

NOVIEMBRE 1998: LA BUENA SITUACIÓN ECONÓMICA SE CONSOLIDA

Francisco Alvira Martín
José García López

I. INTRODUCCIÓN

I.1. El Índice del Sentimiento del Consumidor

La satisfacción respecto al curso de la economía nacional se ha consolidado al cerrar el año. Ésta es la principal conclusión que el sondeo de noviembre 98 ha proporcionado. El último índice que mide este sentimiento de los españoles (ISC) ha sido 111, igual al de junio del mismo año que era un valor muy positivo. Estos dos índices, junio y noviembre, son los más altos de la serie. Además, al sobrepasar el valor 100 revelan que el porcentaje de optimistas es claramente superior al de pesimistas.

Según la mayoría de los consumidores, la economía ha discurrido por una buena senda y las previsiones positivas se mantienen para los próximos meses. Los indicadores sobre la experiencia reciente y las expectativas son buenos.

Respecto al anterior sondeo de junio no hay cambios importantes. Al terminar el año 1998, los consumidores expresan un sentimiento respecto a la economía similar al de cinco meses antes cuando se alcanzó un índice de 111 por primera vez, el más alto de la serie (ver gráfico núm. 1). El índice de noviembre tiene connotaciones importantes e interesa señalarlas para interpretar mejor la reproducción del valor 111 del ISC.

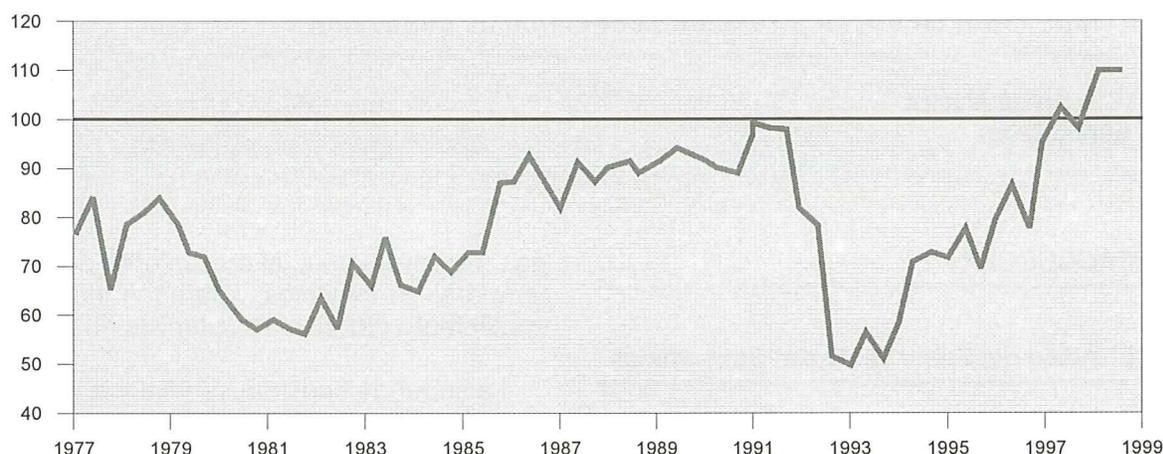
La primera se refiere a las diferencias estacionales de la percepción de la economía por el público. En cada ejercicio la opinión de los consumidores se viene mostrando más optimista en la investigación de junio que en los otros dos sondeos. La proximidad de las vacaciones veraniegas, las devoluciones del IRPF para la mayoría de los contribuyentes, las pa-

gas extraordinarias, el crecimiento del empleo temporal en servicios... parecen influir en un sentimiento global más optimista en junio.

La segunda cuestión se refiere a la desaceleración del crecimiento de las respuestas positivas a medida que se prolonga la fase expansiva del ciclo del ISC. Un fenómeno similar de sentido contrario se produce en la fase de recesión: el porcentaje de respuestas pesimistas aumenta poco aunque continúe la crisis. Para el primer caso, en una sociedad compleja, se debe reconocer la presencia de sectores de población excluidos de la mejora económica general. A pesar del desarrollo del Estado de Bienestar, permanece un cierto grado de dualismo que no ha desaparecido ni en los países de mayor renta, ni en sus etapas de mayor crecimiento. Además, en el tipo de respuestas influyen variables ideológicas. Dicho de otra forma, los datos económicos se interpretan de diferente manera según la proximidad o alejamiento ideológico con el Gobierno. Siempre habrá una parte de la población reacia a contestar favorablemente y, por el contrario, dispuesta a encontrar o a sospechar motivos para una definición pesimista de la situación económica. Lo mismo sucede en sentido contrario. Hay un techo y un suelo bastante alejado de la unanimidad.

