GfK Emer
Market Research

GfK CLIMA DE CONSUMO

JULIO - SEPTIEMBRE 2008

GfK. Ver más Allá

GfK Clima de Consumo

El Estudio ofrece una visión sintética sobre cómo el consumidor español percibe la realidad económica, pasada y futura recientes, tanto del país como de su hogar, así como su propensión a gastar en 20 áreas de servicio y consumo específicos.
Todo ello contrastado con cifras de consumo sectorial real y conducta de precios y tipos de interés.

Adicionalmente, el estudio proporciona la visión de la población española junto a las más importantes economías europeas:
Francia, Alemania, Italia y Gran Bretaña.

En el Grupo GfK sabemos que la mejor información conduce a mejores decisiones. Esperamos con este informe, apoyar a quienes tienen ese trabajo y esa responsabilidad.

Madrid, 14 de octubre de 2008

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo 4

Índice de confianza del consumidor 4

- Indicador de coyuntura económica 5
- Indicador de renta 8
- Indicador de precios 9
- Indicadores de gasto y ahorro 11

Comparativa con los países de la UE 14

Indicadores de confianza sectoriales 18

- Sector inmobiliario 19
- Servicios financieros 20
- Bienes de consumo 20
- Ocio/servicios 23

Índice de confianza: incertidumbre en los próximos meses 28

Ficha Técnica 30

Índice de Tablas 31

Para más información 32

Resultados del Indicador GfK de Clima de Consumo en España hasta el mes de Septiembre 2008. Resumen ejecutivo

Índice de Confianza GfK: se acentúa el deterioro de las expectativas de los consumidores

El último dato disponible del mes de septiembre sobre el índice de confianza en España, confirma que cada vez es mayor el pesimismo de los consumidores acerca de la situación económica en general. El indicador ha perdido 5,6 puntos en los últimos tres meses, pasando de 19,1 en el mes de junio, a 13,5 en el mes de septiembre del 2008.

Los principales motivos de dicho deterioro son el pesimismo general sobre la evolución de la economía y las menores expectativas de renta, aspectos que van íntimamente ligados con las malas noticias de empleo, sin olvidarnos de la grave crisis que atraviesa el sistema financiero internacional. También influye en gran medida el pesimismo existente sobre la evolución de los precios, que coincide con el crecimiento de la inflación en los últimos meses.

Como consecuencia de todo ello, el indicador de intención de compra se ha situado a finales de septiembre en un valor de -43,7 puntos, que supone una disminución de 3,7 puntos en los últimos 3 meses, desde que cerrara con un valor de -40,0 puntos a finales de junio del 2008. Este indicador tenía un valor de -20 puntos en el verano del 2007, lo que supone haber duplicado su pesimismo en sólo 12 meses.

Asimismo, la menor renta disponible esperada por la población española, como consecuencia de todo lo comentado anteriormente, hace que el indicador de expectativas de ahorro también se haya deteriorado desde -80,3 puntos de finales de junio 2008 hasta -84,9 puntos en septiembre. Este indicador tiene signo negativo desde el año 2002, si bien hasta el mes de julio del 2007 mantenía una estabilidad en torno a -60 puntos y desde ese momento es cuando ha experimentado un empeoramiento más notable.

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 índices toman valores entre -100 y 100. Un valor negativo del índice indica que el porcentaje de entrevistados que ven la situación en el futuro peor que en el pasado es superior al porcentaje de los que la ven mejor. Un índice con valor 0 indica que existe equilibrio entre los que perciben la situación futura mejor que la pasada y los que la perciben peor. Un índice positivo indica que es mayor el porcentaje de entrevistados que consideran que la situación será mejor en los próximos 12 meses que en los últimos 12 que los que consideran que será peor. En el caso de los índices sectoriales, se compara la intención de gasto en cada sector para los próximos 12 meses comparada con los últimos 12.

Análisis Sectorial: Sólo los bienes de primera necesidad y cuidado personal continúan en positivo

Prácticamente todos los indicadores y sectores relacionados con el consumo privado ofrecen registros desfavorables. Además, llama la atención las diferencias que se aprecian en los distintos indicadores de cada sector por los distintos tramos de edad y composición del hogar. La conclusión más evidente es que, en términos generales, incrementa el pesimismo a medida que avanza la edad y, en ese sentido, se observa una mayor disposición para renunciar al gasto en la mayoría de productos de consumo. Por el contrario, los más jóvenes parecen no estar tan dispuestos a renunciar a determinados gastos, sobre todo a los relativos con el ocio.

Bienes de consumo

Tan sólo mantienen valores positivos los índices relacionados con bienes de primera necesidad y cuidado personal, pero incluso estos están experimentando un importante descenso en los últimos meses. Así el índice de Alimentación ha pasado de 32,61 a 19,98 en cuatro meses; Cosmética e Higiene personal descendió hasta 6,89 puntos en septiembre frente a los 15,46 puntos que tenía en junio; Droguería también ha descendido desde 14,35 hasta 2,99 en el mismo periodo y Textil ha pasado de 14,85 a 5,37.

La razón por la que se mantienen positivos es fundamentalmente por la percepción de los consumidores de la subida de precios que se producirá en los próximos meses en este tipo de productos. A pesar de ello, muchos entrevistados esperan reducir su consumo en este tipo de bienes o comprar marcas más baratas (por ejemplo, marcas blancas) lo que explica que a pesar de mantenerse en valores positivos, también en estos productos se estén produciendo descensos en sus índices correspondientes.

El resto de bienes de consumo muestran valores negativos que se van deteriorando en los últimos meses.

El indicador de expectativas de gasto en vehículos turismos por parte de los consumidores ha perdido 2,3 puntos desde el pasado mes de junio, alcanzando un valor negativo de -18,87 puntos en el mes de septiembre. Sin embargo, los adultos jóvenes, en particular los menores de 35 años sin cargas familiares y posición social elevada, parecerían más optimistas en su disposición a emplear parte de su presupuesto en la compra de su primer vehículo o renovación del actual.

También los productos para el equipamiento del hogar muestran una tendencia negativa, en parte relacionada con la crisis inmobiliaria y en parte a la intención de los consumidores de posponer este tipo de gastos hasta que la situación económica se estabilice.

Así el de aparatos electrónicos para el hogar (TV, vídeo, etc.) ha alcanzado ya la cifra de -18,83 puntos en septiembre, frente a los -14,22 puntos de junio, lo que supone una pérdida de 4,61 puntos en tres meses. El indicador de consumo de mobiliario, alfombras y otros artículos de decoración del hogar tiene un valor de -20,56 puntos en el mes de septiembre, después de experimentar la segunda subida mensual consecutiva, aunque muy leve. Desde el pasado mes de junio, este indicador ha descendido 0,9 puntos. Por su parte, la evolución del indicador de consumo de bienes electrodomésticos ha sido peor, ya que se ha dejado 3,29 puntos desde el mes de junio, alcanzando un valor de -20,44 puntos en septiembre

La población comprendida en el tramo de edad y 35-44 años, son los que presentan un valor menos negativo y, por tanto, son los que tienen expectativas de gasto menos pesimistas en este tipo de productos.

Por su parte, el indicador de intención de gasto de los consumidores en artículos de joyería y complementos es uno de los que presentan un valor negativo más elevado, alcanzando ya el valor de -22,48 puntos en el mes de septiembre, frente a -22,18 puntos que tenía en junio.

Ocio

El gasto en vacaciones y ocio es uno de los más afectados en tiempos de vacas flacas como los actuales. La menor renta disponible de los consumidores, por los incrementos de tipos de interés que han encarecido las hipotecas, por los incrementos en los precios de combustibles y de otros productos de alimentación, han deteriorado la capacidad económica de la población y, en estas circunstancias, están dispuestos a renunciar a determinados gastos como el ocio. No obstante, llama la atención en el estudio realizado, que los más jóvenes tienen una menor predisposición para renunciar a este gasto.

Así, el indicador de intención de gasto en vacaciones y viajes ha perdido 12,52 puntos en los tres últimos meses, cerrando con un valor de -10,67 puntos en septiembre. También el indicador de expectativas de gasto en productos para el ocio/hobbies ha alcanzado un valor de -15,62 puntos en el mes de septiembre, que supone un empeoramiento significativo desde el mes de junio, en el que se situó en -2,87 puntos.

La hostelería es otro de los sectores que está sufriendo la actual situación económica. El indicador sobre intención de gasto en restaurantes es uno de los que peor comportamiento ha tenido desde que comenzara el verano, con un cierre en el mes de septiembre de -13,98 puntos, que supone una pérdida de 15,6 puntos en sólo tres meses, ya que en el mes de junio incluso alcanzaba un valor positivo de 1,62 puntos. También las expectativas de gasto en teatros, cines, museos, eventos deportivos, etc. se han comportado peor desde el mes de junio, perdiendo algo más de 12 puntos en tres meses, y alcanzando ya un valor negativo de -12,6 puntos en agosto.

Son los más jóvenes quienes menos dispuestos están a renunciar a cualquier tipo de gasto relacionado con el ocio. Todos estos indicadores presentan valores positivos entre 15-24 años y va empeorando en los sucesivos tramos de edad, alcanzando el valor más negativo en el tramo de edad 55-64 años.

Telecomunicaciones

El indicador que mide las expectativas de gasto en Internet también ha tenido un comportamiento negativo en el último trimestre, pasando de -6,44 puntos en el mes de agosto a -11,88 puntos en septiembre.

Por sexos, se ha comportado peor el de los hombres, con -13,61 puntos en el último mes, frente a los -10,18 puntos de la mujer. Por tramos de edad, el indicador empeora a medida que avanza la edad de la población, de manera que el tramo 15-24 años es el único con un valor positivo de 2,56 puntos y el peor, con -25,54 puntos, se alcanza el tramo de edad de 65 o más años. Esto último evidencia el mayor interés que tiene la población más joven en el uso de Internet

El indicador que mide la intención de gasto en telefonía móvil también se ve afectado de manera importante, con una pérdida de 10,33 puntos en tres meses, alcanzando un valor negativo de -5,89 puntos en septiembre.

Sin embargo, a los más jóvenes (15-24 años) les cuesta más renunciar a este gasto en comparación con los siguientes tramos de edad, ya que su indicador se situó en un valor positivo de 10 puntos, con un comportamiento mejor en el caso de la mujer (-4,31 puntos) que para el hombre (-7,53 puntos).

Sector inmobiliario

El indicador de clima de consumo sobre intención de compra de vivienda para los próximos meses, es uno de los que alcanza un valor más negativo. En el mes de junio se situaba en –19,95 puntos y en el mes de septiembre ya se encuentra en -22,98 puntos, lo que nos lleva a pensar que todavía se agravará aún más la grave crisis que atraviesa el sector inmobiliario

Por tramos de edad, el indicador para los comprendidos entre 25-34 años es el que peor valor presenta con -25,83 puntos, lo que evidencia las dificultades que encuentra esta población a la hora de acceder a una vivienda.

Servicios financieros

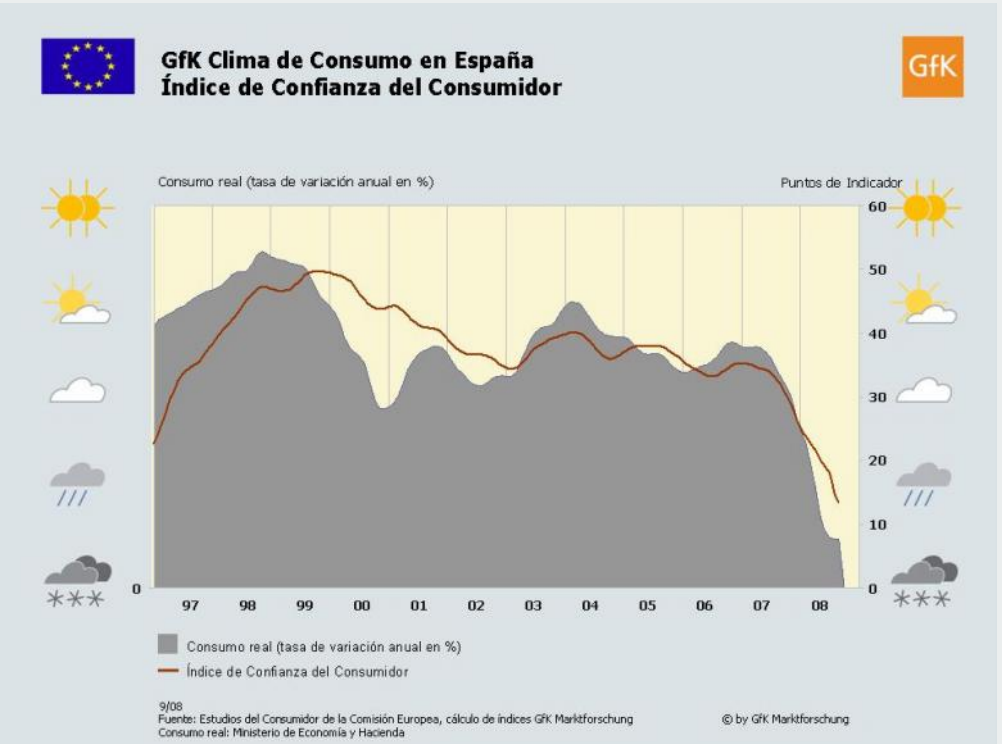
El estudio realizado sobre el clima de consumo sectorial en España evidencia que las intenciones de gasto de los consumidores en productos financieros, ya sean a más o menos plazo, también están bajo mínimos. Por ejemplo, el de inversión financiera a muy largo plazo (planes de pensiones, especialmente) ha alcanzado un valor de -22,38 puntos en septiembre (desde los -17,4 de junio) y la inversión financiera a corto plazo se ha situado en -23,33 puntos (fue de -16,91 puntos en junio), en consonancia con las menores expectativas de renta disponible de la población.

Índice de Confianza GfK: se acentúa el deterioro de las expectativas de los consumidores

El último dato disponible del mes de septiembre sobre el índice de confianza en España, confirma que cada vez es mayor el pesimismo de los consumidores acerca de la situación económica en general. El indicador ha perdido 5,6 puntos en los últimos tres meses, pasando de 19,1 en el mes de junio, a 13,5 en el mes de septiembre del 2008.

Dicho trimestre podríamos calificarlo como “negro”, ya que ha experimentado la mayor caída del indicador de confianza en España desde el verano del 2007, momento en el que se inicia una tendencia decreciente de las expectativas económicas de los consumidores.

