

AÑO 1993: UN PANORAMA PESIMISTA

Francisco Alvira Martín

José García López

I. INTRODUCCION.

En la última parte del año 1992, los consumidores españoles se muestran muy pesimistas respecto a la actual coyuntura económica. Esta es la principal conclusión del último sondeo de noviembre. El índice del Sentimiento del Consumidor (I.S.C.), que expresa en forma numérica el grado de confianza económica del público, pierde 27 puntos respecto al sondeo de junio y no supera el valor 52. Este valor del I.S.C. de noviembre '92 es el peor de todos los obtenidos en los sondeos realizados durante los quince años de seguimiento y medición de la opinión económica de los españoles, siguiendo la experiencia de G. Katona para predecir el comportamiento de los consumidores americanos. La pérdida del I.S.C. español ha ido acompañada de un fuerte retroceso de todos los aspectos que configuran la confianza del público. La preocupación por la economía manifestada por el retroceso del ISC aparece acompañada de las siguientes características:

1. La desconfianza económica se extiende a la economía familiar y a la del país.
2. El aumento del pesimismo económico se ha producido de una forma muy rápida durante los últimos meses.
3. La ausencia de un horizonte favorable es relativamente peor que la experiencia reciente sobre la economía familiar o del país.
4. Las diferencias de opinión entre los consumidores con distinto nivel de renta tienden a desaparecer.
5. También se aproximan los índices que miden el clima económico de las seis Comunidades Autónomas de mayor población.
6. La pérdida de confianza de los consumidores españoles se enmarca en un proceso general de deterioro de la valoración económica entre los ciudadanos comunitarios.

Extensión del temor a una recesión económica, acelerado retroceso de la confianza y general aceptación de que se ha entrado en un período con graves problemas económicos es, en síntesis el resultado ofrecido por los datos del último sondeo. Esta desfavorable percepción de la realidad va acompañada de una actitud bastante pesimista sobre la posibilidad de superar la situación con decisiones personales.

En pocas ocasiones, la opinión de los consumidores se ha mostrado con tan pocas esperanzas de mejora próxima y la lectura del último sondeo anticipa una etapa de débil crecimiento económico, que ha sido asumida como algo inevitable.

1. Retroceso de todos los componentes del I.S.C.

El cuadro nº 1 recoge los valores del I.S.C. y de sus cinco componentes desde la segunda parte del año 1991. En los últimos doce meses, el valor del I.S.C. se ha reducido prácticamente a su mitad, con una pérdida del 47% de su valor en 1991.

CUADRO Nº 1

INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR (I.S.C.)							
Opinión sobre la ...	AÑO 1992			AÑO 1991	Diferencia		
	Nov.	Junio	Febrero	2º Sem.	Nov 92/Año 91	Nov/Jun 92	
A) Situación económica del país							
1. Presente respecto al pasado	32	58	66	80	-66%	-45%	
2. Futuro respecto al presente	35	70	82	102	-66%	-50%	
B) Situación económica de la familia							
1. Presente respecto al pasado	74	88	89	91	-21%	-16%	
2. Futuro respecto al presente	69	99	104	107	-36%	-30%	
C) Valoración del momento de compra	50	81	76	96	-48%	-38%	
INDICE SENTIMIENTO CONSUMIDOR (I.S.C.)	52	79	83	98	-47%	-34%	

Todos los subíndices retroceden; pero con diferencias importantes entre ellos. En relación a la economía familiar, el subíndice sobre la apreciación de cómo ha funcionado durante los últimos meses aparece con la pérdida relativamente más pequeña, un 21% de su valor a finales del '91. La evolución de la economía nacional es el dato más amenazante para los consumidores y los subíndices correspondientes (percepción de su comportamiento en los últimos meses y previsiones para los próximos) pierden un 66% de su valor respecto de 1991. En la última parte del presente año, sólo un 8% de los entrevistados piensan que la situación de la economía española ha mejorado en el último año, frente a un 65% que opina que ha empeorado.

Parecida desproporción entre optimistas y pesimistas aparece cuando se pregunta por las previsiones. Sólo un 8% responde que la economía nacional mejorará frente a un 56% que espera mayores problemas. También la valoración momento para comprar bienes duraderos de equipamiento del hogar sufre una importante caída del 48% respecto a su valor en 1991.

2. La aceleración del proceso de desconfianza económica.

Hasta junio '92, los sondeos de coyuntura a los consumidores señalaban un agotamiento de las fuerzas que impulsaron la mejora económica de los años 1986/1990. Así en el primer sondeo del año '92 se inició un cambio desfavorable de la opinión pública y los resultados de junio '92 confirmaron la nueva y negativa tendencia del I.S.C. (ver cuadro nº 1). El cambio de la opinión pública de la primera parte del año expresaba las dudas de los consumidores y un lento ascenso del temor por la economía. En noviembre esas sombras se han transformado en un predominio generalizado e intenso de la desconfianza. No hay duda entre el público; existe una generalizada conciencia de que los buenos tiempos han pasado. Y este cambio se ha producido en muy pocos meses. Aunque el primer semestre del año 1992 no ha sido positivo para la economía según la opinión pública, la desigual caída de los índices durante la segunda parte del año es muy llamativa.

La pérdida anual del I.S.C. se distribuye entre un 13% durante los ocho meses siguientes al último sondeo del 91 y un 34% en los últimos cuatro. Las expectativas sobre la economía personal, en cada familia, retrocedieron sólo un 6% hasta junio y un 30% de junio a noviembre. La pérdida de confianza entre junio-octubre 1992, 27 puntos del I.S.C., no ha tenido antecedentes en los quince años de seguimiento de la opinión económica de los consumidores.

3. Caída de las expectativas.

Aunque todos los componentes del I.S.C. presentan valores que pueden calificarse de malos y su retroceso ha sido importante, las expectativas para 1993 son relativamente las que peor respuesta han merecido del público. Los valores absolutos 35 y 69 para las previsiones generales y familiares respectivamente y la rápida pérdida 50% y 36% de su valor en cuatro meses las sitúan en el centro de atención del observador por su posible influencia en las futuras decisiones de los agentes económicos. El adelanto del ambiente económico para 1993, dado por los consumidores españoles es pesimista. Constatar que una amplia mayoría apuesta por un futuro incierto, porque pocos creen con suficiente certeza en soluciones rápidas a los problemas, añade un peligroso componente al marco de referencia de la economía española: *El clima de abatimiento del público.*

Las expectativas actuales sobre la economía general y en relación a la economía familiar son las más bajas de los últimos quince años. Hay que retroceder a 1981 para encontrar valores parecidos, incluso algo mejores. En aquel año las pérdidas eran pequeñas y su recuperación se logró con rapidez en 1982 a la llegada del PSOE al gobierno. Entonces, la mayoría de la población respondió (ver gráfico nº 5) con una rápida mejora de sus opiniones económicas a las esperanzas de un cambio en la política económica.

4. Las diferencias de opinión tienden a desaparecer.

En los sondeos sobre cuestiones económicas, el grupo de mayores ingresos (ver cuadro nº 4) muestra, generalmente, un mayor optimismo que el de menores ingresos. La diferencia entre ambos índices era de 20 puntos en febrero 92 a favor del primero. Aunque la valoración de la coyuntura económica nacional era parecida en ambos grupos, la apreciación de la situación económica personal y las posibilidades de comprar bienes duraderos eran mucho mejores entre quienes tenían mayores ingresos durante la primera parte del año. En el último sondeo, los I.S.C. de los dos grupos coinciden. La pérdida de confianza de los consumidores de mayor renta ha sido más importante que la del grupo de menores ingresos, incluso en los subíndices que recogen la valoración de la economía familiar y las posibilidades de compra. Se ha producido un cierto igualitarismo en el pesimismo de la opinión pública.