La tercera cuestión se refiere al diferente sentido de los porcentajes del tipo de "seguirá igual" en las fases de expansión o de recesión o a su falta de neutralidad en relación al contexto. El pronóstico de un 49% a favor de que el curso de la economía nacional seguirá igual en 1999 que en el presente ejercicio, expresa una valoración individual muy diferente al 27% con el mismo tipo de respuestas en 1993. Las primeras previsiones deben interpretarse desde la confianza en una evolución positiva. Las expectativas de 1993 –un año con crecimiento

GRÁFICO NÚM.1
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR
(1977-1998)



negativo del PIB y aumento de la tasa de paro—apuntan a una desconfianza a la salida de la crisis.

Con estas puntualizaciones se quiere interpretar las cifras de la encuesta de la forma más acertada posible. Revelar, así, la conciencia económica de los españoles al terminar el año 1998 con una explicación que supere la simple lectura de las cifras.

Los valores del ISC muestran una evolución muy positiva durante el presente ejercicio. Se aprecia una notable mejora desde el primer sondeo (ISC=105 de 1998), en junio alcanza el primer máximo absoluto de la serie desde el año 1977 y al terminar el año no se ha produci-

do ningún retroceso estacional y las respuestas a favor de continuar avanzando y las de "seguirá igual" configuran una opinión optimista del público. Sólo un 17% de los individuos espera que su economía familiar y la nacional empeoren en el año 1999; un 54% prevé la continuidad de la situación actual y otro 29% pronostica una mejora en los dos ámbitos.

Atendiendo a estos datos subjetivos es posible afirmar que los consumidores españoles creen vivir el mejor momento económico desde 1977.

I.2. El ISC y los indicadores de la economía española en los "90"

Los datos del cuadro núm. 1 corresponden a las tasas de crecimiento de los indicadores económicos y del sentimiento económico.

La evolución del ISC ha seguido muy de cerca los cambios de los indicadores económicos. El conjunto de los españoles, incluso, expresaron una valoración "a priori" más acertada sobre el curso de la economía que los pronósticos de muchos profesionales recogidos por la prensa de la época. Al comienzo de la década, el sentimiento económico era relativamente alto. De forma lenta, el ISC había crecido desde un 75 en 1985 al 90 en 1990 y 98 en 1991. Este avance se correspondía con una mejora de los indicadores económicos. Desde una tasa de

CUADRO NÚM. 1
TASAS DE CRECIMIENTO EN PORCENTAJE
SOBRE EL AÑO ANTERIOR

	PIB _{pm}	Consumo privado	IPC	Tasa paro	ISC
1990	3.7	3.7	6.7	-5.8	-2
1991	2.4	3.0	5.9	43	9
1992	2.1	2.1	5.9	18.2	-28
1993	-1.0	-2.3	4.6	19.0	-27
1994	2.1	0.9	4.7	0.0	28
1995	2.8	1.5	4.7	-4.6	9
1996	2.3	1.9	3.6	-2.6	11
1997	3.5	3.1	2.0	-6.3	22
1998 (p)....	3.9	3.4	1.9	-7.7	10

Fuente: Los 100 indicadores de la economía española. Prof. Laborda y encuestas del ISC de los autores en Cuadernos de Información Económica (FUNCAS).

paro sobre población activa del 21,9%, un aumento del IPC del 8,8% y un reducido crecimiento económico del 2%, se había pasado a un paro del 16,3% y a una inflación del 6,7 con un crecimiento del PIB del 3,7% al principio de la década.

Esa tendencia se rompe en 1991. Los años siguientes trajeron un retroceso de los principales indicadores económicos, básicamente los relacionados con el empleo. El ISC cae un 28% en 1992 respecto a su valor en 1991, y prácticamente vuelve a retroceder otro 27% al año siguiente. Entre 1992 y 1993 se había perdido la mejora de la confianza de los consumidores lograda en los seis años anteriores y el índice había caído a los niveles más bajos de la serie. La mayoría de los diagnósticos y previsiones eran poco favorables para 1994; sin embargo, la opinión pública apostó por una salida próxima de la crisis. En 1994 el ISC mejoró de una forma clara y siguió su progresión positiva con una significativa aceleración en 1997 que se ha consolidado en 1998 con otro nuevo avance.

