

SE MANTIENE UNA LENTA RECUPERACIÓN DEL SENTIMIENTO ECONÓMICO

Francisco Alvira Martín
José García López

1. INTRODUCCIÓN

En el primer sondeo del año 2005 la opinión de los españoles responde bastante bien al contenido de la siguiente proposición: "El año 2002 marcó un cambio de la opinión pública. En 2003 se extendió el pesimismo y, desde comienzos del año pasado, se ha iniciado una lenta recuperación que el sondeo de febrero de 2005 confirma".

Los valores del cuadro 1 recogen los resultados de los cinco componentes que forman el Índice del Sentimiento del Consumidor. Las expectativas económicas de los hogares no cambian respecto a las del año anterior. Los individuos no esperan que mejore su economía familiar durante los próximos meses. Sin embargo, las previsiones sobre la evolución de la economía nacional han logrado un avance bastante importante: nueve puntos desde el sondeo de febrero de 2004.

La percepción de la economía doméstica durante el año que acaba de finalizar cerrado es algo mejor que la manifestada durante 2003. De forma parecida se ha comportado la experiencia sobre la economía nacional. La gente manifiesta que ha observado una ligera mejora de la misma. En ambos componentes del ISC la ganancia es pequeña, según recoge el primer sondeo de 2005.

La valoración del momento para comprar bienes duraderos ha registrado también un corto avance.

Si la comparación de los datos retrocede al año 2003, la mejora del ISC y de sus cinco componentes es bastante más favorable: el ISC ha aumentado doce puntos y las previsiones sobre el próximo futuro de la economía nacional es el factor que más ha contribuido con dieciocho puntos. El cambio positivo del primer sondeo del año 2005 introduce un motivo para un cierto optimismo. De la lectura de los tres ISC del año 2004 (sobre todo de

las previsiones nacionales) se puede aventurar que los españoles han recuperado, en parte, la pérdida de confianza económica experimentada desde el año 2002.

A pesar de esta mejora de los resultados de la opinión pública sobre la marcha de la economía, continúa el predominio de las respuestas negativas sobre las positivas. El ISC de febrero de 2005 es mejor que el de doce meses antes; pero su valor es inferior a 100. Al alcanzar este valor el Índice, se establece un equilibrio entre las respuestas optimistas y las pesimistas. Un ISC superior a 100 manifiesta una preponderancia del optimismo de la opinión pública. Lo contrario el valor 85 del ISC de febrero de 2005.

La confianza de los años 1999 y 2000, con valores del Índice superiores a esa frontera de 100, no se ha recuperado en los sondeos siguientes. Aunque el ISC haya seguido una senda positiva durante los dos últimos ejercicios hay una larga distancia entre la confianza que expresaban los sondeos de los últimos años del siglo XX y la manifestada por el último sondeo.

En el sentimiento económico, de forma especial en la valoración de la evolución de la economía nacional, interviene la situación general del país y, en mayor grado aún, la interpretación del público: la imagen general de los problemas económicos y sociales.

Los datos objetivos o, más bien, estadísticos, señalan una ralentización reciente del crecimiento económico. El PIB de los años 1999 y 2000 alcanzó un 4 por 100 en términos reales. Desde el año 2001 este indicador no sobrepasa el 3 por 100, e incluso en 2002 se alcanzó sólo el 50 por 100 de los años "felices" y el año 2004 terminó con un 2,6 por 100. También la evolución de los precios ha mostrado un cambio negativo. El descenso de la

CUADRO 1
EL ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR

	FEBRERO 2005	NOVIEMBRE 2004	JUNIO 2004	FEBRERO 2004	VARIACIÓN (Porcentaje)
ISC	85	80	90	82	4
Situación económica general:					
Experiencia	72	62	80	69	1
Expectativas.....	94	84	104	85	11
Situación económica familiar:					
Experiencia	84	85	86	82	4
Expectativas.....	99	100	103	99	—
Valoración del momento de compra	77	65	79	67	15

tasa de inflación se ha frenado y se sitúa en torno al 3,5 por 100. Estas tasas de inflación de los últimos cuatro años podrían considerarse valiosas en términos de la larga historia de la inflación española. Sin embargo el público no recuerda aquellos años de altas tasas, su término de comparación se aproxima más a la del 1,2 por 100 del año 1998. La encuesta recoge, sin duda alguna, este rebrote del temor a la subida de los precios. A este recelo han contribuido los aumentos sostenidos y acumulativos de los precios de algunos bienes de primera necesidad. El caso de la vivienda es ejemplar. En pocos años, los antiguos compradores obtienen unas plusvalías que doblan el precio de adquisición; pero en el debe, quienes llegan al mercado por primera vez se sienten penalizados por esta situación. La vivienda, que no ha dejado de ser siempre un déficit de las políticas de bienestar, ha adquirido un relevante papel en los problemas de las familias directa o indirectamente implicadas (cuadro 2).

