

## MARZO 1993: EL DESANIMO DE LOS CONSUMIDORES

---

*Francisco Alvira Martín*

*José García López*

### I. INTRODUCCION.

**E**l pasado año 1992 se cerraba con preocupación en Europa. Cada sucesivo sondeo económico a los ciudadanos comunitarios profundizaba más en la expresión cuantificada de unos índices que señalaban un estado de ánimo pesimista. Los medios de comunicación inventaron y rápidamente difundieron una palabra para expresar con acierto esta situación: "el europesimismo" de los ciudadanos de la C.E. La caída de la confianza de los consumidores en su economía y en los proyectos de sus líderes políticos entre el año 1986 y los primeros meses del año 1990 ha sido muy importante. Podría calificarse de espectacular. La primera de las fechas citadas se identifica con el anuncio de las mejores expectativas para los países recién incorporados a la C.E.: Grecia, Portugal y España. En la segunda, los problemas y las contradicciones de la nueva Europea han quedado crudamente al descubierto. Cambios políticos apenas previsibles han tenido lugar a gran velocidad y las seguridades económicas han dejado paso a la incertidumbre para una notable mayoría de los europeos. Es posible elaborar un indicador para describir ese cambio de ánimo entre los consumidores tomando sus índices de confianza en 1986 y 1993. Desde 1986 a 1989, el I.S.C. medio comunitario se mantuvo alto con pequeños cambios no superiores al 16%, en los países miembros. A partir del año 1990 se ha producido una acelerada y general caída de la confianza de los consumidores comunitarios, un 166%. Los españoles no constituyen una excepción en este proceso. Por el contrario, como en tantos otros fenómenos sociales, el español medio se caracteriza por exagerar en nuestro ámbito, las actitudes y temores de los vecinos.

Así la pérdida de confianza de los consumidores españoles se enmarca en un proceso similar de la Comunidad que se acelera de mes a mes desde 1989 y el sondeo español de febrero confirma la tendencia del aumento del pesimismo.

El Índice del Sentimiento del Consumidor (I.S.C.) que, en su versión americana expresa en forma numérica la confianza del público hacia la evolución de la economía ha perdido dos puntos respecto a su valor anterior de noviembre 92. El último I.S.C., 50, vuelve a rebajar la anterior marca de incertidumbre de los españoles, desde 1976, año de comienzo de la serie en España. El ánimo preocupado de los consumidores españoles que el I.S.C. recoge y sus cifras exponen con exactitud aparece acompañado de algunas características:

- a) **No se ha detenido la caída del I.S.C.** Al pequeño retroceso, 2 puntos, de febrero 93, en relación a la fuerte caída del I.S.C. entre junio y noviembre del 92, se debe añadir como factor agravante el escaso porcentaje de los consumidores optimistas después de su anterior retroceso en febrero del 93. Sólo un 9% cree que su economía familiar ha mejorado y un escaso 5% que lo ha hecho la economía nacional en los últimos meses. Desde este tamaño del grupo de optimistas, muy pequeño trasvase de personas del mismo hacia los pesimistas

se puede esperar, aunque la mayoría perciba mayor deterioro de la economía y los desajustes empeoren. Si se comparan los valores del I.S.C. del año anterior, febrero 92, la pérdida anual, 33 puntos, ha recogido el mayor retroceso anual del índice. De cualquier forma que se lean los datos, la desconfianza de los consumidores se encuentra en la fase más baja de la serie y el retroceso no ha parado. La tendencia pesimista se confirma en el último sondeo.

b) **El rápido cambio de la opinión pública en un año.** El derrumbe del optimismo de los consumidores se ha producido en pocos meses. Desde junio del 92 a febrero del 93, en ocho meses, la caída del I.S.C. ha sido de 33 puntos, el cambio más rápido de la opinión pública en 16 años.

c) **La aproximación de las opiniones.** Los distintos niveles de ingresos o la distribución geográfica en distintas Comunidades Autónomas de la población condicionaban diferencias importantes en la opinión pública sobre la economía. Estas discrepancias han desaparecido o se han reducido tanto que se puede afirmar que se ha alcanzado un ánimo general, con escasas fisuras de preocupación económica en todos los ámbitos de la sociedad española.

d) **El debilitamiento de la demanda interna.** Entre junio y noviembre de 1992, el dato más relevante fue la caída de las previsiones sobre la economía familiar y nacional de los ciudadanos. También el último sondeo muestra una nota particular: el retroceso, 15 puntos de la valoración del momento de compra. El consumidor español, con muy pequeñas diferencias por ingresos personales, cree que es mal momento para comprar bienes. La demanda interior se está debilitando, según el sondeo, aunque -como más adelante señalaremos- la percepción y las expectativas de inflación hayan mejorado.

Al relacionar el I.S.C. de febrero 93 con los resultados de anteriores sondeos se observa:

#### **1. Retroceso de dos puntos del I.S.C.: acelerado proceso de desconfianza.**

El cuadro núm. 1 recoge los valores del I.S.C. y de sus componentes desde la segunda parte del año 1991. En el último año, febrero 92/febrero 93, el I.S.C. ha perdido 33 puntos, un 40% del valor que tenía a principios del año pasado, cuando la debilidad del crecimiento para el conjunto del año era denunciada, al mismo tiempo que desde los centros de estudio más rigurosos se avanzaba el final de período de mejora económica favorecida por la integración en la C.E. En este proceso, el año 1991 marca el límite de la fase expansiva del ciclo y el I.S.C. de los consumidores españoles alcanza un valor 98 en esa fecha. Desde entonces el I.S.C. ha ido retrocediendo, 46 puntos perdió durante el año 1992; 48 puntos, cuatro meses más tarde en febrero del 93.

Durante los últimos doce meses, todos los subíndices han retrocedido. La opinión pública sobre la evolución de la economía del país ha perdido un 68% y un 44% respectivamente en los índices que miden la percepción de como ha funcionado durante los últimos meses y las expectativas para los próximos. Cuando los consumidores examinan su situación personal, los retrocesos de los índices correspondientes, percepción y previsiones son bastante menores de un 22% y un 26% respectivamente. En relación a la demanda interna, la valoración del momento de compra de bienes duraderos para el hogar cae en un 54%. Las transformaciones de los datos primarios de los sondeos para elaborar los índices pueden dificultar la comprensión del desánimo económico de los españoles recogido en el último sondeo. Por esta razón se exponen a continuación exclusivamente los porcentajes de entrevistados optimistas respecto a los temas considerados en la encuesta. El resto de la población expresa una opinión desfavorable o neutra,

los datos económicos empeorarán o seguirán igual. Y este "igual", difícilmente puede valorarse de forma positiva.

CUADRO NUM. 1

INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR (I.S.C.)						
Opinión sobre la ...	Año 1993		Año 1992		Año 1991	Diferencia
	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	2ª semana	Feb. 93/92
<b>A) Situación económica del país</b>						
1. Presente respecto al pasado .....	21	32	58	66	80	-45
2. Futuro respecto al presente .....	46	35	70	82	102	-36
<b>B) Situación económica de la familia</b>						
1. Presente respecto al pasado .....	69	74	88	89	91	-20
2. Futuro respecto al presente .....	77	69	99	104	107	-27
<b>C) Valoración del momento de compra .....</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>81</b>	<b>76</b>	<b>96</b>	<b>-41</b>
<b>INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR .....</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>79</b>	<b>83</b>	<b>98</b>	<b>-33</b>

TAMAÑO DE LOS GRUPOS OPTIMISTAS

<b>A) ASPECTOS DE LA ECONOMIA QUE EMPEORAN EN EL SONDEO FEBRERO 93</b>		
<b>1. Situación económica familiar</b>		
Ha mejorado .....		9
Mejorará .....		11
<b>2. Situación económica país</b>		
Ha mejorado .....		5
Mejorará .....		11
<b>3. El paro</b>		
Disminuirá .....		4
<b>4. Demanda: consumo familiar</b>		
Es buen momento de compra .....		6
Comprará más .....		7
<b>B) ASPECTOS DE LA ECONOMIA QUE MEJORAN EN EL SONDEO FEBRERO 93</b>		
<b>5. Ahorrará .....</b>		<b>33</b>
<b>6. Los precios</b>		
Han aumentado poco .....		47
Aumentarán poco .....		54

De los seis aspectos de la economía sobre los que han contestado los españoles, destacan los porcentajes reducidos de respuestas positivas en cuatro de ellos: la profunda preocupación por el paro, la conciencia generalizada de que existen serios problemas en la economía del país que se han trasladado a las economías domésticas y, por último, a pesar de una relativa contención de las tasas de inflación, el consumidor espera reducir su demanda de bienes duraderos. Por el contrario, la proporción de los que piensan ahorrar aumenta ligeramente. Los malos tiempos aconsejan disponer de alguna reserva, o, al menos, el público considera racional ese modelo de comportamiento. En último lugar, prácticamente la mitad de la población, -una proporción muy superior a la de anteriores sondeos- observa unos resultados positivos de la inflación. No es lugar de explicar ni el diferente ritmo de aumento de los precios en los servicios

y en los productos industriales y sólo señalar que la debilidad de la demanda interna, revelada en la propia encuesta, introduce un elemento importante en la contención de los precios. Es posible que los precios de los productos finales no suban, aunque los costes de sus *input* y los impuestos indirectos aumenten porque la demanda final se reduce. Muchos comerciantes venden al precio que pueden hacerlo.