En este año, el máximo absoluto del ISC (109 valor medio anual) se corresponde con una baja tasa de inflación, con cuatro ejercicios seguidos de reducción de la tasa de paro, con un crecimiento del PIB relativamente importante y del consumo privado. La comparación de estas magnitudes con el año 1991, cuando se alcanzó el máximo del anterior ciclo del ISC, presentan un balance positivo para 1998. La diferencia a favor del ISC de 1998 se corresponde con la de las cifras estadísticas y ratifica el valor de este índice para adelantar previsiones económicas.

1.3. Los componentes del ISC

Aunque el índice de noviembre repita el valor 111 alcanzado en junio, el comportamiento de los distintos aspectos de la opinión pública en el sentimiento económico ha sido diferente. La buena valoración del momento para comprar bienes duraderos es la nota más destacable y positiva (ver cuadro núm. 2). Durante todo el año 1998, la opinión de los españoles a favor del consumo ha ido mejorando. A comienzos de este año existía prácticamente un equilibrio entre los partidarios de comprar y los de no hacerlo. En junio, la opinión se inclinó a favor de

CUADRO NÚM. 2
VARIACIÓN DEL ISC Y DE SUS COMPONENTES
RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

	ISC (1)	Experiencia (2)	Expectativas (2)	Momento de compra
1990	-	-	-	-
1991	8	-2	11	18
1992	-27	-21	-31	-22
1993	-19	-24	-7	-35
1994	15	10	23	11
1995	6	9	2	8
1996	8	10	7	7
1997	18	21	10	23
1998	10	10	4	24

(1) Valor medio anual.

(2) Valor medio de la economía nacional y familiar.

la compra y en el último sondeo esta tendencia se ha reforzado.

El índice de valoración del momento de compra es 119 al terminar el año, el más alto de toda la serie. Incluso el valor medio anual 107 supera también el del año 1991. Este dato proporcionado por los tres sondeos del presente ejercicio se corresponde con una tasa anual de crecimiento del indicador del consumo privado del 3,4%, también la más alta de los años 90. Existe una correspondencia entre el índice que mide las respuestas a la pregunta sobre la mejor o peor actitud hacia la compra de bienes duraderos y el consumo privado recogido por las estadísticas.

En el año de la crisis del Golfo, la tasa de crecimiento del consumo privado 3% se correspondía con un aumento inferior del PIB_{pm} 2,4% y un 5,9% de inflación; la valoración del momento de compra era la más alta de la serie, 91 (ver gráfico núm. 4). Los dos ejercicios siguientes, 1992 y 1993, años de crisis, tuvieron un marcado retroceso de las tasas del PIB, con una ganancia en inflación de 1,3 puntos. La valoración del momento de compra sufrió un retroceso muy fuerte. En los tres años siguientes, 1994, 1995 y 1996, el índice mejora lentamente, la tasa de inflación baja un punto y el PIB sube unas décimas, pero el crecimiento del consumo privado permanece por debajo del aumento del PIB y la valoración del momento de compra se retrasa respecto a los otros componentes del ISC.

En los años siguientes, la apreciación del momento de compra es notable y la progresión se acentúa en 1998. En noviembre, el índice

GRÁFICO NÚM. 2
EXPERIENCIA RECIENTE - ISC
(1977-1998)