Igual pauta ha seguido el I.S.C. según las seis Comunidades Autónomas estudiadas (ver cuadro nº 5). Al finalizar 1991, entre Andalucía, la más optimista, y el País Vasco, la menos, había una diferencia de 15 puntos en sus correspondientes I.S.C. Un año más tarde entre Cataluña y el mismo País Vasco la diferencia es de 10 puntos y Andalucía entre junio y noviembre ha perdido 31 puntos, un 35% del valor de su índice, el retroceso más importante de las seis Comunidades estudiadas.

5. Evolución desfavorable del clima económico en la C.E.

Los últimos sondeos a los ciudadanos comunitarios demuestran un notable aumento de su pesimismo económico. La debilidad de las previsiones de consumo familiar, la desconfianza de lograr una mejora en el

empleo han ganado posiciones en la mayoría de los países comunitarios y contribuye a formar un clima desfavorable.

El retroceso del índice medio de confianza de los consumidores europeos (1) es el resultado cifrado del deterioro gradual del optimismo de finales de los 80. En este contexto de retroceso generalizado de las opiniones positivas comunitarias se sitúa la pesimista valoración de los españoles. En todo caso, el fuerte retroceso de los índices españoles en relación al comportamiento de los índices de los demás países comunitarios señala una crisis relativamente más grave de la confianza económica de los consumidores españoles.

II. TIPOS DE OPINION ECONOMICA Y SU EVOLUCION.

1. La economía nacional.

Si se cruzan las respuestas de los entrevistados respecto a su valoración sobre el funcionamiento de la economía nacional en los últimos meses, con las expectativas de los mismos individuos para el próximo año, se consiguen nueve tipos distintos de opinión entre los que es posible distribuir las respuestas a las preguntas de la encuesta sobre la marcha de la economía nacional (ver cuadro nº 2).

CUADRO Nº 2

LA ECONOMIA ESPAÑOLA: TIPOS DE OPINION				
Expectativas para los próximos meses	Percepción de la economía actual respecto a la situación anterior			
	MEJOR	IGUAL	PEOR	TOTAL
Mejorará	3	2	4	9
Seguirá igual	2	6	9	17
Empeorará	3	6	65	74
TOTAL	8	14	78	100

De acuerdo con la orientación de las respuestas recogidas en el cuadro nº 2, los nueve tipos se pueden reducir a tres grupos básicos:

Primer grupo: Los "optimistas". En este grupo se integran las respuestas: "en relación al año anterior la economía española ha ido a mejor y en los próximos meses mejorará"; "mejor-seguirá igual"; "es igual-mejorará" y es "peor-mejorará". En noviembre 92, los optimistas representaban el 11% de la población española, en junio alcanzaban un 24%.

Segundo grupo: Los individuos de este grupo manifiestan un sentimiento económico de "estancamiento" en la economía nacional. Nada cambia. En el último sondeo, este grupo representaba sólo un 6% de toda la población adulta frente a un 13% en junio.

Tercer grupo: En este último apartado aparecen los "pesimistas" y de él forman parte quienes opinan que la situación económica nacional es "peor y empeorará"; "ha sido mejor y empeorará"; "es igual y empeorará" y "es peor y seguirá igual". Una amplia mayoría, 83% de la población adulta se clasifica dentro de este grupo en noviembre 92. En junio eran un 63%.

Otra forma de leer el cuadro nº 2 muestra que quienes han percibido un deterioro de la economía nacional durante los últimos meses son prácticamente 10 consumidores por cada 1 que ha percibido una mejora. Por otra parte son algo más de 8 consumidores los que prevén peores tiempos, frente a 1 que espera una mejora.

Al examinar los cambios en la distribución de la población entre los tres grupos: "optimistas", "estancamiento" y "pesimistas" desde el año 1984 se observa (gráfico nº 1):

- Entre junio y noviembre, los pesimistas son un 83% y aumentan en 20 puntos. Con una pérdida de 13 puntos, los optimistas alcanzan un 1,1% y los que estiman un estancamiento de la economía representan sólo el 6% con una pérdida de 7 puntos.
- Esta distribución de las opiniones sobre la evolución económica es la peor desde 1984. No hay duda de que una fuerte mayoría de la población española es consciente de la presencia de graves problemas en la economía nacional. Por ello las expectativas del público para los próximos meses son malas, y para un 74% (ver cuadro nº 2) la situación económica, incluso, empeorará. Este horizonte pesimista es un dato importante de la encuesta para intuir comportamientos futuros de los consumidores. Cualquiera que sea la forma en que se lean o se organicen los datos se llega al mismo resultado, sin que pueda deslindarse con certeza en qué grado esta desfavorable opinión se basa en la experiencia personal, en una información suficiente y veraz o la reacción popular ante un período de incertidumbre que rompe unas esperanzas económicas anteriores quizá excesivas.

2. Economía familiar.

Al cruzar respuestas referidas a la experiencia reciente sobre la evolución de la economía familiar de cada entrevistado con sus previsiones personales se establece la distribución de la población en los nueve tipos expuestos en el cuadro nº 3. Su agregación en los tres grupos de "optimistas", "sentimientos de estancamiento" y "pesimistas" responde al mismo criterio de reparto realizado con los tipos de opinión sobre la economía del país.

CUADRO Nº 3

LA ECONOMIA FAMILIAR: TIPOS DE OPINION				
Percepción de la economía familiar actual respecto a la situación anterior				
Expectativas para los próximos meses	MEJOR	IGUAL	PEOR	TOTAL
Mejorará	4	6	3	13
Será igual	4	26	7	37
Empeorará	12	15	23	50
TOTAL	20	47	33	100

El grupo de los "optimistas" respecto a la evolución de su economía es de un 17% de la población adulta, mientras que era un 30% en junio.

Un 26% cree que su situación personal es más o menos "la misma" y apenas variará en los próximos meses. En junio alcanzaban el 37%.

Por último el mayor porcentaje, 57%, de entrevistados aceptan que la crisis económica les ha afectado directamente y esperan tiempos peores en un futuro próximo. Cuatro meses antes este grupo representaba el 33% de la población.

