

GfK Clima de Consumo

Informe de Resultados Mensual – MAYO – 2010

La desconfianza global de la economía convive en el mes de mayo con el incremento de la seguridad del empleo y la leve mejora del consumo doméstico

La confianza económica, las perspectivas de gasto y la proyección de ingreso apuntalan un mes más la percepción de estancamiento económico.

El mes de mayo se ha convertido posiblemente en uno de los meses más complicados para la interpretación económica de la presente crisis. Si el día 10 de mayo todos los medios de comunicación publicaban el fin técnico de la recesión, al haberse situado el PIB una décima por encima del cero, días después el gobierno comunicó el mayor recorte de gasto público de la democracia. Este vaivén se ha convertido en una constante mediática en el presente mes, de manera que al record de crecimiento experimentado por el IBEX (14%) tras el anuncio del decreto de reducción de gasto, le acompañó horas

El proceso de reajuste de las Cajas siembra dudas en el pequeño inversor.

El análisis comparado de las modificaciones de cada sector respecto al mes anterior sitúa los planes de pensiones, los depósitos y los fondos de inversión como las tres partidas con peores resultados en cuanto a variaciones sobre el mes anterior. Datos que se obtienen en un mes en el que se han formalizado hasta cinco fusiones con 12 entidades financieras involucradas.

después la disminución de la calificación de la deuda española y su consecuente castigo en los mercados. A este hecho cabe añadirle

la tramitación inminente de una reforma fiscal y laboral que asienta la percepción negativa del estado económico del país. Los datos del CdC muestran nuevamente indicadores bajistas en prácticamente la totalidad de los parámetros analizados y eleva las perspectivas de finalización de la crisis de 2.3 años a 2.5, indicador que se incrementa ligeramente cuando analizamos las cohortes de edad más altas. El entorno global, que ha llevado a realizar símiles en cuanto a la reproducción de los tiempos económicos entre la economía española y la griega ha anulado aspectos positivos como el segundo descenso continuado de la tasa de paro, hecho que se reafirma en el presente barómetro de GfK, y en el que se obtiene por primera vez un porcentaje de inseguridad del empleo por debajo del 10% (pág.20).

El análisis de los indicadores sectoriales muestra nuevamente el estancamiento económico, todas las áreas de gasto se sitúan en niveles negativos, si bien, la proyección de consumo por partidas no muestra la misma pendiente descendente que los indicadores más macro. Este hecho puede deberse en parte a la enorme presión mediática sufrida este mes, de forma que el consumidor puede haber proyectado sobre el sociedad una fotografía más complicada que el propio escenario económico familiar.

Indicadores GfK de Clima de Consumo



Los símbolos utilizados en los gráficos ilustran el estado de ánimo en cada uno de los aspectos evaluados.

Todos los índices se elaboran a partir de preguntas realizadas a los consumidores sobre su percepción de la situación en los **próximos 12 meses comparada con los últimos 12**. El valor de cada índice se obtiene teniendo en cuenta el porcentaje de entrevistados que consideran que la situación en el futuro será mejor y el porcentaje de los que consideran que será peor.

- Todos los indicadores toman valores entre **-100 y 100**.
- Un **valor negativo** del indicador muestra que el porcentaje de entrevistados pesimistas respecto al futuro es superior al porcentaje de los optimistas.
- Un índice con **valor 0** señala que existe equilibrio entre ambos.
- Un **indicador positivo** expresa que el porcentaje de entrevistados optimistas respecto a la situación futura supera al de los pesimistas.

Indicadores de **Confianza** Sectorial

Interpretación de los Indicadores GfK de Confianza Sectorial

6



Los símbolos utilizados en los gráficos ilustran las expectativas de gasto de los entrevistados para cada uno de los productos y servicios evaluados, ya que comparan la intención de gasto en su hogar para los próximos 12 meses, en contraste con los últimos 12.