Los principales motivos de dicho deterioro son el pesimismo general sobre la evolución de la economía y las menores expectativas de renta, aspectos que van íntimamente ligados con las malas noticias de empleo, sin olvidarnos de la grave crisis que atraviesa el sistema financiero internacional. También influye en gran medida el pesimismo existente sobre la evolución de los precios, que coincide con el crecimiento de la inflación en los últimos meses.



Los consumidores son cada vez más pesimistas con la coyuntura económica

Las perspectivas económicas del consumidor español son cada vez peores. Su indicador se ha dejado 7,7 puntos en los últimos tres meses, desde finales del mes de junio hasta finales de septiembre del 2008, alcanzando ya la cifra de -63,7 puntos.

Para hacernos una idea de la pérdida de confianza de los consumidores en la economía general, este indicador tenía un valor de -19,4 en septiembre del 2007, lo que supone haber perdido más de 44 puntos en sólo 12 meses.

El responsable de esta pérdida de confianza, es en buena medida el deterioro que se viene produciendo en los últimos meses del empleo en España, sobre todo como consecuencia de la crisis que atraviesa el sector inmobiliario.

Según datos del INEM, el número de desempleados registrados en las oficinas de los Servicios Públicos de Empleo, al finalizar el mes de septiembre, se ha incrementado en 95.367 personas en relación con el mes anterior (el 3,77% intermensual), procedentes principalmente del sector de la construcción.

De esta forma el paro registrado en el mes de agosto se ha situado en 2.625.368 personas, el peor dato desde mayo del año 1997, situando la tasa de desempleo en el 11,3% de la población activa. Con este dato, España es el miembro de la Unión Europea con más paro. Por otra parte, desde septiembre de 2007 que comenzaran las turbulencias financieras en Estados Unidos y el inicio de la crisis inmobiliaria en España, el paro se ha incrementado en 608.005 personas (+30,14%).

En términos interanuales, la construcción es el sector donde más ha aumentado el desempleo, con un aumento del 85,6% en el número de parados, lo que equivale a 204.409 personas desempleadas más. La

población extranjera es quizás la que más está notando la crisis de la construcción en términos de paro y también sufren la subida del desempleo en los servicios. En el mes de septiembre, el número de inmigrantes en paro ascendió a 298.870 personas, con un incremento de 128.289 parados en el último año (+75,2%), de los que 48.243 proceden de la construcción y 49.373 trabajaban en los servicios. Los extranjeros ya representan el 11,4% de los parados.

Las cifras de desempleados empeoran a mayor ritmo que en la crisis sufrida en 1993. Son muchos los que comparan la gravedad de ambas. Sin embargo, la situación de partida es muy diferente, ya que actualmente la economía española cuenta con más de 20 millones de empleados frente a los 12 millones de 1993 y una tasa de paro del 11,3% inferior al 22% de entonces.

A modo de resumen indicativo del perfil del nuevo parado, podríamos decir que es hombre, de profesión albañil y residente en la costa mediterránea.

Un estudio publicado el 31 de julio de 2008 por el Grupo GfK, denominado "Retos de Europa 2008", sobre la lista de preocupaciones de los principales países europeos, pone de manifiesto que el desempleo es actualmente la principal preocupación de los ciudadanos españoles. El segundo lugar lo ocupa la vivienda/alquiler.

El segundo aspecto en importancia, y común al resto de los países, que está deteriorando mucho la confianza de los ciudadanos en el futuro de la economía es un factor externo y tiene que ver con la grave crisis de los mercados financieros internacionales.

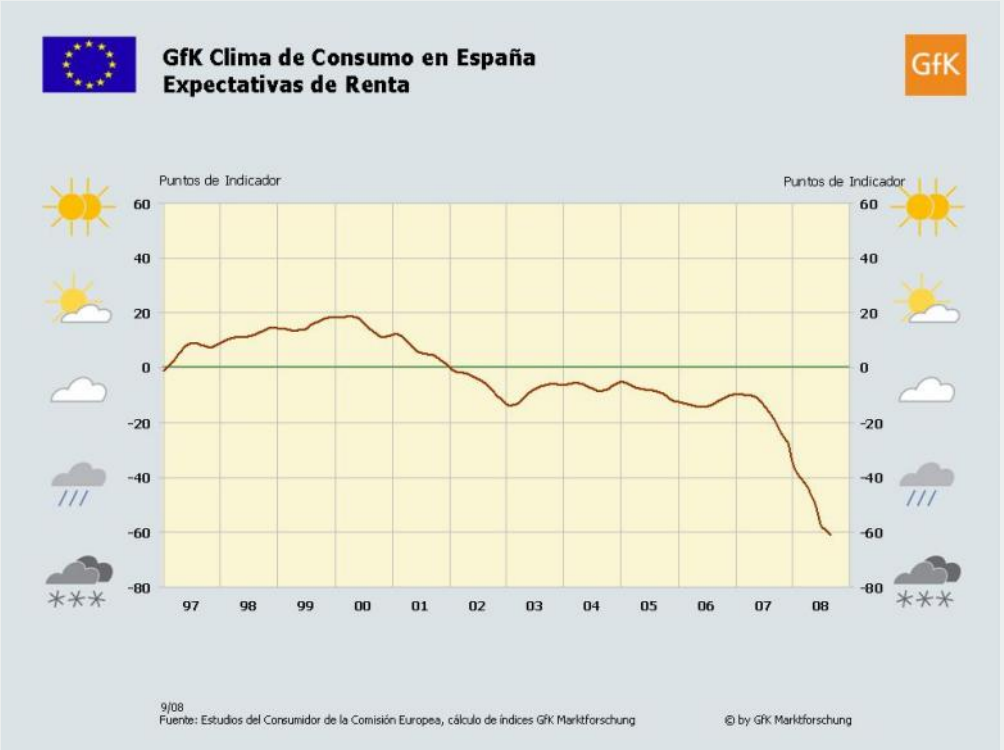
Como consecuencia de la absoluta desconfianza existente en el mercado interbancario internacional, se ha producido recientemente la quiebra de algunas de las principales entidades de inversión en Estados Unidos y se ha intensificado la crisis de liquidez existente en el mercado. Dicha crisis se ha trasladado también a Europa y varios bancos han tenido que ser ayudados por sus respectivos gobiernos para evitar su quiebra. Esta crisis está provocando una intensa contracción del crédito y una falta de liquidez que están dando lugar a subidas en el Euribor, tipo de interés de referencia en la mayoría de hipotecas, que superó a principios de octubre el 5,5% por primera vez en su historia, golpeando aún más a las economías domésticas a la hora de hacer frente a sus hipotecas.

Además, como consecuencia de lo anterior, se está produciendo un debate en la opinión pública sobre la seguridad de los bancos nacionales y sobre la posibilidad de que la quiebra de alguno de ellos haga perder los ahorros y depósitos de sus clientes. Esto está provocando una gran desconfianza en el sector financiero por parte de la ciudadanía, lo que agrava aún más el pesimismo existente sobre la coyuntura económica y ha originado las medidas anunciadas por el gobierno en los últimos días, que afortunadamente parece que puedan estar provocando un cambio de tendencia. En los dos últimos días, por ejemplo, se han producido descensos notables en el Euribor que el 13 de octubre se situaba en el 5,425%, así como repuntes en la bolsa donde el IBEX 35 recuperaba un 7% ese mismo día.

Los consumidores también esperan menos ingresos

Otro de los indicadores que más ha influido en el importante deterioro de la confianza de los consumidores en los últimos tres meses ha sido el de expectativas de ingresos.

Este indicador ha descendido 10,2 puntos, pasando de un valor de -50,5 puntos en junio a -60,7 en septiembre del 2008.



Las perspectivas tan negativas sobre la situación económica en general y el empeoramiento ya comentado acerca del mercado laboral, están influyendo de manera importante en la evolución de los ingresos esperados.

En el apartado anterior ya hemos hablado acerca de la situación de crisis que atraviesa el mercado laboral español. El razonamiento sobre su influencia en las menores expectativas de ingresos es sencillo: un mayor número de desempleados esperado irá ligado a una menor generación de rentas.

Asimismo, la percepción por parte de los ciudadanos de que la economía española se encuentra en un momento del ciclo de desaceleración económica, hace pensar que afectará negativamente a las empresas y, por tanto, no esperan mejoras en sus salarios.

Dicha desaceleración es hoy en día una realidad. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la economía española experimentó en el segundo trimestre del 2008 un crecimiento interanual del 1,8%, la más baja desde el primer trimestre de 1996.

La tasa de crecimiento intertrimestral fue sólo del 0,1% y ha sido el menor crecimiento en los últimos 15 años, debido principalmente a la poca actividad del sector constructor y del consumo interno, que en los últimos años han sido los motores del crecimiento doméstico. Estos datos ponen de manifiesto el fuerte ritmo de desaceleración económica de los últimos meses, desde que se iniciara la tendencia negativa en la segunda mitad del 2007.

La ralentización del PIB es atribuible a la intensidad de la pérdida de dinamismo de la demanda interna.

Ésta pasó de contribuir el 2,8% al PIB en el primer trimestre al 1,5% en el segundo. Por el contrario, la demanda exterior pasó de restar 0,2 puntos a sumar 0,3 puntos.

El severo deterioro de la coyuntura económica propició que a finales del mes de julio, el gobierno revisase a la baja sus proyecciones de crecimiento económico. Así, el crecimiento del PIB previsto para 2008 pasó del 2,3% al 1,6%, mientras que para 2009 se recortó del 2,3% al 1,0%.

El frenazo en seco del consumo, unido al cierre del grifo de la financiación bancaria, están haciendo mucho daño al tejido empresarial, que se está encontrando con una gran falta de liquidez para hacer frente a sus deudas. Los efectos de comercio impagados ascendió en España a 2.072 millones de euros en el mes de julio, lo que supone un crecimiento del 121,5% respecto al mismo mes de 2007.

Además, la incertidumbre de empresarios y emprendedores está afectando al número de sociedades creadas. El mes de julio ha sido el cuarto consecutivo que desciende el número de empresas creadas en el Registro Mercantil, con un 25,7% menos respecto al 2007. Las más afectadas en este sentido son las pertenecientes al sector inmobiliario, con descensos en torno al 50%. Por comunidades, Madrid (41%), Castilla y León (11,1%) y Galicia (10,1%) concentran dos terceras partes del total de empresas creadas en julio.

Continúan los miedos a la inflación

El indicador que mide las expectativas inflacionistas de los consumidores es otro de los que más negativamente están influyendo en la confianza global.

El incremento de este indicador en los últimos tres meses, desde finales de junio hasta finales de septiembre del 2008, ha sido de 6,4 puntos, para alcanzar un valor final de 57,7 puntos.

El pesimismo existente sobre la evolución de los precios está directamente relacionado con las noticias de los últimos meses acerca del importante incremento en los precios de las materias primas y de algunos alimentos básicos (pan, leche, maíz, cereales, arroz, etc.), sin olvidarnos del "rally alcista" que han sufrido los precios del petróleo hasta el mes de julio.

Según datos del Ministerio de Industria, en términos interanuales, los limones son el producto fresco que más ha subido en el último año, un 57,39%, a pesar de que en agosto bajaron el 1,69%. Las naranjas se han encarecido el 15,38%, las acelgas el 13,31% y los huevos un 11,17%.

Del lado de los alimentos envasados, además de las fuertes subidas interanuales de la harina de trigo y el aceite de girasol, destacan los espaguetis con unos 26,62% más caros que en agosto de 2007, la leche esterilizada (19,71%) y el arroz (14,75%). Ninguno de los productos envasados ha registrado bajadas en un año, y en el caso de los productos frescos la mayor reducción de precios la registran las cebollas, el 7,24% más baratas, seguidos de la anchoa (3,60%), los pimientos verdes (3,14%), los plátanos (1,93%) y el jurel (1,56%).

En cuanto al petróleo, las principales causas del fuerte crecimiento de los precios han sido su fuerte demanda (en parte especulativa) y la debilidad del dólar. Para hacernos una idea de la intensidad del incremento, cabe recordar que el precio promedio en 2007 fue de 75 dólares/barril. Durante el primer semestre del 2008, experimentó un intenso crecimiento, hasta alcanzar su récord el 11 de julio con un valor de 147 dólares/barril.

Un mayor coste del petróleo afecta directamente a numerosos sectores de la economía, que utilizan como materia prima fundamental algún producto derivado del petróleo.

La consecuencia más directa es el encarecimiento de los precios del combustible, siendo el sector del transporte uno de los más afectados. Este fue el principal motivo de la huelga de transportistas que se produjo en el mes de junio. Para compensar el incremento de costes que supone el encarecimiento de algunas materias primas procedentes del petróleo, las empresas repercuten (en la medida de lo posible) en el precio final de sus productos dichos incrementos, dando lugar a mayor inflación.

El dato del IPC correspondiente al mes de julio 2008, situaba la tasa interanual en el 5,3%, tres décimas superior a la registrada en el mes de junio y suponía una racha de tres meses consecutivos al alza. Los grupos que más han influido en este aumento son la vivienda (debido principalmente al aumento de los precios de la electricidad), el transporte (por el incremento de precios de los carburantes) y en menor medida ocio/cultura (prensa, revistas y equipos informáticos).

Sin embargo, a partir del 15 de julio se viene produciendo una disminución paulatina del precio, cotizando el barril de Brent muy cerca de los 100 dólares a finales de septiembre del 2008.

El último dato oficial disponible del IPC corresponde al mes de agosto, que sitúa la tasa interanual en el 4,9% (la media en la zona euro es del 3,8%) y que supone una caída de 4 décimas frente al IPC del mes de julio, poniendo fin a la racha alcista comentada.

De las 4 décimas que se redujo la inflación interanual en agosto, 3,5 se deben a la moderación en el precio del crudo. Pese a la disminución, el dato sigue siendo negativo y, a pesar de la caída en el precio del crudo producida en el mes de agosto (más de 30 dólares), sólo hemos conseguido moderar la inflación 4 décimas. Las causas debemos buscarlas en los precios industriales, que se encuentran en máximos de 24 años y no dan tregua a la inflación.

El IPC armonizado del mes de septiembre, dato adelantado que calcula el INE y que no suele variar mucho del dato oficial de IPC, ha retrocedido otras tres décimas respecto al mes de agosto, situándose en el 4,6%. Se trata del segundo descenso mensual consecutivo en los precios y el motivo principal sigue siendo la bajada del precio del petróleo. Pese al descenso de la inflación en los últimos meses, todavía sigue muy lejos de las cifras de hace un año. En septiembre del 2007 el IPC era del 2,7%.