GRAFICO 1

1

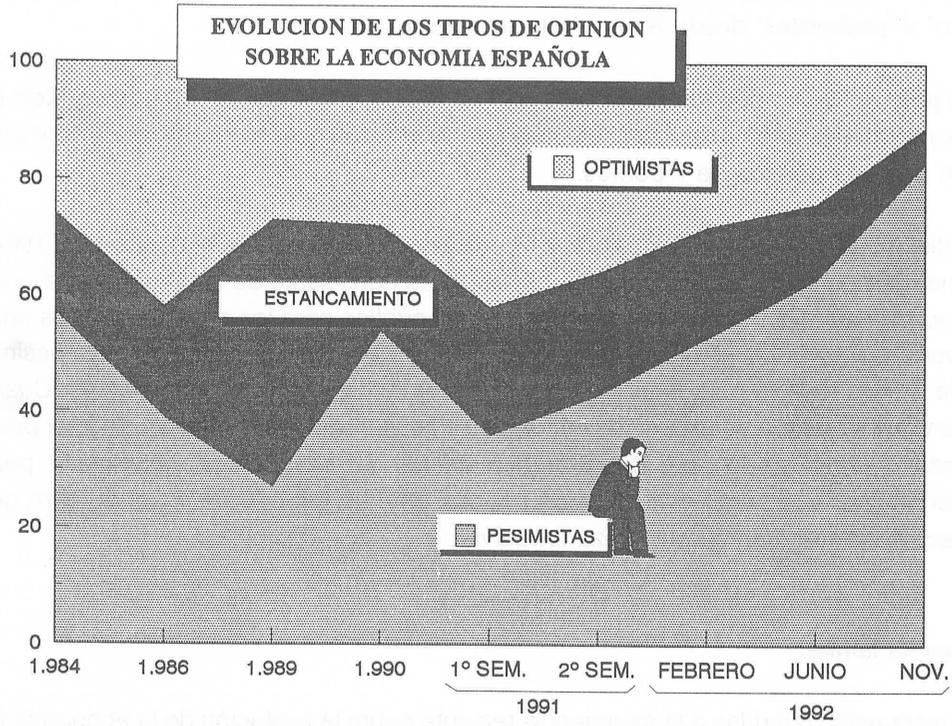
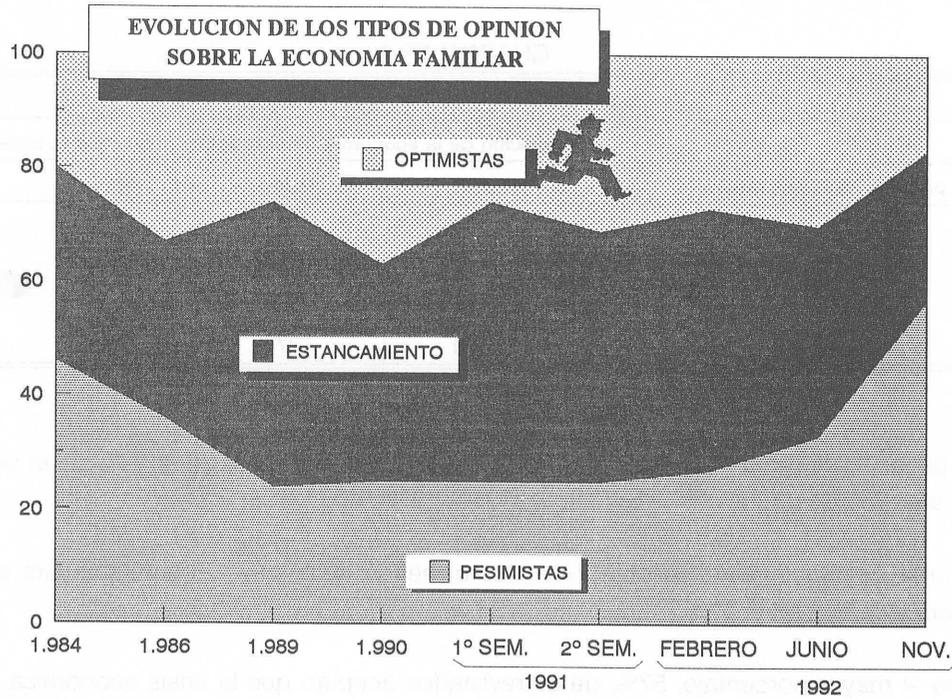


GRAFICO 2

2



A la vista de los anteriores porcentajes, se comprueba que la diferencia con la encuesta de junio es importante. En aquel sondeo el estancamiento de su propia economía era el sentimiento predominante del público. En noviembre, la idea central de "crisis" se ha incorporado al panorama de la mayoría de los ciudadanos que, en una elevada proporción, manifiestan su temor sobre el efecto de los problemas económicos generales en sus ingresos, en sus impuestos o en sus empleos.

En otras ocasiones, en momentos de débil crecimiento y de fuertes desajustes económicos, al analizar los sondeos se comprobaba un notable distanciamiento entre las valoraciones del público sobre la economía del país, apoyadas en la información de los medios de comunicación y lo que percibía en su entorno familiar. La mayoría pensaba que disponía de recursos para aparcar los desajustes del país en las puertas de sus casas. En noviembre 92 por vez primera, el público está tomando conciencia de las consecuencias privadas de las malas noticias públicas y los pesimistas, 57%, son mayoría absoluta. La idea aceptada por un 83% de la llegada de la crisis económica va acompañada de un sentimiento mayoritario de que esa crisis va a traducirse en un retroceso generalizado del bienestar económico personal. No serán "los otros" los que paguen el lento crecimiento o incluso la recesión económica. A los consumidores españoles les parece inevitable que, de una u otra manera, sus bolsillos van a responsabilizarse de las consecuencias de la crisis. Se ha asumido por la mayoría que la mejora de los desajustes pasará por su sacrificio personal. La mayoría de las clases medias-urbanas, la población de 25 a 55 años ha perdido su "inocencia económica" e intuye que mayor déficit fiscal supone mayores impuestos y, simultáneamente, reducir sus expectativas de mayor oferta de bienestar social por el Estado; que nulo crecimiento económico supone menos oferta de empleo; que el retroceso de la solidaridad intracomunitaria lleva al alejamiento del modelo de consumo de los países más avanzados. Y todas las noticias del verano y del otoño 92 tienden a reafirmar crudamente la idea central del retroceso de un modelo de generalizado bienestar ampliamente demandado por la sociedad.

III. SENTIMIENTO ECONOMICO Y RENTA FAMILIAR.

En el cuadro nº 4 aparecen los valores del I.S.C. y de sus componentes según las respuestas de las familias distribuidas por sus ingresos. Al examinar estos datos se comprueba que:

CUADRO Nº 4

I.S.C. Y LA RENTA FAMILIAR												
	1992									Diferencias Nov/Feb 92		
	Noviembre			Junio			Febrero			Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas
	Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas	Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas	Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas			
A) Situación económica del país												
1. Presente/pasado	43	32	22	72	56	51	69	69	64	-38	-54	-66
2. Futuro/presente	45	33	33	80	68	66	72	84	88	-38	-61	-63
B) Situación económica familiar												
3. Presente/Pasado	71	72	84	76	86	107	72	88	105	-1	-18	-20
4. Futuro/presente	73	64	80	82	99	113	80	107	117	-9	-40	-32
C) Momento de compra												
	49	45	59	80	78	83	69	74	85	-29	-39	-31
Indice Sentimiento Consumidor												
(I.S.C.)	56	49	56	78	77	84	72	84	92	-22	-42	-39

- Los tres grupos, en que se ha distribuido la población por ingresos, perciben una situación desfavorable de la economía española. Los valores de los subíndices son muy bajos en los tres grupos mostrando así que la idea de crisis económica está generalizada. Sin embargo, hay diferencias. Los individuos de rentas más altas son relativamente los más pesimistas sobre la economía nacional y además la pérdida de su confianza ha sido más importante. A mayores ingresos, mayor desconfianza en la economía nacional y un avance más rápido de este sentimiento.

- Respecto a la valoración de la economía familiar, el grupo de mayores ingresos tiene una opinión algo más favorable; pero se ha producido una notable aproximación de los valores de este subíndice en los tres grupos. En febrero de 1992 entre la percepción económica familiar de los más ricos y la de los más pobres había una diferencia de 33 puntos a favor de los primeros. Esta diferencia se reduce a 13 puntos en noviembre. En el primer sondeo del año, las expectativas económicas de los más ricos mostraban un balance favorable con 37 puntos de diferencia con el grupo de menores ingresos. Aquella amplia diferencia se reduce a 7 puntos en noviembre. En resumen, se ha producido un importante proceso de convergencia hacia una opinión pesimista de la situación personal. Todos los grupos opinan que su economía se está deteriorando; pero entre los individuos de ingresos relativamente más altos, la proporción de los pesimistas ha aumentado más rápidamente que entre los de menores ingresos.

- En cuanto a la valoración del momento de compra de bienes duraderos en el hogar, los resultados del sondeo último siguen la pauta de los demás indicadores. Hace un año su valor en el grupo de mayores ingresos era 98, en noviembre del 92 ha perdido 43 puntos (un 44% de su valor). En el grupo de menores ingresos el subíndice era 87, un año más tarde de 49, con un retroceso de 38 puntos (un 44%). La mayoría de los consumidores valoran mal el momento para comprar bienes duraderos con independencia de su nivel de ingresos.

IV. SENTIMIENTO ECONOMICO Y COMUNIDADES AUTONOMAS.

En el cuadro nº 5 aparecen los valores de los I.S.C. y de sus componentes correspondientes a los años 1991 y 1992.

