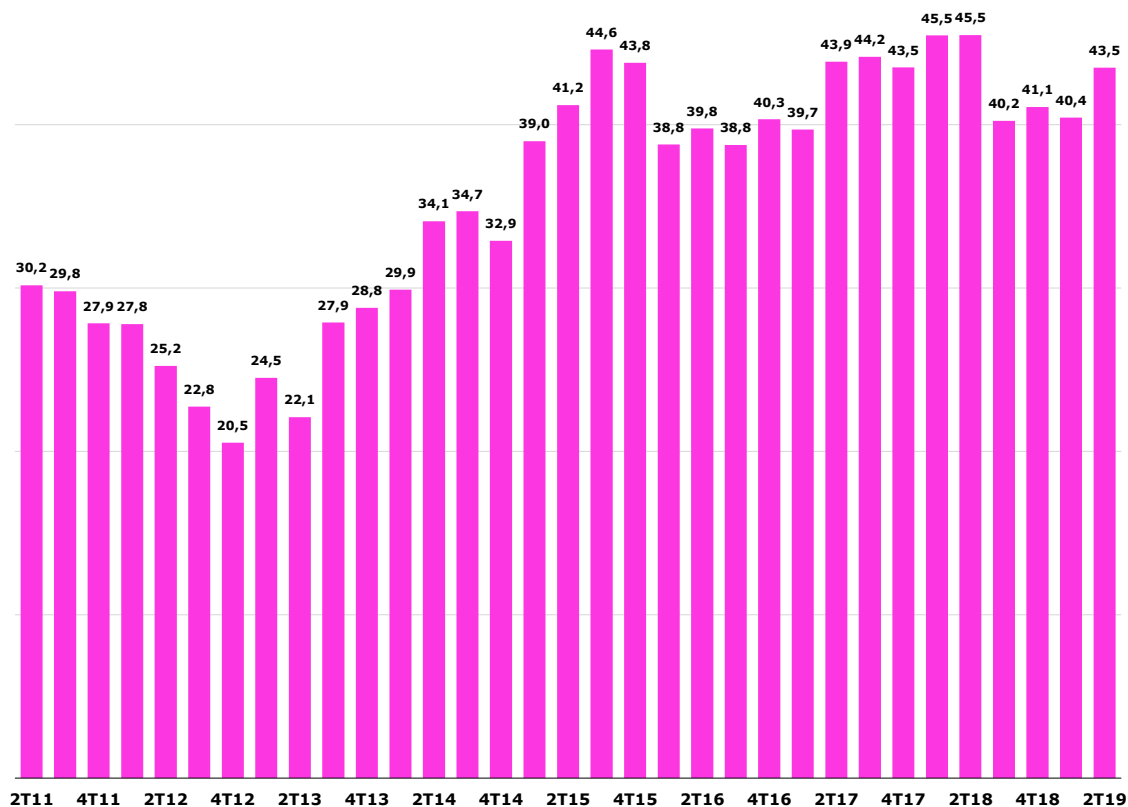


4 de julio de 2019

Mejora la confianza de los consumidores madrileños en el segundo trimestre, aunque empeora en comparación con hace un año

La confianza de los consumidores madrileños mejora en el segundo trimestre del año según la Encuesta sobre Consumo de la Ciudad de Madrid, situándose el índice en 43,5 puntos, equivalente a 3,1 más que un trimestre antes. En comparación interanual retrocede en 2,0 puntos, por tanto tres puntos menos de lo que retrocedió en el primer trimestre. En términos medios anuales la confianza se sitúa en 41,3 puntos, lo que supone cinco décimas menos que en el periodo inmediatamente anterior, continuando la tendencia descendente iniciada en el tercer trimestre del pasado año.

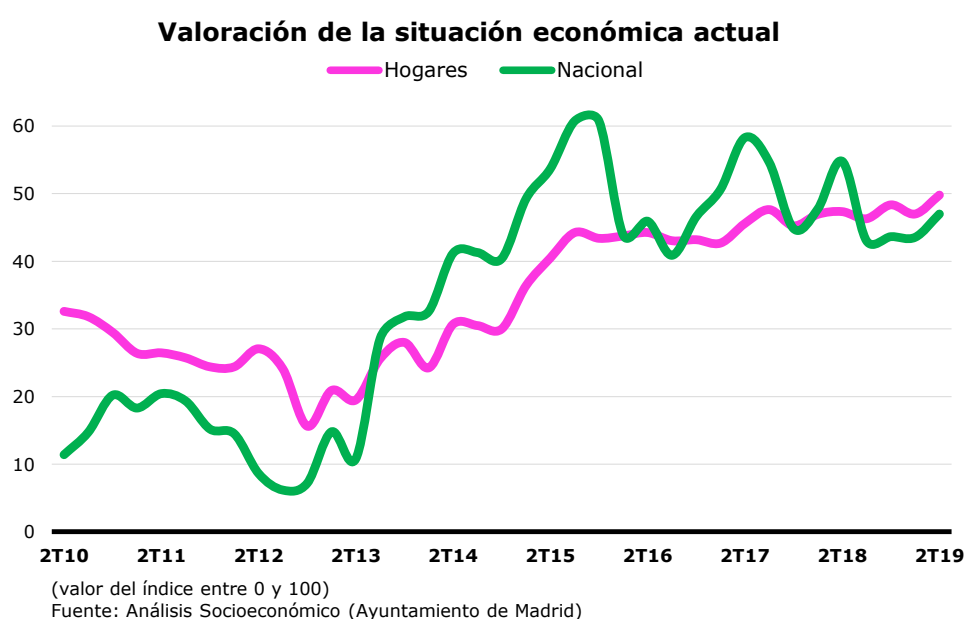
Es de destacar que desde el inicio de la serie, a principios de 2003, el índice de confianza nunca ha logrado alcanzar el valor 50 que corresponde al valor medio, ello con independencia de los diferentes escenarios económicos que se han sucedido.