## **2. Caída de la demanda.**

Entre febrero del 93 y noviembre del 92, los componentes del I.S.C. muestran un comportamiento diferente. La experiencia reciente de los consumidores ha evolucionado desfavorablemente. En los últimos cuatro meses se ha extendido el sentimiento de que la economía del país y la familiar continúan perdiendo empuje. Por el contrario, las expectativas mejoran algunos puntos (ver cuadro núm. 1). El dato más interesante del último sondeo es la caída de 15 puntos en la valoración del momento para comprar bienes duraderos en sólo cuatro meses. El valor, 35, de este subíndice es el mínimo de la serie que comienza con un valor 81 en febrero de 1977 y presenta dos mínimos en junio de 1981 y junio de 1983 con un valor de 44. El índice sobre valoración del momento de compra no superó la cota 50 hasta 1985. A partir de ese año y, simultáneamente al crecimiento de la renta per cápita del español, este subíndice que adelanta la tendencia de la demanda de consumo aumenta hasta 96 en la segunda parte de 1991. La caída muy importante entre junio y noviembre de 1992, se repite en los últimos cuatro meses. Es el subíndice del I.S.C. con mayor retroceso entre noviembre del 92 y febrero del 93 y parece responder a una actitud coherente de los consumidores españoles. Si la experiencia reciente y las expectativas económicas son malas, y se prevé aumento del paro, reducir la demanda de bienes no imprescindibles es su consecuencia.

## **3. Las diferencias de opinión desaparecen.**

Las encuestas sobre cuestiones económicas muestran diferencias importantes de opinión entre los grupos de mayores y menores ingresos, que son especialmente elevadas cuando se trata de apreciar las posibilidades de compra. En febrero del 92 las diferencias entre el I.S.C. del grupo de mayores ingresos y el de menores ingresos era de 20 puntos, un año más tarde se reduce a sólo 6 puntos. La valoración del momento de compra de bienes duraderos era de 16 puntos en febrero del 92 y sólo 3 puntos en el 93. La pérdida de confianza ha sido relativamente mayor en el grupo de mayores rentas que en el de más bajos ingresos. En febrero de 1993, la incertidumbre se diferencia poco de los distintos grupos de consumidores. Hay un consenso general de temor ante el futuro económico.

## **4. El desánimo, un problema europeo.**

En la introducción de este trabajo se subrayaba la coincidencia de la opinión de los ciudadanos comunitarios. Las preocupaciones comunes superan con mucho las particularidades de las opiniones públicas en cada país.

Contando con datos de encuesta homogéneas se ha podido elaborar el siguiente cuadro núm. 2 que recoge el índice I.C.E. (índice de cambio estructural) para medir la variación de la confianza de los consumidores entre 1986, año de crecimiento y expansión económica y la del último sondeo. España se sitúa en una posición media, incluida más por el valor relativamente positivo en 1986 de su confianza. En Alemania y Holanda se ha producido un cambio radical en el ánimo de sus ciudadanos. En países como Grecia e Irlanda el cambio ha sido pequeño porque, incluso en 1986, su índice de confianza era bastante desfavorable; pero la característica común

a todos los países comunitarios ha sido la evolución desfavorable de la opinión de sus consumidores. El retroceso progresivo de la confianza se observa durante los últimos meses y este fenómeno persiste en el último sondeo. Siete puntos pierde Alemania, catorce Holanda, Reino Unido e Italia en ocho meses. España no parece querer perder el peculiar extremismo de sus manifestaciones y su índice cae 24 puntos.

CUADRO NUM. 2

TRANSFORMACION DE LA OPINION DE LOS CONSUMIDORES COMUNITARIOS	
	1986/1993
	I.C.E.
Media C.E. ....	667
Holanda .....	1.888
Alemania .....	1.250
Reino Unido .....	1.000
España .....	750
Italia .....	750
Portugal .....	529
Dinamarca .....	455
Francia .....	278
Grecia .....	269
Irlanda .....	200
Bélgica .....	30

## II. TIPOS DE OPINION ECONOMICA Y SU EVOLUCION.

### 1. La economía nacional.

Al cruzar las respuestas de los consumidores españoles referidas a su opinión sobre el funcionamiento de la economía nacional en los últimos doce meses con las previsiones de los mismos individuos para el próximo año se obtienen nueve grupos distintos de opinión entre los que es posible distribuir las respuestas a las preguntas sobre la evolución de la economía nacional.

CUADRO Nº 3

LA ECONOMIA ESPAÑOLA: TIPOS DE OPINION								
Percepción de la economía actual respecto a la situación anterior								
Expectativas para los próximos meses	MEJOR		IGUAL		PEOR		TOTAL	
	Año 93	Año 92	Año 93	Año 92	Año 93	Año 92	Año 93	Año 93
	Feb.	Feb.	Feb.	Nov.	Feb.	Nov.	Feb.	Nov.
Mejorará .....	2	3	2	2	8	4	12	9
Seguirá igual .....	1	2	6	6	15	9	22	17
Empeorará .....	2	3	3	6	61	65	66	74
<b>TOTAL .....</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>84</b>	<b>78</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Según la orientación de las respuestas resumidas en el cuadro núm. 3, los nueve grupos se pueden reducir a tres tipos básicos: optimistas, personas que perciben un estancamiento de las magnitudes económicas y los pesimistas.

**Primer grupo: Los optimistas.** En este grupo se encuentran los individuos que creen que "en relación a los últimos doce meses la economía española ha mejorado y en los próximos meses mejorará aún más", 2%; quienes creen que ha ido "a mejor y seguirá igual", 1%; el grupo de "es igual y mejorará", 2%, y, por último, es "peor pero mejorará", 8%. En febrero de 1993 los optimistas respecto a la economía nacional alcanzaban un 13%. En noviembre de 1992 la proporción era, incluso, algo menor, un 11% y ocho meses antes, junio 92, los optimistas alcanzaban un 24%.

**Segundo grupo:** Los consumidores de este grupo expresan un sentimiento de "estancamiento" en la economía nacional. Las cosas cambian poco. En febrero del 93 los resultados, 6%, repiten los de junio del 92 frente a un 13% de junio del 92.

**Tercer grupo: Los pesimistas.** En este grupo se sitúan los que opinan que la "situación económica nacional ha empeorado en los últimos doce meses y lo seguirá haciendo en los próximos meses", 61%. Se incluye también el grupo de quienes creen que la "economía nacional ha sido mejor y empeorará", 2%; "es igual hoy que hace unos meses, pero empeorará", 3%, y hoy es peor que hace un año y continuará igual", 15%.

Resulta difícil mitigar el desánimo que los datos del cuadro núm. 3 expresan. Los resultados de los sondeos sucesivos de noviembre del 92 y febrero del 93 apenas difieren y una mayoría importante de la población, más de un 60%, expresa una inquietante opinión: la situación de la economía nacional es actualmente peor que hace unos meses y en el futuro inmediato será, incluso, peor que hoy. Empezar con rapidez y energía una higiénica campaña para reducir esa desconfianza es una tarea importante.