Si durante los próximos meses, los precios del petróleo continúan en niveles próximos a los 100 dólares/barril, deberíamos esperar también una rebaja en los precios industriales, ya que su crecimiento es una consecuencia de los incrementos en los costes de las

empresas, incluidos los de algunas materias primas derivadas del petróleo. El resultado final sería una disminución del IPC, si bien no debemos olvidar que existen otros muchos factores que condicionan la evolución final de este índice, como son las subidas salariales, la evolución del tipo de cambio euro/dólar, que afectan también directamente a los costes de las empresa.

Indicadores de confianza de los consumidores en una mirada

Año	Mes	Índice de Confianza del Consumidor	Expectativas de Precios	Expectativas de la Situación Económica	Expectativas de Renta	Propensión al Gasto	Propensión al Ahorro
2006	Octubre	34,3	47,0	-15,9	-11,6	-19,9	-60,1
	Noviembre	34,8	47,8	-15,2	-10,7	-19,3	-60,2
	Diciembre	35,2	49,5	-14,7	-10,0	-19,0	-60,7
2007	Enero	35,3	51,7	-14,4	-9,6	-19,0	-61,3
	Febrero	35,2	53,5	-14,0	-9,6	-19,3	-61,6
	Marzo	35,0	54,1	-13,1	-9,8	-19,6	-61,4
	Abril	34,7	54,1	-12,1	-10,1	-19,9	-60,8
	Mayo	34,4	53,7	-11,3	-10,6	-19,8	-60,1
	Junio	34,1	52,8	-11,4	-11,7	-19,7	-59,6
	Julio	33,6	51,6	-12,8	-13,6	-20,0	-59,9
	Agosto	32,9	50,6	-15,6	-16,0	-20,7	-61,3
	Septiembre	31,9	50,0	-19,4	-18,7	-21,9	-63,5
	Octubre	30,5	49,2	-23,5	-21,6	-23,9	-66,0
	Noviembre	28,9	47,6	-27,6	-24,6	-26,4	-68,5
	Diciembre	27,1	45,0	-31,3	-27,7	-29,1	-70,5
2008	Enero	25,4	42,4	-35,4	-34,9	-31,6	-71,7
	Febrero	23,9	40,8	-39,3	-38,3	-33,8	-73,0
	Marzo	22,9	41,2	-43,6	-40,4	-35,6	-74,5
	Abril	21,7	43,5	-48,0	-43,5	-37,1	-76,2
	Mayo	20,3	47,2	-52,2	-47,0	-38,6	-78,1
	Junio	19,1	51,3	-56,0	-50,5	-40,0	-80,3
	Julio	18,0	54,5	-59,1	-57,4	-41,4	-82,2
	Agosto	15,0	56,7	-61,8	-59,3	-42,6	-83,8
	Septiembre	13,5	57,7	-63,7	-60,7	-43,7	-84,9

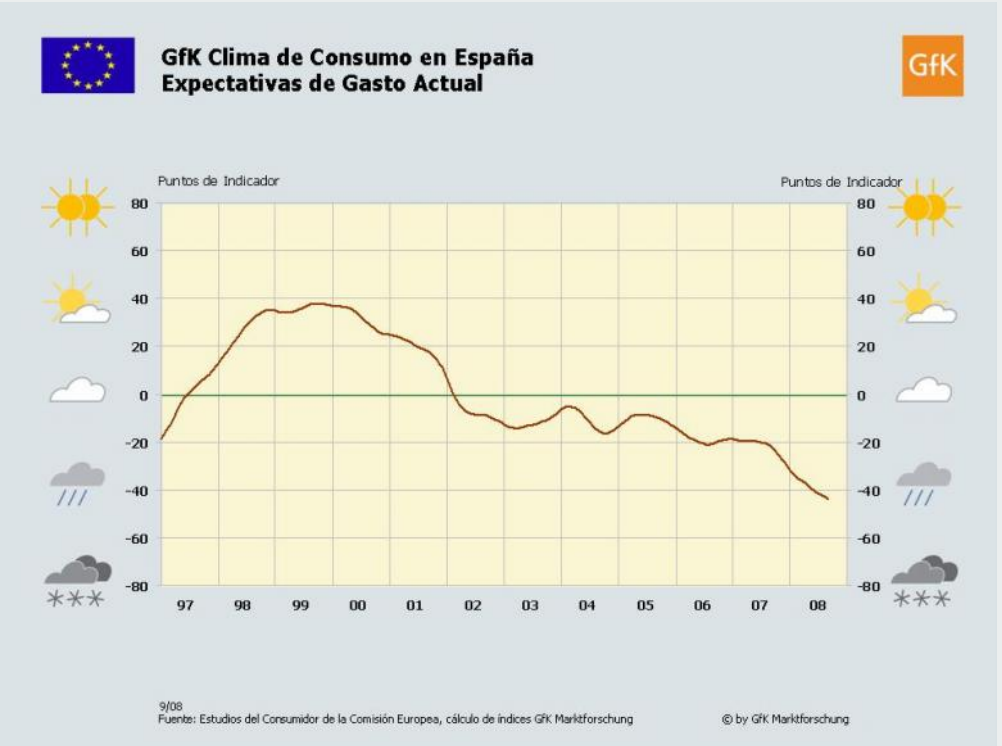
Fuente: Estudios del Consumidor de la Comisión Europea, cálculo de índices GfK Marktforschung

© by GfK Marktforschung

Perspectivas de los consumidores en gasto y ahorro: también son pesimistas

El deterioro del empleo en España en los últimos meses, la menor renta esperada y las expectativas nada positivas sobre la evolución futura de los precios, influyen también sobre la intención de los consumidores a realizar compras y sobre sus posibilidades de generar ahorro.

El indicador de intención de compra se ha situado a finales de septiembre en un valor de -43,7 puntos, que supone una disminución de 3,7 puntos en los últimos 3 meses, desde que cerrara con un valor de -40,0 puntos a finales de junio del 2008. Este indicador tenía un valor de -20 puntos en el verano del 2007, lo que supone haber duplicado su pesimismo en sólo 12 meses.



Las peores expectativas en el gasto futuro coinciden con el hundimiento actual del consumo de los hogares. Según datos del INE el gasto de las familias en el segundo trimestre del año sólo avanzó un 1,2 %, seis décimas menos que el crecimiento de la economía general (PIB=+1,8%). Además, supone casi la mitad del crecimiento experimentado en el primer trimestre del 2008 (2,2%), lo que evidencia la rapidez del deterioro de la capacidad de compra de los consumidores.

Para hacernos una idea de la importancia del consumo privado en el crecimiento general de la economía, representa el 56,3% del PIB. La menor renta disponible, debido al encarecimiento de la cesta de la compra, unos niveles de endeudamiento elevados en un contexto de alzas en los tipos de interés y el aumento del paro están haciendo mucho daño a la confianza del consumidor y a su gasto en bienes de consumo.

Casi todos los indicadores de consumo ofrecen datos negativos, según el INE, sobre todo los relativos al gasto en bienes de consumo, duraderos o no:

- ventas comercio al por menor: -7,5% interanual en el mes de agosto.
- ventas de automóviles: -32,2% anual en septiembre.
- cartera de pedidos bienes de consumo: -19% anual en agosto.
- ventas de productos de consumo en grandes empresas: -7,7%

Asimismo, la menor renta disponible esperada por la población española, como consecuencia de todo lo comentado anteriormente, hace que el indicador de expectativas de ahorro también se haya deteriorado desde -80,3 puntos de finales de junio 2008 hasta -84,9 puntos en septiembre. Este indicador tiene signo negativo desde el año 2002, si bien hasta el mes de julio del 2007 mantenía una estabilidad en torno a -60 puntos y desde ese momento es cuando ha experimentado un empeoramiento más notable.

No debemos olvidar la situación de elevado endeudamiento en el que ya se encontraban las familias españolas, como consecuencia del aumento vertiginoso del precio de las viviendas en los últimos años, que les ha llevado a firmar hipotecas por importes muy elevados, en momentos en los que el acceso al crédito bancario era relativamente sencillo gracias a los reducidos tipos de interés existentes y a la buena situación de liquidez existente en el mercado financiero.

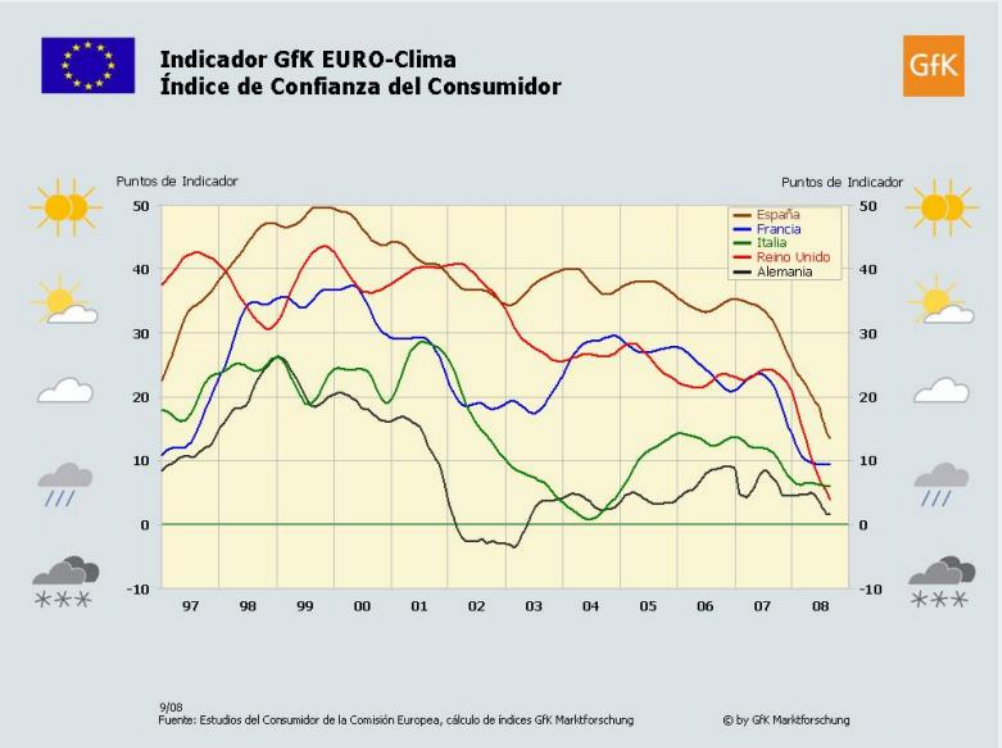
Debido a ese excesivo endeudamiento asumido en los últimos años, las posibilidades de ahorro de las familias venían siendo pocas desde hace ya varios años, si bien se han visto agravadas en el último año como consecuencia de todos los factores ya comentados (principalmente incremento general de precios y mayor desempleo).

No obstante, algunos expertos consideran que la compra de vivienda realizada en los últimos años por numerosas familias es un ahorro a futuro y que no debemos demonizar la adquisición o construcción de un piso. Bajo esta hipótesis, gracias a la inversión "forzosa" que han realizado en vivienda, ha incrementado su valor patrimonial neto de la mayoría de hogares. Esto desmentiría la creencia de que las familias españolas no ahorren, sino que lo hacen "de modo atípico", a futuro, invirtiendo en vivienda. Gracias a esta inversión, el índice de pobreza de las familias españolas ha mejorado en los últimos años.

En cualquier caso, es obvio el sacrificio que tienen que hacer las familias para comprar una vivienda, ya que dicho esfuerzo financiero supera en los últimos años incluso el 50% de sus rentas disponibles, teniendo en cuenta que el incremento de los salarios ha sido muy inferior al de los precios de las viviendas, quedando poco margen para el ahorro.

Comparativa con los principales países de la Unión Europea

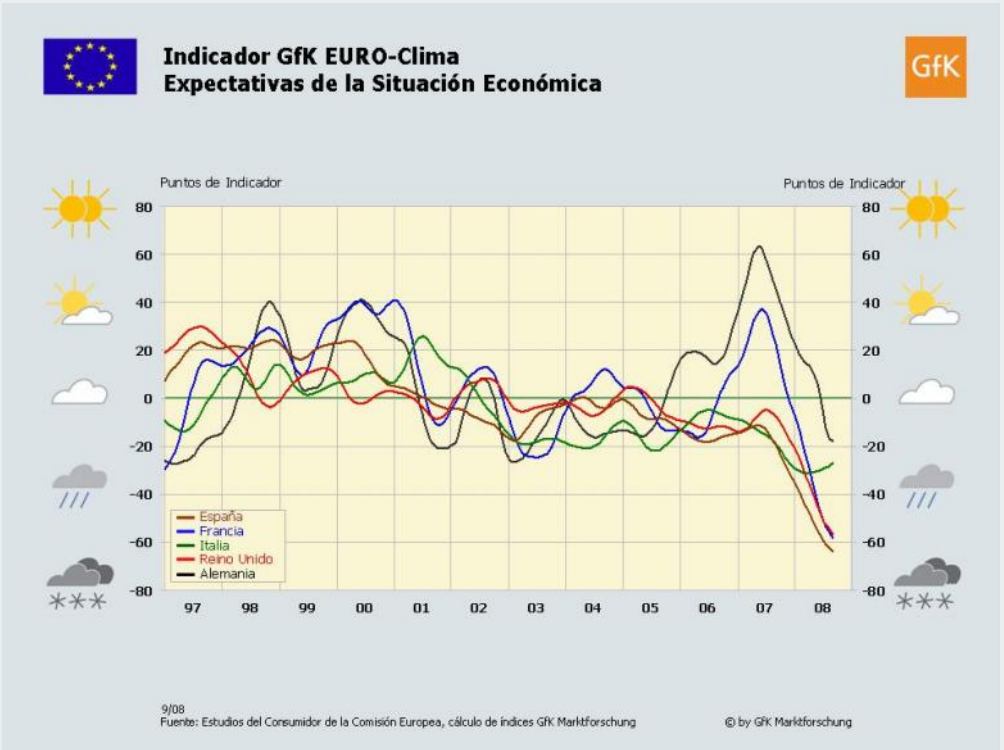
Si comparamos la evolución en el último trimestre del índice de confianza en España con el de los principales países en Europa, llegamos a la conclusión de que los ciudadanos españoles son mucho más pesimistas.



Si comparamos el dato de cierre del mes de septiembre con el de junio, el indicador ha caído 5,6 puntos en España, seguido de Reino Unido con un descenso de 4,6 puntos, Alemania con bajada de 2,8 puntos, Italia con 0,4 puntos y Francia con un descenso de sólo 0,1 puntos.

