración de la situación económica actual



El futuro es contemplado con menor pesimismo que la situación actual, tanto la de los propios hogares como, especialmente, la general de España, lo que ha sido la tónica general desde el inicio de la encuesta. La visión familiar mejora en 2,2 puntos respecto del anterior trimestre, mejorando en mayor medida en comparación anual (6,0 puntos). El horizonte nacional también mejora respecto del pasado trimestre (6,8 puntos), pero lo hace aún más en

Valoración de la situación económica futura

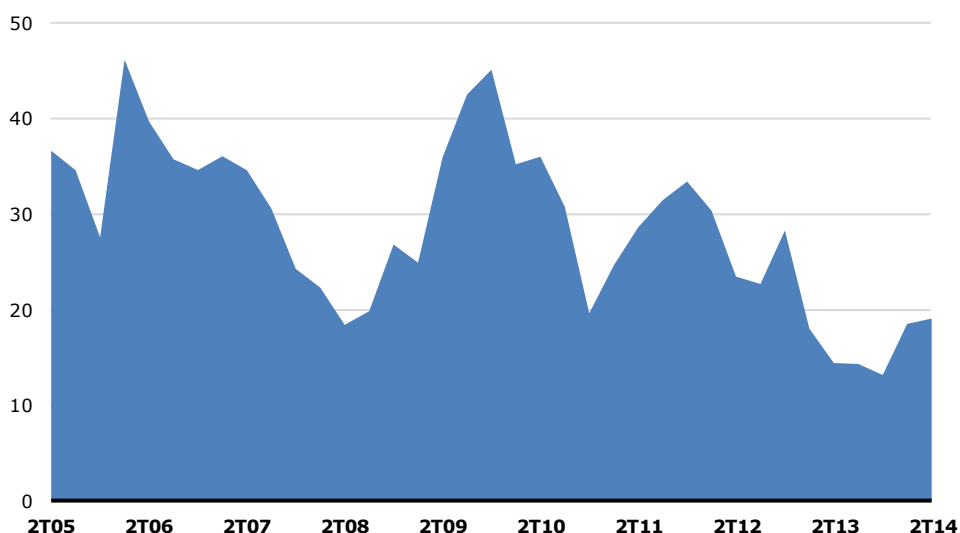


comparación anual (15,0 puntos). El escenario nacional ha venido obteniendo,

con pocas excepciones, una valoración más baja que el local, pero ya no en los últimos meses, lo que permite que en este último trimestre las expectativas nacionales se queden, aunque aún por debajo, muy cerca del valor 50.

Respecto de la oportunidad del momento para realizar o no grandes compras domésticas, la mayoría piensa que es desfavorable (70,0%), lo que supone un ascenso de 0,9 puntos porcentuales respecto de hace tres meses. Solo un 8,1% piensa que es un buen momento, lo que no obstante supone dos puntos más que en el anterior trimestre, y un 21,6% expresa una opinión neutra (2,4 puntos más que en el pasado trimestre). Sintetizando estos valores en un índice, en este segundo trimestre se alcanzan los 19,1 puntos, 0,6 más que en el trimestre anterior y 4,7 que hace un año. Hay que señalar el hecho de que el valor logrando en este trimestre supone la segunda variación interanual positiva en más de dos años, que sigue a la conseguida el pasado trimestre.

Momento para hacer grandes compras



(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)