Estos datos: escaso crecimiento, sostenimiento de la tasa de inflación y aumento de viejos problemas, no resultan tan negativos si se considera

el entorno de la Unión Europea, especialmente, de Francia y Alemania. Un crecimiento superior a la media de la UE, un retroceso de la tasa de paro según la EPA, la absorción laboral de gran parte de los inmigrantes y el aumento de la población activa femenina han elevado el número de afiliados a la Seguridad Social. El aumento del empleo se sitúa en el haber de la economía española. El efecto riqueza por la mejora patrimonial de los activos reales y una parte de recuperación de la caída de los valores financieros en los años 2003 y 2004 se han sumado al sostenimiento del consumo privado, e incluso, a una valoración algo mejor del momento para comprar.

En el cuadro 2 se expone el valor que los españoles conceden a los problemas nacionales y a los propios. La percepción de su evolución es un factor importante en la formación de la opinión pública sobre la economía. Parece conveniente reflexionar sobre los mismos.

En diciembre del año 2004 el problema más importante es el terrorismo. El paro ha dejado de

CUADRO 2
ORDENACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS (*)

	EN ESPAÑA			PERSONALES		
	Diciembre 2004	Diciembre 2003	Diciembre 2002	Diciembre 2004	Diciembre 2003	Diciembre 2002
Paro	98	100	100	100	100	100
Terrorismo	100	71	68	68	34	29
Inmigración	32	35	24	31	27	18
Inseguridad ciudadana	32	28	37	46	38	47
Vivienda	28	31	30	54	54	56
Problemas económicos	20	20	21	63	58	59

(*) El índice señala la relevancia de los problemas para España y personales según los entrevistados. El problema más importante tiene un valor 100 y los demás índices se relacionan con este valor.

Fuente: Barómetros del CIS.

ocupar el primer puesto. El terrorismo de cualquier origen es el principal reto del país para los ciudadanos. Empatados en el tercer y cuarto puesto aparecen la inmigración y la inseguridad ciudadana. Esta ordenación de los problemas muestra la preocupación de los ciudadanos por cuestiones básicas para la convivencia nacional. Con la excepción del paro (problema económico con aspectos sociales importantes) los demás problemas estrictamente económicos ocupan una situación accesoria respecto a los mencionados en los primeros puestos del cuadro 2.

Sin embargo, es importante subrayar que cualquier problema social, como la vivienda o la seguridad ciudadana amenazada por el terrorismo o la delincuencia, precisa de la generación de recursos económicos para atender la financiación de políticas eficaces para combatirlos.

Al comparar los Índices de los sondeos de diciembre de los años 2004, 2003 y 2002 resultan los siguientes aspectos:

- La creciente preocupación por el terrorismo y la inseguridad ciudadana.
- La falta o condiciones del empleo es una constante desde hace mucho tiempo. El trabajo es, sin duda, un componente importante de la vida de las personas y se entiende la preocupación sostenida de la opinión pública.
- La escasa importancia para los entrevistados de cuestiones que han ocupado un espacio privilegiado en los medios de comunicación. Nadie

niega las acciones para mejorar esos problemas; pero conviene apuntar la escasa relación entre las cosas que más preocupan al público y el tiempo y espacio dedicados a ellos en los medios. A vía de ejemplo, a sólo un 1,4 por 100 le afecta la violencia contra la mujer, a un 2 por 100 los problemas de la juventud, y a un 4 por 100 los problemas sociales. Varían poco los porcentajes respecto a España. La violencia contra la mujer aumenta al 4,7 por 100, la crisis de valores sólo un 2,5 por 100 y el medio ambiente un 0,6 por 100 (1).

2. EVOLUCIÓN DEL ISC

Desde febrero del año 2000, ISC 112, los años siguientes han mostrado un lento descenso de la confianza de los consumidores hasta el año 2004. En febrero de 2002, el ISC tiene un valor negativo, 93, y el año siguiente la desconfianza avanzó con un ISC 73. Esta tendencia negativa ha cambiado de signo desde comienzos del año 2004. Los avances positivos de las previsiones nacionales para los próximos doce meses avalan la confianza de una fase favorable del Índice (gráficos 1 a 4).

3. LOS OPTIMISTAS

El cuadro 3 recoge el grado de optimismo de los ciudadanos indicando los porcentajes de individuos que han dado una respuesta positiva a seis aspectos importantes de la economía nacional y familiar. El tamaño de estos porcentajes y su evolución completan la información del ISC.