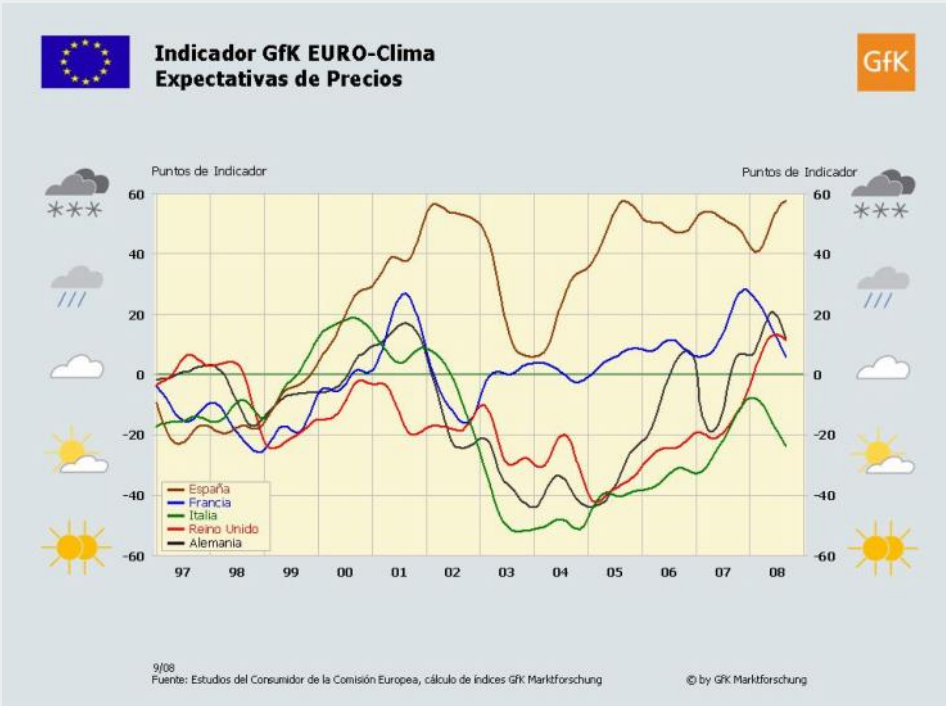
Incluso, en el resto de países se observa un cambio de tendencia en el último mes, con una leve mejora respecto al mes de agosto, de 1,6 puntos en Italia, 0,3 puntos en Alemania y 0,1 puntos en Italia. El principal motivo ha sido la caída en el precio del petróleo, que ha conseguido recuperar algo la confianza de los consumidores.

En el caso de Alemania, el descenso de los precios del petróleo ha provocado que los ciudadanos estén algo menos preocupados acerca de su capacidad de compra e incluso han mejorado sus expectativas de ingresos, mejorando los respectivos indicadores de expectativas de precios y de ingresos en el último mes. De hecho, ha sido el único país que ha conseguido mejorar el indicador de expectativas de ingresos en el mes de septiembre, aunque sólo hayan sido 0,4 puntos.

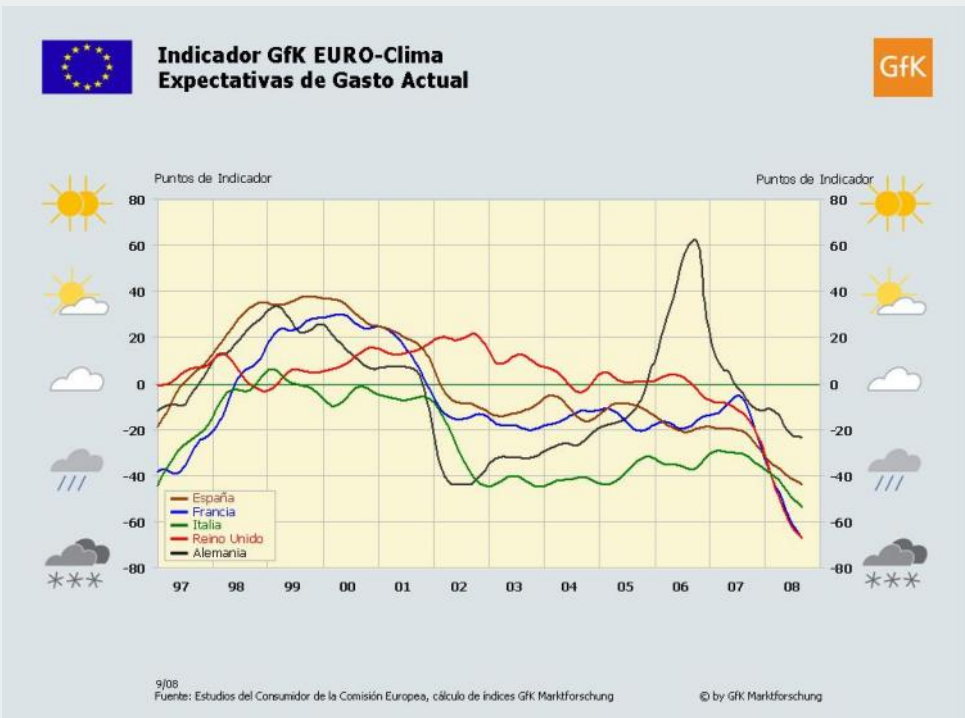


Italia es el único país en el que se observa una mejora del indicador de coyuntura económica en el último mes de septiembre, con un incremento de 1,1 puntos, siendo Francia el país que peor se comporta con un descenso de 2,9 puntos, seguido de Reino Unido con 2,8 puntos y España con 1,9 puntos.

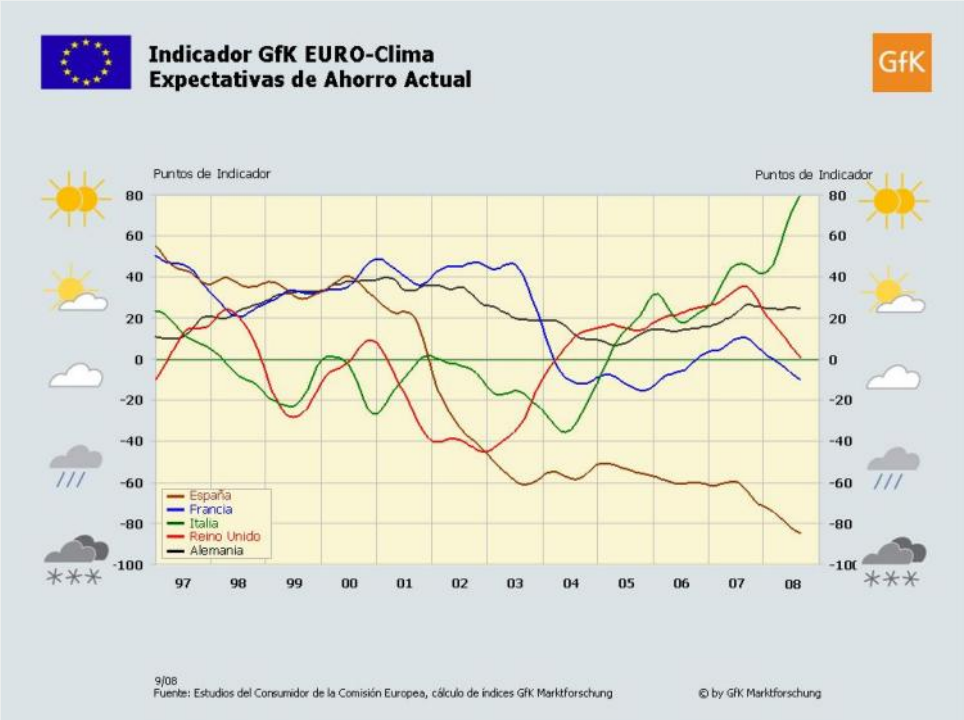
En cuanto al indicador sobre las expectativas de evolución de los precios, Alemania es el país que mejor se comporta con un descenso de 4,8 puntos, seguido de Francia con una bajada de 2,9 puntos y Reino Unido con una disminución de 1 punto. Recordemos que este indicador se incrementó 1 punto en el último mes en España.



Las perspectivas de compra de los consumidores empeoran en todos los países, si bien en el caso de Alemania su indicador únicamente empeora 0,1 puntos, frente a los 2,7 puntos de Francia, 2 puntos de Reino Unido, 1,8 puntos de Italia y 1,1 puntos de España.



Por el contrario, se observa una mejora de 3,5 puntos en el último mes del indicador de expectativas de ahorro para Italia, de 2,3 puntos para Reino Unido y de 0,5 puntos en el caso de Alemania. Sin embargo, Francia pierde 1,6 puntos y España 1,1 puntos.



Como vemos, todos los países han sufrido en el último trimestre un empeoramiento en el índice de confianza global, debido a la ralentización de la economía mundial, como consecuencia de la corrección de la burbuja inmobiliaria, la subida del precio de las materias primas y las turbulencias en los mercados financieros. No obstante, España es el país con peor comportamiento de dicho índice general y no ha sido capaz de mejorar ninguno de los indicadores parciales que lo componen, mientras que el resto de países han conseguido cambiar la tendencia de, al menos, algún indicador.

Es muy probable que el motivo se deba al mayor ritmo de desaceleración de la economía española, sobre todo en lo relativo a la destrucción de empleo, y también a los mayores problemas que tiene con la inflación.

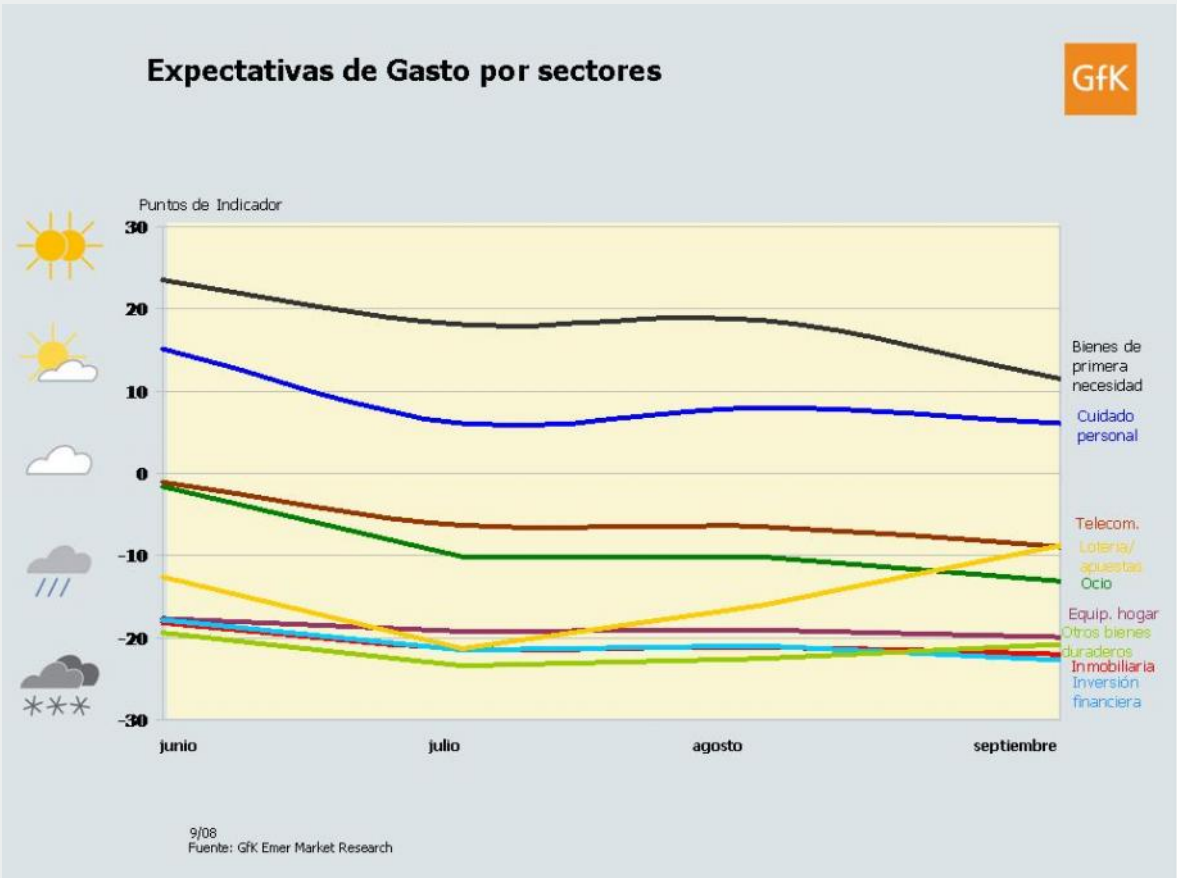
El desempleo en España subió en septiembre tres décimas, hasta el 11,3% de la población activa, el incremento más fuerte de toda la Unión Europea, según datos difundidos por Eurostat (la oficina estadística comunitaria). Un año antes, el paro afectaba al 8,3% de los trabajadores españoles, por lo que se ha incrementado el 3% en sólo un año.

El paro en la eurozona aumentó en septiembre hasta el 7,5%, frente al 7,4% en julio, y se mantuvo estable en el 6,9% en el conjunto de la UE. Un año antes, el paro se encontraba en el 7,4% en la eurozona y en el 7,1% en toda la UE. España, con una tasa del 11,3%, es el Estado miembro con más paro, seguido de Eslovaquia con el 9,9%.

En cuanto a la inflación, el último dato disponible en España es el de IPC armonizado del mes de septiembre, que la sitúa en el 4,6%. Recordemos que hace un año, en septiembre del 2007, el IPC era del 2,7%. Por el contrario, la inflación estimada para el conjunto de los países de la zona euro en el mes de septiembre del 2008 es del 3,6%, frente al 1,6% de hace un año.

Índice de confianza del consumidor por sectores: casi todos los indicadores sectoriales evolucionan negativamente

Prácticamente todos los indicadores y sectores relacionados con el consumo privado ofrecen registros desfavorables, en un contexto en el que el crecimiento del empleo continúa moderándose, mientras que aumenta el número de desempleados (especialmente pertenecientes a la rama de la construcción), y la confianza de los consumidores presenta niveles cada vez más reducidos.