El valor de cada indicador se obtiene teniendo en cuenta el porcentaje de entrevistados que gastarán **“más” y “mucho más”** y el porcentaje de los que consideran que gastarán **“menos” y “mucho menos”**.

- Todos los índices toman valores entre **-100 y 100**.
- Un **valor negativo** del indicador muestra que el porcentaje de entrevistados que recortarán su presupuesto en el futuro es superior al porcentaje de quienes dedicarán más recursos.
- Un indicador con **valor 0** señala que existe equilibrio entre ambos.
- Un **indicador positivo** expresa que el porcentaje de entrevistados que dedicarán más recursos en el futuro supera al de quienes harán recortes.

Evolución **de los** **Indicadores**

Evolución

	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Vacaciones/Viajes	-26,7	-22,7	-24,2	-25,8	-25,9	-25,5	-19,1	-20,9	-27,7	-26,3	-23,9
Mobiliario, decoración	-25,5	-19,1	-17,8	-19,5	-18,8	-17,9	-15,9	-18,0	-23,9	-21,1	-19,3
Electrodomésticos	-23,9	-18,9	-17,7	-19,7	-18,5	-16,0	-13,9	-16,3	-21,7	-19,4	-17,7
Droguería (limpieza hogar)	-9,7	-4,5	-6,0	-8,0	-7,8	-8,2	-6,3	-6,0	-7,6	-6,7	-5,7
Alimentación	-2,4	2,4	1,5	-0,1	0,5	2,3	4,14	3,5	2,1	2,7	3,2
Tabaco, alcohol	-17,5	-13,0	-13,4	-14,0	-13,8	-13,7	-12,2	-14,9	-18,3	-16,4	-15,6
Cosmética e higiene personal	-9,1	-5,5	-6,1	-8,6	-8,8	-7,9	-5,91	-6,1	-8,5	-7,6	-6,6
Ropa, calzado y complementos	-24,1	-17,9	-18,8	-21,4	-20,6	-18,2	-14,4	-16,7	-21,5	-17,8	-16,7
Aparatos electrónicos para el hogar	-23,7	-19,4	-17,4	-19,5	-17,7	-14,7	-16,9	-20,0	-22,7	-20,7	-19,0
Adquisición automóviles	-19,4	-13,6	-13,5	-13,9	-13,3	-14,3	-14,0	-14,9	-18,4	-16,7	-15,0
Uso de Internet	-8,2	-5,2	-5,9	-6,0	-5,2	-5,1	-4,9	-4,9	-6,8	-6,3	-6,3
Reformas en el hogar	-23,9	-18,4	-15,7	-16,0	-15,2	-15,8	-16,5	-18,6	-23,9	-20,6	-18,1
Adquisición/Construcción de una vivienda	-17,6	-13,0	-13,2	-13,9	-13,8	-13,0	-11,0	-12,3	-16,9	-15,6	-14,8
Productos para el ocio/hobbies	-25,9	-21,5	-23,6	-24,8	-24,9	-23,5	-21,1	-24,5	-29,4	-26,9	-23,6
Telefonía móvil	-19,0	-12,5	-12,4	-14,3	-15,9	-15,3	-12,9	-12,9	-14,4	-13,4	-12,3
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-28,6	-22,0	-21,7	-24,5	-26,4	-24,5	-20,7	-24,1	-30,7	-28,0	-25,8
Restaurantes	-36,8	-31,0	-30,8	-35,4	-37,2	-34,0	-27,5	-30,7	-37,3	-34,9	-33,1
Periódicos	-16,9	-11,1	-10,3	-13,2	-13,5	-12,4	-12,2	-15,1	-18,1	-17,1	-15,9
Telefonía fija	-12,5	-7,8	-9,1	-10,5	-9,7	-9,3	-8,8	-8,1	-9,5	-8,9	-9,5
Seguros del automóvil	-9,1	-5,9	-5,7	-5,7	-4,8	-5,4	-6,1	-6,9	-7,7	-7,6	-7,0
Seguros del hogar	-8,2	-5,5	-5,6	-5,5	-4,5	-4,7	-6,0	-7,1	-8,0	-7,5	-7,5
Seguros privados de salud					-8,3	-7,9	-8,4	-9,3	-12,6	-11,5	-11,1
Gasolina/Gasoil/carburante					-6,4	-6,3	-4,1	-5,1	-8,5	-6,4	-4,8
Productos farmacéuticos sin receta medica					-9,1	-8,0	-8,4	-10,3	-13,8	-12,2	-10,5
Electricidad/gas					0,8	3,7	7,3	5,6	2,3	1,8	1,9
TV de pago					-9,0	-8,6	-9,1	-9,4	-12,5	-11,5	-11,7
Planes de pensiones					-10,3	-9,5	-9,6	-9,4	-11,9	-11,6	-11,8
Depósitos a plazo					-10,7	-9,7	-9,4	-9,9	-14,0	-13,4	-13,8
Fondos de inversión					-11,5	-11,1	-10,6	-10,0	-13,1	-12,3	-12,5