GRÁFICO 1
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR, 1977-2005

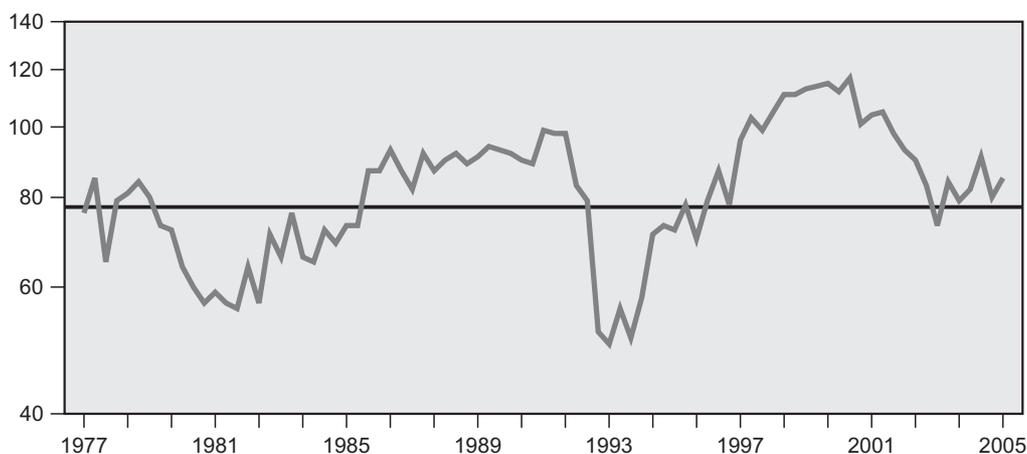


GRÁFICO 2
EXPERIENCIA RECIENTE - ISC, 1977-2005

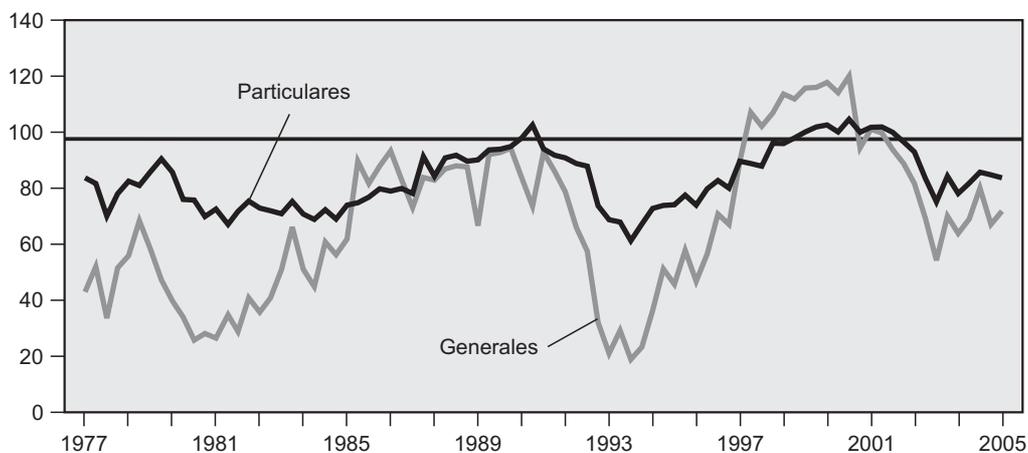


GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS - ISC, 1977-2005

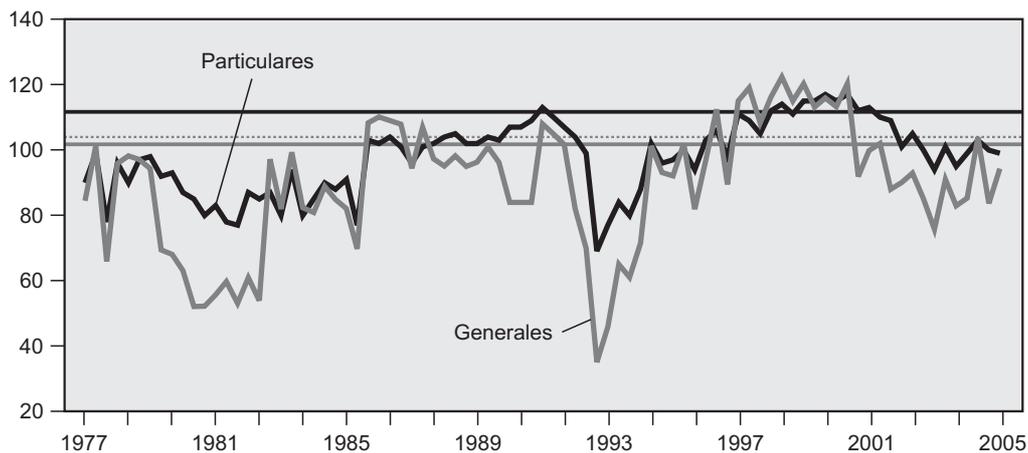
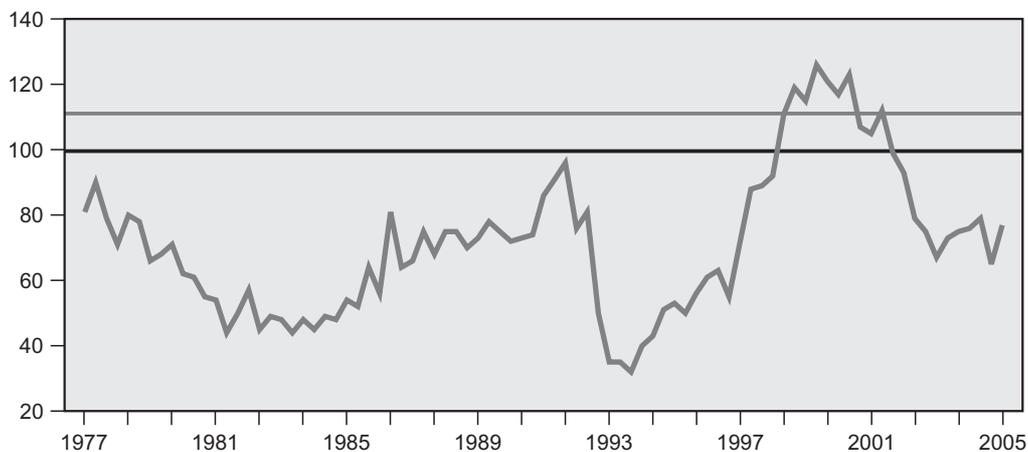