CUADRO Nº 5

INDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LAS COMUNIDADES AUTONOMAS					
	AÑO 1992			AÑO 1991	
	Noviembre	Junio	Febrero	2º Semestre	1º Semestre
España	52	79	83	98	99
Andalucía	57	88	85	95	106
Cataluña	59	81	86	85	97
Galicia	55	81	86	91	95
Madrid	58	84	84	87	97
País Vasco	49	70	65	86	91
Valencia	58	77	88	94	96

Desde el primer sondeo de 1991, los ISC de las seis Comunidades de mayor población muestran una caída importante de la confianza del público. Los consumidores del País Vasco y de Andalucía ocupan el primer puesto de este retroceso con una pérdida del 46% del valor de su ISC. El retroceso andaluz se produce sobre todo entre junio y noviembre de 1992.

El País Vasco aparece con el ISC más bajo en noviembre del 92, igual que en los otros dos sondeos del año 92 y Cataluña como la Comunidad relativamente más optimista y la que ha perdido menos confianza durante el último año.

El esquema nº 1 ordena de mejor a peor las seis Comunidades examinadas en cada aspecto del ISC que configura la opinión pública sobre la economía familiar y de su comunidad. Las Comunidades incluidas en la zona sombreada del esquema tienen unos valores de los subíndices correspondientes inferiores a la media nacional. El País Vasco, Galicia y Madrid destacan por su opinión desfavorable sobre la evolución de la economía nacional. La peor actitud respecto a la demanda se pone de manifiesto en Andalucía y el País Vasco. Estas dos Comunidades han tenido también el mayor retroceso de su ISC en relación al último sondeo de 1991.

ESQUEMA Nº 1

ORDENACION DE LAS COMUNIDADES AUTONOMAS					
Economía Nacional		Economía familiar			
Experiencia	Expectativas	Experiencia	Expectativas	Momento de compra	Retroceso anual I.S.C.
CATALUÑA	CATALUÑA	ANDALUCIA	VALENCIA	MADRID	ANDALUCIA
MADRID	ANDALUCIA	CATALUÑA	ANDALUCIA	GALICIA	PAIS VASCO
PAIS VASCO	VALENCIA	VALENCIA	CATALUÑA	VALENCIA	GALICIA
ANDALUCIA	MADRID	GALICIA	GALICIA	CATALUÑA	VALENCIA
GALICIA	GALICIA	MADRID	MADRID	ANDALUCIA	MADRID
VALENCIA	PAIS VASCO	PAIS VASCO	PAIS VASCO	PAIS VASCO	CATALUÑA

V. EVOLUCION DEL I.S.C. 1977-1992.

Los gráficos nº 3/6 muestran la evolución del ISC y de sus cinco componentes desde el año 1977. Los últimos datos del sondeo de noviembre 92 confirman la idea expuesta en el análisis de julio-agosto: Entre 1977 y 1991 se ha completado un ciclo del ISC.

En una primera etapa situada entre 1977 y 1981, el ISC fue descendiendo desde un valor máximo 85 (junio 78) a 56 al cerrar el año 1981. Una pérdida del 34% del valor del ISC acompañó a la crisis a lo largo de cuatro años. En estos años los efectos económicos de la segunda crisis del petróleo se añaden al debilitamiento político de los gobiernos de UCD y conjuntamente influyen en el comportamiento del ISC. El año 1982 supuso un punto de inflexión, un cambio en la tendencia de la opinión económica de los españoles. Como se puede comprobar en el gráfico nº 5, ese cambio se debió fundamentalmente a la confianza en la mejora del marco económico general. El aumento del subíndice que medía las expectativas generales en 1982 no deja ninguna duda respecto a la confianza del público en un cambio positivo del país. Los resultados de las elecciones legislativas mostraron, desde el lado político, el cumplimiento de las esperanzas de un cambio social que para la mayoría iría acompañado de una mejora económica.

Entre 1982 y 1991 se produce un sostenido y favorable comportamiento del ISC. El valor del índice pasa de 56 a 99, con un crecimiento del 76% en nueve años. Este largo período de mejora de la opinión de los consumidores atraviesa por dos fases distintas. En la primera desde 1982 a 1985, el ISC crece un 30% bajo el impulso de una mejora muy positiva de la opinión pública sobre la economía nacional. No sucede lo mismo con la valoración de la economía personal cuyos cambios son pequeños en este período. Tampoco la opinión sobre la economía familiar acompañó al aumento del pesimismo sobre la economía del país en su caída del 77 al 82; y escasamente lo hizo en su recuperación del 82 al 84. La economía familiar se mantenía separada

