

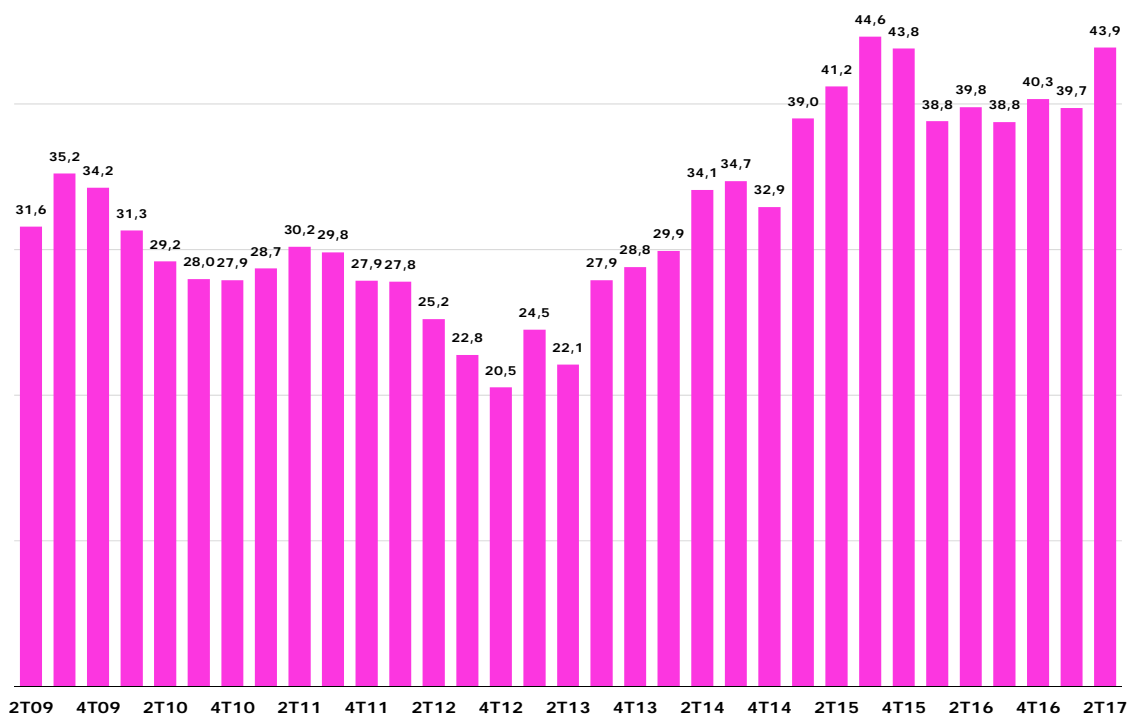
13 de julio de 2017

Elevada mejora de la confianza de los consumidores madrileños en el segundo trimestre.

La confianza de los consumidores madrileños, según la Encuesta sobre Consumo en la Ciudad de Madrid del segundo trimestre, refleja una mejoría tanto respecto de un trimestre antes como del mismo periodo del pasado año. El índice se sitúa en 43,9 puntos, lo que supone 4,2 puntos más que en el primer trimestre. Por su parte, el aumento en términos interanuales ha sido similar, de 4,1 puntos, acelerando significativamente la dinámica positiva del primer trimestre del año. En términos medios anuales, la confianza se sitúa en 40,7 puntos, un punto más que en el trimestre anterior.

Es de destacar que desde el inicio de la serie, a principios de 2003, el índice de confianza nunca ha logrado alcanzar el valor 50 que corresponde al valor medio, ello con independencia de los diferentes escenarios económicos que se han sucedido.

Índice de confianza del consumidor madrileño

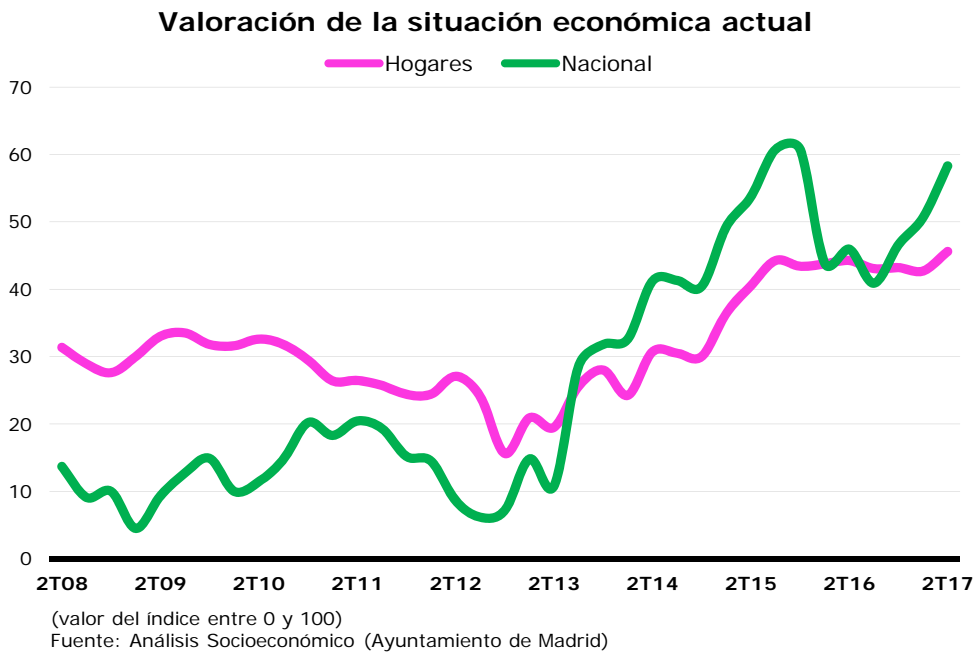


(valor del índice entre 0 y 100)

Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)

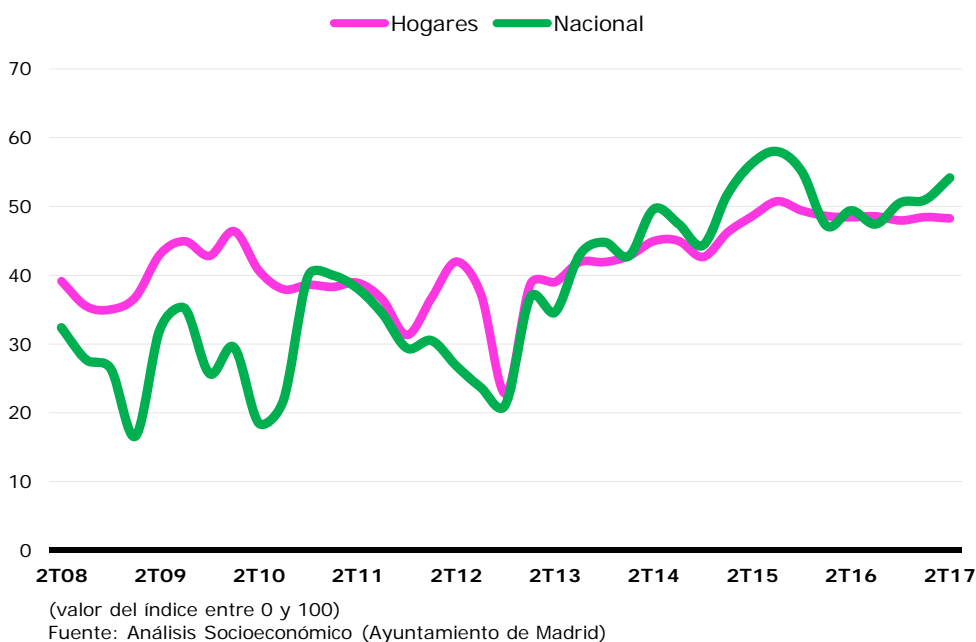
La valoración de la situación económica actual en el ámbito familiar ha obtenido una mayor valoración respecto del trimestre anterior en 2,9 puntos, mientras que en comparación anual la mejoría se queda en 1,3. La opinión sobre la

situación económica del conjunto de España ha mejorado en mayor medida, en 7,7 puntos, aunque en términos interanuales el aumento asciende aún más, en 12,4 puntos. El índice referido a los hogares se ha situado siempre por debajo del valor 50, si bien el escenario nacional, que lo había superado ampliamente en trimestres anteriores, volvió a situarse nuevamente por debajo de él en el segundo de 2016, situación que se mantuvo a lo largo de todo ese año pero que se ha corregido en 2017. Por su parte, el índice sobre la situación actual para los hogares continúa por debajo del relativo a la situación nacional, lo que ha sido la tónica general de los últimos años excepción hecha del tercer trimestre del pasado año, aumentando significativamente la diferencia en este segundo trimestre.



Las expectativas de futuro alcanzan una mejor valoración que la situación actual en lo que respecta a los propios hogares, pero no en cuanto a la percepción económica general de España. La opinión referida a los hogares se reduce en 0,2 puntos respecto del trimestre anterior, lo mismo que en comparación anual. Las expectativas de ámbito nacional aumentan en 3,2 puntos respecto del pasado trimestre, si bien lo hacen en 4,8 en comparación anual. Si bien los valores del índice de confianza sobre la situación futura para los hogares y para la situación nacional evolucionaron relativamente cercanos en periodos anteriores, en este último se ha ampliado la diferencia a favor del segundo de los ámbitos.

Valoración de la situación económica futura



Por lo que respecta a si el actual es un buen momento o no para la realización de grandes compras, la gran mayoría de hogares sigue pensando que es desfavorable (51,7%), rediciéndose esta opinión en 10,5 puntos porcentuales respecto de hace tres meses y en 9,7 en comparación con hace un año. Solo un 8,6% piensa que sí es un buen momento, lo que supone 0,8 puntos más que un trimestre antes y 3,4 menos que hace un año. El 39,4% expresa una opinión indiferente (9,4 puntos más que en el primer trimestre y 14,2 que un año atrás). Sintetizando estos valores en forma de índice, en este segundo trimestre se llega a los 28,5 puntos, 5,7 más que en un periodo antes y 3,2 también más que hace un año.

Momento para hacer grandes compras