GRÁFICO 4
MOMENTO DE COMPRA - ISC, 1977-2005



CUADRO 3
TAMAÑO DE LOS GRUPOS OPTIMISTAS 2000-2005
(En porcentajes)

	AÑO 2005	AÑO 2004		AÑO 2003			AÑO 2002	AÑO 2001	AÑO 2000	
	Febrero	Nov.	Junio	Febrero	Nov.	Junio	Febrero	Media	Media	Media
A. Situación económica del País:										
1. Ha mejorado	12	11	17	15	14	16	10	18	26	31
2. Mejorará	20	17	25	18	15	18	13	19	21	28
B. Situación económica familiar:										
1. Ha mejorado	11	13	13	11	11	13	11	15	19	17
2. Mejorará	16	18	18	16	16	18	16	19	22	24
C. Demanda: consumo familiar:										
1. Buen momento de compra	14	10	15	14	13	11	8	11	25	33
2. Comprará más	8	9	9	11	8	7	7	9	11	14
D. El Paro:										
1. Disminuirá	16	10	19	16	17	22	9	12	20	32
E. La inflación:										
1. Ha aumentado poco	21	20	19	16	15	18	14	31	43	54
2. Aumentará poco	38	52	54	52	58	65	43	39	52	61
F. Ahorro:										
1. Aumentará	37	35	36	35	33	33	38	41	46	49

Nota: Las cifras del cuadro señalan los porcentajes de individuos optimistas. Se han redistribuido los porcentajes de NS/NC; el resto hasta 100 está formado por quienes consideran la respuesta "sigue igual" o empeorará.

El estado de la opinión pública aparece con claridad en la lectura de la información proporcionada por los dos grupos de datos: los valores del Índice y sus elementos, junto a los porcentajes de individuos que perciben señales positivas en los aspectos investigados.

Con relación al sondeo de noviembre de 2004, interesa señalar un pequeño descenso de los optimistas en la percepción de la situación económica familiar. Las expectativas positivas sobre la inflación han descendido desde un 52 por 100 de individuos a un 38 por 100. Los precios han vuelto a preocupar.

Entre noviembre y febrero la situación económica nacional y las previsiones obtienen un pequeño aumento de los optimistas y de quienes dicen que las cuestiones propuestas seguirán igual y, por consiguiente un descenso de los pesimistas.

4. LOS TIPOS DE OPINIÓN ECONÓMICA Y SU EVOLUCIÓN

Al cruzar las tres posibilidades de respuesta de los entrevistados sobre su *percepción* de la reciente evolución de la economía nacional y familiar con las tres opciones de previsiones en los próximos

doce meses, los individuos aparecen distribuidos en nueve grupos, que se pueden agrupar en tres:

— *Los optimistas*: este grupo recoge quienes creen que: ha mejorado-mejorará, ha mejorado-seguirá igual, ha estado estancada-mejorará y ha empeorado-mejorará.

— *Quienes expresan una situación sin cambio*: la economía permanecerá estancada y el entrevistado no espera cambios.

— *Los pesimistas*: la situación ha empeorado-se agravará, ha empeorado-seguirá igual, ha estado estancada-empeorará y ha mejorado-empeorará.

El tipo de opinión sobre la economía nacional más extendido es el pesimista, 39 por 100, seguido del que no observa cambios, 35 por 100. En el gráfico 5 se observa el descenso de los pesimistas desde el anterior sondeo, aunque un porcentaje elevado de individuos, 20 por 100, tiene una opinión radicalmente pesimista: percibe que la economía se ha empeorado y prevé un mayor deterioro en los próximos meses (cuadro 4).

Respecto a la economía familiar (gráfico 6 y cuadro 4), el grupo más importante, 51 por 100,