Índice de confianza del consumidor madrileño

(valor del índice entre 0 y 100)

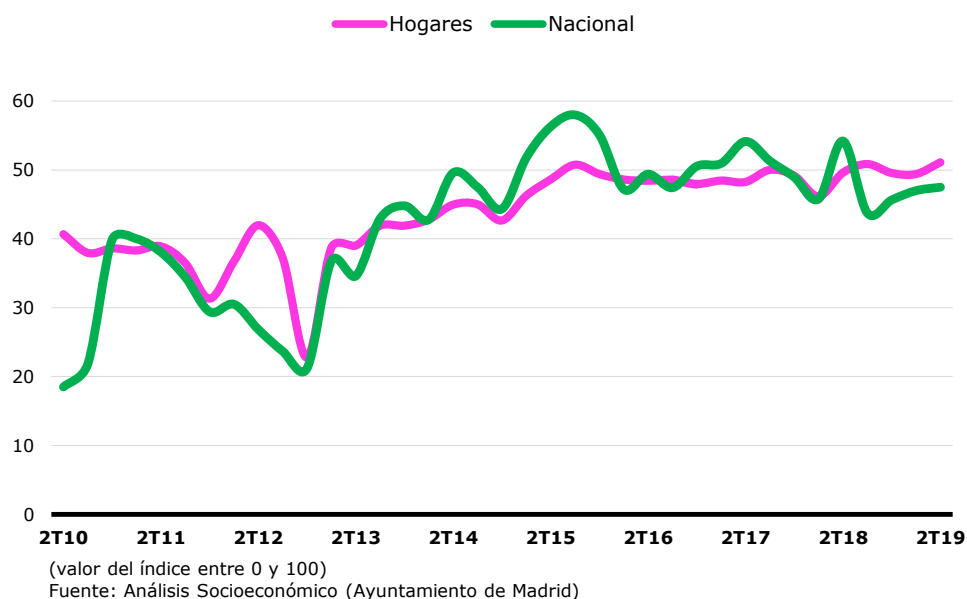
Fuente: Análisis Socioeconómico (Ayuntamiento de Madrid)

La valoración de la situación económica actual en el ámbito familiar mejora en 2,8 puntos respecto del trimestre anterior, mientras que en comparación anual lo hace en 2,5 puntos. La opinión sobre la situación económica del conjunto de España ha subido en 3,5 puntos, mientras que en términos interanuales ha empeorado en 7,8. El índice referido a los hogares se ha situado siempre por debajo del valor 50, si bien en este momento se acerca a ese valor con 49,8 puntos, el máximo de la serie hasta ahora. Por su parte, el escenario nacional, que había sobrepasado ese nivel de referencia ampliamente en momentos anteriores, superando los 60 puntos, continúa por debajo de él en los últimos cuatro trimestres, mostrando una elevada variabilidad en el tiempo. El índice sobre la situación familiar coyuntural vuelve a superar, en este caso por 2,8 puntos, al relativo a la situación para el conjunto nacional, en contra de lo que había sido la tónica general de los últimos años.



Por otro lado, la perspectiva de cara al futuro merece una valoración ligeramente mejor que la situación actual tanto por lo que respecta a los propios hogares (en 1,3 puntos) como a la percepción económica general de España (en 0,5 puntos). La opinión referida a los hogares gana 1,7 puntos respecto del trimestre anterior, mejorando en 1,5 en comparación anual, mientras que las expectativas de ámbito nacional ganan 0,5 puntos respecto del pasado trimestre pero pierden 6,7 en comparación anual. El valor del índice de confianza sobre las expectativas futuras para los hogares supera por 1,1 puntos el nivel 50, mientras que el relativo a la situación nacional queda 2,5 puntos por debajo.

Valoración de la situación económica futura



En cuanto a la cuestión de si el actual es un buen momento o no para la realización de grandes compras, son más los hogares que muestran una opinión indiferente (48,7%), aumentando esta opinión en 8,7 puntos respecto de hace tres meses y en 30,0 en comparación con hace un año. Son una minoría (8,3%) los que piensan que sí es un buen momento, lo que supone 0,7 puntos más que un trimestre antes pero 15,4 menos que hace un año. El 42,7% manifiesta la opinión de que es un mal momento, lo que supone 9,2 puntos menos que en el primer trimestre y 14,0, también menos, que un año atrás. Por su parte, el restante 0,3% no manifiesta ninguna opinión. El índice que resume estos resultados alcanza los 32,8 puntos, lo que supone 5,0 más que un periodo antes pero 0,7 menos que hace un año. En términos medios anuales este índice se sitúa en 29,8 puntos, por tanto 0,1 puntos por debajo del primer trimestre, suavizando la tendencia descendente de los tres trimestres anteriores.

Momento para hacer grandes compras