Análisis por Grupos

	Total Mayo	Hombre	Mujer
Vacaciones/Viajes	-23,9	-24,5	-23,3
Mobiliario, decoración	-19,3	-17,8	-20,8
Electrodomésticos	-17,7	-18,4	-17,0
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-6,1	-5,4
Alimentación	3,2	3,3	3,2
Tabaco, alcohol	-15,6	-17,1	-14,1
Cosmética e higiene personal	-6,6	-6,3	-6,9
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-15,3	-18,0
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-18,3	-19,6
Adquisición automóviles	-15,0	-13,5	-16,4
Uso de Internet	-6,3	-6,1	-6,4
Reformas en el hogar	-18,1	-18,5	-17,7
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-14,6	-15,0
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-21,4	-25,7
Telefonía móvil	-12,3	-11,2	-13,4
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-26,1	-25,5
Restaurantes	-33,1	-32,9	-33,3
Periódicos	-15,9	-16,6	-15,2
Telefonía fija	-9,5	-9,2	-9,9
Seguros del automóvil	-7,0	-6,8	-7,2
Seguros del hogar	-7,5	-7,6	-7,4
Seguros privados de salud	-11,1	-11,3	-10,9
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	-4,3	-5,4
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-10,3	-10,7
Electricidad/gas	1,9	2,3	1,6
TV de pago	-11,7	-11,1	-12,4
Planes de pensiones	-11,8	-11,9	-11,8
Depósitos a plazo	-13,8	-14,1	-13,4
Fondos de inversión	-12,5	-12,4	-12,5