En el gráfico núm. 1, "evolución de los tipos de opinión sobre la economía española" se advierte la evolución de los tres grupos desde 1984, con una importante diferencia a favor de los pesimistas en aquél año. Al positivo cambio de las magnitudes económicas, la confianza de los consumidores responde con un rápido retroceso del grupo de los "pesimistas" salvado el tropiezo de 1990, vuelve a retroceder el pesimismo que en febrero del 93 repite la peor distribución entre los tres tipos: optimistas, pesimistas y estancamiento desde 1984. El dato relativamente más favorable sobre la economía nacional es el retroceso de ocho puntos de las expectativas pesimistas respecto al anterior sondeo. Esta mejora del panorama para los próximos doce meses en relación con los últimos hay que interpretarla -como se señalaban anteriormente- desde una opinión muy pesimista del presente.

## 2. La economía familiar.

Si se cruzan las respuestas referidas a la reciente experiencia sobre el desarrollo de la propia economía de cada entrevistado con sus previsiones personales para un horizonte temporal de doce meses, se puede establecer la distribución de las familias españolas en los nueve tipos recogidos en el cuadro núm. 4. La reducción de nueve a tres grupos: "optimistas", "sentimiento de estancamiento" y "pesimistas" responde al mismo criterio de reparto realizado con los tipos de opinión sobre la economía nacional hecha por los mismos entrevistados.

CUADRO NUM. 4

LA ECONOMIA FAMILIAR: TIPOS DE OPINION								
Percepción de la economía familiar actual respecto a la situación anterior								
	MEJOR		IGUAL		PEOR		TOTAL	
	Feb. 93	Nov. 92	Feb. 93	Nov. 92	Feb. 93	Nov. 92	Feb. 93	Nov. 92
Expectativas para los próximos meses								
Mejorará .....	4	4	5	6	4	3	13	13
Igual .....	4	4	36	26	11	7	51	37
Empeorará .....	1	12	10	15	25	23	36	50
<b>TOTAL .....</b>	<b>9</b>	<b>20</b>	<b>51</b>	<b>47</b>	<b>40</b>	<b>33</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

El grupo de optimistas respecto a la evolución de su economía familiar: "mejor-mejorará"; "mejor-igual"; "igual-mejorará" y "peor-mejor" es de un 17%.

Un 36% cree que su situación personal será aproximadamente la misma. Ni ha cambiado en los meses últimos, ni lo hará en los próximos.

Otro 47% de entrevistados pesimistas se distribuyen entre los grupos que creen que su economía "ha empeorado y empeorará más", "no ha cambiado en los últimos meses pero empeorará en los próximos", "fue mejor pero empeorará", "se ha deteriorado últimamente y seguirá igual".

Al comparar los resultados de febrero del 93 con los de noviembre del 92 no se advierten diferencias importantes. La proporción de optimistas, 17%, es la misma en ambos sondeos. Sin embargo, crece 10 puntos el porcentaje de quienes estiman un sensible estancamiento de su economía después de la rápida caída percibida entre junio y noviembre de 1992. En idéntico porcentaje, 10 puntos, se reduce el grupo integrado por quienes creen que la crisis económica les está dañando directamente.

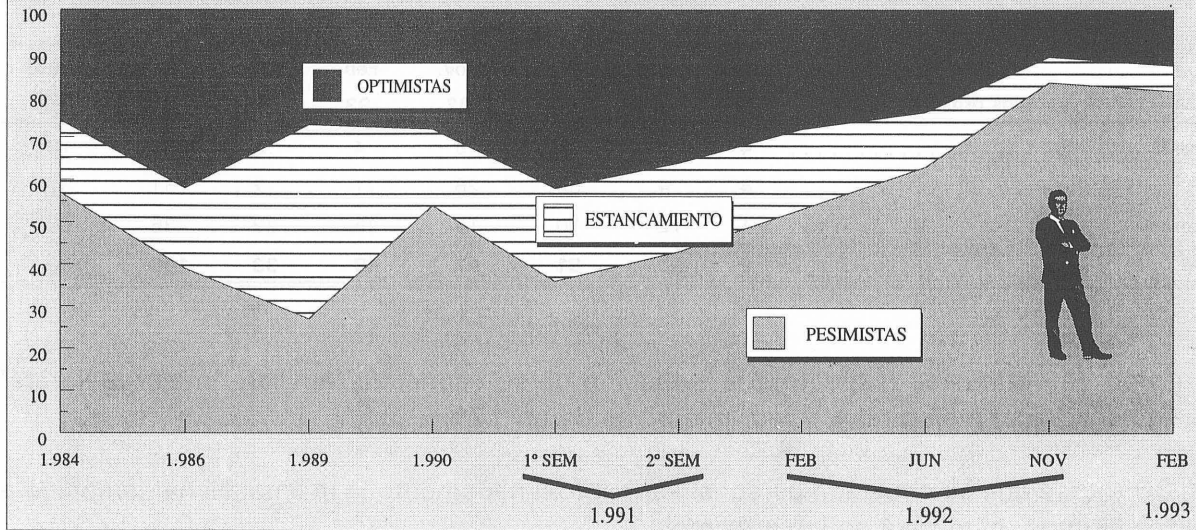
El gráfico núm. 2 expone la evolución de los tipos de opinión sobre la economía familiar desde 1984 a 1993. Entre el año 1984 y 1989 hay una disminución importante de los pesimistas y entre el año 89 y febrero del 92 ese tipo de opiniones se mantiene sin apenas cambio. La sensación económica del público durante tres años es básicamente de estancamiento. A partir de febrero del 92 y, sobre todo, entre junio y noviembre del 92, la preocupación personal de las familias sigue de cerca su sensibilidad hacia los problemas de la economía nacional.

En el informe al anterior sondeo se señalaba una idea central que transcendía a todos los datos de la encuesta: la idea de crisis se había incorporado al sentimiento económico de una cualificada mayoría de ciudadanos a quienes, en una elevada proporción, les preocupaba la extensión de los desajustes de la economía nacional hacia sus economías domésticas. El sondeo de febrero del 93 ha revalidado aquella deducción. Dos parejas de porcentajes resumen esta valoración.

Las diferencias entre los dos grupos extremos de pesimismo y optimismo son tan grandes, tanto si se refieren a la economía nacional como a la personal que no es posible dudar respecto al ánimo con que se enfrentan los españoles a los problemas económicos del resto del año.

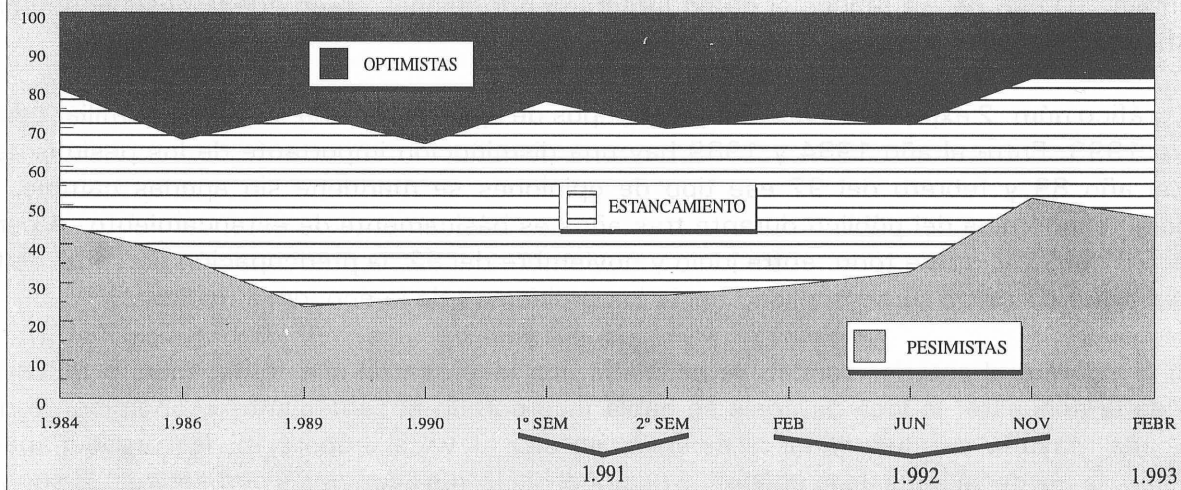
### GRAFICO NUM. 1

EVOLUCION DE LOS TIPOS DE OPINION  
SOBRE LA ECONOMIA ESPAÑOLA



### GRAFICO NUM. 2

EVOLUCION DE LOS TIPOS DE OPINION  
SOBRE LA ECONOMIA FAMILIAR





	Economía nacional		Economía familiar	
	Feb. 93	Nov. 92	Feb. 93	Nov. 92
1. Han empeorado en los últimos meses/empeorarán más . . . . .	61	65	25	23
2. Han empeorado en los últimos meses/ mejorarán aún más . . . . .	2	3	4	4

### III. SENTIMIENTO ECONOMICO Y RENTA FAMILIAR.

En el cuadro núm. 5 aparecen los valores del I.S.C. y de sus componentes según las respuestas de las familias distribuidas por sus ingresos.