GRÁFICO 5
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL

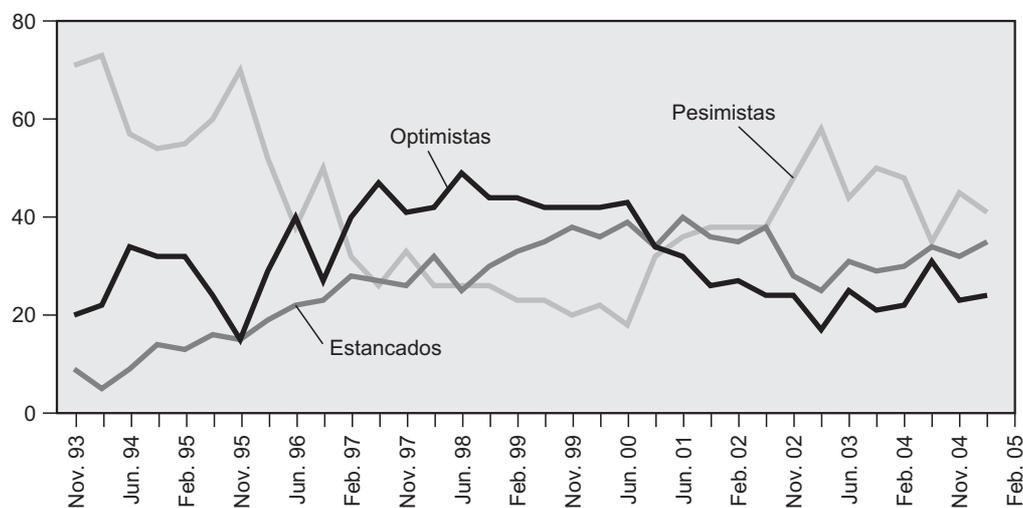
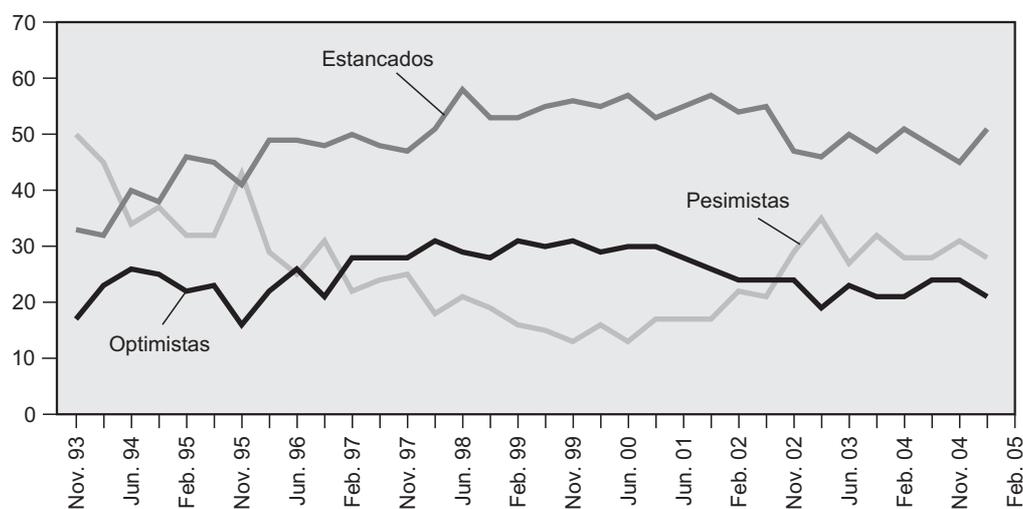


GRÁFICO 6
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA FAMILIAR



CUADRO 4
TIPOS DE OPINIÓN ECONÓMICA
Febrero 2005

EXPERIENCIA	A				B			
	Expectativas sobre la economía nacional				Expectativas sobre la economía familiar			
	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará	Suma	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará	Suma
Ha mejorado	8	4	1	13	6	5	1	12
Estacionaria	8	35	5	48	7	51	4	62
Ha empeorado	4	15	20	39	3	11	12	26
Suma	20	54	26	100	16	67	17	100

cree que su situación no ha tenido cambios importantes y tampoco los prevé para el año próximo. Los pesimistas superan en seis puntos a los optimistas y el grupo de los pesimistas radicales, 12 por 100, dobla al de los optimistas radicales, 6 por 100 (cuadro 4).

5. RELACIÓN ENTRE LA ECONOMÍA DOMÉSTICA Y LA NACIONAL

En el esquema 1 se muestra la relación entre las expectativas del público sobre su situación económica y la marcha de la economía nacional en los próximos meses.

En febrero de 2005, la mayoría de los consumidores, 51 por 100, espera que en el próximo año su situación permanezca igual a la del año anterior. Este porcentaje es superior al del anterior sondeo. En noviembre, un 22 por 100 de los individuos de este grupo creía que la economía nacional empeoraría en los doce meses siguientes. En febrero de 2005 el anterior porcentaje baja dos puntos, situándose en el 20 por 100. También aumentan los individuos que consideran un próximo futuro sin cambios personales ni nacionales, respecto al sondeo de noviembre.

Un 28 por 100 de los entrevistados prevé un empeoramiento de su economía familiar. La mayoría, 64 por 100, de estos individuos pesimistas res-

pecto a su futuro económico espera igual comportamiento de la economía española.

Sólo un 21 por 100 cree que su economía familiar mejorará. En este grupo, la mayoría, 51 por 100, espera un avance de la economía española, pero un pequeño grupo, 14 por 100, prevé una situación peor (2).

Esta lectura del esquema 1 muestra pocos cambios en la evolución de la economía familiar; pero ratifica la relación entre la percepción de la situación económica familiar y las expectativas sobre el país. La mayoría de los optimistas respecto a su economía también muestran un porcentaje relativamente mejor sobre la economía nacional, y a la inversa, los pesimistas.