Expectativas de Gasto

Por sexo

Por edad

	Total Mayo	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Más 65
Vacaciones/Viajes	-23,9	-17,6	-21,9	-24,3	-30,0	-30,0	-21,2
Mobiliario, decoración	-19,3	-15,5	-18,0	-19,0	-20,1	-23,4	-20,5
Electrodomésticos	-17,7	-15,6	-15,0	-17,3	-17,4	-18,5	-22,1
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-4,6	-6,3	-3,9	-6,1	-6,6	-6,9
Alimentación	3,2	3,3	2,7	8,5	1,9	2,5	0,1
Tabaco, alcohol	-15,6	-13,2	-17,2	-17,6	-16,6	-12,1	-14,8
Cosmética e higiene personal	-6,6	-4,5	-6,0	-5,7	-8,6	-7,4	-7,4
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-8,4	-15,3	-16,3	-17,6	-18,4	-22,4
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-11,1	-19,5	-20,8	-18,9	-22,7	-19,6
Adquisición automóviles	-15,0	-8,8	-15,9	-16,4	-16,0	-15,3	-15,8
Uso de Internet	-6,3	-0,6	-4,9	-6,7	-6,0	-8,0	-10,3
Reformas en el hogar	-18,1	-14,1	-18,2	-18,6	-18,1	-19,8	-19,0
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-16,0	-13,0	-14,9	-14,9	-13,0	-16,8
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-20,9	-21,7	-25,5	-28,7	-25,6	-20,1
Telefonía móvil	-12,3	-7,4	-14,4	-13,0	-16,1	-8,2	-12,7
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-22,7	-24,2	-30,3	-27,6	-29,0	-21,5
Restaurantes	-33,1	-30,4	-32,7	-37,6	-36,7	-34,7	-27,0
Periódicos	-15,9	-13,9	-17,4	-16,7	-17,6	-14,2	-14,6
Telefonía fija	-9,5	-6,3	-11,2	-9,0	-12,1	-9,4	-8,6
Seguros del automóvil	-7,0	-2,8	-7,5	-7,3	-7,0	-5,2	-10,3
Seguros del hogar	-7,5	-7,3	-8,7	-6,7	-8,8	-4,8	-7,8
Seguros privados de salud	-11,1	-9,7	-12,0	-12,0	-11,7	-9,3	-11,1
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	-5,5	-1,9	-0,5	-3,9	-7,5	-10,7
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-7,8	-9,5	-13,3	-10,9	-12,4	-9,2
Electricidad/gas	1,9	-1,4	2,6	3,2	-2,2	2,7	5,1
TV de pago	-11,7	-11,2	-13,0	-11,1	-13,9	-10,5	-10,7
Planes de pensiones	-11,8	-11,5	-12,9	-10,2	-14,4	-11,4	-10,9
Depósitos a plazo	-13,8	-12,0	-15,9	-14,6	-15,1	-12,0	-12,2
Fondos de inversión	-12,5	-10,6	-14,4	-12,9	-15,0	-9,1	-11,5

Por clase social

	Total Mayo	Alta/Media-Alta	Media Media	Media-Baja/Baja
Vacaciones/Viajes	-23,9	-10,4	-22,4	-33,2
Mobiliario, decoración	-19,3	-13,1	-19,6	-22,6
Electrodomésticos	-17,7	-13,1	-16,8	-21,3
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-2,7	-3,8	-9,5
Alimentación	3,2	4,5	4,9	0,8
Tabaco, alcohol	-15,6	-13,4	-13,9	-18,5
Cosmética e higiene personal	-6,6	-3,1	-5,1	-10,1
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-6,2	-15,4	-24,1
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-14,7	-18,9	-21,4
Adquisición automóviles	-15,0	-11,8	-13,6	-18,1
Uso de Internet	-6,3	-2,5	-5,5	-9,2
Reformas en el hogar	-18,1	-13,6	-15,5	-23,3
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-12,7	-12,8	-18,1
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-15,1	-23,7	-28,3
Telefonía móvil	-12,3	-9,9	-12,1	-14,0
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-14,6	-27,0	-30,9
Restaurantes	-33,1	-24,1	-33,5	-37,8
Periódicos	-15,9	-13,6	-14,8	-18,3
Telefonía fija	-9,5	-9,5	-7,4	-11,7
Seguros del automóvil	-7,0	-2,5	-7,2	-9,4
Seguros del hogar	-7,5	-6,0	-5,1	-10,8
Seguros privados de salud	-11,1	-8,2	-9,9	-14,0
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	0,3	-2,0	-10,7
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-8,4	-10,5	-11,7
Electricidad/gas	1,9	-2,4	2,8	3,5
TV de pago	-11,7	-12,2	-10,3	-12,9
Planes de pensiones	-11,8	-11,0	-10,4	-13,8
Depósitos a plazo	-13,8	-12,2	-11,8	-16,8
Fondos de inversión	-12,5	-12,1	-11,3	-13,9