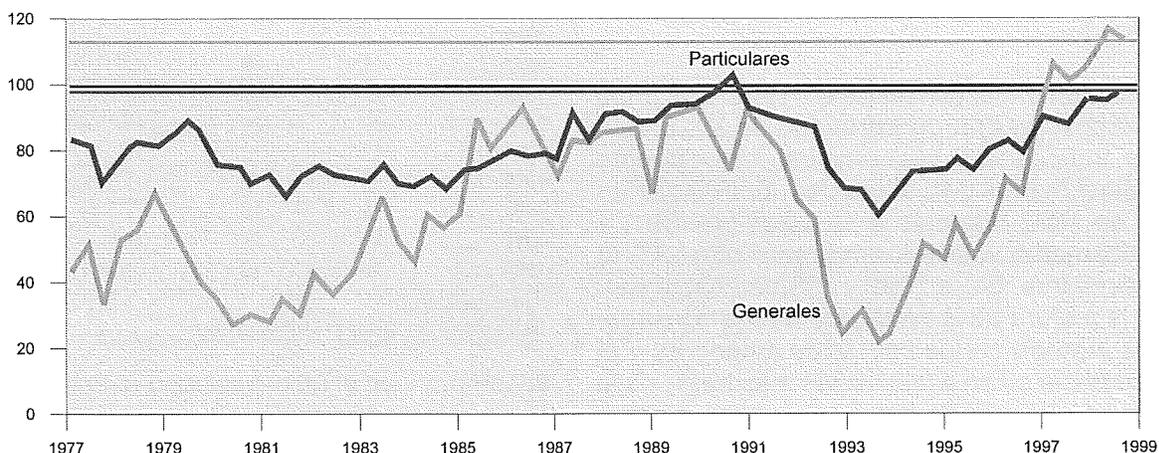
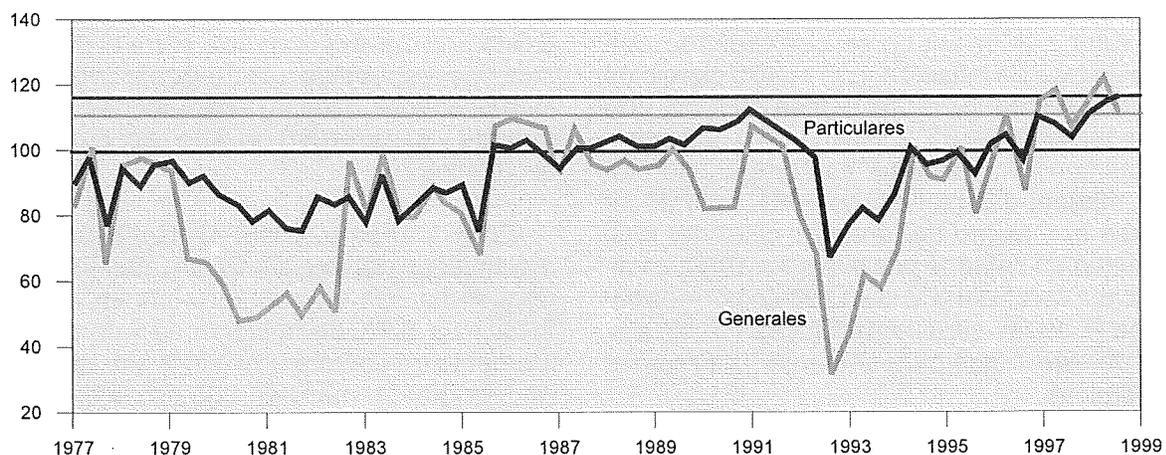


GRÁFICO NÚM. 3
EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS - ISC
(1977-1998)



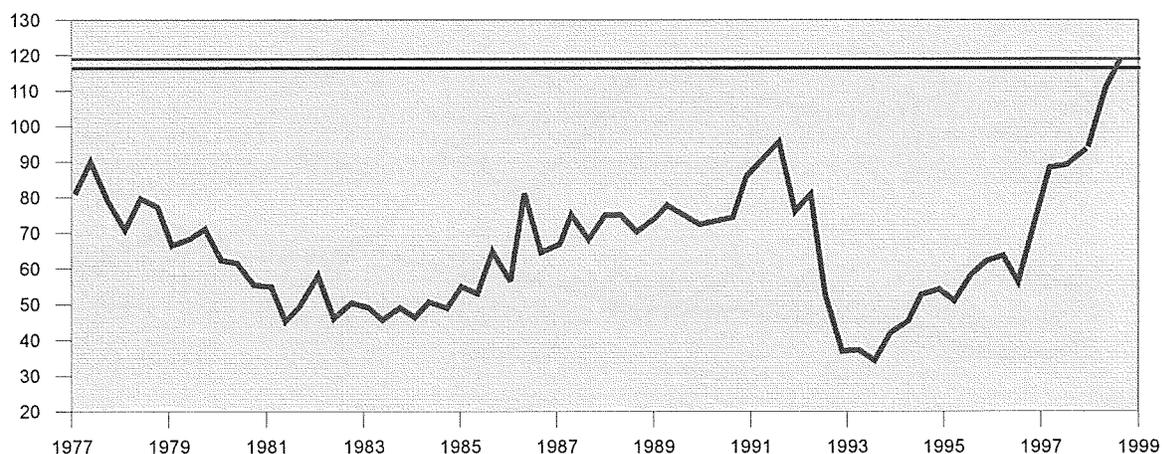
119 es muy positivo y marca una diferencia significativa en relación a junio. Las familias han ido inclinándose hacia el consumo a medida que han percibido una mejora o que las cosas "siguen igual".