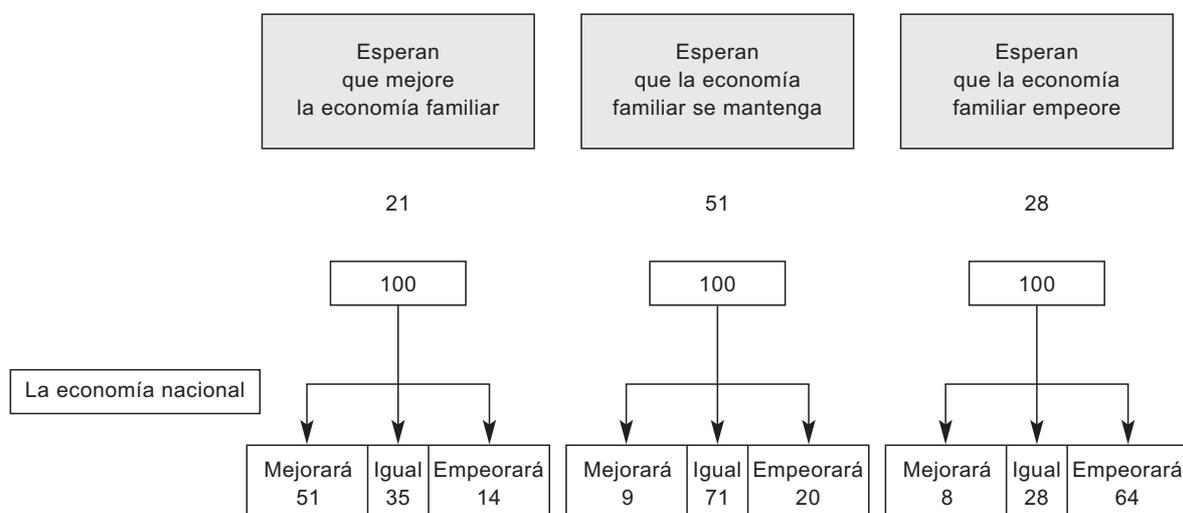
6. INGRESOS, EDAD Y SENTIMIENTO ECONÓMICO

La renta de los consumidores y su edad se relacionan con los valores del ISC (cuadro 5).

Los grupos más optimistas son los individuos entre 18 y 35 años de edad, y los de rentas altas. Sin embargo, en febrero de 2005, el ISC de ninguno de estos dos grupos logra alcanzar el valor 100.

Al comparar los resultados del primer sondeo del presente año con los de noviembre de 2004 se observa un avance del Índice en todos los grupos

ESQUEMA 1
RELACIÓN ENTRE LAS EXPECTATIVAS SOBRE ECONOMÍA FAMILIAR Y GENERAL. FEBRERO 2005
(En porcentaje)



CUADRO 5
RENTA, EDAD Y SENTIMIENTO ECONÓMICO

RENTAS	FEBRERO 2005	NOVIEMBRE 2004	JUNIO 2004	EDAD	FEBRERO 2005	NOVIEMBRE 2004	JUNIO 2004
Bajas	54	67	74	18/34 años.....	95	93	100
Medias.....	84	80	90	35/54 años.....	82	78	86
Altas	90	85	100	55/+ años.....	75	69	83
ISC	85	80	90	ISC.....	85	80	90

de edad. El ISC retrocede entre los individuos de rentas bajas, pero mejora entre los grupos de rentas medias y altas. Desde junio de 2004 el grupo de menores ingresos ha ido perdiendo confianza en la economía y valora peor su situación.

7. EL SENTIMIENTO ECONÓMICO EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

El sentimiento económico de los españoles difiere según la comunidad donde residen. En el gráfico 7 aparecen los valores del ISC en las seis comunidades de mayor población.

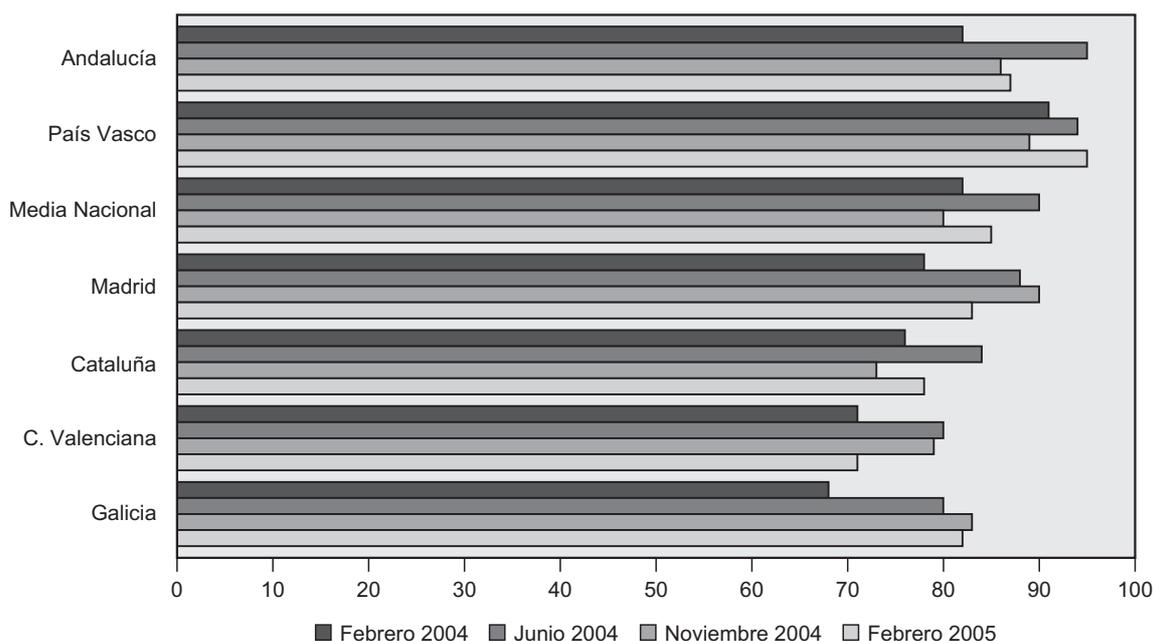
En febrero de 2005, los vascos, ISC 95, muestran la mejor opinión sobre la evolución económi-