CUADRO NUM. 5

I.S.C. Y RENTA FAMILIAR																
Componentes del Índice del sentimiento del consumidor	Año 1993						Año 1992						Diferencia			
	Febrero			Noviembre			Junio			Febrero			Febrero 93/92			
	Renta			Renta			Renta			Renta			Renta			
Situación econ. del país . . . . .	Bajas	Medias	Altas	Bajas	Medias	Altas	Bajas	Medias	Altas	Bajas	Medias	Altas	Bajas	Medias	Altas	
Presente/Pasado . . .	32	20	18	43	32	22	72	56	51	69	69	64	-37	-49	-46	
Futuro/Presente . . . .	49	45	48	45	33	33	80	68	66	72	84	88	-23	-39	-40	
<b>Situación econ. familiar</b>																
Presente/Pasado . . .	63	67	80	71	72	84	76	86	107	72	88	105	-9	-21	-25	
Futuro/Presente . . . .	68	75	93	73	64	80	82	99	113	80	107	117	-12	-32	-24	
Momento de compra	32	35	35	49	45	59	80	78	83	69	74	85	-37	-39	-50	
<b>Sentimiento Consumidor I.S.C. . . . .</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>49</b>	<b>56</b>	<b>78</b>	<b>77</b>	<b>84</b>	<b>72</b>	<b>84</b>	<b>92</b>	<b>-23</b>	<b>-36</b>	<b>-37</b>	

Los consumidores de ingresos bajos, medios o altos muestran parecido ánimo ante la economía. En febrero del 93, la mayor diferencia, siete puntos, no admite comparación entre la que se observaba antes de la crisis entre los I.S.C. de los diferentes estratos de renta. En noviembre del 92, la situación era la misma que en febrero del 93, general consenso sobre la situación económica entre los grupos de rentas altas medias o bajas. Un año antes, febrero del 92, la distancia entre el I.S.C. de las rentas altas y el de las rentas bajas fue de 20 puntos.

Dos observaciones importantes respecto a los resultados del sondeo de febrero del 93. La primera se refiere a la valoración del momento de compra, valioso indicador sobre las posibilidades de demanda interior de bienes de consumo duraderos. Ya se ha señalado su importante reducción de 15 puntos durante los últimos cuatro meses. Este retroceso ha sido general entre todos los consumidores cualquiera que sea su nivel de renta. Un subíndice del momento de compra más alto de los consumidores de mayor capacidad económica ha sido la norma de los sondeos durante los últimos dieciséis años. En febrero de 1993 se ha roto aquella pauta y se observa idéntica valoración en los tres grupos de entrevistados. Una consecuencia

directa de esta situación es que el retroceso de éste indicador de la demanda ha sido de 50, 39 y 37 puntos en los grupos de rentas altas, medias y bajas respectivamente. El retroceso del indicador de grupos de mayores ingresos supone que quienes tienen mayores probabilidades de comprar bienes duraderos porque disponen de dinero, prevén limitar considerablemente su demanda.

El sentimiento de que la economía del país ha evolucionado desfavorablemente es también más alto en el grupo de mayor renta.

Al observar el cambio en la economía familiar, los entrevistados siguen la norma habitual. Los más ricos muestran un sentimiento relativamente más positivo. A medida que las rentas son menores, peor es la valoración de la marcha de la economía familiar. Sin embargo, entre febrero del 92 y febrero del 93, las diferencias se han reducido (ver cuadro núm. 5).

#### IV. SENTIMIENTO ECONOMICO Y COMUNIDADES AUTONOMAS.

En el cuadro núm. 6 se recogen los valores del I.S.C. y de sus componentes de los años 1991, 1992 y los del primer sondeo de febrero del 93 correspondiente a las seis Comunidades Autónomas de mayor población.

CUADRO NUM. 6

INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LAS COMUNIDADES AUTONOMAS							
	Año 1993		Año 1992		Año 1991		I.S.C.
	Febrero	Nov.	Junio	Febrero	2ª. sem.	1ª. sem.	1993
ESPAÑA .....	50	52	79	83	98	99	-3
Andalucía .....	52	57	88	85	95	106	-3
Cataluña .....	57	59	81	86	85	97	-21
Galicia .....	57	55	81	86	91	95	-21
Madrid .....	55	58	84	84	87	97	-21
País Vasco .....	38	49	70	65	86	91	-41
Valencia .....	51	58	77	88	94	96	-30

El comportamiento del I.S.C. de las seis comunidades estudiadas no difiere del nacional. Hay una caída general de la confianza de los consumidores en las seis comunidades y destaca el retroceso del País Vasco con un 58% de su valor respecto al de finales de 1991. El cambio más pequeño de confianza se produce en Galicia y Cataluña.

Durante el año 1992, el País Vasco muestra el peor I.S.C. y en febrero del 93 repite ese puesto, con el mayor retroceso 11 puntos entre las seis comunidades. Galicia es la única comunidad de las seis que mejora dos puntos su I.S.C. en los últimos cuatro meses.

El esquema núm. 1 ordena de mejor a peor las seis comunidades estudiadas en cada uno de los subíndices del I.S.C. que configuran la opinión de sus habitantes sobre la economía nacional y la de sus familiares. Parece conveniente señalar que la opinión sobre la economía nacional está estrechamente relacionada con la que los entrevistados tienen sobre la de su comunidad. El

ambiente que perciben es el de su comunidad y, en todo caso, esa opinión la trascienden a toda España.

ESQUEMA NUM. 1

ORDENACION DE LAS COMUNIDADES AUTONOMAS					
Economía Nacional		Economía familiar		Momento de compra	Retroceso I.S.C.
Andalucía	Cataluña	Galicia	Madrid	Galicia	Galicia
Galicia	Valencia	Madrid	Valencia	Madrid	Cataluña
Cataluña	Andalucía	Cataluña	Cataluña	Andalucía	Madrid
Valencia	Madrid	Andalucía	Galicia	Cataluña	Valencia
Madrid	Galicia	Valencia	Andalucía	Valencia	Andalucía
País Vasco	País Vasco	País Vasco	País Vasco	País Vasco	País Vasco

Las comunidades incluidas en la zona sombreada del esquema tienen unos valores de los subíndices correspondientes inferiores a los valores medios nacionales. En febrero del 93, el País Vasco destaca por su sentimiento negativo que, además, repite su situación relativa de noviembre del 92. Andalucía ocupa una posición relativamente peor en los subíndices relacionados con una valoración personal de la marcha de la economía. Cataluña y Galicia ofrecen un resultado relativamente más optimista que el resto de las comunidades analizadas. Es probable que se hayan incorporado las expectativas del año jacobeo al sentimiento económico de esta comunidad, de forma parecida a la influencia de la Expo 92 sobre Andalucía en anteriores sondeos.

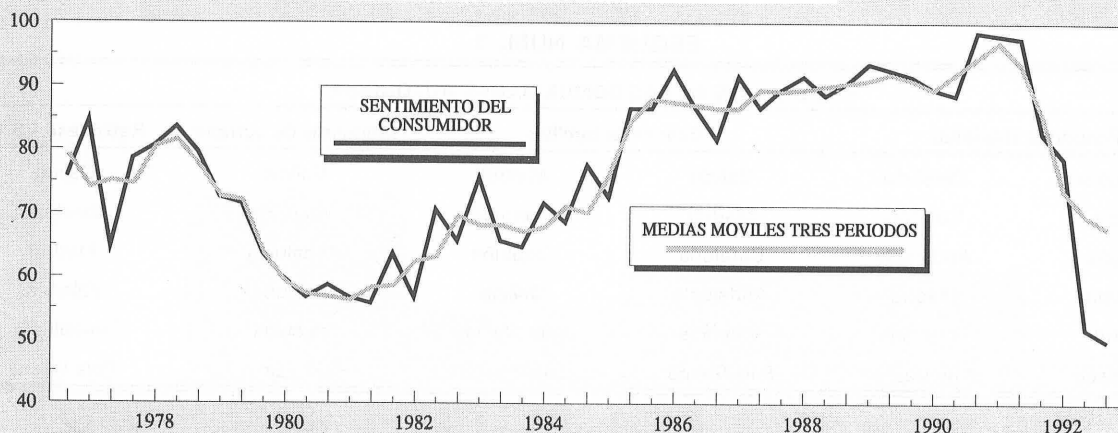
## V. EVOLUCION DEL I.S.C.: 1977-1993.