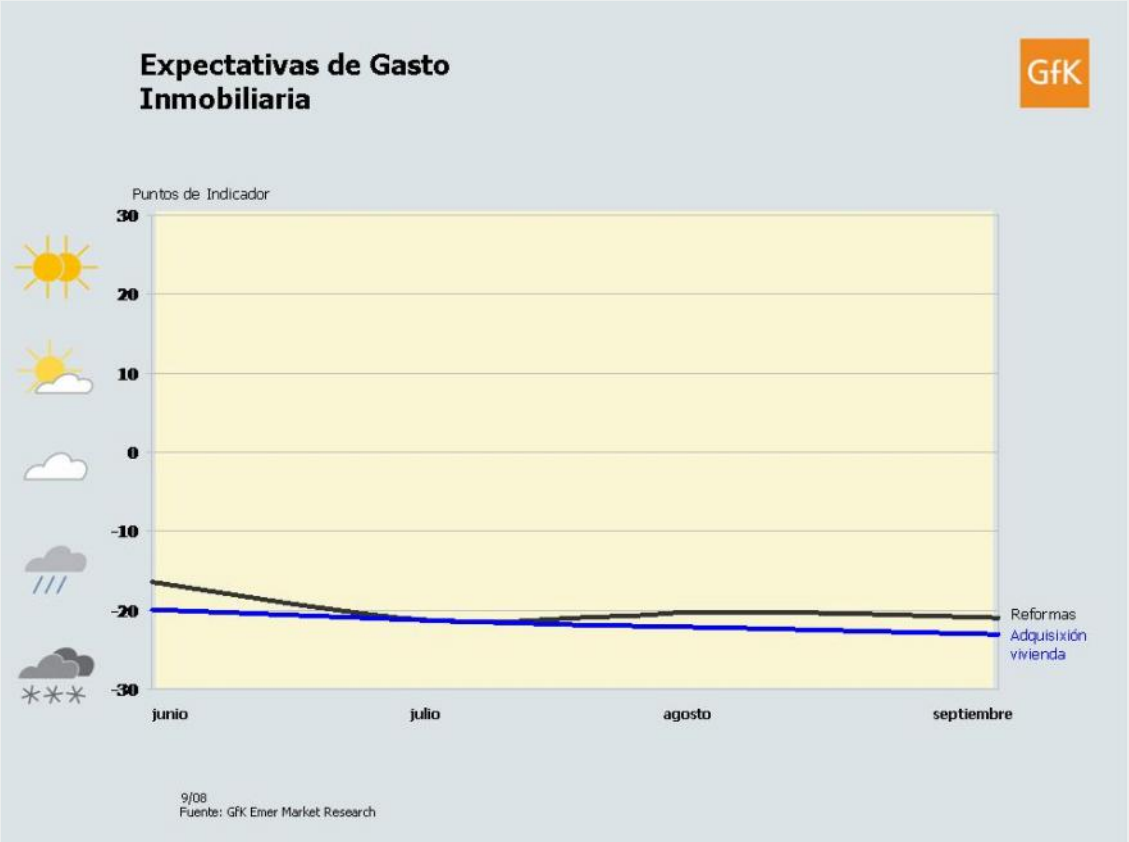
Además, llama la atención las diferencias que se aprecian en los distintos indicadores de cada sector por sexo y, sobre todo, por los distintos tramos de edad. La conclusión más evidente es que, en términos generales, incrementa el pesimismo a medida que avanza la edad y, en ese sentido, se observa una mayor disposición para renunciar al gasto en la mayoría de productos de consumo. Por el contrario, los más jóvenes parecen no estar tan dispuestos a renunciar a determinados gastos, sobre todo a los relativos con el ocio.

Por zonas geográficas, es Canarias la comunidad con peores expectativas de gasto en la mayoría de los productos de consumo para los que se ha realizado el estudio. Mientras, las regiones Norte y Sur son las dos zonas geográficas donde las expectativas de gastar más en mayor número de productos y servicios destacan sobre el resto del país.

Sector inmobiliario

El indicador de clima de consumo sobre intención de compra de vivienda para los próximos meses, es uno de los que alcanza un valor más negativo. En el mes de junio se situaba en –19,95 puntos y en el mes de septiembre ya se encuentra en -22,98 puntos, lo que nos lleva a pensar que todavía se agravará aún más la grave crisis que atraviesa el sector inmobiliario.

Por tramos de edad, el indicador para los comprendidos entre 25-34 años es el que peor valor presenta con -25,83 puntos, lo que evidencia las dificultades que encuentra esta población a la hora de acceder a una vivienda.



Según datos facilitados por el INE, la compraventa de viviendas descendió un 26,3% en julio, al contabilizarse 46.467 operaciones en dicho mes.

El mayor descenso se produjo en vivienda usada, con un 37,6% menos que el año anterior. En cuanto a vivienda nueva, la disminución fue del 10,4%.

Debemos tener en cuenta que son los datos de operaciones de viviendas usadas los que reflejan más adecuadamente el comportamiento actual del mercado inmobiliario, ya que muchas de las viviendas nuevas que se han inscrito en el Registro son pisos que se prevendieron sobre plano hace algunos años (en el ciclo inmobiliario expansivo de los últimos años), mientras que la compra de vivienda usada se inscribe en el Registro sin que transcurra tanto tiempo.

Asimismo, el capital prestado en hipotecas se redujo un 33,20% en el mes de julio respecto al mismo mes del año anterior, según datos del Banco de España. Este descenso es consecuencia tanto de la caída en el importe medio como en el número de hipotecas. El número de viviendas hipotecadas se redujo un 28,66%, hasta las 72.968, y el importe medio bajó un 6,38%, a 140.402 euros (datos del INE).

Los descensos comenzaron en septiembre de 2006, si bien empezaron a ser realmente significativos a partir del mes de junio de 2007, cuando se registró una bajada del 16,22%.

La fuerte disminución de las ventas de viviendas está castigando también a los precios. Según datos de la tasadora Tinsa, los precios han sufrido una caída media del 4,6% en agosto y acumula ya 6 meses consecutivos de descensos. La mayor caída se produjo en la costa mediterránea, con una bajada del 8,3%, frente al 6,2% del mes de julio. La misma tasadora ya anunció que el precio de la vivienda todavía tiene que bajar bastante más, si el mercado quiere dar salida al stock actual de 400.000 inmuebles (cifra que podría situarse cerca

de 1.000.000 según otras fuentes). Dicho stock podría duplicarse a finales del año.

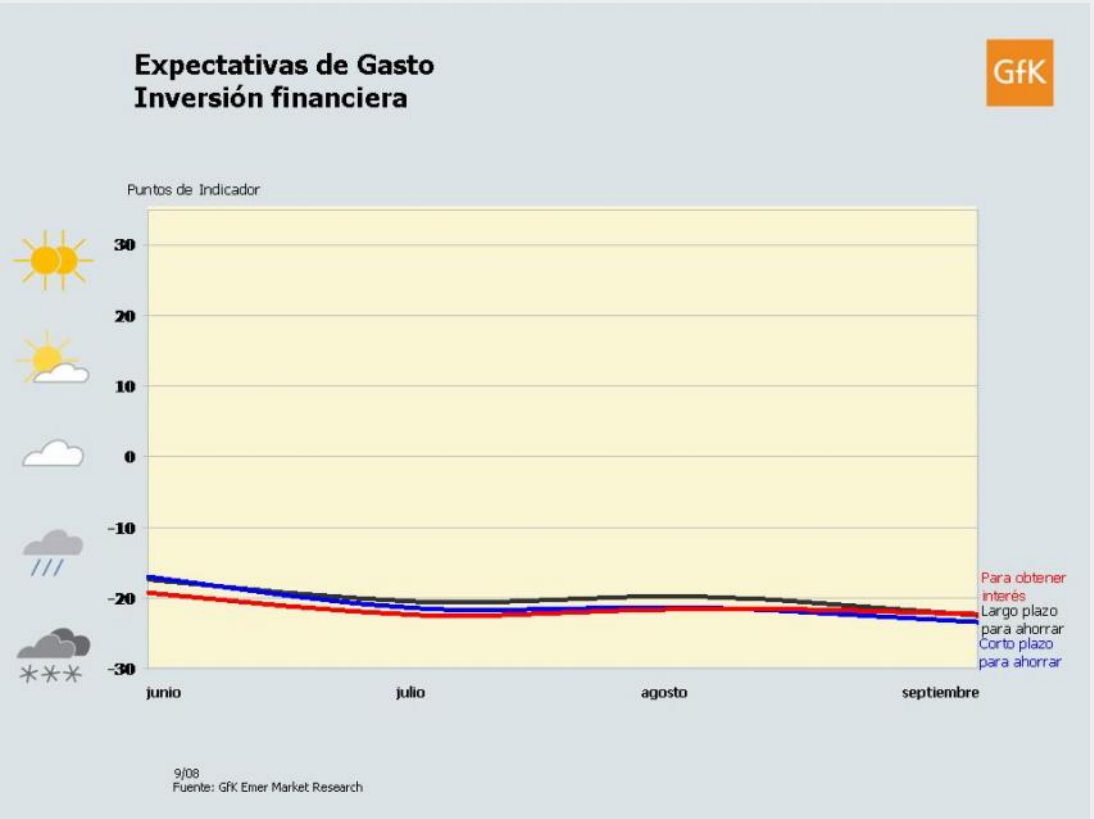
La crisis que atraviesa el sector inmobiliario se inició en el verano del 2007, en un momento el que coincidieron varios factores, como son los elevados precios que alcanzaron las viviendas haciendo cada vez más difícil para las familias su compra, la subida de los tipos de interés que encareció significativamente la financiación hipotecaria y la crisis de liquidez del sistema financiero internacional, que restringió el crédito al sector. Después, se sumaron la caída en la demanda interna y el incremento del desempleo, que han llevado a las entidades financieras a endurecer aún más los criterios para conceder préstamos hipotecarios.

Todos estos factores hacen que, cada vez más, los consumidores retrasen su intención de comprar una vivienda, esperando que la situación mejore en los próximos meses.

Tampoco debemos olvidar que la actual crisis del sector inmobiliario tiene importantes efectos colaterales sobre otros sectores auxiliares a la construcción, como el de cemento, hormigón, distribución de material eléctrico, azulejero, muebles, entre otros., que están viendo disminuir sus ventas en torno al 20%. A modo de ejemplo, el consumo de cemento cayó un 18,6% interanual entre enero y agosto, hasta los 31,2 millones de toneladas.

Servicios financieros

El estudio realizado sobre el clima de consumo sectorial en España evidencia que las intenciones de gasto de los consumidores en productos financieros, ya sean a más o menos plazo, también están bajo mínimos. Por ejemplo, el de inversión financiera a muy largo plazo (planes de pensiones, especialmente) ha alcanzado un valor de -22,38 puntos en septiembre (desde los -17,4 de junio) y la inversión financiera a corto plazo se ha situado en -23,33 puntos (fue de -16,91 puntos en junio), en consonancia con las menores expectativas de renta disponible de la población.



Los más reacios a renunciar a este tipo de servicios son los hogares de Madrid y Barcelona (largo plazo: -6.63 y corto plazo: -7.88) y aquellos conformados por unipersonales mayores de 65 años (largo plazo: -5.96 y corto plazo: -5.96).

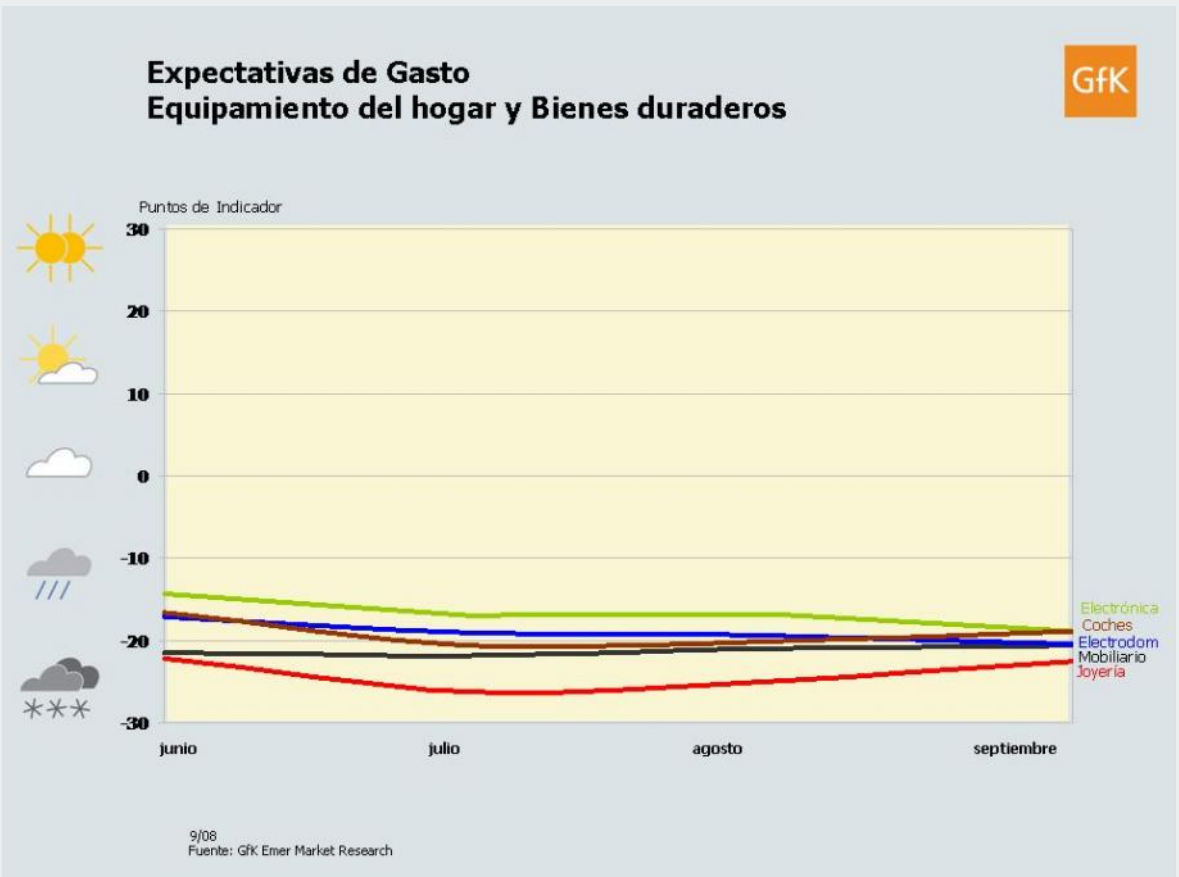
Según datos facilitados por la Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO), los inversores españoles apostaron por sacar en septiembre de los fondos de inversión un total de 4.036 millones de euros, en favor de los depósitos bancarios que garantizan una rentabilidad fija. Este es un indicador más de la falta de confianza actual de los españoles y de su mayor aversión a los productos financieros con riesgo.

Bienes de consumo

Coches: desplome en la intención de gasto

El indicador de expectativas de gasto en vehículos turismos por parte de los consumidores ha perdido 2,3 puntos desde el pasado mes de junio, alcanzando un valor negativo de -18,87 puntos en el mes de septiembre.

