
Modaes

Entorno

La confianza de los consumidores mexicanos marca en enero su caída histórica

La inestabilidad económica y política que vive el país desde la llegada de Trump al poder ha provocado que la confianza de los consumidores mexicanos se hunda un 25,7% en el primer mes del año.

María Bertero
3 feb 2017 - 00:00

La confianza de los consumidores mexicanos marca en enero su caída histórica

Image not found or type unknown

La confianza de los mexicanos se hunde en el arranque del año. Con el ascenso de Donald Trump, el *gasolinazo* y la incertidumbre política que ha atravesado el país en el último mes, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) de México marcó su mínimo histórico en enero, con una caída del 25,7% respecto al mismo mes del año anterior.

Tras once meses de caídas consecutivas, en el primer mes del año la confianza de los consumidores vuelve a caer a doble dígito por primera vez desde febrero de 2014, cuando el ICC descendió un 11%. En enero, el indicador se situó en 69,3 puntos según serie desestacionalizada.

Con una base de 100 en enero de 2003, la contracción de enero supera a las caídas de enero, febrero y marzo de 2009, según datos publicados por el **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi)** de México.

La Encuesta Nacional sobre Confianza del Consumidor (Enco), elaborada por **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

1 / 2

<https://www.modaes.com/entorno/la-confianza-de-los-consumidores-mexicanos-marca-en-enero-su-caida-historica>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

y las percepciones futuras.

En enero, la predisposición de los mexicanos a comprar moda disminuyó un 25,5% respecto al mismo mes de 2016

La caída del ICC general del país coincide con la mala racha de la industria de la moda. En enero los consumidores mexicanos aseguraron estar menos dispuestos a comprar productos como ropa o calzado que en el resto del año.

El ICC que mide las posibilidades actuales de comprar ropa y calzado (que incluye otras categorías como alimentos) comparada con las de hace un año se situó en los 77,8 puntos, un 25,5% menos que el mismo mes del año anterior. El sector, que había iniciado 2016 por encima de los 100 puntos, registró en enero su ICC más bajo en la historia.

Por otra parte, el indicador que mide la situación económica actual de los miembros del hogar retrocedió un 12,8% respecto al mismo que el año anterior. Asimismo, las perspectivas sobre la situación económica del hogar dentro de doce meses aumentaron cayeron un 19,8% respecto enero de 2016.

En cuanto a la percepción de los consumidores mexicanos sobre la situación económica del país, la cifra se situó en enero en 60,8 puntos, lo que significó un descenso del 33,3% respecto al primer mes del año anterior.

La mayor caída se dio en el indicador que mide las previsiones sobre la situación futura de la economía mexicana, que se situaron en 57 puntos, con una diferencia interanual del 34,5% y del 23,6% respecto al pasado diciembre.