Los gráficos números 3 a 6 ofrecen la evolución de la confianza económica de los españoles desde el año 1977, medida mediante los valores del I.S.C. y de sus cinco componentes. Los resultados del último sondeo de febrero del 93 confirman el retroceso iniciado por el índice en febrero del 92.

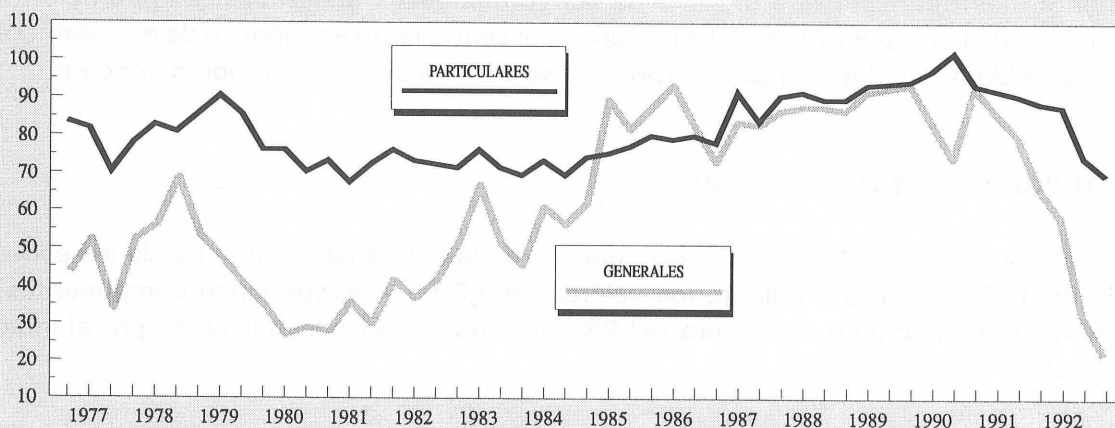
Desde noviembre de 1981 el I.S.C. había evolucionado favorablemente hasta febrero de 1992. Durante este largo período el aumento de la confianza de los consumidores españoles sobrepasa un 77% de su valor, 56 del 81. A esto mismo se había llegado después de un continuado retroceso de los años 1979, 1980 y primeros sondeos del 81. Al observar las medias móviles del I.S.C. 1977-1993, se descubren cuatro períodos. En el primero, comprendido entre 1977 y 1978, los valores se mantienen relativamente altos. Razones políticas: primer gobierno de la democracia, Pactos de la Moncloa, consenso constitucional... influyen en la apreciación de la situación estrictamente económica. El ánimo de los españoles es bueno por unas expectativas altas tanto generales como particulares. Los subíndices que la cuantifican se sitúan en torno a 90.

A partir del año 1979 se inicia un retroceso notable del I.S.C. La segunda crisis del petróleo enmarca los problemas de la economía nacional y se produce la caída del I.S.C. hasta un valor mínimo a finales de 1981. Al observar el comportamiento de los subíndices se comprueba un notable distanciamiento de la opinión sobre la evolución de la economía nacional y la opinión respecto a la economía familiar. En noviembre de 1978, el subíndice de las expectativas nacionales y familiares coincidía con un valor 97. Tres años más tarde las expectativas sobre la economía del país retrocedían 44 puntos y 20 puntos, menos de la mitad, las previsiones

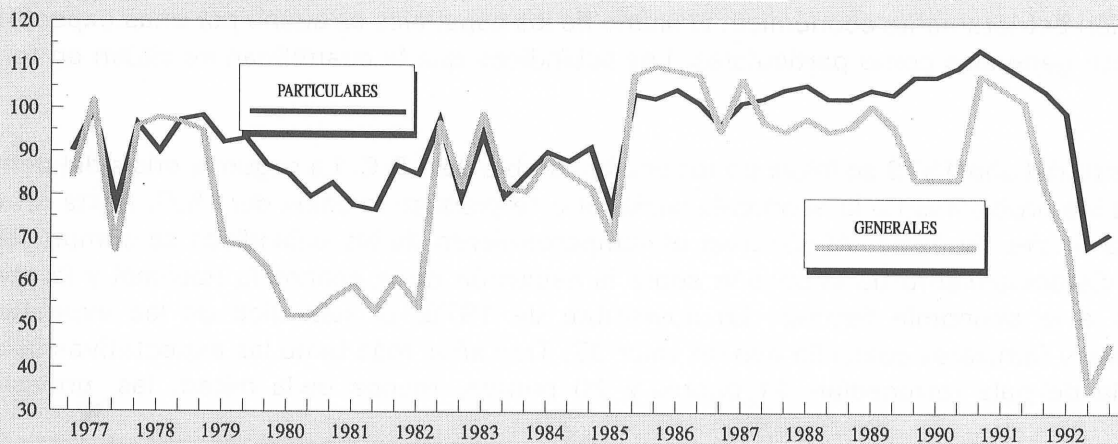
**GRAFICO NUM. 3**  
**INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR**  
 (1977-1992)



**GRAFICO NUM. 4**  
**EXPERIENCIA RECIENTE**  
 (1977-1992)

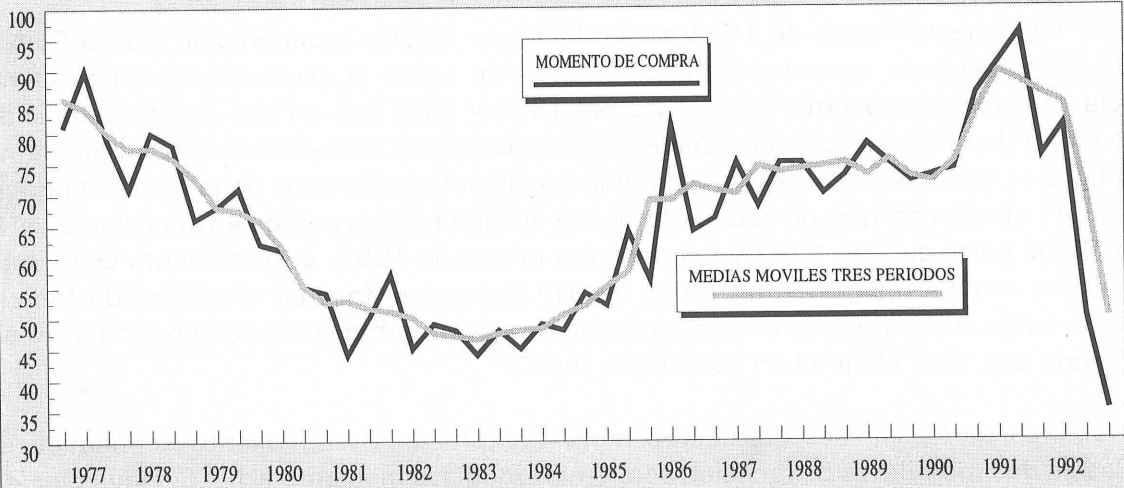


**GRAFICO NUM. 5**  
**EVOLUCION DE LAS EXPECTATIVAS**  
 (1977-1992)



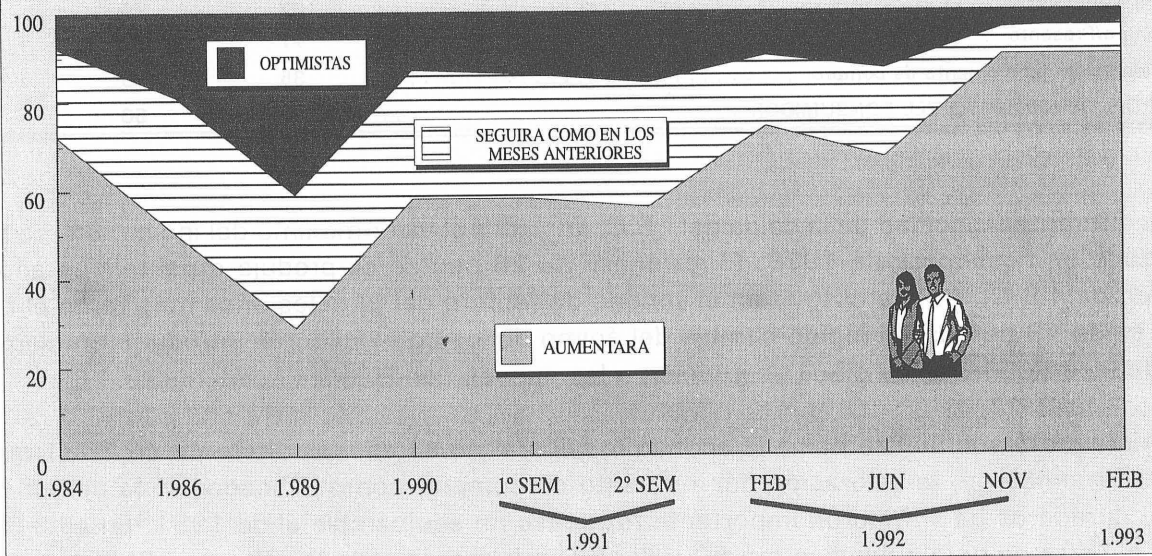
### GRAFICO NUM. 6

MOMENTO DE COMPRA  
(1977-1992)