ca con una ganancia de cinco puntos sobre el anterior sondeo. La Comunidad Valenciana, ISC 71, es la relativamente más pesimista. Desde el sondeo de febrero de 2004 al de febrero de 2005, cinco de las comunidades con mayor población han aumentado su ISC. Sólo la Comunidad Valenciana mantiene el mismo valor de su ISC. Las mayores ganancias corresponden a Madrid y Andalucía (gráfico 7).

8. LOS PROBLEMAS ECONÓMICOS DE LOS ESPAÑOLES

En el cuadro 2 los españoles exponen los problemas que consideran más importantes en España y para su vida diaria. Los resultados se obtie-

GRÁFICO 7
EL ISC EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS, FEBRERO 2005



CUADRO 6
EXPECTATIVAS DE PARO

	AÑO 2005		AÑO 2004		AÑO 2003		
	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero
Aumentará	38	46	31	44	42	38	56
Estable	46	42	49	40	40	40	35
Disminuirá	16	12	20	16	18	22	9
Total	100						

nen de dos preguntas (3) con un máximo de tres respuestas.

La preocupación por el empleo es importante en todos los sondeos del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas); aunque en el de diciembre de 2004 el terrorismo ha desalojado al paro del primer puesto.

En los puestos inmediatos por su relevancia social aparecen la inmigración, la inseguridad ciudadana y la vivienda. Los problemas económicos en general y los políticos ocupan puestos relativamente bajos. En una lectura atenta de los datos sorprende la escasa importancia que el público concede a los recursos económicos para impulsar las políticas de bienestar o de seguridad. No alcanza el 1 por 100 de los entrevistados a quienes preocupe la cobertura de los servicios públicos. Y esta es una cuestión estrechamente relacionada con todo tipo de políticas. ¿Faltan los debates donde se exponga claramente esta relación?

9. PARO

En febrero de 2005, las expectativas sobre el paro, el mayor problema después del terrorismo, son mejores que las del sondeo de noviembre del 2004. Un 38 por 100 de los entrevistados dice que el paro aumentará en los próximos meses y un 16 por 100 que bajará. La mayoría, 46 por 100, cree que se mantendrá bastante estable (cuadro 6).

CUADRO 7
TENDENCIA DE LOS PRECIOS EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES

	FEBRERO	NOVIEMBRE	JUNIO
	2005	2004	2004
Subir más rápido	10	10	8
Subir al mismo ritmo	52	47	37
Tasa menor	38	43	55
Total	100	100	100

10. INFLACIÓN

Las expectativas de inflación son bastante favorables y están lejos de manifestar un futuro alarmante.

Las previsiones más extendidas señalan que las tasas de inflación mantendrán el nivel de los meses anteriores y sólo un 10 por 100 prevé una aceleración de los precios en los próximos doce meses (cuadro 7).

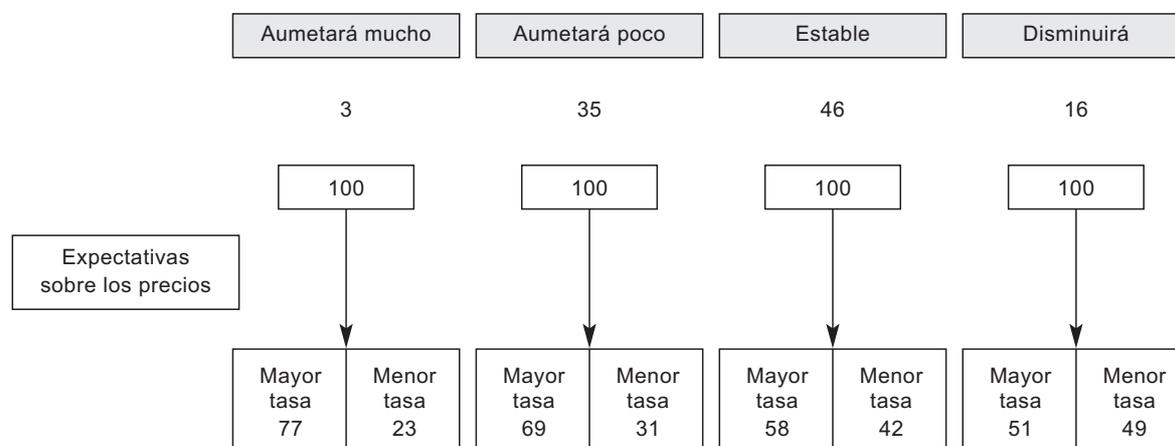
Al cruzar la experiencia reciente de los consumidores con sus previsiones para los próximos meses del año 2005 se obtiene la opinión sobre el ritmo de la inflación al comienzo del año 2005 (cuadro 8).

