

Modaes

Entorno

La confianza de los consumidores mexicanos mantiene el impulso y crece un 2,2% en mayo

También ha mejorado la predisposición de los mexicanos a comprar moda en los últimos meses. Este subíndice se incrementó un 0,2% en mayo, hasta situarse en 97,4 puntos.

Modaes
7 jun 2017 - 00:00

La confianza de los consumidores mexicanos mantiene el impulso y crece un 2,2% en r
Image not found or type unknown

La confianza de los consumidores se mantiene al alza en mayo. Según los datos hechos públicos ayer por el **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi)** de México, el Indicador de confianza del consumidor (ICC) se impulsó otro 2,2% en el quinto mes del año, con lo que ya encadena tres meses al alza.

El impulso estuvo motivado principalmente por la mejora de la situación económica actual, que registró un avance del 8,5%. Por su parte, también mejoró la percepción de la situación económica actual respecto a la de un año atrás, con un ascenso del 2,3%.

En cambio, los mexicanos son más pesimistas en lo que se refiere a las perspectivas de futuro y a la situación de los hogares. El componente que cuestiona a los encuestados sobre la situación económica de los miembros del hogar en comparación con la de doce meses atrás retrocedió un 0,5%, su primera caída desde enero.

Por su parte, el referente a las perspectivas para los hogares para dentro de un año, en relación a la situación actual marcó un descenso del 0,3%, lo que también supuso

Modaes

el primer retroceso desde enero.

El componente que registró una mayor caída fue el referente a las perspectivas para la condición económica del país dentro de doce meses, con un retroceso del 1,4%, según los datos desestacionalizados.

Por otro lado, sí mejoraron las posibilidades actuales de comprar ropa, zapatos y alimentos comparadas con un año atrás. El índice creció un 0,2% respecto al mes anterior hasta situarse en 97,4 puntos, su mejor dato desde noviembre.

La Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor (Enco), elabora por el **Inegi** y el Banco de México, realiza el ICC a partir de los resultados de sus cinco componentes, que miden la percepción de los consumidores sobre el momento actual y las percepciones futuras.