Aunque las expectativas de noviembre son buenas y los optimistas superan a los pesimistas, se ha producido una pequeña caída de las nacionales y personales (ver gráfico núm. 3). Las previsiones favorables lograron su máximo en junio y al terminar el año han retrocedido li-

geramente, mientras que la buena valoración del momento de compra ha tomado su relevo. Los cambios de la experiencia reciente de los consumidores es poco significativa (ver gráfico núm. 2).

En resumen, el sentimiento económico en noviembre no difiere globalmente del de junio. Las diferencias de los componentes del ISC son pequeñas: las expectativas retroceden un poco frente a una tendencia cada vez más favorable al consumo privado.

GRÁFICO NÚM. 4
MOMENTO DE COMPRA - ISC
(1977-1998)



CUADRO NÚM. 3
LOS OPTIMISTAS

	Valores medios anuales				Evolución en el año 1998		
	1995	1996	1997	1998	FEB. 98	JUN. 98	NOV. 98
A.-Situación económica país							
1.-Ha mejorado.....	12	13	28	33	32	34	33
2.-Mejorará.....	26	27	33	35	32	40	33
B.-Situación económica familiar							
1.-Ha mejorado.....	9	10	13	16	15	16	16
2.-Mejorará.....	17	18	22	24	23	25	23
C.-Demanda: consumo familiar							
1.-Buen momento compra	12	13	20	37	25	37	32
2.-Comprará más.....	8	8	11	12	11	11	14
D.-El paro							
1.-Disminuirá.....	19	24	27	31	25	37	32
E.-La inflación							
1.-Ha aumentado poco	34	49	65	73	70	78	72
2.-Aumentará poco	52	65	69	79	79	81	77
F.-El ahorro							
1.-Aumentará.....	37	40	44	46	44	45	44

II. LOS OPTIMISTAS

El cuadro núm. 3 ofrece los porcentajes de los individuos que perciben una mejora respecto al año anterior y los que prevén una tendencia positiva para cada una de las cuestiones planteadas en la encuesta.

Los resultados del último sondeo son positivos en todos los aspectos respecto a la situación en los años 1995, 1996 y 1997. Aunque la proporción de "sigue igual" es muy amplia, los

grupos netamente optimistas han aumentado y respecto a la inflación hay actualmente una amplia mayoría que percibe una evolución muy favorable.

Al comparar los resultados medios del año 1998 con los de 1995 a 1997, se observa:

1º Los optimistas han aumentado en todas las preguntas planteadas.

2º El aumento de los porcentajes de opti-

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

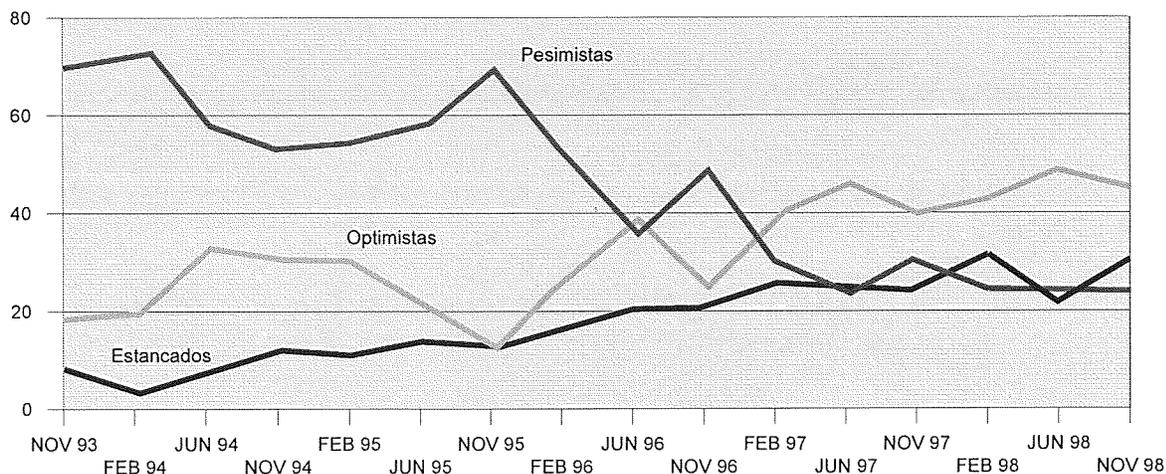
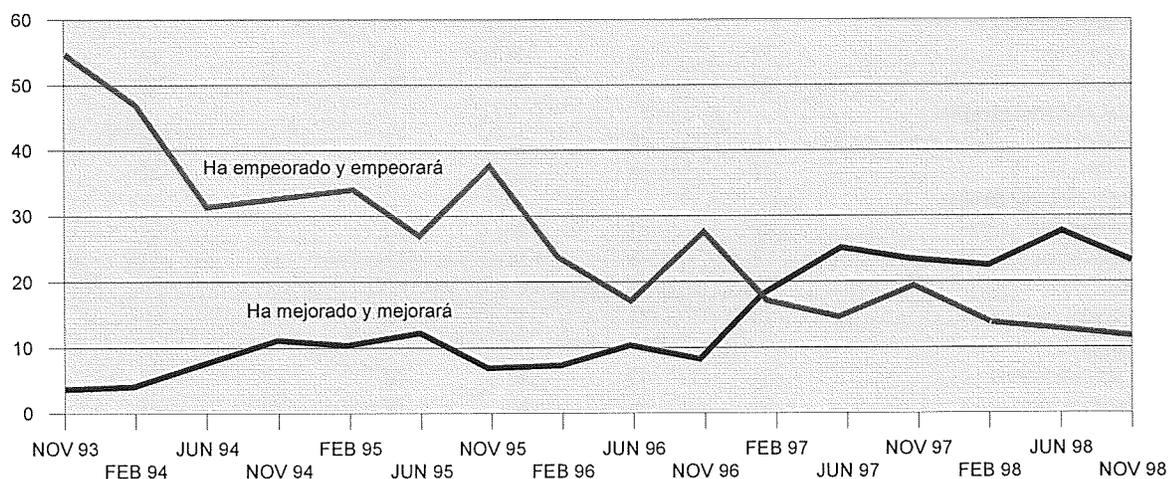