GRAFICO 3

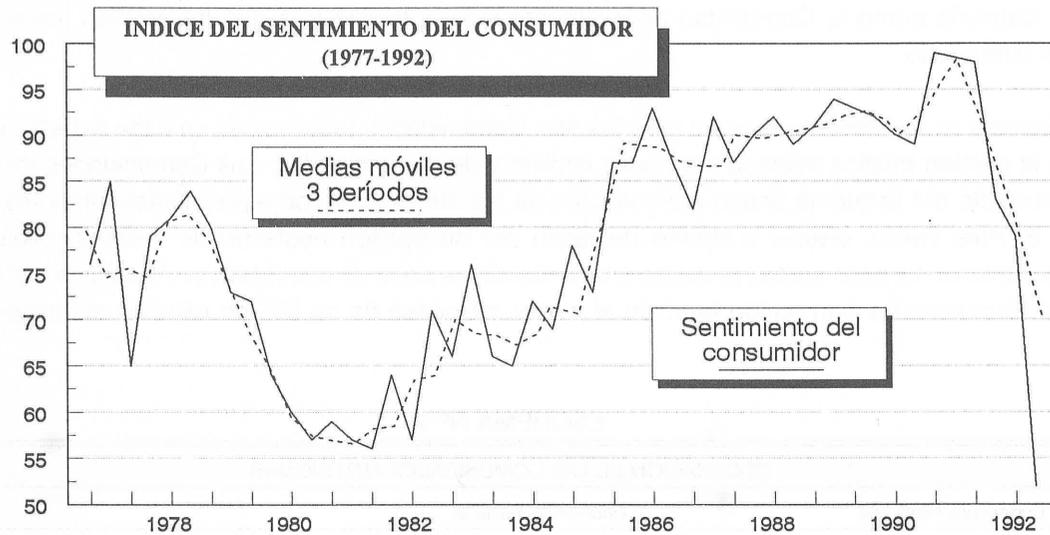


GRAFICO 4

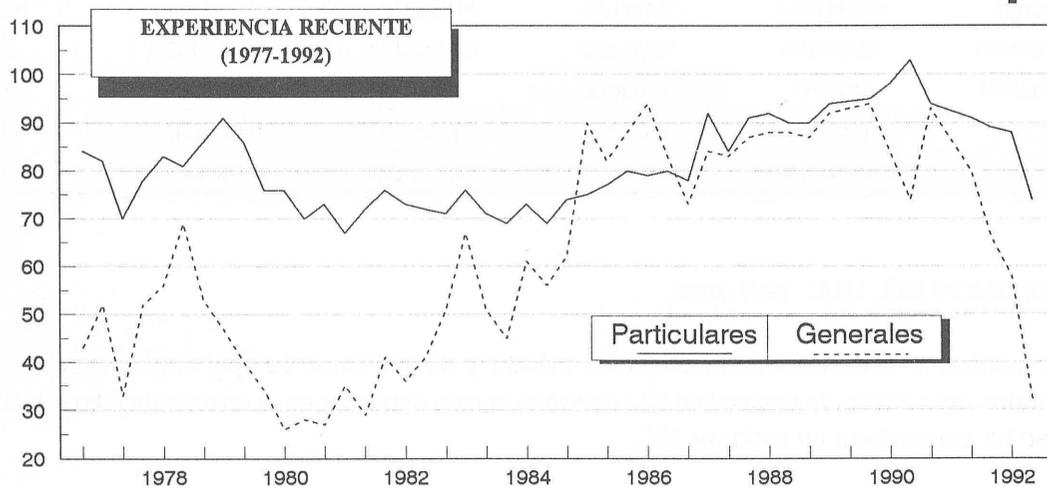
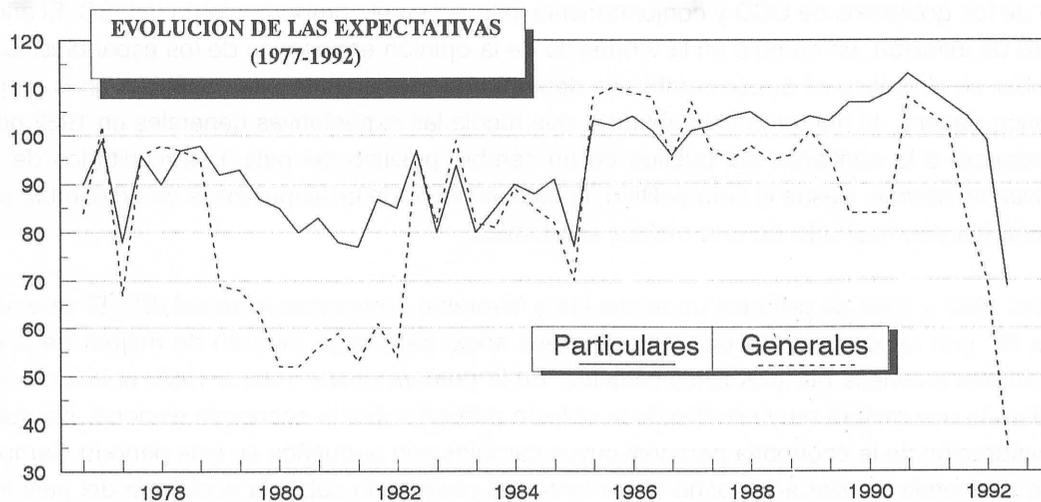
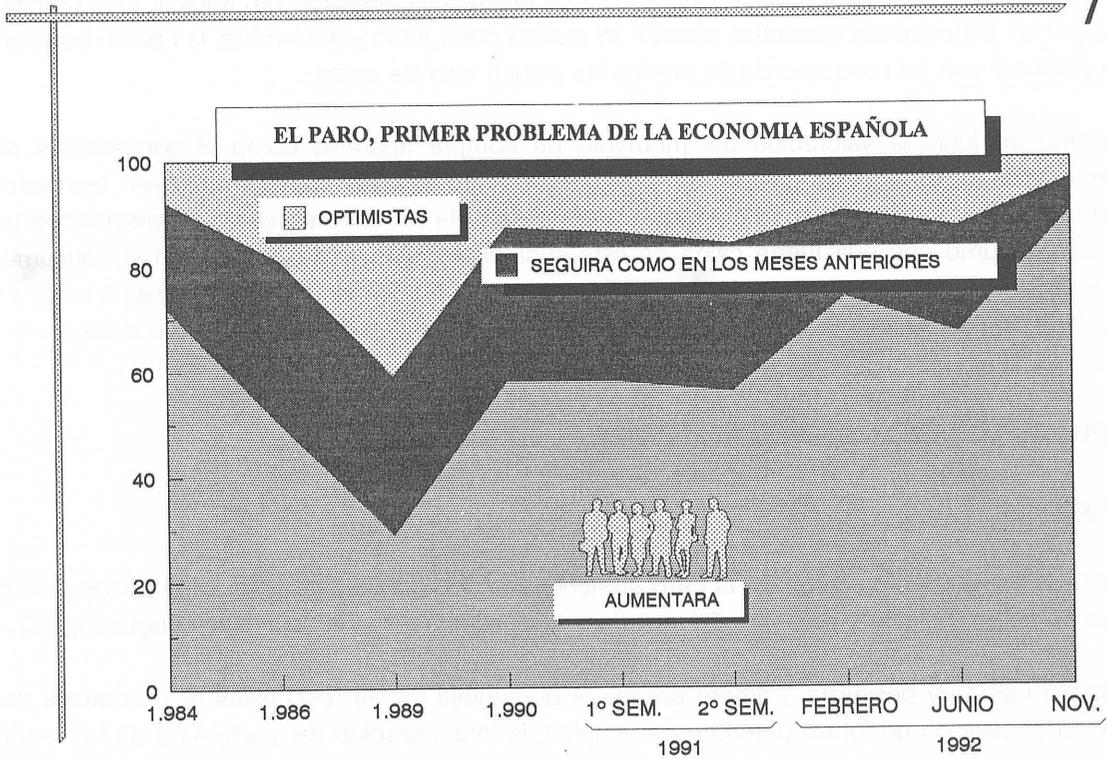
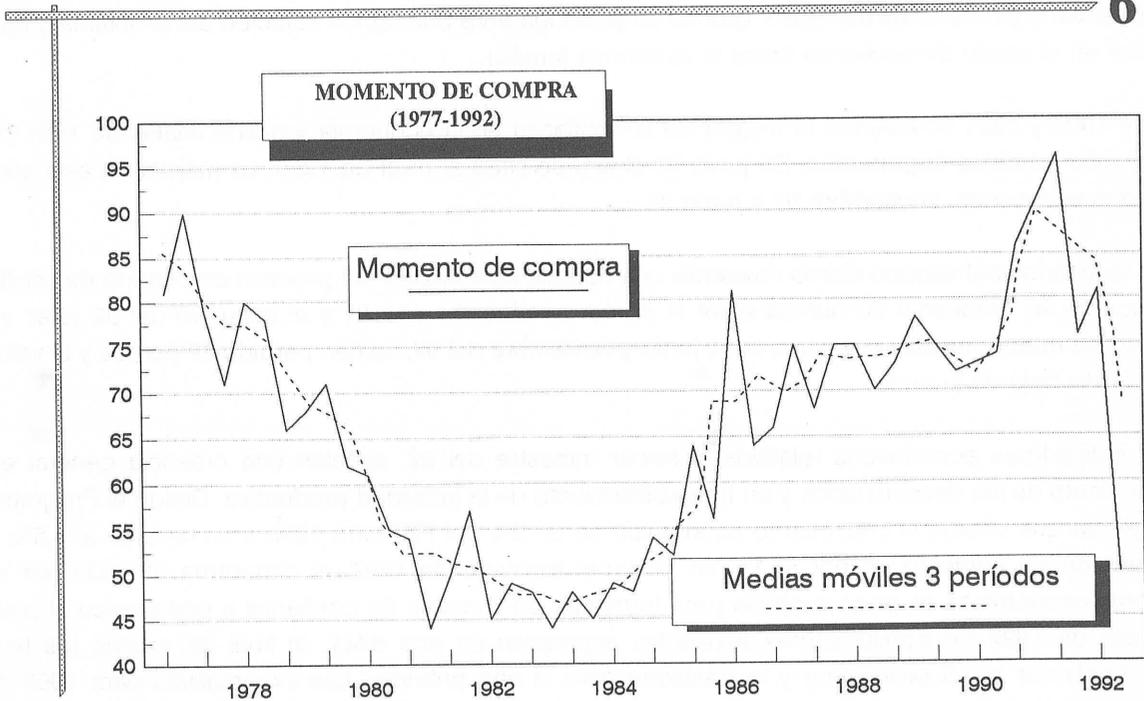


GRAFICO 5





del acontecer de la nacional. En 1985 comienza una segunda fase de este período ascendente del ISC, se frena el avance de las opiniones positivas sobre la economía nacional, pero los consumidores perciben una mejora significativa de sus economías y el aumento del optimismo entre los consumidores se apoya más en su propia experiencia. En el año 1990 se produce un corto y profundo retroceso de los subíndices sobre la economía nacional causado por la crisis del Golfo, que no se prolonga ante una rápida solución del problema y apenas se traduce en el grado de confianza hacia la economía familiar.

Entre 1990 y 1991 se estancó la mejora de la confianza en la economía y desde finales de 1991 el ISC vuelve a sufrir pérdidas importantes. En junio 92 el ISC se situó al nivel de 1985. La mejora de seis años se perdió en nueve meses, septiembre 91 y junio 92.