### GRAFICO NUM. 7

EL PARO PRIMER PROBLEMA DE LA ECONOMIA ESPAÑOLA



familiares. En resumen, esta fase de retroceso del ciclo del ánimo económico de los españoles entre 1977 y 1981, se apoya fundamentalmente en la desconfianza creciente hacia la evolución de la economía nacional; pero la desconfianza por la propia economía doméstica es pequeña.

Desde 1982 hasta finales de 1991 se produce una notable recuperación del I.S.C. A partir de 1984 los subíndices correspondientes a la opinión sobre la economía nacional apenas se diferencia de los de la economía familiar y entre 1985 y 1991 con un alto grado de coincidencia con el período de recuperación económica y de los beneficios inmediatos de la integración en la C.E., el I.S.C. y sus cinco subíndices se sitúan en las cotas más altas de la serie. El período de 1985 a 1991 ofrece una fase de expansión que la opinión pública recoge en los valores del I.S.C. Entre la última parte del año 1991 y los primeros meses de 1992, el sentimiento económico de los españoles cambia radicalmente. Se ha abierto una nueva fase en el sondeo de febrero del 92 con una caída profunda de la confianza de los españoles sobre el funcionamiento de la economía señalada con toda claridad en Noviembre de 92.

Los valores de los índices del cuadro núm. 7 expresan el sentimiento económico de los españoles en dos momentos de recesión económica medidas mediante el I.S.C. Hay coincidencia entre ambos momentos y también diferencias subjetivas importantes.

CUADRO NUM. 7

DOS SONDEOS DE DESANIMO

OPINION SOBRE LA		Año 1993	Año 1991	Diferencia
		Febrero (a)	Noviembre (b)	(c = a-b)
<b>A) Situación económica del país</b>				
1.	Presente/Pasado	21	29	-8
2.	Futuro/Presente	46	53	-7
<b>B) Situación económica familiar</b>				
3.	Presente/Pasado	69	72	-3
4.	Futuro/Presente	77	77	-
<b>C) Valoración del momento de compra</b>				
		35	50	-15
<b>INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR</b>		50	56	-6

La diferente velocidad de la caída del I.S.C. En 1981 el valor máximo del índice, 84, se había alcanzado en noviembre de 1978. El retroceso de 28 puntos se produjo durante tres años. El máximo del I.S.C., 99, se obtuvo en el sondeo de febrero del 91. Dos años más tarde el I.S.C. había caído 49 puntos. El rápido cambio del ánimo de los consumidores introduce un elemento más de incertidumbre, de difícil aceptación a las nuevas condiciones económicas.

La mayor desconfianza hacia la economía general no es apenas diferente en 1981 que en 1993. Sin embargo, la valoración del momento de compra, como indicador de la demanda de bienes duraderos ha sufrido un importante retroceso no equiparable al de 1981. En esta última fecha el valor de este subíndice era 50 y llegó al mínimo de toda la serie en 1983 con 44. La apreciación de los consumidores españoles en febrero del 93, con un valor de 35 es el mínimo absoluto desde el comienzo de la serie.

Caída más rápida de la confianza en la economía, una peor valoración del momento de compra y una evolución algo peor de la opinión sobre la economía general son las tres notas diferenciado-

ras de 1993 con la situación de 1981. Sin embargo, los valores de los subíndices sobre la economía familiar apenas se diferencian.

## VI. LOS PROBLEMAS DE LA ECONOMIA ESPAÑOLA.

### 1. Paro.

Un 90% de los españoles prevé un aumento del paro en los doce próximos meses. Este dato del sondeo de febrero del 93 coincide exactamente con el obtenido en noviembre del 92. Un reducido 4% cree que el paro se reducirá y un 6% que la situación continuará igual. Parece bastante razonable valorar desfavorablemente este último porcentaje a favor de un estancamiento de las cifras de paro, si se consideran las altas cifras de desempleo y el aumento de unas malas previsiones de la opinión pública desde junio del 92 (ver gráfico núm. 7).

La sensibilidad de los españoles hacia este problema es muy alta. Para la mayoría se considera el primer problema social del país y las expectativas recogidas por la encuesta dejan pocas dudas al desánimo existente. Por otra parte, los datos últimos de la Encuesta de Población Activa que eleva la tasa de paro al 20,1% de la población activa o las cifras del INEM que lo sitúan en el 16,5% refuerzan el desánimo ante la gravedad del problema. La realización de las conocidas "chapuzas" por un sector más o menos amplio de este colectivo de parados oficiales; la existencia de un trabajo "negro" en muchos sectores productivos; la protección familiar a sus miembros desocupados e, incluso, la existencia de una economía difusa en parte agrícola, industrial y de servicios en amplias zonas rurales puede paliar el problema social por el paro denunciado en las cifras estadísticas y apreciado en las encuestas de los españoles. En todo caso, la situación actual, las previsiones de un corto crecimiento económico expuestas en la misma encuesta y el retroceso de la demanda interna de las familias apoyan el alto porcentaje de previsiones de un paro creciente y su apreciación popular como primer problema.

El desempleo no ha preocupado por igual a toda la población. Tradicionalmente se ha concentrado en unos segmentos de población: jóvenes en busca de primer empleo, mujeres, grupos con menores cualificaciones o educación profesional, y, en consecuencia el temor a la pérdida de trabajo, la percepción de paro entre conocidos y las expectativas desfavorables iban unidas a estos grupos con mayores probabilidades de estar en paro. Desde la última encuesta, febrero del 93, no parece posible mantener la norma anterior porque prácticamente no hay diferencias entre las previsiones de paro por categorías de ingresos. Un 71% de los consumidores de mayores ingresos prevén mayor paro en los próximos meses. Un 66% de los de ingresos medios y un 68% de los de ingresos bajos. El consenso es completo.

### 2. Inflación.

Durante los últimos sondeos, el aumento de los precios ha preocupado poco a los consumidores españoles. La inflación de dos dígitos desaparece a partir de 1985, e incluso las diferencias con la C.E. no alcanza las tasas acostumbradas. Para la mayoría de las familias con el trabajador principal ocupado, la indiciación e, incluso, la revalorización de sus ingresos por encima de la tasa de inflación ha supuesto una ganancia de capacidad de compra desde 1981 a 1991, al mismo tiempo, las prestaciones sociales para las familias han aumentado un 55% en pesetas constantes, mientras que los sueldos y salarios lo hacían en un 37%; el consumo privado aumentaba un 41% y el ahorro familiar bruto sólo un 24%. En un próximo trabajo de los autores se intentará demostrar el importante aumento de la progresividad del sistema tributario, entre

otras razones, por la falta de adecuación de las tarifas progresivas del IRPF a la inflación entre 1981 y 1991, de tal modo que el fuerte aumento de la presión fiscal ha incidido fuertemente sobre un segmento reducido de la población: asalariados con más de 2.500.000 de base imponible en 1990. La mayoría de la población ocupada con bases declaradas inferiores a la citada y, por diferentes motivos, ha percibido una mejora de su economía familiar en los últimos años a pesar de la inflación: reducción presión fiscal directa, más prestaciones sociales, indiciación de los salarios. Factores positivos que impulsaron el aumento del consumo privado, 41%, por encima del ahorro. De los factores negativos que marcaron el proceso: déficit fiscal y comercial, falta de ahorro interior para invertir y escasa generación de empleo, el público observa con creciente preocupación el aumento del paro y la inflación pasa a ocupar un segundo plano con escasa relación con el problema número uno desde la observación personal del ciudadano.

