

PlantaDoce.

Entorno

El consumidor recupera la confianza en marzo y toca máximos desde el inicio de la pandemia

El ICC se situó en el tercer mes del año en 73 puntos, el mayor resultado desde el estallido de la pandemia el pasado marzo. Respecto a febrero, la escalada fue de siete enteros.

PlantaDoce
6 abr 2021 - 12:29



El consumidor recupera la confianza en el tercer mes del año. Doce meses después del estallido de la pandemia, **el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) se situó en 73 puntos, una mejora de 7,1 enteros respecto a febrero**, según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Se trata del mejor resultado del último año, aunque todavía está muy por debajo de los niveles prepandemia y de los cien puntos que separan la valoración positiva de la negativa.

Esta subida corresponde a **una mejor valoración de la situación actual, que en marzo escaló 6,2 puntos, hasta situarse en 43,4 enteros**. Todos los componentes del índice

1 / 3

<https://www.plantadoce.com/entorno/el-consumidor-recupera-la-confianza-en-marzo-y-toca-maximos-desde-el-inicio-de-la-pandemia>

El presente contenido es propiedad exclusiva de PLANTADOCE EDICIONES, SLU, sociedad editora de PlantaDoce (www.plantadoce.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.

PlantaDoce.

experimentaron una buena evolución: la valoración de la situación económica actual aumentó en 7,7 puntos, la del mercado de trabajo creció 7,4 enteros, y la situación de los hogares incrementó en 3,5 puntos. En los tres casos, son las mejores valoraciones desde abril del año pasado.

Asimismo, **las expectativas de los consumidores también registraron una escalada de 8,1 puntos, hasta situar el índice en 102,7 enteros.** Todos sus componentes también mejoraron: la economía en el futuro inmediato, con un aumento de 10,9 puntos; el futuro del mercado de trabajo, que se elevó 9,9 enteros y la futura evolución de la situación de los hogares, que subió 3,4 puntos.

La evolución de las expectativas en relación con los precios, tipos de interés, las posibilidades de ahorro de los hogares y la compra de bienes duraderos muestran un desarrollo coherente con el ICC. Las expectativas de consumo aumentaron 0,3 puntos, mientras que las de ahorro se incrementaron en 3,9 enteros. Por otro lado, **los temores de inflación escalaron 3,1 puntos y las expectativas sobre un futuro aumento de los tipos de interés descendieron 0,2 enteros.**

El ICC ha subido 9,1 puntos en el primer trimestre de este año, respecto al cuarto trimestre de 2020

Marzo fue el segundo mes consecutivo en el que la confianza de los consumidores aumentó, aunque el índice continúa por debajo de los niveles registrados en febrero del año pasado, antes del estallido de la crisis del Covid-19, cuando se situó en 85,7 puntos.

La evolución trimestral es positiva a corto plazo: **en el primer trimestre, el ICC subió 9,1 puntos respecto a los tres últimos meses de 2020.** Este incremento se debe a la mejor valoración de las expectativas, que se incrementan en 11,2 puntos, y al crecimiento de 7,1 puntos de la valoración de la situación actual.

El ICC se calcula como media aritmética de los balances de la situación actual de la economía familiar, de la economía española y del empleo, respecto a la que existía hace seis meses, y de las expectativas respectivas para los próximos seis meses.

Tanto el ICC como los propios índices de situación actual y de expectativas, pueden tomar valores que oscilan entre 0 y 200. Por encima de 100, indica una percepción

PlantaDoce.

positiva de los consumidores y por debajo de 100 una percepción negativa. El indicador se realiza a partir de una encuesta a unas 3.000 entrevista a residentes en España de 16 años o más.