La desconfianza de la población en el futuro económico, el aumento del desempleo y las mayores dificultades para obtener financiación, están provocando que los consumidores aplacen la renovación de sus vehículos. Sin embargo, los adultos jóvenes, en particular los menores de 35 años sin cargas familiares y posición social elevada, parecerían más optimistas en su disposición a emplear parte de su presupuesto en la compra de su primer vehículo o renovación del actual.



Los últimos datos facilitados por las asociaciones de fabricantes (Anfac) y vendedores (Ganvam) de automóviles, reflejan que las matriculaciones de turismos y todoterrenos en septiembre ascendieron a 65.593 unidades, lo que supone un descenso del 32,2% sobre las 96.754 unidades del mismo mes del año pasado. En los nueve primeros meses del año, el número de vehículos matriculados ha sido de 947.990 unidades, que suponen un retroceso del 22% respecto al mismo período del año anterior. Anfac ha revisado a la baja su previsión de ventas para 2008 y ha situado la caída prevista en el 25%, lo que representa el mayor descenso interanual de la historia.

El indicador de intención de gasto en automóviles y los datos disponibles sobre sus ventas son las mejores variables para conocer la marcha del consumo privado, ya que es uno de los primeros bienes de consumo cuya compra se pospone en tiempos de crisis.

Mobiliario y electrodomésticos: auxiliares de la vivienda

Parece lógico pensar que si el indicador de clima de consumo de los consumidores en España sobre vivienda alcanza niveles muy negativos, como hemos visto, los indicadores de consumo en mobiliario, electrodomésticos y otros artículos ligados al hogar, también sufran las consecuencias de la actual crisis del sector de la construcción.

En estas circunstancias, el indicador de consumo de mobiliario, alfombras y otros artículos de decoración del hogar tiene un valor de -20,56 puntos en el mes de septiembre, después de experimentar la segunda subida mensual consecutiva, aunque muy leve. Desde el pasado mes de junio, este indicador ha descendido 0,9 puntos.

La población comprendida en el tramo de edad 25-34 años y las familias con niños entre 3 y 6 años, son los que tienen un indicador menos negativo, situándose en -17,27 puntos y -10,5 puntos respectivamente, lo que evidencia su mayor necesidad de consumo en este tipo de productos.

La evolución del indicador de consumo de bienes electrodomésticos ha sido peor, ya que se ha dejado 3,29 puntos desde el mes de junio, alcanzando un valor de -20,44 puntos en septiembre.

Este es uno de los sectores más afectados por la actual crisis. Según los últimos datos elaborados por la Asociación Nacional Fabricantes Electrodomésticos Línea Blanca (Anfel), la facturación acumulada del año hasta el mes de agosto ha caído un 17,47%.

Por tramos de edad, la población comprendida entre 15-24 años (con -15 puntos) y la de 35-44 años (con -16,87 puntos) son las que tienen indicadores más elevados y, por tanto, más propensas al gasto en estos productos. Curiosamente los hombres están más dispuestos a prescindir de este gasto, con -21,31 puntos frente a los -19,59 puntos de las mujeres.

También el de aparatos electrónicos para el hogar (TV, vídeo, etc.) ha alcanzado ya la cifra de -18,83 puntos en septiembre, frente a los -14,22 puntos de junio, lo que supone una pérdida de 4,61 puntos en tres meses.

Por sexo, los hombres con -17,35 puntos y, por tramos de edad, los de 14-25 años y 35-44 años, son los que presentan un valor menos negativo y, por tanto, son los que tienen expectativas de gasto menos pesimistas en este tipo de productos.

Joyería, complementos:

Tradicionalmente, la joyería ha servido de refugio para la inversión. Sin embargo, ahora, se trata como un bien de consumo más, como un accesorio de moda, si bien tiene cierto carácter de bien de lujo. Por ese motivo, es lógico pensar que sea más prescindible su consumo que otro tipo de bienes en momentos de desaceleración económica.

El indicador de intención de gasto de los consumidores en artículos de joyería y complementos es uno de los que presentan un valor negativo más elevado, alcanzando ya el valor de -22,48 puntos en el mes de septiembre, frente a -22,18 puntos que tenía en junio.

También se aprecia un significativo empeoramiento del indicador a medida que avanza la edad de los consumidores, partiendo de los -13,43 puntos para el tramo 15-24 años hasta los -33,0 puntos del tramo 55-64 años.

Por sexos, los hombres (con -26,23 puntos) renunciarían algo más que las mujeres (con -18,87 puntos) a este tipo de gastos. Canarias y el Noroeste son las zonas geográficas con indicadores más negativos (-58,71 y -46,18 puntos, respectivamente).

Recientemente la empresa Oro Direct, especialista en oro de inversión, ha indicado que la crisis económica actual está provocando que un mayor número de particulares venda objetos de oro y joyas para obtener liquidez, con un crecimiento del 30% en lo que va de año.

Alimentación, droguería, cosmética/higiene personal y textil: valores positivos

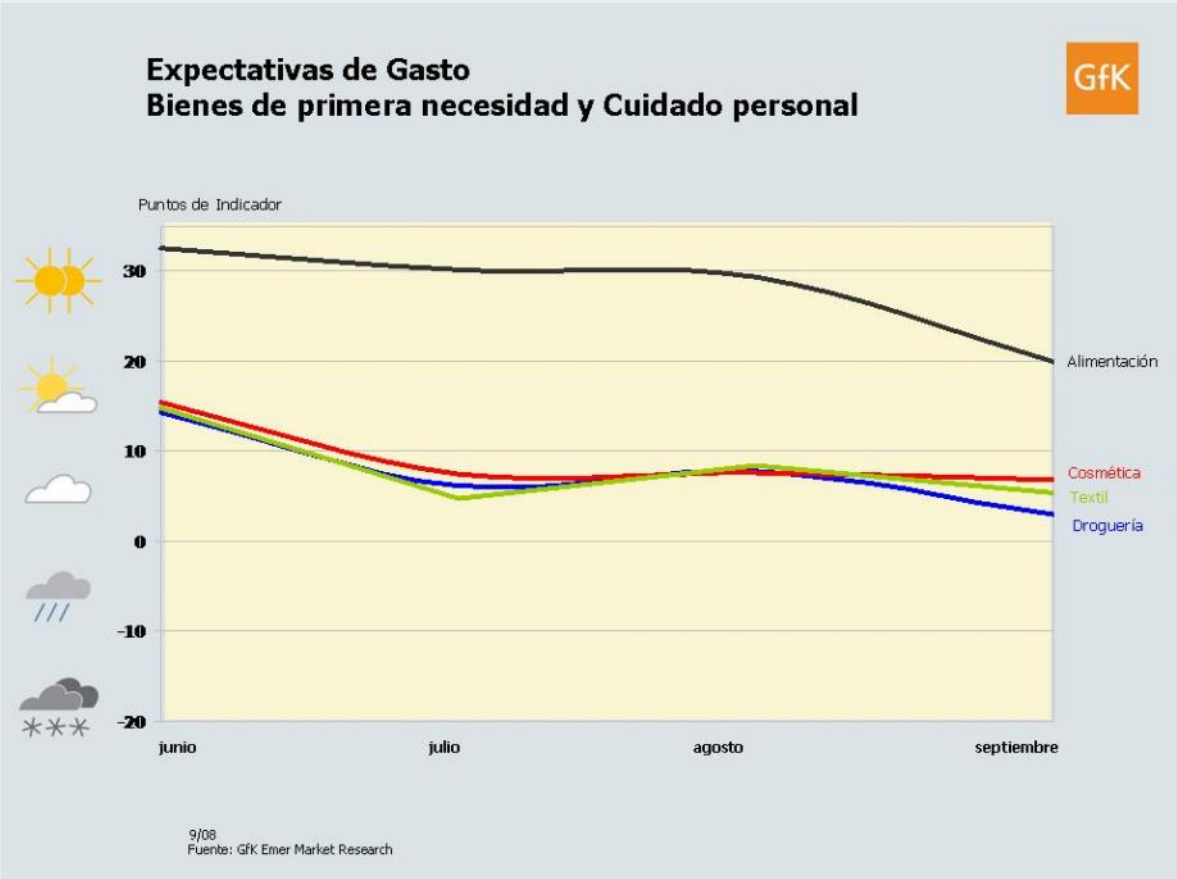
A priori, el gasto de las familias en productos de primera necesidad, como lo son la alimentación, los productos de limpieza, la ropa y el calzado, no debería sufrir tanto los vaivenes cíclicos de la economía. El motivo es que se trata de productos de los que no se puede prescindir, ni siquiera en momentos de crisis, ya que son totalmente necesarios para vivir, sobre todo la alimentación y el textil.

Por ese motivo, los indicadores de intención de gasto de los consumidores en este tipo de productos presentan valores positivos, debido en parte a la percepción de los consumidores de la subida de precios que se producirá en los próximos meses en este tipo de productos. yaa que sus expectativas de gasto no se han modificado tanto como en otro tipo de bienes de segunda necesidad o no tan básicos.

A pesar de ello, muchos entrevistados esperan reducir su consumo en este tipo de bienes o comprar marcas más baratas (por ejemplo, marcas blancas) lo que explica que a pesar de mantenerse en valores positivos, también en estos productos se estén produciendo descensos en sus índices correspondientes

Asimismo, por sexos, se comportan mejor los indicadores en el caso de las mujeres, lo que parece evidenciar la mayor importancia que prestan sobre este tipo de productos.

Así, el de alimentación presenta un valor positivo de 19,98 puntos en septiembre, que supone una disminución de 12,63 puntos respecto al mes de junio (32,61), siendo el mejor valor de todos los productos de consumo incluidos en el estudio realizado sobre el clima de consumo sectorial, por tratarse de la primera necesidad de consumo de cualquier persona para poder sobrevivir.



Del total de entrevistados en septiembre, 25% espera gastar más o mucho más, 5% menos o mucho menos, mientras que la mayoría, 69% espera mantener su nivel de gasto en este sector.

Por sexos, el indicador alcanza los 22,95 puntos en el caso de las mujeres y los 16,86 puntos en los hombres, quienes parecen mostrar mayor disponibilidad para renunciar al gasto en alimentación.

El de gasto en productos de droguería y limpieza del hogar ha cerrado el mes de septiembre en 2,99 puntos que, si bien todavía mantiene signo positivo, ha sufrido una caída importante desde los 14,35 puntos del mes de junio.

En el caso de la mujer, el indicador se situó en 5,88 puntos, frente a los -0,02 puntos del hombre, lo que parece demostrar un mayor interés sobre este tipo de artículos por parte de la mujer.

En cuanto al indicador de gasto en cosmética e higiene personal, se ha dejado 8,57 puntos en dos meses, cerrando el mes de septiembre con un valor de 6,89 puntos.

Por sexos, ocurre lo mismo que el indicador anterior, siendo las mujeres con 10,64 puntos quienes presentan un valor superior (frente a los 2,99 puntos del hombre).

También la intención de gasto en productos textiles (ropa, calzado, etc.) ha sufrido una caída desde los 14,85 puntos del mes de junio, hasta los 5,37 puntos del mes de septiembre, aunque se encuentra todavía dentro de las 4 categorías de productos que mantienen índices positivos.

Es muy significativo que este indicador para los más jóvenes (tramo de edad 15-24 años) presente un valor de 29,9 puntos en septiembre, el más alto para cualquier tramo de edad y producto de consumo consultado, lo que evidencia la importancia que para los jóvenes tiene este sector y su escasa disposición a disminuir el gasto. Atendiendo al ciclo de vida del hogar, son las familias con hijos menores de 6 años y los adultos entre 25 y 44 años los que presentan índices más positivos.

Servicios

Ocio, vacaciones y restaurantes:

El gasto en vacaciones y ocio es uno de los más afectados en tiempos de vacas flacas como los actuales. La menor renta disponible de los consumidores, por los incrementos de tipos de interés que han encarecido las hipotecas, por los incrementos en los precios de combustibles y de otros productos de alimentación, han deteriorado la capacidad económica de la población y, en estas circunstancias, están dispuestos a renunciar a determinados gastos como el ocio. No obstante, llama la atención en el estudio realizado, que los más jóvenes tienen una menor predisposición para renunciar a este gasto.

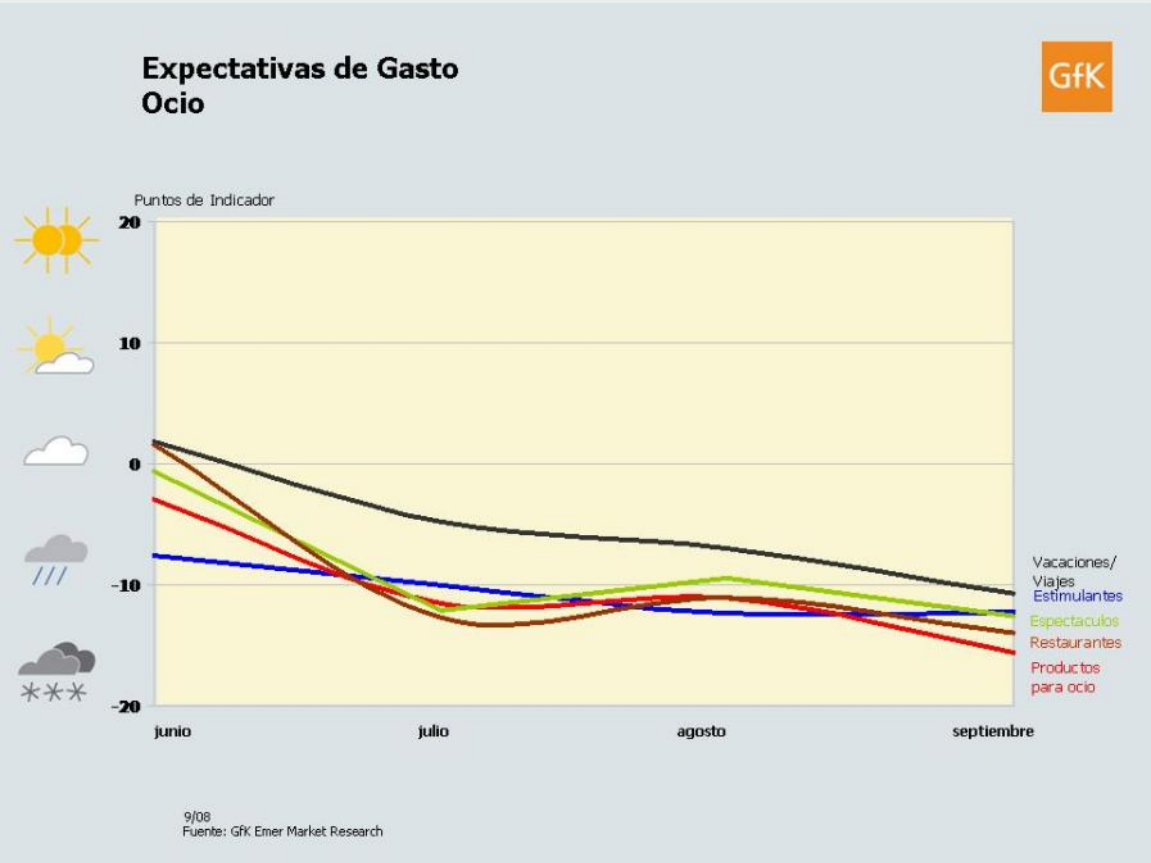
Por este motivo, el indicador de intención de gasto en vacaciones y viajes ha perdido 12,52 puntos en los tres últimos meses, cerrando con un valor de -10,67 puntos en septiembre.

