

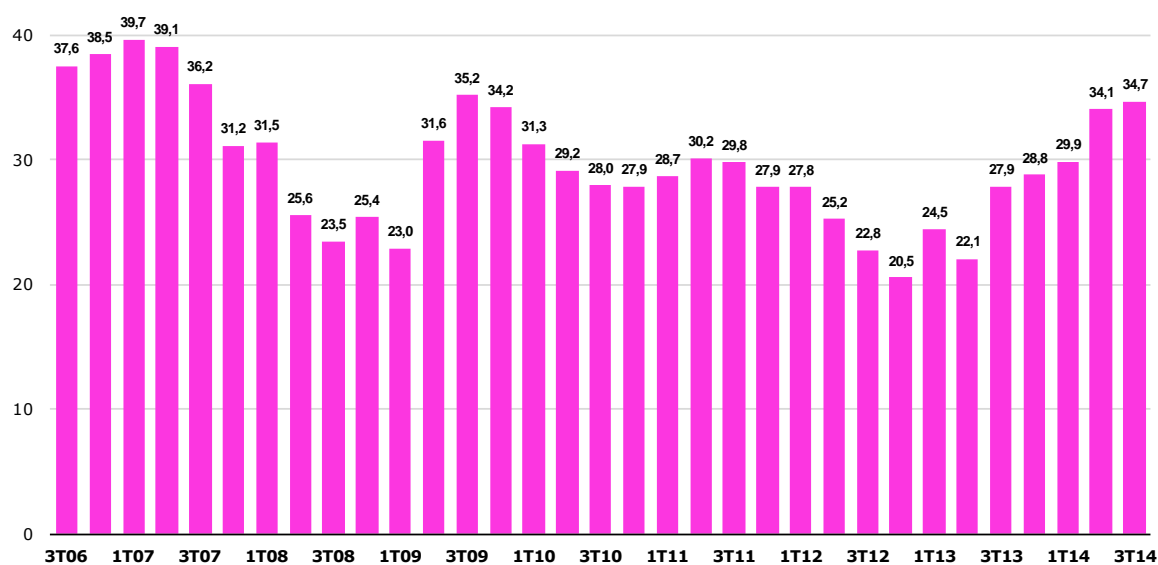
3 de octubre de 2014

Sigue mejorando la confianza de los consumidores, cuadruplicándose el número de los que creen bueno el momento para grandes compras

Según la última Encuesta sobre Consumo en la Ciudad de Madrid, la confianza de los consumidores madrileños ha mejorado ligeramente en el tercer trimestre de 2014, al haberse situado en 34,7 puntos, 0,6 por encima de hace tres meses y por tanto la quinta variación trimestral positiva consecutiva. La variación ha sido superior en términos interanuales, que crece en 6,8 puntos, lo que también implica la quinta 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

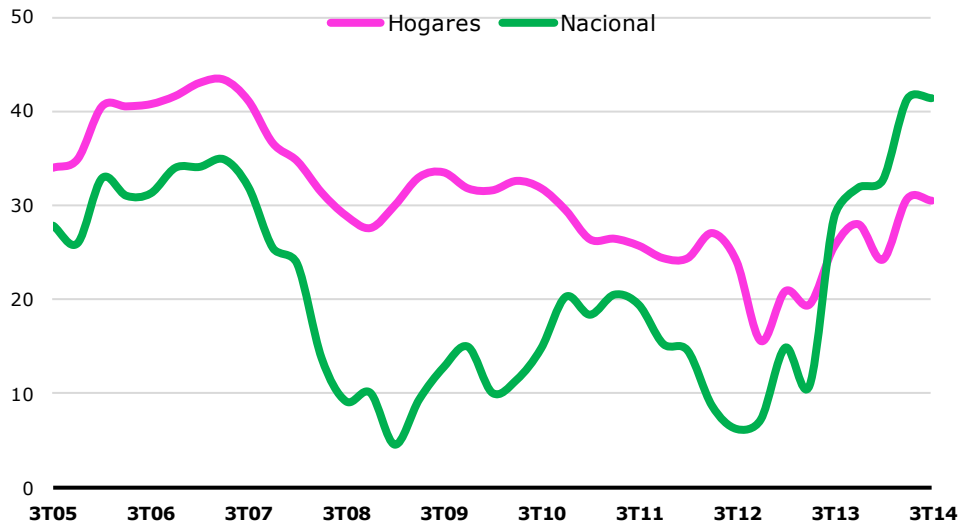


(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)

La valoración de la situación económica actual en los hogares ha obtenido una peor opinión respecto del trimestre anterior equivalente a 0,2 puntos, al contrario de lo que ocurre con la comparación anual, que crece en 4,9 puntos. La consideración de la situación económica del conjunto de España ha mejorado muy ligeramente en el trimestre, en 0,1 puntos, variación que también se eleva en términos anuales, llegando a los 12,7 puntos. 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 y se sigue manteniendo en la actualidad.