CUADRO NUM. 8

	OPINION EN LAS COMUNIDADES AUTONOMAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS											
	Experiencia reciente						Expectativas de inflación					
	Año 93 Feb.	Año 92 Nov.	Año 92 Jun.	Año 92 Feb.	Año 91	Año 90	Año 93 Feb.	Año 92 Nov.	Año 92 Jun.	Año 92 Feb.	Año 91	Año 90
España . . . . .	24	38	34	41	31	33	10	33	24	28	20	28
Andalucía . . .	28	34	39	40	34	38	24	32	27	33	30	33
Cataluña . . . .	27	38	37	45	33	35	5	31	22	30	19	31
Galicia . . . . .	24	39	37	42	31	37	16	34	22	31	23	27
Madrid . . . . .	23	37	35	42	36	37	17	35	21	31	30	29
País Vasco . .	21	32	35	28	36	38	11	43	27	17	30	33
Valencia . . . .	9	38	27	31	24	34	5	35	18	22	10	15

Para los españoles, el comportamiento de los precios en los últimos doce meses ha sido el mejor desde el comienzo de la serie. Observan un estancamiento o, al menos una desaceleración de las tasas de inflación que les lleva a prever unos próximos doce meses con una tasa de inflación muy baja.

En doce meses, las previsiones de aumento de precios se han reducido un 64%. En las seis Comunidades Autónomas, las expectativas han seguido la misma pauta. Cataluña y Valencia aparecen con las opiniones más optimistas; pero el resultado más interesante es, sin duda, esa general creencia de una inflación muy atenuada.

No quedaría completa esta observación sobre la evolución de la inflación, según la opinión pública, si esa buena noticia dejara de relacionarse con la valoración del momento de compra de bienes duraderos su demanda prevista y los tipos de opinión sobre la evolución de la economía familiar.

El mejor dato sobre previsiones de inflación índice 10, se sitúa junto a la peor valoración del momento para comprar, 35% y 36% de familias "pesimistas". En otros sondeos, los precios elevados eran uno de los motivos más frecuentes para justificar una mala valoración del momento de compra. En febrero de 1993, la reducción de la demanda se apoya más en la situación económica de las familias que en los precios.



### 3. Consumo y ahorro.

El índice sobre intención de compra, -32, es prácticamente igual al del anterior sondeo, Noviembre del 92, y junto al índice -58 (elaboración de los índices según la metodología de la C.E.) que indica la valoración del momento actual para comprar, subrayan el progresivo debilitamiento de la demanda de consumo que, en modo alguno, van acompañadas de unas mejores previsiones del ahorro familiar. Las familias no esperan cambiar consumo por ahorro, prevén simplemente que su situación económica va a ser peor; aunque la mayoría valore positivamente el ahorro.

CUADRO NUM. 9

ECONOMIA FAMILIAR E INTENCION DE COMPRA							
INTENCION DE COMPRA							
Tipos de opinion sobre la evolución de la economía familiar	Año 1993 Febrero			Tipos	Año 1992 Noviembre		
	Más	Igual	Menos		Más	Igual	Menos
Optimistas (17%) . . . . .	18	43	39	(17%)	19	45	36
Estancamiento (36%) . . . . .	6	53	41	(26%)	8	55	37
Pesimistas (47%) . . . . .	6	32	62	(57%)	7	34	59

Los porcentajes entre paréntesis corresponden a los individuos de cada grupo. La mayoría de los optimistas y de los que perciben una situación de estancamiento en su economía familiar creen que comprarán aproximadamente lo mismo que en los doce meses anteriores. El grupo de pesimistas, cerca de la mitad de las familias, esperan adquirir menos bienes que en el pasado. Los porcentajes de familias que esperan comprar más, cualquiera que sea el tipo al que respondan según la valoración de su economía es muy pequeño, un 8% en febrero del 93 y un 9% en noviembre del 92. Por el contrario, un 51% y un 49% en los mismos sondeos manifiestan que van a adquirir menos bienes duraderos.

Los datos del segundo sondeo, febrero del 93, refuerza la conclusión expuesta en diciembre del 93 respecto a una caída importante de la demanda para, al menos, la primera parte del año 1993.

En febrero del 93, un 27% de las familias dicen que han logrado ahorrar durante el año. Este porcentaje se mantiene bastante constante durante los últimos años. Al mismo tiempo, un 33% espera ahorrar en 1993, las previsiones predominantemente pesimistas parecen haber influido también en este retroceso de las previsiones de ahorro, 7 puntos. El retroceso más importante sobre las expectativas de ahorro provienen del grupo de rentas medias con 15 puntos.

### VII. EL EUROPESIMISMO.

Los resultados del último sondeo a los ciudadanos comunitarios confirman un deterioro progresivo de su confianza. Esta ha sido la norma durante todos los sondeos del año 1992 que comienza con I.C.E. medio para la C.E. de -13 y concluye con -25. Los datos del primer sondeo del año avanzan que nada ha cambiado para mejorar el sentimiento de desconfianza de los ciudadanos y éste continúa empeorando. Los medios de comunicación social han expresado este retroceso de las opiniones positivas con un término nuevo: europesimismo, que rápidamente se ha extendido, respondiendo bastante bien al ánimo de la mayoría de los ciudadanos.

CUADRO NUM. 10

AHORRO DE LAS FAMILIAS

	Febrero 93				Noviembre 92				Febrero 92			
	Rentas:				Rentas:				Rentas:			
	Media	Altas	Medias	Bajas	Media	Altas	Medias	Bajas	Media	Altas	Medias	Bajas
<b>1. Situación actual:</b>												
Ahorran . . . . .	27	48	34	14	25	53	19	7	32	53	28	12
<b>2. Expectativas:</b>												
Esperan ahorrar . . .	33	48	24	22	35	52	32	22	40	55	39	21

España, como se decía en la introducción, no ha sido una excepción en esta descripción de la opinión pública comunitaria. Al contrario, el último indicador -35, la sitúa en el grupo de cabeza por su "europesimismo". En este grupo nos acompañan países como Alemania, Portugal, Italia, Holanda, Dinamarca con pérdidas parecidas de su I.C.S. durante los últimos cuatro meses y ningún país comunitario ha mejorado en confianza en este último período.

ESQUEMA NUM. 2

EXPECTATIVAS PARA EL AÑO 1993

DIFERENCIAS DE VALOR DE LOS INIICES DE EXPECTATIVAS

AÑO 1992/FEBRERO 1993

	Expectativas	
	Familiares	Nacionales
Iguals . . . . .	Francia Irlanda Dinamarca	-
Peores . . . . .	España . . . . . -9 Portugal . . . . . -7 Reino Unido . . . . . -7 Italia . . . . . -6 <b>Media C.E . . . . . -5</b> Alemania . . . . . -5 Grecia . . . . . -4 Bélgica . . . . . -2 Holanda . . . . . -1	Alemania . . . . . -17 Reino Unido . . . . . -14 España . . . . . -13 <b>Media C.E . . . . . -11</b> Portugal . . . . . -10 Italia . . . . . -9 Dinamarca . . . . . -8 Holanda . . . . . -7 Grecia . . . . . -5 Bélgica . . . . . -5 Francia . . . . . -3 Irlanda . . . . . -3

El juicio sobre la evolución futura de la actual crisis según los consumidores europeos es también negativo. Para la opinión pública, la crisis está bien enraizada en las economías nacionales y pocos confían en una salida próxima, en un plazo inferior a seis meses de la misma.

En el último sondeo ningún país de los doce ha mejorado sus previsiones. Sólo Francia, Irlanda y Dinamarca mantienen el mismo grado de escepticismo para las expectativas familiares. En

relación a la futura evolución de la situación económica general, no hay excepción. Toda la C.E. se muestra escéptica y anticipa mayores sacrificios para los próximos meses. Parece conveniente señalar el aumento del "europesimismo" de Alemania y Reino Unido. El primer país por su peso en la construcción de la Europa Unida; el segundo por su discusión interna entre partidarios y detractores del avance en la idea de esa Unión. En este clima de incertidumbre, comunitaria, España se sitúa con 10 puntos por debajo de la media en el valor del I.C.E. medio y sus expectativas familiares y nacionales también son peores que las medias comunitarias.