La mayoría, 82 por 100, cree que los precios aumentaron en los meses precedentes. El dato positivo es que sólo un 9 por 100 espera una aceleración de la inflación. El grupo más amplio, 44 por 100, está formado por los individuos que esperan que la

CUADRO 8
LA EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN ENTRE EL AÑO 2004 Y 2005

EXPERIENCIA RECIENTE	AUMENTARÁ LA TASA DE INFLACIÓN	SUBIRÁN A UNA TASA SIMILAR	MENOR TASA, NO AUMENTARÁ EN ABSOLUTO	SUMA
Aumentó mucho y bastante	9	44	29	82
Subieron poco	1	8	7	16
No subieron o bajaron	—	—	2	2
Suma	10	52	38	100

ESQUEMA 2
RELACIÓN ENTRE LAS EXPECTATIVAS SOBRE EL PARO Y LOS PRECIOS: 2004 Y 2005
 (En porcentaje)



inflación se mantenga en las tasas de los últimos meses e, incluso, un importante grupo, 29 por 100, espera un descenso. Los consumidores no temen una aceleración del proceso de inflación sufrido en otros períodos.

11. PARO E INFLACIÓN

En el esquema 2 se combinan las expectativas de paro e inflación para los próximos meses. La evolución de las dos macromagnitudes son, pro-

bablemente, las más visibles y de mayores efectos inmediatos sobre la opinión pública.

Se comprueba la presencia de un grado de optimismo bastante alto sobre la evolución del paro. Un 62 por 100 cree que se mantendrá estable o disminuirá.

El escenario de los precios es bastante más pesimista. Incluso en el grupo más optimista sobre el paro, 16 por 100, su respuesta sobre la evolución de los precios muestra un equilibrio entre quienes prevén un aumento y una reducción de la tasa de inflación.

CUADRO 9
EL AHORRO FAMILIAR
 (En porcentaje)

ES RAZONABLE	POSIBILIDAD DE AHORRAR (EN PORCENTAJE)		
	Sí	No	Suma
Sí.....	24	12	36
No.....	13	51	64
Suma.....	37	63	100

12. AHORRO Y SITUACIÓN DEL HOGAR

La mayoría, 63 por 100, de los entrevistados cree que no podrá ahorrar (cuadro 9) e, incluso, un 51 por 100 no lo considera razonable (4). Las diferencias con los resultados de noviembre de 2004 son poco significativas.

CUADRO 10
AHORRO Y EXPECTATIVAS ECONÓMICAS DE LA FAMILIA

SITUACIÓN EN EL HOGAR	EXPECTATIVAS DE LA ECONOMÍA FAMILIAR FEBRERO 2005			
	MEJOR	ESTABLE	PEOR	TOTAL
Pueden ahorrar (37 por 100).....	27	65	8	100
Llegan a fin de mes (58 por 100).....	12	67	21	100
Desahorran, endeudan (5 por 100).....	—	60	40	100

Las previsiones sobre el ahorro y la confianza sobre la economía familiar se relacionan, como era de esperar. La posibilidad de ahorrar genera confianza personal y aumenta el optimismo del individuo (cuadro 10). El grupo más amplio, 58 por 100, no ahorra y gasta todos sus ingresos. Las expectativas pesimistas de este grupo, 21 por 100, superan en nueve puntos a las optimistas. Sin embargo, entre quienes pueden ahorrar, 37 por 100, las previsiones positivas son muy superiores a las negativas.

Esta relación entre ahorro y expectativas familiares reproduce la relación observada en los anteriores sondeos. El ahorro parece representar un factor importante para el grado de optimismo económico de los hogares.

NOTAS

- (1) Ver Barómetro del mes de diciembre 2004 del CIS.
- (2) Ver *Cuadernos de Información Económica*, núm. 181, 2004, pág. 136.
- (3) Barómetro de diciembre, 2004, núm. 2584 del CIS.
- (4) Ver *Cuadernos de Información Económica*, núm. 181, julio/agosto 2004, pág. 138, alguna consideración sobre la dificultad de interpretar el concepto de ahorro familiar.

BIBLIOGRAFÍA

El Grupo Gallup realizó el trabajo de campo para FUNCAS en la primera y segunda semana de enero de 2005. Universo: la población mayor de 18 años con selección de individuos mediante cuotas de edad y sexo. Selección de viviendas mediante método de secciones censales. Muestra 2.000 entrevistas.

Se han utilizado los datos marginales del Barómetro de diciembre 2004 y expectativas 2005. Estudio núm. 2584 del CIS.