Por zona

	Total Mayo	Noreste	Este	Sur	Centro	Noroeste	Norte	Canarias
Vacaciones/Viajes	-23,9	-27,3	-11,3	-30,4	-27,2	-20,9	-11,6	-40,9
Mobiliario, decoración	-19,3	-23,9	-6,5	-15,7	-20,3	-38,0	-6,4	-38,4
Electrodomésticos	-17,7	-20,7	-13,8	-14,0	-15,6	-26,6	-7,6	-46,6
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-10,2	-1,7	-7,9	-4,2	-2,1	-0,5	-16,4
Alimentación	3,2	0,3	1,9	-1,0	5,7	8,3	6,3	10,9
Tabaco, alcohol	-15,6	-16,7	-9,4	-25,0	-15,8	-16,0	-5,3	-9,7
Cosmética e higiene personal	-6,6	-11,6	0,0	-8,6	-5,5	-5,6	-1,5	-15,9
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-25,5	-3,4	-25,8	-12,9	-2,7	-10,3	-46,6
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-21,0	-17,0	-15,0	-17,1	-29,2	-11,1	-37,3
Adquisición automóviles	-15,0	-16,0	-8,0	-17,6	-12,9	-32,7	-2,6	-18,0
Uso de Internet	-6,3	-6,1	-5,4	-6,1	-5,2	-16,9	-1,9	-0,2
Reformas en el hogar	-18,1	-20,9	-6,1	-13,2	-19,7	-38,2	-5,0	-42,1
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-12,6	-5,5	-16,4	-15,8	-38,6	-5,6	-9,9
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-26,2	-15,7	-26,0	-27,3	-24,7	-12,8	-30,4
Telefonía móvil	-12,3	-19,4	-11,5	-15,6	-6,8	-10,4	-4,2	-16,8
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-26,6	-16,2	-24,3	-31,8	-32,3	-16,1	-37,2
Restaurantes	-33,1	-38,8	-23,2	-36,2	-33,2	-33,8	-23,3	-46,2
Periódicos	-15,9	-17,4	-7,6	-17,9	-18,2	-28,3	-7,0	-6,3
Telefonía fija	-9,5	-11,3	-6,6	-13,5	-6,2	-17,3	-4,7	-2,8
Seguros del automóvil	-7,0	-9,7	-5,5	-6,5	-4,3	-15,3	-4,0	-2,3
Seguros del hogar	-7,5	-6,9	-5,2	-6,6	-7,2	-20,6	-4,6	0,5
Seguros privados de salud	-11,1	-7,9	-6,7	-12,0	-12,4	-30,3	-4,5	-0,4
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	-12,2	-3,0	-3,3	-1,9	-9,4	1,1	1,7
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-13,7	-5,5	-11,1	-12,6	-8,5	-6,0	-14,3
Electricidad/gas	1,9	-9,4	10,7	-0,3	6,6	-3,3	1,9	27,3
TV de pago	-11,7	-8,0	-6,0	-11,1	-14,4	-31,7	-7,6	-1,1
Planes de pensiones	-11,8	-8,8	-7,4	-11,8	-12,1	-31,7	-8,7	-0,2
Depósitos a plazo	-13,8	-14,0	-7,1	-14,0	-14,0	-35,6	-5,3	0,0
Fondos de inversión	-12,5	-9,3	-7,8	-11,6	-13,2	-35,6	-6,8	-1,8