Estas malas previsiones de los consumidores europeos tiene una causa común: el temor al aumento del paro. La incapacidad de generar empleo en la C.E. es un problema patente que está minando la confianza del ciudadano medio en las instituciones, y ese temor al paro se traduce en apoyo, o al menos, en justificar actitudes de insolidaridad radicalmente contrarias al espíritu de la Unión Europea. Desde el punto de vista social, para los españoles justificadamente el paro se contempla como el principal problema, aunque nadie disponga de la solución y el arbitrio empeorase la situación.

El retroceso de las expectativas de empleo han retrocedido en todos los países comunitarios con la excepción de Grecia. Las previsiones de paro en España son altas; pero parecidas a las de Alemania y tampoco mucho mayores que las de Francia.

La contrapartida al consenso sobre un paro creciente, con pocas perspectivas de solución próxima se encuentra en la inflación. En relación a la evolución de los precios en los próximos meses, los países comunitarios se distribuyen entre los que perciben un aumento reciente de la inflación y temen poder sanear su economía por los aumentos futuros de los precios y los países que han visto reducidas sus tasas de inflación y prevén la continuidad del proceso de desaceleración de los precios y, por tanto, subordinan sus esfuerzos al problema más patente: el paro.

En el primer grupo se sitúa con un puesto, sin duda muy destacado, Alemania. A lo largo del año 92, este país ha percibido un comportamiento preocupante por la evolución de los precios y la percepción unida a sus viejas historias de hiperinflación han generado una especial sensibilidad entre los ciudadanos alemanes que se ha traducido en la política de su Banco Central, el popular "BUDA". En este aumento de mayor preocupación por los precios, los Países Bajos, Dinamarca y el Reino Unido han acompañado a Alemania.

Para las compras importantes, los consumidores europeos esperan una mayor reducción de su demanda que la realizada en la última parte del año 92. Estas previsiones añaden otro factor más de las posibilidades de recesión y a la mayor competencia interior al Mercado Común y de algún modo refuerzan las previsiones negativas sobre empleo. El replanteamiento de las cifras de producción para los bienes de consumo duraderos como los automóviles, o la salida de plantas industriales dejando, en todo caso, las redes comerciales en los países huéspedes refuerza el juicio negativo sobre la demanda de consumo familiar en los próximos meses.

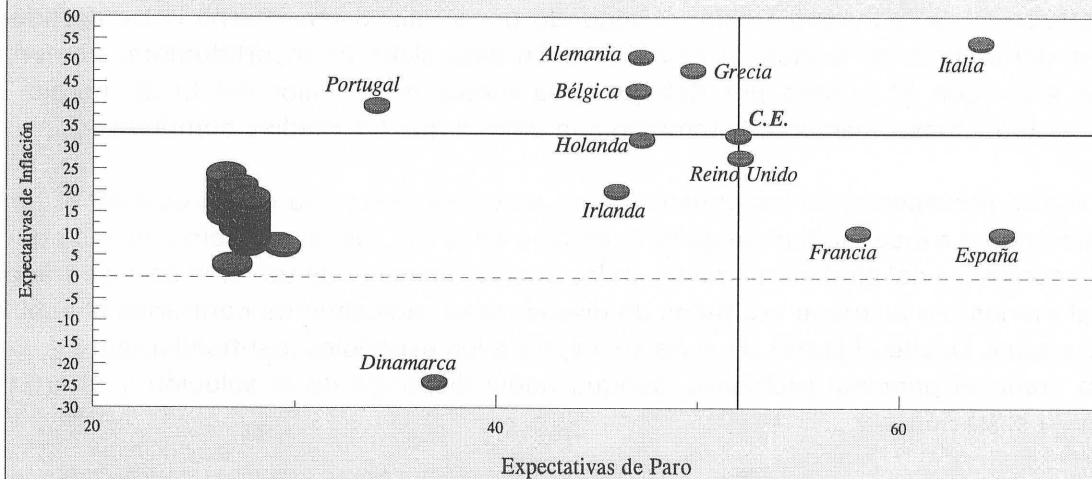
Al comparar los resultados del sondeo de febrero del 93 en España con los de la C.E., se comprueba que las coincidencias son prácticamente totales. El valor de nuestros índices son en muchas ocasiones algo peores que los medios comunitarios, pero coinciden las tendencias y nuestras dificultades son las de la Comunidad.

Las expectativas de los consumidores españoles son mejores que las de los ciudadanos medios comunitarios y peores en paro, consumo y ahorro.

### GRAFICO NUM. 8

#### PARO E INFLACION

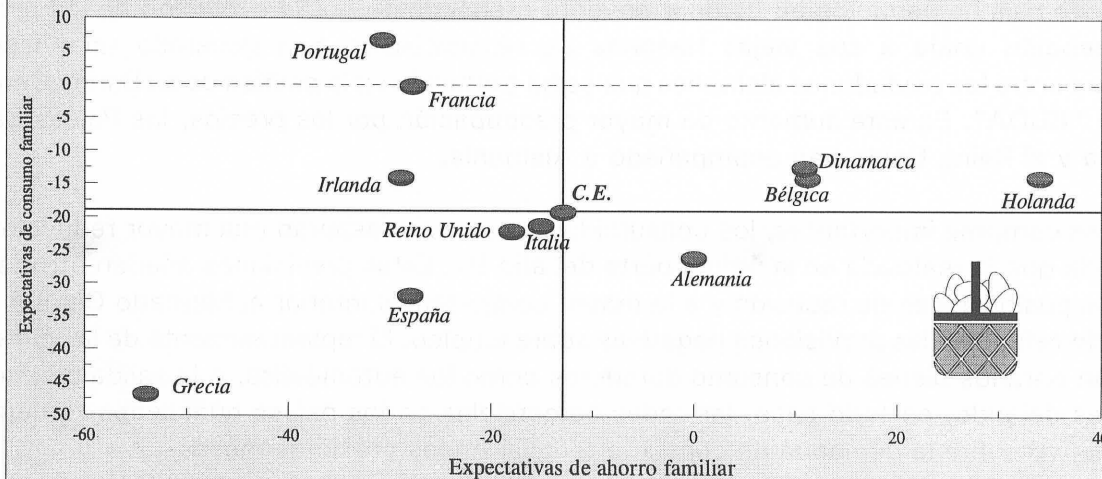
Febrero 1993



### GRAFICO NUM. 9

#### EXPECTATIVAS DE CONSUMO Y DE AHORRO

Febrero 1993



ESQUEMA NUM. 3

Expectativas sobre:				
En relación a las expectativas medias de la C.E.	Paro	Inflación	Consumo familiar	Ahorro
Mejores	Portugal	Francia	Portugal	Holanda
	Dinamarca	España	Francia	Bélgica
	Irlanda	Irlanda	Bélgica	Dinamarca
	Bélgica	Reino Unido	Holanda	Alemania
	Alemania	Dinamarca	Dinamarca	
	Grecia	Holanda	Irlanda	
	Holanda			
Iguales	Reino Unido	-	-	-
Peores	España	Italia	Grecia	Grecia
	Italia	Alemania	España	Portugal
	Francia	Grecia	Alemania	Irlanda
		Bélgica	Reino Unido	España
		Portugal	Italia	Francia
				Reino Unido

NOTAS:

(1) (I.C.E.) Índice de cambio estructural.

$$ICE = \frac{Indice_n - Indice_{nj}}{Indice_n - indice_{nj}} \times 1000$$

Los datos que sirven para la redacción de este artículo provienen de distintas fuentes. Los datos históricos referidos a España provienen de las diferentes encuestas específicas encargadas por el F.I.E.S. a diferentes consultoras, FACTAM, OTR, etc... Los datos comparativos referentes a Europa provienen de los suplementos que publican las Comunidades Europeas. Por último, los datos del I.C.C. correspondientes a diciembre del 92 y febrero del 93 han sido facilitados por Inter-Gallup de las encuestas que realiza para las Comunidades Europeas.

La elaboración del I.S.C. y del I.C.C. (versión americana y comunitaria) para medir la opinión económica de los consumidores se ha realizado siguiendo la metodología aplicada por G. Katona (v. Papeles Economía Española, núm. 1 y otros, así como el número 1 de Coyuntura Económica de CECA para el I.S.C. y las indicaciones de la DG des Affaires Economiques et Financieres en el segundo caso).