Valoración de la situación económica actual

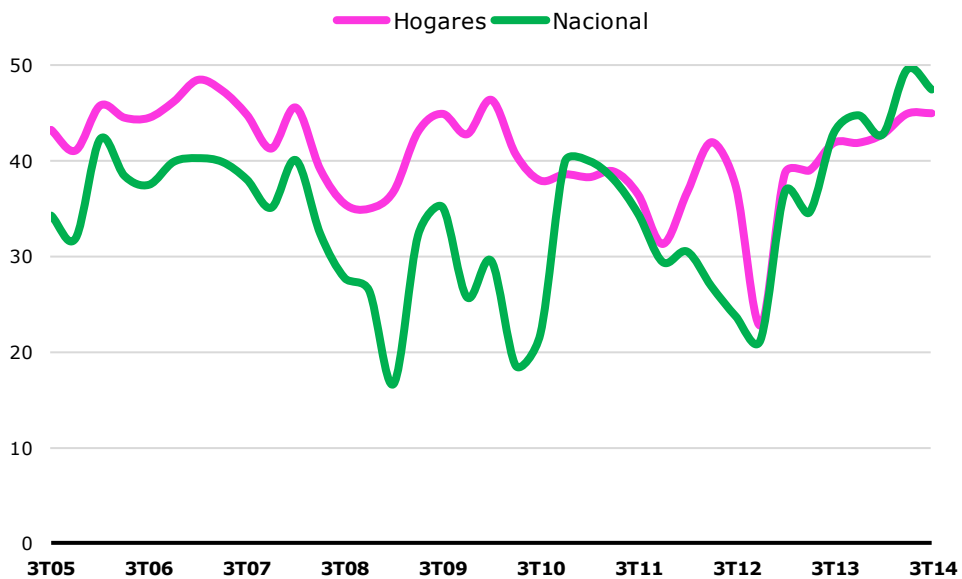


(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)

El futuro es contemplado con menor pesimismo que la situación actual, tanto la de los propios hogares como, en mayor medida, la general de España, lo que ha sido la tónica general desde el inicio de la encuesta. A pesar de ello, la visión familiar no varía respecto del anterior trimestre, aunque mejora en comparación anual (3,1 puntos). Por el contrario, el horizonte nacional empeora respecto del observado el pasado trimestre (-2,1 puntos), pero lo mejora en comparación anual (4,6 puntos). El esperado escenario nacional vino obteniendo, con pocas excepciones, una valoración más baja que el local, pero ya no en los últimos trimestres, lo que no evita que en este último trimestre las expectativas nacionales se alejen de nuevo del valor 50.

Valoración de la situación económica futura

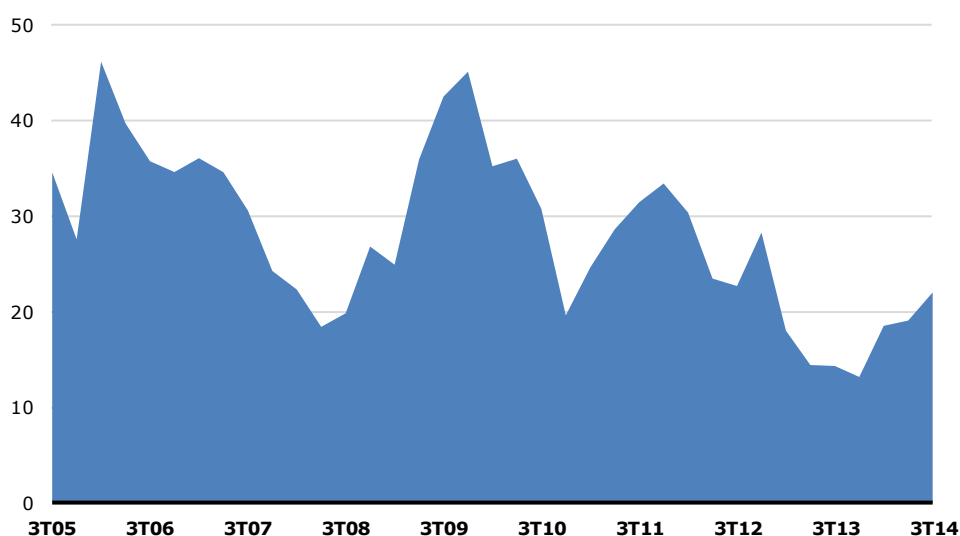


(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)

Respecto de la oportunidad del momento para realizar o no grandes compras domésticas, la mayoría sigue pensando que es desfavorable (65,9%), aunque esta opinión desciende en 4,1 puntos porcentuales respecto de hace tres meses. Solo un 9,9% piensa que es un buen momento, lo que no obstante supone 1,8 puntos más que en el anterior trimestre, y un 23,4% expresa una opinión neutra (1,8 puntos más que en el pasado trimestre). Sintetizando estos valores en un índice, en este tercer trimestre se alcanzan los 22,0 puntos, tres más que en el trimestre anterior y 7,7 que hace un año. Hay que señalar el hecho de que el valor logrado en este trimestre supone la tercera variación interanual positiva después de casi dos años evolucionando en negativo.

Momento para hacer grandes compras



(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)