Los resultados del sondeo último muestran una notable aceleración del proceso de pérdida de confianza económica. Si se retrocedió 20 puntos entre el primer sondeo del año 91 y el segundo del 92 (diez y seis meses) en los cuatro meses siguientes, entre junio y noviembre del 92, se han perdido 27 puntos y el valor del ISC es el más bajo de la serie.

Los indicadores económicos relativos al tercer trimestre del 92, señalan una creencia general en un empeoramiento de los desequilibrios y en un debilitamiento de la actividad productiva. Desde el Programa de Convergencia que cifraba el crecimiento económico en un 3% del PIB para 1992 a su revisión al 1,5% y las previsiones de un aumento inferior al 1% en el tercer trimestre de 1992, el panorama ofrecido por estos indicadores económicos es poco propicio para transmitir un mensaje de confianza a corto plazo al público. Al principio de 1992 los consumidores españoles esperaban un año difícil, al final del mismo los hechos parecen confirmar aquel pronóstico y lo trasladan para el año próximo. Las expectativas para 1993 dejan pocas dudas entre la mayoría de que la economía evolucionará desfavorablemente. Hay dos aspectos importantes en la respuesta de los consumidores del sondeo de noviembre: Las malas previsiones sobre la economía nacional están acompañadas por un amplio temor a su efecto en las economías personales; la diferencia del proceso de pérdida de expectativas sobre la economía general en 1979 y 1992 es notable. Hace 13 años la pérdida de confianza no afectaba o lo hacía poco a las economías domésticas; pero en 1992 parece que el español ha tomado conciencia de que los desajustes previstos van a influir muy directamente en su vida y si las expectativas generales pierden 35 puntos entre junio y noviembre, las previsiones sobre la economía personal con un retroceso de 30 puntos las siguen muy de cerca.

Por último en junio la valoración del momento de compra aparecía como el componente del ISC relativamente más positivo. Los gastos de consumo de las familias parecían apoyar esa valoración relativamente positiva del momento de compra. El último dato de noviembre avanza un debilitamiento de la demanda de consumo con una fuerte caída de este subíndice. En junio, la propensión al consumo de la sociedad española parecía resistir las malas noticias económicas. En noviembre esa defensa ha caído y desde la vertiente psicológica aquella actitud favorable al consumo parece llamada a cambiar en el 93.

VI. LOS PROBLEMAS DE LA ECONOMIA ESPAÑOLA.

1. Paro.

Un 90% de los españoles cree que el paro aumentará en los próximos meses. Muy pocos, 4%, prevén una mejora de este problema y sólo otro 6% mantiene la opinión de que el desempleo seguirá igual.

El resultado es muy pesimista. Primero porque el porcentaje de las respuestas desfavorables muestra, además de la certeza de un futuro deterioro del empleo, la incorporación del paro, -uno de los fenómenos más emblemáticos de la crisis-, a nuestro sistema económico y la aceptación pasiva de tasas superiores al

16% de parados. Segundo, las previsiones de los españoles han seguido de cerca los movimientos de la tasa de paro, entre 1984 y 1991, los pesimistas perdieron 16 puntos y en años de clara ganancia del empleo -como en 1989- la encuesta recogía un predominio de las respuestas positivas. El aumento de 23 puntos en las previsiones desfavorables refleja un contacto directo del público con la falta de oferta de empleo y su preocupación de que esta situación le afecte personalmente o en su núcleo familiar influye en la caída de las expectativas sobre la economía doméstica.

En anteriores sondeos, las expectativas de paro para todo el país eran más altas en el grupo de menores ingresos (69% en junio 92) que entre los de mayores ingresos (55% en junio 92). Sin embargo, en noviembre 92, las diferencias prácticamente desaparecen, un 89% de la población de mayor renta prevé un aumento del paro y también un 88% de los de menor renta. La encuesta parece demostrar que pocos españoles viven en un medio a salvo de este problema.

Las seis Comunidades Autónomas estudiadas muestran unas expectativas parecidas de aumento de paro y una clara tendencia a aumentar las opiniones desfavorables. El País Vasco muestra un mayor porcentaje de pesimistas y un mayor aumento de las expectativas negativas; pero sus diferencias con las demás Comunidades no son muy importantes.

2. Inflación.

Durante los últimos años la inflación no ha preocupado mucho al consumidor español. El paro, la inseguridad ciudadana, la droga, la corrupción o el deterioro del medio ambiente fueron ganando puestos al alza de los precios ante la opinión pública, porque a medida que la población se sensibilizaba frente a estos temas por experiencia reciente o a través de la información de los medios de comunicación, la indiciación de los asalariados, la notable proporción de economía oculta y la baja presión fiscal entre los autónomos y los pequeños empresarios logró una convivencia de las economías domésticas con tasas de inflación en torno al 6%. Los precios subían, pero los ingresos familiares de los ocupados, también lo hacían. El consumo de las familias mantuvo un crecimiento sostenido y, en definitiva, la capacidad de compra no se vio afectada por el crecimiento de los precios, compensado, sensiblemente, con el aumento de los ingresos familiares.

CUADRO Nº 6

	OPINION EN LAS COMUNIDADES AUTONOMAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS									
	EXPERIENCIA RECIENTE					EXPECTATIVAS				
	Año 1992			1991	1990	Año 1992			1991	1990
Nov.	Jun.	Feb.	Nov.			Jun.	Feb.			
ESPAÑA	38	34	41	31	33	33	24	28	20	28
ANDALUCIA	34	39	40	34	38	32	27	33	30	33
CATALUÑA	38	37	45	33	35	31	22	30	19	31
GALICIA	39	37	42	31	37	34	22	31	23	27
MADRID	37	35	42	36	37	35	21	31	30	29
PAIS VASCO	32	35	28	36	38	43	27	17	30	33
VALENCIA	38	27	31	24	34	35	18	22	10	15

Ese balance entre aumento de los ingresos familiares y de los precios, se tradujo en una evolución positiva del momento de compra; pero ese equilibrio ha cambiado en la segunda parte del año 1992. Las previsiones de incremento de los precios aumentan en noviembre del 92 y la valoración del momento de compra empeora.

Expectativas de mayores precios y más paro conducen a una actitud más desfavorable hacia la compra de bienes duraderos. Las familias temen que en los próximos meses la situación de la economía frene el aumento de los ingresos para compensar el encarecimiento de la cesta de la compra y ante este nuevo balance, la sensibilidad del consumidor hacia la inflación aumenta.

Dentro de un ambiente de una futura mayor tasa de inflación, el País Vasco es la Comunidad con peores expectativas sobre aumento de los precios. En las demás Comunidades, las diferencias son pequeñas.

3. Consumo y ahorro.

El índice sobre intención de compra, -31, es 7 puntos peor que el obtenido en junio y junto al índice sobre la mala valoración del momento de compra (ver gráfico nº 6) señalan un progresivo debilitamiento de la demanda de consumo. Las peores perspectivas de la demanda familiar van acompañadas de un retroceso de las expectativas de ahorro, -31, con una disminución de 4 puntos en relación al valor de junio.

La opinión pesimista sobre su situación personal expresada por la mayoría, 57%, de los consumidores, está relacionada con el debilitamiento de sus previsiones de demanda como los porcentajes del cuadro nº 7 muestran:

CUADRO Nº 7

ECONOMIA FAMILIAR E INTENCION DE COMPRA			
Tipo de opinión sobre la evolución de la economía familiar	INTENCION DE COMPRA		
	Más	Igual	Menos
Optimistas	19	45	36
Estancamiento	8	55	37
Pesimistas	7	34	59

La mayoría, 59%, de quienes creen que su economía personal está evolucionando negativamente esperan reducir su demanda de bienes el próximo año. La mayoría de los optimistas y de los que no esperan cambios personales 64% y 63% respectivamente no prevén reducir su consumo. Peor valoración de la situación económica familiar y pérdida de intención de compra aparecen estrechamente relacionadas.