Son los más jóvenes quienes menos dispuestos están a renunciar a este tipo de gasto, pues el indicador presenta un valor positivo de 2,57 puntos para el tramo de entre 15-24 años y va empeorando en los sucesivos tramos de edad, alcanzando el valor más negativo (-21,06 puntos) en el tramo de edad 55-64 años.

Por zonas geográficas, Canarias con -73,05 puntos es la región que presenta un indicador más bajo en intención de gasto. Las zonas geográficas que dentro de las expectativas negativas muestran una mejor disposición son Este (-1,16) y Noreste (-3,77).

También el indicador de expectativas de gasto en productos para el ocio/hobbies ha alcanzado un valor de -15,62 puntos en el mes de septiembre, que supone un empeoramiento significativo desde el mes de junio, en el que se situó en -2,87 puntos.

Nuevamente el tramo de población más joven, comprendido entre 15-24 años, es que presenta un indicador más elevado (5,67 puntos) y llama la atención que el del siguiente tramo de edad, 25-34 años, experimente un empeoramiento tan significativo, con un valor de -20,59 puntos. Por zonas geográficas, Canarias vuelve a ser la peor parada con un valor de -57,61 puntos.



Según un estudio realizado por la empresa Bancotel, el gasto medio de cada español estas vacaciones ha sido de 840 euros y la duración, de apenas 12 días. Asimismo, sólo un 66% de los ciudadanos se va de vacaciones. El 40% de los encuestados ha mantenido el gasto con respecto al año pasado, un 27% ha asegurado haber gastado más y el 23% ha tenido que recortar su presupuesto.

La hostelería es otro de los sectores que está sufriendo la actual situación económica. El indicador sobre intención de gasto en restaurantes es uno de los que peor comportamiento ha tenido desde que comenzara el verano, con un cierre en el mes de septiembre de -13,98 puntos, que supone una pérdida de 15,6 puntos en sólo tres meses, ya que en el mes de junio incluso alcanzaba un valor positivo de 1,62 puntos.

El tramo de edad más joven, comprendido entre 15-24 años, es el único que presenta un valor positivo con 9,52 puntos.

El negativo dato de intención de gasto en restaurantes coincide con la información facilitada recientemente por la Federación Española de Hostelería (FEHR), por la cual los bares, restaurantes y cafeterías españolas redujeron su negocio entre un 5% y un 6% en los meses de julio y agosto, en plena temporada turística.

Uno de los motivos obedece al comportamiento de los turistas españoles en los meses de verano, ya que han recortado sus vacaciones y, por tanto, el consumo, debido a su menor capacidad económica.

El sector también ha observado un descenso de las comidas de empresa, seguramente porque la crisis las está obligando a ajustar sus presupuestos.

También las expectativas de gasto en teatros, cines, museos, eventos deportivos, etc. se han comportado peor desde el mes de junio, perdiendo algo más de 12 puntos en tres meses, y alcanzando ya un valor negativo de -12,6 puntos en agosto.

Los indicadores para los tramos de edad 15-24 años (con 3,1 puntos) y 45-54 años (con -6,79 puntos) son los que presentan valores más positivos.

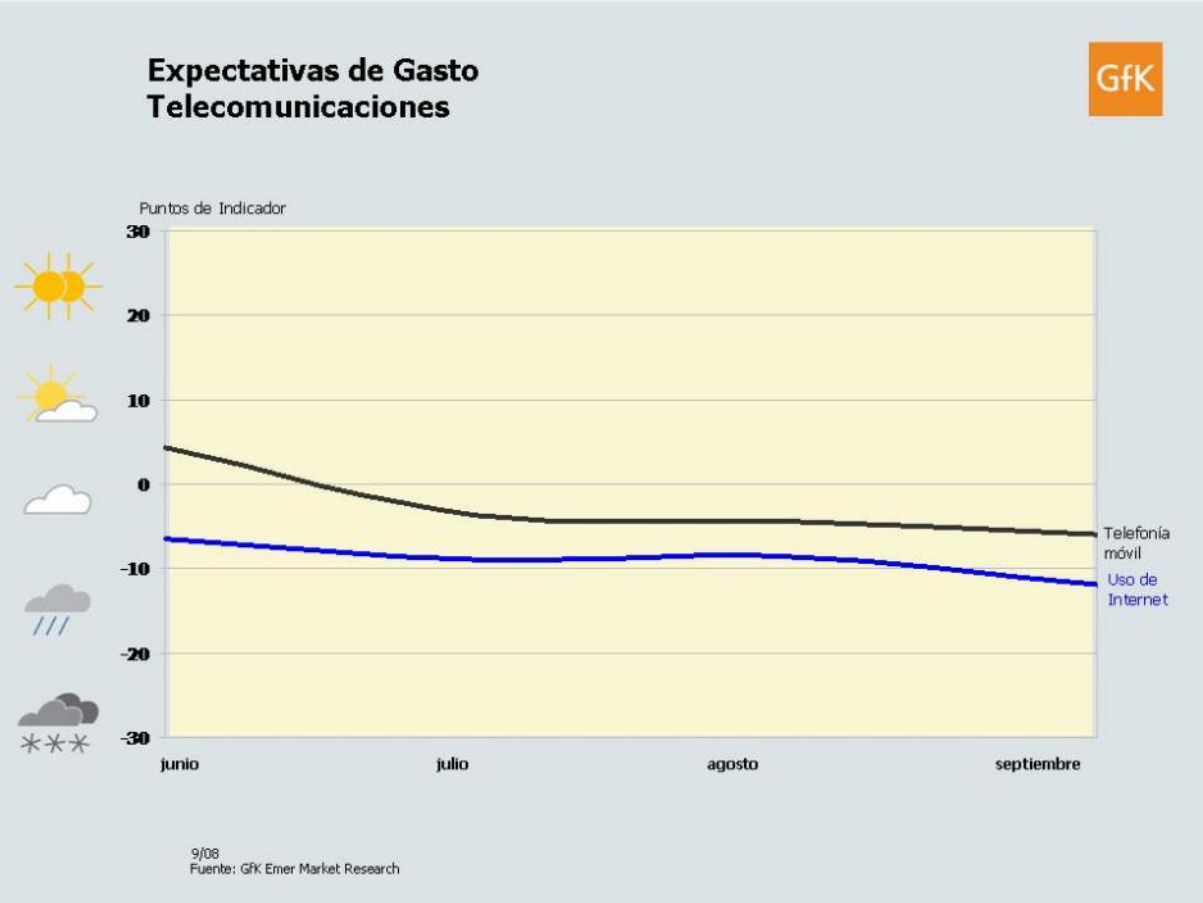
Internet y Telefonía Móvil:

El indicador que mide las expectativas de gasto en Internet también ha tenido un comportamiento negativo en el último trimestre, pasando de -6,44 puntos en el mes de agosto a -11,88 puntos en septiembre.

Por sexos, se ha comportado peor el de los hombres, con -13,61 puntos en el último mes, frente a los -10,18 puntos de la mujer. Por tramos de edad, el indicador empeora a medida que avanza la edad de la población, de manera que el tramo 15-24 años es el único con un valor positivo de 2,56 puntos y el peor, con -25,54 puntos, se alcanza el tramo de edad de 65 o más años. Esto último evidencia el mayor interés que tiene la población más joven en el uso de Internet

El indicador que mide la intención de gasto en telefonía móvil también se ve afectado de manera importante, con una pérdida de 10,33 puntos en tres meses, alcanzando un valor negativo de -5,89 puntos en septiembre.

Sin embargo, a los más jóvenes (15-24 años) les cuesta más renunciar a este gasto en comparación con los siguientes tramos de edad, ya que su indicador se situó en un valor positivo de 10 puntos, con un comportamiento mejor en el caso de la mujer (-4,31 puntos) que para el hombre (-7,53 puntos).



La crisis del consumo también está afectando al negocio de las telecomunicaciones, especialmente al consumo de las empresas y en el móvil. Según datos del regulador de las telecomunicaciones, la CMT, las operadoras perdieron en el mes de julio 26.078 conexiones de telefonía fija que dan servicio a empresas y negocios. Fuentes del sector creen que la explicación es la desaparición de empresas. A la caída en el número de líneas se une que cada una de ellas consume y gasta menos. El tráfico por línea descendió un 8,50%.

El consumo de telefonía móvil también se ha visto afectado en los últimos meses. El pago medio de cada usuario ha caído un 6,67%, con un fuerte descenso en el segmento de clientes de tarjeta prepago, según datos de la CMT.

Lotería y apuestas

El indicador de intención de gasto en loterías y apuestas ha presentado un valor de -8,77 puntos en el mes de septiembre. A pesar de ser todavía negativo, dicho indicador ha experimentado el segundo aumento mensual consecutivo, desde que alcanzara un valor de -21,35 puntos en el mes de julio.

Curiosamente éste es prácticamente el único indicador que presenta valores más negativos en los tramos de edad más jóvenes, lo que evidencia el mayor interés por los juegos de azar de la población más adulta y su menor disposición (frente a los jóvenes) a reducir el gasto. Su valor más reducido se encuentra en el tramo 25-34 años con -12,83 puntos, mejorando a medida que avanza la edad, hasta situarse en -1,37 puntos en el tramo 45-54 años.

No es de extrañar y tampoco es nada nuevo que en momentos de incertidumbre o crisis económica, los consumidores incrementen su gasto en lotería para tratar de mejorar su situación gracias a un golpe de suerte.

Según información facilitada por uno de los principales portales de venta de loterías y apuestas del Estado a través de Internet, la crisis ha aumentado el número de jugadores que apuestan en juegos de azar y ha incrementado en un 12% el gasto en lotería en Internet en el último trimestre.

Tabla 2: Expectativas de gasto en cada sector

Expectativas de gasto en cada sector

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Vacaciones/Viajes	1,85	-4,74	-7,02	-10,67
Mobiliario	-21,46	-21,8	-20,85	-20,56
Electrodomésticos	-17,15	-18,95	-19,29	-20,44
Droguería	14,35	6,19	7,86	2,99
Alimentación	32,61	30,14	29,47	19,98
Estimulantes	-7,59	-10,03	-12,27	-12,2
Cosmética/Higiene personal	15,46	7,54	7,62	6,89
Textil	14,85	4,8	8,47	5,37
Joyería/Accesorios	-22,18	-26,18	-24,91	-22,48
Electrónica	-14,22	-16,96	-16,67	-18,83
Automóviles	-16,57	-20,55	-20,11	-18,87
Uso de Internet	-6,44	-8,87	-8,51	-11,88
Reformas del hogar	-16,45	-21,22	-20,23	-20,86
Adquisición/Construcción vivienda	-19,95	-21,2	-22,14	-22,98
Productos de ocio/hobby	-2,87	-11,46	-11,07	-15,62
Telefonía móvil	4,44	-3,69	-4,36	-5,89
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-0,54	-12,04	-9,4	-12,6
Restaurantes	1,62	-12,72	-11,06	-13,98
Lotería/Apuestas	-12,49	-21,35	-16,13	-8,77
Inversión a largo plazo para ahorrar	-17,4	-20,62	-19,86	-22,38
Inversión a corto plazo para ahorrar	-16,91	-21,47	-21,36	-23,33
Inversión a corto plazo para obtener interés	-19,32	-22,37	-21,43	-22,28

Fuente: GfK Emer Market Research

Tabla 3: Expectativas de gasto en cada sector por sexo y edad

Expectativas de gasto en cada sector por sexo y edad

	Hombres	Mujeres	15-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 años o más
Vacaciones/Viajes	-8,46	-12,8	2,57	-6,7	-9,68	-9,41	-21,06	-19,22
Mobiliario	-20,38	-20,73	-18,1	-17,27	-21,47	-18,51	-25,9	-22,94
Electrodomésticos	-21,31	-19,59	-15	-23,83	-16,87	-20,15	-24,26	-21,99
Droguería	-0,02	5,88	5,25	2,12	1,9	9,61	-0,65	0,41
Alimentación	16,86	22,95	17,13	19,34	16,09	25,79	21,7	20,59
Estimulantes	-11,75	-12,63	-0,02	-14,05	-11,11	-4,22	-18,18	-22,35
Cosmética/Higiene personal	2,99	10,64	18,46	7,31	9,79	2,71	6,13	-0,56
Textil	5,6	5,14	29,9	9,52	11,55	-2,73	-2,24	-10,52
Joyería/Accesorios	-26,23	-18,87	-13,43	-19,82	-20,16	-22,08	-33	-27,33
Electrónica	-17,35	-20,24	-13,73	-20,68	-14,07	-19,04	-24,19	-21,47
Automóviles	-19,5	-18,28	-10,37	-16,56	-16,86	-20,54	-25,62	-23,45
Uso de Internet	-13,61	-10,18	2,56	-8,74	-4,19	-13,98	-20,3	-25,54
Reformas del hogar	-20,64	-21,06	-16,51	-23,67	-17,06	-21,72	-25,22	-21,2
Adquisición/Construcción vivienda	-26,07	-20,01	-21,92	-25,83	-21,5	-21,68	-28,13	-19,98
Productos de ocio/hobby	-15,27	-15,96	5,67	-20,59	-15,11	-14,11	-26,23	-20,04
Telefonía móvil	-7,53	-4,31	10	-3,53	-6,7	-4,75	-12,58	-15,08
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-12,88	-12,32	3,1	-13,28	-7,41	-6,79	-24,73	-24,68
Restaurantes	-12,45	-15,47	9,52	-12,67	-9,41	-19,85	-20,64	-27,1
Lotería/Apuestas	-7,81	-9,69	-11,41	-12,83	-6,03	-1,37	-9,59	-10,87
Inversión a largo plazo para ahorrar	-23,48	-21,31	-19,07	-27,03	-16,74	-18,73	-28,36	-24,48
Inversión a corto plazo para ahorrar	-25,5	-21,25	-17,12	-27,4	-21,3	-19,95	-27,84	-25,23
Inversión a corto plazo para obtener interés	-24,33	-20,32	-20,41	-27,5	-18,77	-16,99	-25,45	-23,88