Por zona: Madrid, C.V. y Cataluña

	Total Mayo	Madrid	Comunidad Valenciana	Cataluña
Vacaciones/Viajes	-23,9	-28,2	-9,9	-29,1
Mobiliario, decoración	-19,3	-14,7	-3,5	-22,9
Electrodomésticos	-17,7	-11,8	-9,4	-21,7
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-5,8	-0,4	-10,3
Alimentación	3,2	6,9	2,1	-2,1
Tabaco, alcohol	-15,6	-11,2	-8,5	-15,9
Cosmética e higiene personal	-6,6	-3,1	1,4	-11,3
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-17,7	-4,0	-25,8
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-13,6	-13,8	-22,3
Adquisición automóviles	-15,0	-5,1	-5,8	-13,4
Uso de Internet	-6,3	-2,2	-2,2	-4,9
Reformas en el hogar	-18,1	-14,2	-3,3	-18,8
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-6,5	-3,2	-10,5
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-26,8	-14,4	-24,3
Telefonía móvil	-12,3	-6,6	-8,1	-18,8
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-30,5	-16,2	-25,3
Restaurantes	-33,1	-34,2	-21,9	-38,9
Periódicos	-15,9	-15,5	-5,4	-16,5
Telefonía fija	-9,5	-3,8	-4,5	-8,4
Seguros del automóvil	-7,0	3,4	-2,3	-10,2
Seguros del hogar	-7,5	-0,8	-1,3	-6,1
Seguros privados de salud	-11,1	-5,1	-4,0	-7,8
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	1,7	-2,5	-10,8
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-11,7	-4,7	-14,2
Electricidad/gas	1,9	12,9	15,6	-8,2
TV de pago	-11,7	-7,0	-3,1	-6,6
Planes de pensiones	-11,8	-5,1	-5,5	-7,3
Depósitos a plazo	-13,8	-5,9	-4,7	-13,5
Fondos de inversión	-12,5	-5,2	-3,9	-8,9

