

EDITORA:
Ana María Rosas
COEDITORA:
Gloria Aragón

valores
@eleconomista.mx
eleconomista.mx

COEDITORAS GRÁFICAS:
Sandra Romo

1.0

PUNTO

retrocedió el componente que mide las posibilidades de compra de muebles y electrodomésticos.

El avance

marginal del mes se explicó debido a que, de sus cinco componentes, uno quedó sin cambios respecto a febrero, mientras que otros dos cayeron y los dos restantes mostraron crecimientos.

Indicador registró su mayor nivel en cinco años

Consumidores, más optimistas en marzo

- Existe un dinamismo económico más robusto por parte de las familias pues los consumidores se tornaron más optimistas respecto al consumo del corto y mediano plazos

Belén Saldívar
ana.martinez@eleconomista.mx

La confianza de los consumidores en México reportó un avance modesto en marzo, de acuerdo con la información divulgada este jueves por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

El informe del Inegi, elaborado de manera conjunta con el Banco de México (Banxico), mostró que el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) se ubicó 47.3 puntos, con cifras desestacionalizadas.

Lo anterior significó un avance mensual de 0.1 puntos, con lo que el ICC reportó tres meses consecutivos de modestos crecimientos, luego de caer en diciembre 0.4 puntos en una coyuntura donde la economía empezó a mostrar señales de enfriamiento.

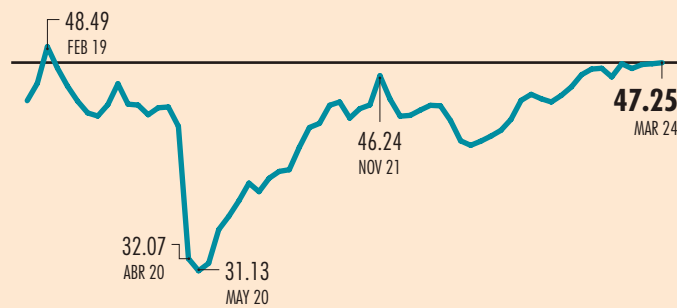
Sibien el ICC se encuentra estancado, este se mantiene en niveles altos. Lo reportado en marzo pasado es el mayor nivel del que se tiene registro desde febrero del 2019, con 48.5 puntos, cuando el optimismo llegó a su punto más alto ante los primeros meses de gobierno de Andrés Manuel López Obrador.

“El dato de hoy es bastante alentador y es el máximo nivel registrado desde febrero del 2019, por lo

Lento avance

El optimismo de los mexicanos sigue en aumento aunque a paso lento en un entorno en el que la inflación disminuye.

Indicador confianza del consumidor | PUNTOS



FUENTE: INEGI

GRÁFICO EE

que se percibe una economía resiliente al periodo mencionado”, destacaron analistas de Monex.

En su comparación anual, la confianza de los consumidores creció 2.8 puntos.

En su análisis, Monex señaló que existe un dinamismo económico más robusto por parte de las familias mexicanas pues, aunque hubo un lento inicio de año, los consumidores se tornaron más optimistas respecto al consumo del corto y mediano plazos.

“Podemos decir, que este cambio se ve impulsado por la evolución de la inflación, misma que continúa con una trayectoria descendente. Hacia adelante, se

espera que esto último fortalezca la perspectiva para un mayor consumo de los mexicanos para los próximos meses, aunado a nuestro crecimiento económico previsto para el cierre del 2024 (+2.4%) y del banco central”, añadieron.

Optimismo en el hogar

El avance marginal del mes se explicó debido a que, de sus cinco componentes, uno quedó sin cambios respecto a febrero, mientras que otros dos cayeron y los dos restantes mostraron crecimientos.

Únicamente los componentes que se refieren a la situación económica actual y esperada de los

miembros del hogar donde registraron una mejora, con avances de 0.5 y 0.6 puntos, respectivamente.

Lo anterior se da en una economía donde el gobierno espera que el consumo continúe como motor y pueda crecer nuevamente 3.0 por ciento.

Sin embargo, la situación esperada del país — que considera 12 meses y donde los consumidores ya darían sus respuestas pensando en el cambio de gobierno — se observó una disminución de 0.2 puntos.

Las posibilidades de compra de muebles y electrodomésticos, retrocedieron 1.0 puntos y fue el componente con la mayor caída.

En tanto, el componente que se refiere a la situación económica actual del país no presentó variación alguna.

Posibilidades de compra, con reservas

En el mismo reporte, el Inegi mostró que de los 10 indicadores complementarios del ICC, en el mes sólo los relacionados al empleo y compras vieron un retroceso en comparación con febrero pasado.

El componente que más cayó fue el de la percepción futura del empleo, con una merma de 2.2 puntos, mientras que las posibilidades de compra de ropa, zapatos y alimentos retrocedieron 2.1 puntos.

No obstante, en el otro extremo las posibilidades de ahorro fueron las que mostraron un mayor aumento, con un avance de 1.9 puntos mensuales, seguidas de las posibilidades de compra, construcción o remodelación de algún miembro del hogar, con un crecimiento de 0.7 puntos.

Otros indicadores complementarios que mostraron un buen desempeño fueron las posibilidades económicas para salir de vacaciones en los siguientes meses, con un crecimiento de 0.6 puntos, mientras que la percepción de la situación económica personal avanzó 0.5 puntos respecto a febrero.