Fuente: GfK Emer Market Research

Tabla 4: Expectativas de gasto en cada sector por zona geográfica

Expectativas de gasto en cada sector por zona geográfica

	Noreste	Este	Sur	Centro	Noroeste	Norte	Canarias
Vacaciones/Viajes	-3,77	-1,16	-5,64	-9,62	-26,79	-7,17	-73,05
Mobiliario	-13,82	-20,03	-10,41	-20,82	-44,31	-14,1	-56,23
Electrodomésticos	-16,78	-20,28	-11,49	-18,41	-38,25	-10,08	-68,36
Droguería	10,21	11,66	10,13	-1,08	-10,34	2,3	-39,48
Alimentación	25,1	22,05	27,75	18,56	6,12	18,07	-2,42
Estimulantes	-17,56	-11,72	-2,12	-9,19	-19,07	-5,3	-45,65
Cosmética/Higiene personal	14,6	10,5	17,31	-2,31	5,64	4,3	-33,34
Textil	10,02	-2,48	15,97	9	5,84	4,03	-52,21
Joyería/Accesorios	-19,93	-21,33	-13,8	-18,71	-46,18	-13,81	-58,71
Electrónica	-10,2	-19,32	-8,83	-17,86	-42,63	-13,21	-63,54
Automóviles	-11,29	-18,04	-9,85	-20,09	-37,96	-11,91	-61,91
Uso de Internet	-11,59	-14,04	-0,9	-9,02	-30,43	0,16	-50,49
Reformas del hogar	-14,62	-28,32	-7,64	-16,95	-44,97	-13,19	-62,85
Adquisición/Construcción vivienda	-12,22	-31,65	-14,82	-18,52	-54,86	-12,38	-51,86
Productos de ocio/hobby	-5,69	-26,25	-0,51	-9,2	-45,33	-14,86	-57,61
Telefonía móvil	-3,46	-3,39	1,54	-6,63	-15,26	-1,51	-42,12
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-3,75	-18,08	-0,34	-10,97	-33,37	-8,57	-58,26
Restaurantes	-7,5	-25,69	-5,32	-8,99	-23,04	-8,88	-57,78
Lotería/Apuestas	-0,78	-8,37	-9,67	-11,97	-11,7	2,67	-46,26
Inversión a largo plazo para ahorrar	-13,94	-25,22	-14,15	-19,65	-49,09	-13,51	-59,76
Inversión a corto plazo para ahorrar	-13,47	-32,99	-12,97	-21,66	-47,29	-11,39	-61,48
Inversión a corto plazo para obtener interés	-12,57	-26,41	-13,83	-20,1	-51,96	-10,5	-59,23

Fuente: GfK Emer Market Research

Tabla 5: Expectativas de gasto en cada sector por ciclo de vida del hogar

Expectativas de gasto en cada sector por ciclo de vida del hogar

	Unipersonal Joven	Unipersonal maduro	Unipersonal mayor	Pareja joven	Pareja madura	Pareja mayor	TOTAL HOGARES CON HIJOS	Familia con hijos hasta 3 años	Familia con hijos entre 3 y 6 años	Familia con hijos entre 7 y 12 años	Familia con hijos entre 13 y 18 años	Familia con hijos entre 19 y 24 años	Familia con hijos entre 25 y 34 años	Familia con hijos mayor de 34 años	Jóvenes conviviendo	Adultos conviviendo	Monoparental
Vacaciones/Viajes	21,89	-5,71	-14,42	-4,37	-9,18	-15,25	-13,71	-12,27	-11,81	-11,62	-15,81	-10,91	-10,85	-16,76	3,58	-27,48	-5,4
Mobiliario	-4,97	-34,17	-10,05	-19,13	-11,91	-31,23	-21,39	-20,9	-10,5	-21,48	-21,56	-21,18	-21,87	-5,02	-21,96	-28,95	-16,54
Electrodomésticos	-21,32	-17	-4,5	-23,02	-12,25	-28,79	-21,93	-19,8	-9,45	-18,22	-28,3	-20,71	-21,8	-12	-25,52	-28,31	-26,81
Droguería	9,7	-6,16	5,73	1,22	10,11	3,81	5,66	14,86	11,29	2,1	-1,36	11,91	1,67	6,05	-10,55	-15,99	8,91
Alimentación	22,79	14,46	17,37	17,81	29,54	15,81	22,94	29,57	25,69	29,1	16,88	25,07	23,13	25,08	-7,92	7,15	27,33
Estimulantes	-5,74	-12,39	-15,23	-8,12	-10,84	-21,83	-10,25	-8,62	-15,58	-13,64	-11,9	-1,45	-11,44	-19,78	-0,15	-24,8	-16,35
Cosmética/Higiene personal	20,06	3,52	9,95	-0,02	4,42	2,51	8,96	22,86	13,6	6,14	6,87	14,27	10,78	-3,16	3,91	-4,15	13,04
Textil	26,8	8,28	3,19	4,51	-1,39	-10,16	7,25	20,39	17,42	2,09	9,62	10,49	1,17	-14,52	-1,03	-3,91	4,74
Joyería/Accesorios	-15,14	-25,27	-15,34	-18,3	-17,97	-27,7	-23,18	-18,97	-21,05	-29,1	-24,89	-15,02	-19,54	-14,54	-32,49	-30,75	-23,34
Electrónica	-10,72	-26,19	-2,59	-20,35	-16,65	-32,36	-19,74	-6,19	-17,51	-23,79	-22,86	-14,23	-22,65	0,86	-15,38	-20,72	-20,09
Automóviles	5,94	-17,49	-10,26	-22,86	-15,88	-24,07	-22,97	-13,69	-22,66	-28,07	-23,01	-16,82	-25,44	-11,38	-24,25	-22,11	-20,82
Uso de Internet	-1,86	-14,75	-12,64	-18,01	-16,23	-35,02	-7,04	-2,83	-12,61	-11,63	-10,74	-2,96	-6,46	-8,42	-6,02	-19,8	-7,79
Reformas del hogar	-3,56	-27,84	-10,92	-23,16	-17,82	-23,24	-23,9	-21,78	-17,73	-25,93	-25,21	-24,81	-22,31	-11,38	-20,57	-21,46	-30,24
Adquisición/Construcción vivienda	-20,04	-20,38	0,5	-22,24	-18,2	-29,34	-25,89	-24,09	-29,25	-27,42	-27,63	-22,31	-27,15	-17,26	-25,52	-32,27	-29,38
Productos de ocio/hobby	14,87	-2,21	-5,83	-18,53	-25,17	-29,37	-18,24	-15	-14,72	-21,61	-17,7	-11,64	-25,41	-25,66	-27,16	-23,24	-26,95
Telefonía móvil	15,43	-6,83	-6,25	-3,85	-7,77	-19,43	-4,58	-4,43	-11,18	-14,6	-5,92	2,25	-4,16	-14,28	-18,16	-17,77	-4,63
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	16,8	-4,75	-17,58	-14,3	-17,09	-23,1	-12,98	-12,61	-13,97	-16,87	-16,06	-8,6	-13,4	-13,69	-25,26	-22,54	-15,89
Restaurantes	24,67	1,45	-17,29	-13,38	-17,44	-31,69	-16,89	-18,53	-16,7	-24,72	-23,67	-9,58	-19,61	-28,99	-28,45	-23,48	-16,28
Lotería/Apuestas	-7,62	2,7	-3,91	-7,1	-6,25	-6,15	-11,27	-8,02	-6,94	-14,3	-11,88	-10,2	-13,46	-8,98	-22,52	-13,2	-8,43
Inversión a largo plazo para ahorrar	-14,72	-19,97	-5,96	-20,27	-18,89	-35,75	-24,08	-21,4	-16,6	-22,14	-24,15	-21,85	-30,56	-6,12	-37,23	-29,04	-21,99
Inversión a corto plazo para ahorrar	-19,43	-20,31	-5,96	-18,21	-21,93	-34,78	-25,6	-28,68	-19,86	-25,11	-24,69	-21,52	-28,66	-4,7	-13,32	-30,13	-19,42
Inversión a corto plazo para obtener interés	-18,28	-17,83	-5,96	-20,13	-16,38	-35,75	-24,42	-21,1	-20,5	-22	-23,17	-21,46	-30,4	-6,12	-30,87	-28,74	-22,03

Fuente: GfK Emer Market Research

Índice de confianza: incertidumbre en los próximos meses

Como hemos visto, la práctica totalidad de los indicadores de consumo en España ofrecen registros desfavorables. Además, nos encontramos en un contexto de crecimiento en el número de parados y de, cada vez, mayor desconfianza de los consumidores acerca de la situación económica en general.

Pero, ¿qué esperamos para los próximos meses? ¿Continuará deteriorándose el indicador de confianza del consumidor?

Será difícil que, durante los próximos meses, mejore lo suficiente la confianza del consumidor como para apreciar un cambio de tendencia en la evolución negativa del consumo privado, teniendo en cuenta las previsiones que se están manejando de crecimiento en el desempleo.

Los analistas apuntan a escenarios del 15% de paro en España para el próximo año, lo que afectaría a 3,5 millones de personas, un millón más que en la actualidad. Sin embargo, el Gobierno maneja otras cifras de paro próximas al 12,4% de la población activa y espera una recuperación a partir del 2009, con la reactivación del crecimiento económico.

La situación del mercado laboral está muy ligado a la grave crisis que atraviesa el sector inmobiliario en nuestro país por culpa de la caída en la demanda interna y de las mayores dificultades para acceder a la financiación bancaria; ya son muchos los que ya hablan de recesión para los próximos meses, con crecimientos negativos del PIB.

En cualquier caso, los expertos reclaman medidas encaminadas a reforzar la confianza de todos los agentes económicos, actualmente muy tocada. La crisis de confianza afecta a los consumidores y, consecuentemente, al consumo privado, también a los empresarios que ven con incertidumbre el futuro, por lo que optan por invertir menos y contratar menos empleados, ante las negativas expectativas económicas.

En la medida que dichas actuaciones generen optimismo sobre cualquiera de las variables que influyen en la confianza de los consumidores (principalmente coyuntura económica, ingresos y precios), empezaremos a observar un cambio de tendencia.

No obstante, aunque se trabaje en los desequilibrios internos, no hay que perder de vista los dos principales desestabilizadores externos que también generan desconfianza en los españoles. En primer lugar, la grave crisis de los mercados financieros internacionales y, en segundo lugar, el control definitivo de los precios del petróleo.

La crisis del sistema financiero a nivel mundial ha provocado ya la quiebra de algunos de los principales bancos de inversión en Estados Unidos y también está haciendo mucho daño al sistema bancario europeo. Esta crisis, principalmente de falta de confianza en los mercados financieros, está restringiendo el crédito a particulares y empresas, produciendo una enorme falta de liquidez en los mercados. La consecuencia más directa para los consumidores es la subida del Euribor en los últimos meses, superando a principios de octubre el 5,5% por primera vez en su historia y haciendo más difícil el pago de las hipotecas a los ciudadanos.

Para evitar el colapso del sistema e inyectar confianza, el gobierno de los Estados Unidos ha aprobado un plan de rescate con 700.000 millones de dólares para comprar los activos más "tóxicos" de sus entidades financieras. En Europa, los líderes de la UE han emitido una declaración conjunta en la que prometen tomar las medidas necesarias para proteger el sistema financiero y los depósitos de los ahorradores. Asimismo, próximamente se reunirán para tratar de adoptar una única posición para el conjunto de los países de la UE. En cualquier caso, varios países han anunciado ya a título individual que garantizarán el 100% de los depósitos privados de sus ciudadanos en caso de quiebra de algún banco. El gobierno español, por su parte, ha anunciado la ampliación de las garantías bancarias hasta 100 mil euros por titular y entidad. Todo ello encaminado a reforzar la confianza de la población en el sistema financiero.

El segundo factor externo tiene que ver con la evolución del precio del petróleo que, desde que alcanzara el record histórico de 147 dólares el pasado mes de julio, ha venido bajando y se encuentra desde finales del mes de septiembre en precios próximos a los 100 dólares.

Gracias a este descenso, llevamos dos meses consecutivos con, al menos, un dato económico positivo, el de inflación, que se ha situado en el 4,6%, según el último dato adelantado de IPC disponible. Las previsiones del Gobierno son que finalice el año por debajo del 4%.

Una vez resueltos estos dos factores externos, la economía española podrá comenzar su ajuste gradual. En ese momento, deberíamos empezar a observar una leve mejora en el índice de confianza del consumidor gracias a las menores expectativas de precios y a una posible recuperación de las expectativas coyunturales.

Ficha Técnica

Indicadores Globales

Los índices se elaboran a partir de los resultados de los estudios del consumidor publicados por la Comisión Europea que realiza 1.000 entrevistas mensuales a población general.

Indicadores Sectoriales

Universo: población española de 16 o más años

Ámbito: nacional

Tamaño muestral: 1.000 entrevistas mensuales

Error muestral: ±3,10%, con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de p=q=0,5.

Interpretación de índices sectoriales

Estos índices se elaboran a partir de las respuestas de los entrevistados a la pregunta de su intención de gastar durante los próximos 12 meses en diferentes artículos o sectores en comparación con los últimos 12 meses.

Cada índice se elabora como la diferencia entre el porcentaje de entrevistados que manifiestan su intención de gastar más o mucho más en los próximos 12 meses de lo que gastó los últimos 12 y el porcentaje de los que manifiestan que gastarán menos o mucho menos.

Equipo Técnico

Responsables:

Cristina Martínez y Antonieta Martín

Elaboración de índices globales:

Rolf Bürkl

Elaboración de índices sectoriales:

Cristina Martínez

Equipo de Redacción:

Javier Vega

Carolina Espada

Antonieta Martín

Cristina Martínez

Índice de Tablas

Tabla 1: Indicadores de confianza de los consumidores en una mirada 19

Tabla 2: Expectativas de gasto en cada sector 26

Tabla 3: Expectativas de gasto en cada sector por sexo y edad 26

Tabla 4: Expectativas de gasto en cada sector por zona geográfica 27

Tabla 5: Expectativas de gasto en cada sector por ciclo de vida del hogar 27

Para más información, no dude en contactarnos:

Madrid
Antonieta Martín — antonieta.martin@gfk-emer.com
Teléfono: 915.919.940

Barcelona
Sara Anda — sara.anda@gfk-emer.com
Teléfono: 933.620.710

Valencia
Carlos Mínguez — carlos.minguez@gfk-emer.com
Teléfono: 963.520.767