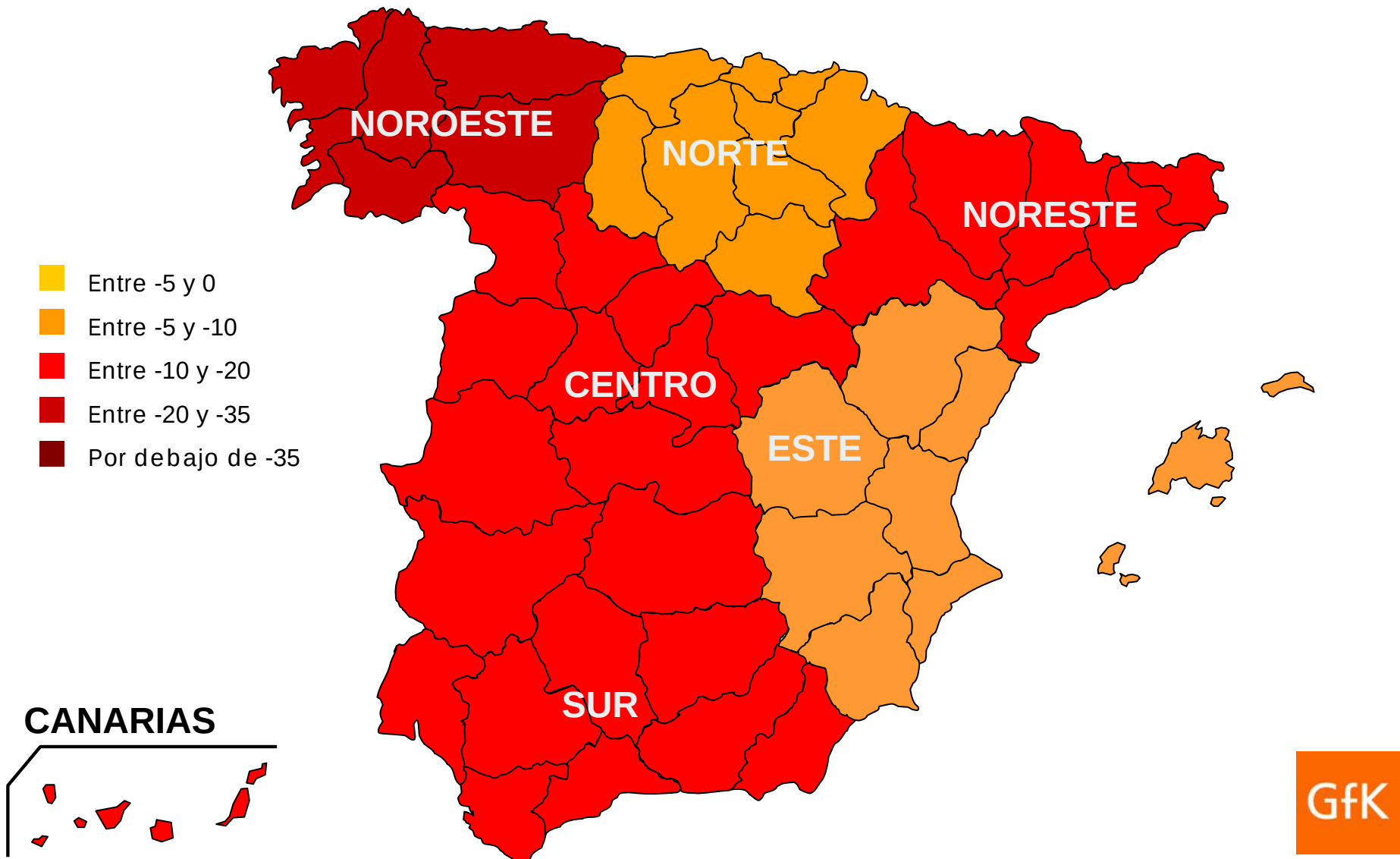
Por hábitat

	Total Mayo	<10.000	10-50 mil	50-200 mil	200-500 mil	>500 mil	Madrid&Bcn
Vacaciones/Viajes	-23,9	-28,0	-26,3	-21,1	-23,0	-9,5	-24,6
Mobiliario, decoración	-19,3	-22,3	-20,6	-16,9	-22,8	-9,2	-16,5
Electrodomésticos	-17,7	-17,8	-17,4	-16,1	-23,3	-13,1	-17,2
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-6,2	-6,7	-1,3	-7,5	-3,5	-10,6
Alimentación	3,2	-0,4	1,7	7,8	-0,7	12,6	4,7
Tabaco, alcohol	-15,6	-18,8	-13,5	-16,5	-18,5	-10,2	-11,4
Cosmética e higiene personal	-6,6	-7,5	-8,1	-3,5	-8,5	-3,9	-6,4
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-17,0	-19,0	-15,0	-18,0	-9,8	-16,3
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-23,1	-16,4	-20,3	-21,3	-8,3	-17,0
Adquisición automóviles	-15,0	-19,9	-14,2	-13,2	-17,5	-10,4	-9,8
Uso de Internet	-6,3	-11,2	-5,5	-4,8	-6,8	-2,9	-2,2
Reformas en el hogar	-18,1	-21,7	-17,3	-14,5	-22,0	-15,6	-16,5
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-22,6	-12,5	-12,5	-17,1	-8,1	-10,0
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-26,6	-25,5	-20,9	-23,3	-10,6	-25,9
Telefonía móvil	-12,3	-14,9	-11,9	-11,8	-13,7	-14,2	-6,7
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-30,1	-29,3	-23,5	-22,4	-8,6	-26,8
Restaurantes	-33,1	-35,5	-35,2	-31,4	-32,7	-24,1	-32,2
Periódicos	-15,9	-20,3	-12,7	-16,5	-18,6	-7,4	-14,9
Telefonía fija	-9,5	-11,9	-9,6	-8,2	-12,3	-9,3	-4,1
Seguros del automóvil	-7,0	-12,8	-6,0	-7,4	-7,7	-1,0	0,7
Seguros del hogar	-7,5	-12,0	-5,6	-6,8	-11,8	-1,2	-2,7
Seguros privados de salud	-11,1	-17,5	-8,0	-11,1	-15,3	-1,5	-5,9
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	-7,1	-5,2	-1,8	-8,6	-4,8	-0,7
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-13,4	-8,7	-11,0	-15,0	-6,2	-4,8
Electricidad/gas	1,9	-0,9	1,0	4,6	-2,8	-0,9	11,6
TV de pago	-11,7	-18,5	-8,1	-12,3	-14,7	-3,1	-6,9
Planes de pensiones	-11,8	-19,5	-10,2	-9,7	-14,0	-4,0	-6,3
Depósitos a plazo	-13,8	-20,0	-11,6	-12,3	-17,6	-5,8	-9,3
Fondos de inversión	-12,5	-19,3	-9,5	-12,7	-14,9	-3,8	-7,3