CUADRO Nº 8

	AHORRO							
	NOVIEMBRE 1992				FEBRERO 1992			
	Media	Rentas			Medias	Rentas		
		Altas	Medias	Bajas		Altas	Medias	Bajas
1. Situación actual ahorran	25	53	19	7	32	53	28	12
2. Expectativas esperan ahorrar . . .	35	52	32	22	40	55	39	21

En noviembre 92, un 25% de las familias dice que ha conseguido ahorrar algo en los últimos meses y un 35% espera hacerlo en los próximos. Ocho meses antes, los porcentajes eran 32% y 40% respectivamente. Los dos indicadores de la encuesta sobre el ahorro han perdido un 22% y un 13% de su valor en febrero 92. Según los ciudadanos, las familias se encuentran en peor situación económica para poder destinar al ahorro una parte de sus ingresos.

El retroceso de las respuestas positivas sobre el ahorro proviene en buena parte de la opinión de los consumidores con ingresos medios. Los ahorradores de este grupo disminuyen en 9 puntos y en sus expectativas en 7 puntos. Los grupos de ingresos bajos y altos, por distintas razones, tienen un retroceso menor. Los primeros porque la proporción de ahorradores ya era pequeña a principios de año. En cuanto a los de mayores rentas su diferencial entre ingresos y gastos se mantiene, aunque la encuesta no cuantifique y sea imposible verificar si las cantidades ahorradas son más o menos importantes.

VII. Una valoración pesimista de los ciudadanos comunitarios.

Los resultados de la última encuesta (2) a los consumidores comunitarios muestran una apreciación de la situación más pesimista que la de los meses precedentes. En septiembre 92, el valor del índice de Confianza de los Consumidores (I.C.C.) -19, pierde 4 puntos, en relación a su cota de diciembre 91, y hay que retroceder a los años 1981/1983 para encontrar unos valores parecidos. El último sondeo señala, sin duda, una notable preocupación por la marcha de la economía en la población de la C.E. Por tanto, *el pesimismo de los españoles se corresponde con la pérdida gradual de confianza de la mayoría de los ciudadanos comunitarios.*

Pocos países escapan de este clima de incertidumbre que, según señalan los sondeos, se ha extendido por la C.E. en el otoño del 92. El pesimismo manifestado por la opinión pública española no es un fenómeno aislado, al contrario, se corresponde con una apreciación comunitaria de la coyuntura económica del mismo signo. Las excepciones a esta situación son escasas en el resto de la C.E.

En siete de los once (no se considera Luxemburgo) países comunitarios, los consumidores creen percibir una evolución desfavorable de la economía durante el año 92, y no prevén una mejora de la misma a corto plazo. Francia, Holanda e Irlanda constituyen la excepción con una pequeña mejora de sus índices respecto a los valores de diciembre 91.

PAISES QUE:	EVOLUCION DEL I.C.C DIC. 91/SEP. 92
Mejorarán	Francia, Holanda e Irlanda
Igual	Dinamarca
Empeoran	España, Grecia, Italia, Portugal, Reino Unido, Alemania y Bélgica

Dentro de este contexto de generalizada incertidumbre económica, el I.C.C. español destaca por dos notas que denuncian una hipersensibilidad de la opinión pública española:

Primero, los valores del ICC español, -29, en septiembre, y, -34, en noviembre manifiestan una cota de pesimismo alta, sólo superada por Grecia en la C.E.

Segundo, la caída del ICC español ha sido la más rápida de las sufridas por los ICC comunitarios. Aunque la mayoría de los países comunitarios se encuentran con una población crecientemente desconfiada respecto a la coyuntura económica, ningún ICC de los mismos ha tenido un retroceso tan fuerte como el ICC español. Portugal y Grecia se sitúan como los seguidores inmediatos en cuanto a pérdida de confianza; pero el retroceso de estos países ha sido aproximadamente la mitad del manifestado por el índice español.

El futuro de la economía comunitaria es incierto para la mayor parte de su población. Las expectativas económicas para el próximo año son claramente negativas en el conjunto de la C.E. Los datos de las encuestas en cada país muestran, en general, una opinión creciente pesimista. La coyuntura económica del año 1992 es peor que la de 1991 y nada apoya la previsión de unos meses mejores constituye la síntesis del mensaje transmitido por los diferentes índices de la opinión pública en la C.E.

EXPECTATIVAS PARA EL AÑO 1993		
Expectativas Sep. 92/Dic. 91	Familiares	Nacionales
MEJORES	DINAMARCA HOLANDA	HOLANDA IRLANDA FRANCIA
IGUALES	ALEMANIA FRANCIA ITALIA IRLANDA	DINAMARCA
PEORES	ESPAÑA GRECIA PORTUGAL BELGICA REINO UNIDO	ESPAÑA GRECIA PORTUGAL BELGICA REINO UNIDO ITALIA ALEMANIA

En la apuesta por un año 1993 peor que el actual, tanto para las familias como para la economía en general, a España le acompañan Grecia, Portugal, Bélgica y Reino Unido; los consumidores de Italia y Alemania esperan una situación económica de sus hogares más o menos igual a la del 92, pero desconfían también de la evolución futura de su economía nacional. Los ciudadanos de Holanda, Dinamarca, Francia e Irlanda son relativamente lo más optimistas.

El gráfico nº 9 sitúa las previsiones de ahorro y de consumo de las familias comunitarias en septiembre 92. Los índices medios -10 y -16 respectivamente muestran unos pronósticos desfavorables: La mayoría de los consumidores comunitarios creen que no van a ahorrar en los meses siguientes y que sus compras serán menores. Los valores superiores a estos dos índices en diciembre de 1991, -8 y -15, muestran, con ligero retroceso de ambos, el empeoramiento de los pronósticos económicos en los hogares: Se ahorrará menos, se comprará menos.

El examen país por país revela diferencias importantes:

1º En cuatro países: Holanda, Dinamarca, Bélgica y Alemania, la mayoría de población cree posible ahorrar durante los próximos meses.