Por ciclo vida

	Total Mayo	Unipersonal	Parejas	Hogares con hijos	Jóvenes/Adultos Conviviendo	Monoparental
Vacaciones/Viajes	-23,9	-16,5	-25,1	-27,9	-19,0	-31,2
Mobiliario, decoración	-19,3	-17,8	-22,5	-19,3	-16,9	-17,6
Electrodomésticos	-17,7	-16,2	-20,9	-16,8	-19,2	-19,1
Droguería (limpieza hogar)	-5,7	-9,0	-4,9	-4,4	-6,5	-7,2
Alimentación	3,2	-0,5	2,5	5,3	3,4	6,7
Tabaco, alcohol	-15,6	-12,3	-18,5	-15,4	-17,6	-16,3
Cosmética e higiene personal	-6,6	-6,3	-8,9	-5,7	-6,8	-10,4
Ropa, calzado y complementos	-16,7	-16,3	-20,3	-14,4	-20,9	-18,3
Aparatos electrónicos para el hogar	-19,0	-16,6	-24,8	-18,3	-16,0	-20,0
Adquisición automóviles	-15,0	-12,1	-17,7	-15,7	-13,1	-13,5
Uso de Internet	-6,3	-8,4	-7,3	-5,2	-5,2	-8,1
Reformas en el hogar	-18,1	-16,7	-21,9	-18,4	-12,3	-17,2
Adquisición/Construcción de una vivienda	-14,8	-11,3	-16,4	-16,0	-13,5	-17,9
Productos para el ocio/hobbies	-23,6	-20,5	-26,0	-24,1	-23,1	-25,1
Telefonía móvil	-12,3	-10,9	-11,3	-12,6	-16,0	-16,3
Asistencia a teatros, cine, eventos deportivos	-25,8	-21,5	-30,0	-26,9	-21,6	-32,0
Restaurantes	-33,1	-25,2	-35,9	-36,1	-30,6	-35,8
Periódicos	-15,9	-15,9	-15,6	-16,3	-14,7	-17,3
Telefonía fija	-9,5	-10,3	-9,3	-9,4	-8,9	-13,5
Seguros del automóvil	-7,0	-6,7	-8,1	-6,6	-7,7	-11,1
Seguros del hogar	-7,5	-6,0	-8,9	-7,7	-7,4	-12,2
Seguros privados de salud	-11,1	-8,0	-13,0	-12,0	-10,1	-15,0
Gasolina/Gasoil/carburante	-4,8	-4,7	-8,2	-3,0	-7,4	-5,9
Productos farmacéuticos sin receta medica	-10,5	-11,9	-10,6	-9,7	-10,9	-11,5
Electricidad/gas	1,9	-1,7	2,3	3,5	1,4	1,8
TV de pago	-11,7	-9,0	-12,7	-12,9	-10,5	-15,3
Planes de pensiones	-11,8	-9,5	-12,8	-13,0	-9,6	-12,9
Depósitos a plazo	-13,8	-9,6	-16,8	-15,0	-11,6	-15,5
Fondos de inversión	-12,5	-8,0	-14,1	-14,2	-10,8	-15,4

Expectativas de Gasto por Zona Geográfica



Otros Indicadores

Ficha Técnica

Indicadores GfK de Clima de Consumo

Universo: Población española de 15 o más años

Ámbito: nacional, incluidas Canarias y Baleares

Tamaño muestral: 1.001 entrevistas

Metodología: CAPI (Encuestas personales en hogares, asistidas por ordenador)

Error muestral: $\pm 3,11\%$, con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de $p=q=0,5$.

Indicadores GfK de EuroClima

El índice se elabora a partir de los resultados de los estudios del consumidor publicados por la Comisión Europea que realiza 2.000 entrevistas mensuales a población general.