GRAFICO 8

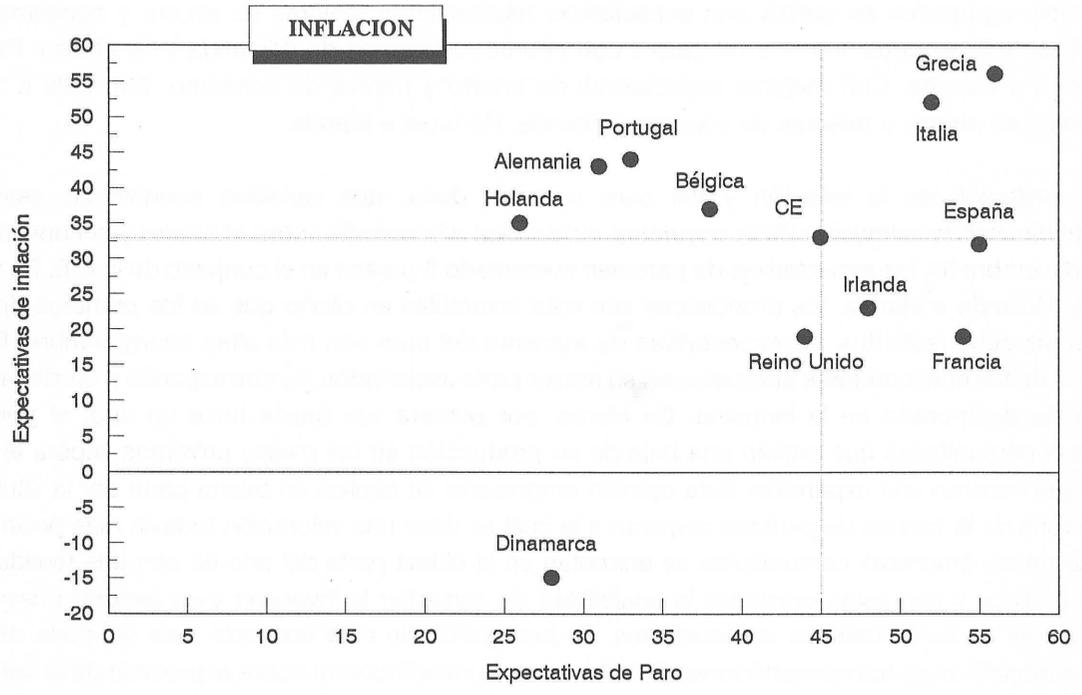
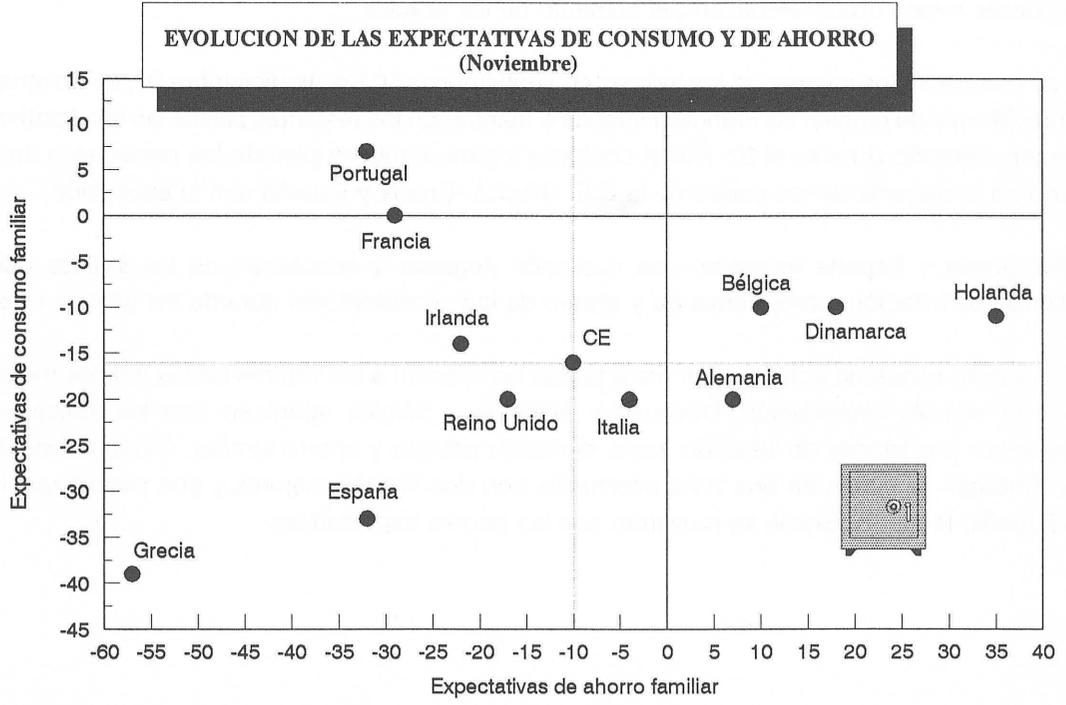


GRAFICO 9



2º En sólo un país, Portugal, la mayoría prevé que su demanda de consumo de bienes duraderos aumentará en el futuro inmediato. En Francia las opiniones parecen equilibrarse y en el resto de los países la mayoría de los consumidores pronostican una reducción de su demanda.

3º Si se comparan los resultados de cada país en relación con los valores medios de la Comunidad, es posible agruparlos en países con expectativas relativamente mejores de ahorro y consumo: Holanda, Bélgica y Dinamarca, frente a los países con peores previsiones de demanda y de ahorro: Reino Unido, Grecia y España. Con mejores expectativas de ahorro y peores de consumo: Alemania e Italia y con peores de ahorro y mejores de consumo: Francia, Portugal e Irlanda.

La evolución de la inflación y del paro son, sin duda, dos variables económicas estrechamente relacionadas con la valoración de la coyuntura económica y la opinión sobre el ahorro y el consumo privado. Desde diciembre 91, las expectativas de paro han aumentado 5 puntos en el conjunto de la C.E. En tres países, Francia, Holanda e Irlanda, los pronósticos son más favorables en otoño que en los primeros días del año; pero en los ocho restantes, las expectativas de aumento del paro son más altas en septiembre. Estos datos por parte de los consumidores europeos, en su mayor parte asalariados, se corresponde a un clima coyuntural igualmente deteriorado en la industria. En efecto, por primera vez desde hace un año, el porcentaje de empresas comunitarias que prevén una baja de su producción en los meses próximos supera al porcentaje de las que esperan una expansión. Esta opinión empresarial se explica en buena parte por la situación poco satisfactoria de la cartera de pedidos respecto a la cual se tiene una valoración todavía más pesimista (3). La mayoría de las empresas comunitarias se enfrentan en la última parte del año 92 con una temida reducción de sus pedidos y con estas opiniones la posibilidad de aumentar la inversión y de generar nuevos empleos va a alejarse de las decisiones empresariales. La percepción de este horizonte está sin duda detrás de las malas expectativas de los consumidores. Por otra parte la incertidumbre sobre el proceso de la unión europea añade nuevos elementos de preocupación.

La posición relativa de la opinión pública en los países comunitarios respecto a precios y empleo aparece en el gráfico nº 8. Los dos países más pesimistas respecto a paro y a la inflación son Italia y Grecia. España apuesta con fuerza por mayor paro, pero con Irlanda y Francia confía relativamente más en un mejor ajuste de los precios. A esta opinión se le suma el Reino Unido. Más que al paro, los alemanes, holandeses, belgas y portugueses temen una aceleración del aumento de los precios.

Si se comparan los valores de los índices en septiembre con los de diciembre 91, se observa una mejora de las previsiones de empleo en Francia, Holanda e Irlanda. En los restantes países las expectativas de empleo han ido empeorando durante el 92. Por el contrario y para el mismo período las previsiones de inflación han mejorado en la mayoría de los países de la C.E. Bélgica, Grecia y España son la excepción.

Sólo Grecia y España muestran una evolución negativa y simultánea de los índices que miden sus expectativas de inflación, paro, demanda y ahorro de los consumidores durante los últimos meses.

El siguiente esquema agrupa a los once países en relación a los valores de los índices medios de la C.E. Según esta sencilla clasificación, Dinamarca, Holanda y Bélgica aparecen con los índices relativamente mejores sobre previsiones de inflación, paro, demanda privada y ahorro familiar. Cinco países -los de mayor peso y Portugal- se sitúan en una zona intermedia con dos índices mejores y dos peores que la media. Por último España, Irlanda y Grecia se muestran con las peores expectativas.

EN RELACION A LAS EXPECTATIVAS MEDIAS DE LA C.E.	EXPECTATIVAS SOBRE:			
	INFLACION	PARO	CONSUMO	AHORRO
MEJORES	DINAMARCA REINO UNIDO ESPAÑA IRLANDA FRANCIA	ALEMANIA PORTUGAL BELGICA HOLANDA REINO UNIDO DINAMARCA	PORTUGAL FRANCIA BELGICA DINAMARCA HOLANDA	BELGICA DINAMARCA HOLANDA ALEMANIA ITALIA
IGUALES	-	-	IRLANDA	-
PEORES	ALEMANIA GRECIA ITALIA PORTUGAL BELGICA HOLANDA	GRECIA ESPAÑA ITALIA IRLANDA FRANCIA	REINO UNIDO ALEMANIA ITALIA ESPAÑA GRECIA	PORTUGAL FRANCIA ESPAÑA IRLANDA GRECIA

NOTAS.

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 noviembre de 1992 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, nº 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).

(1) Pág. 6, tabla nº 9 *Supplément B rev Economie Europee* nº 8/9 - 1992.

(2) Ver nota 1.

(3) Pág 2 rev. citada.