GRÁFICO NÚM. 6
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS EXTREMOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL



mistas es progresivo desde 1995. No hay excepción alguna, cada año es económicamente mejor que el precedente para el público.

3º Los aumentos de la confianza más notables entre 1995 y 1998 se han producido en:

- La valoración del momento de compra.
- La constatación de que la economía nacional ha mejorado.

— Los precios han tenido un buen comportamiento.

Las expectativas de mayor ahorro y de progreso de la economía nacional y familiar han aumentado relativamente menos. En el año 1995, el porcentaje de entrevistados con expectativas optimistas sobre la economía nacional superaba en 14 puntos a los que tenían una buena experiencia reciente. Tres años después, la diferencia entre los dos porcentajes es

de dos puntos. Parecido resultado aparece entre las previsiones y la experiencia sobre el curso de la economía familiar.

Entre el primero y el último sondeo del año 1998, se observa un cambio muy positivo en relación a la valoración del momento de compra y a la reducción del paro.

III. LOS TIPOS DE OPINIÓN ECONÓMICA Y SU EVOLUCIÓN

III.1. Opinión sobre la economía nacional

Al cruzar las tres posibilidades de respuestas del cuestionario sobre la experiencia de los españoles con las tres opciones propuestas para conocer sus expectativas para los próximos doce meses, aparecen nueve grupos diferentes de opinión.

Según domine el optimismo o el pesimismo en los pares de respuestas, los nueve grupos pueden reducirse a tres tipos básicos:

1º Los optimistas,

2º quienes perciben una situación de estabilización de la situación actual

3º y los pesimistas.

En noviembre de 1998, los resultados aparecen en el cuadro núm. 4. Los optimistas se corresponden con los siguientes pares de respuestas: mejor-mejorará; igual-mejorará; peor-mejorará; mejor-seguirá igual y un 44% de la población responde a este tipo calificado como optimista.

Los pares de respuestas de los pesimistas se corresponden a: igual-empeorará; peor-empeorará; peor-seguirá igual, a los que ha respondido un 26% de la población.

Por último, un 30% tiene conciencia de estancamiento.

En relación a los dos años anteriores, se ha producido una evolución muy positiva.

El cambio más notable se produjo entre no-

viembre de 1996 y noviembre de 1997. El presente año ha reafirmado esta mayor confianza.

En el gráfico núm. 5 se muestra el avance de los optimistas desde noviembre de 1993. En los años 1997 y 1998 este grupo es el más amplio y los pesimistas han ido pasando al grupo de "sigue igual" y a los optimistas. El gráfico núm. 6 muestra también una ventaja de los radicalmente optimistas frente a los radicalmente pesimistas desde febrero de 1997.

II.2. Opinión sobre la economía familiar

Por el cruce de las respuestas a las preguntas relacionadas con la economía familiar se establecen nueve tipos de opinión. Si se consideran pesimistas y optimistas a los mismos tipos de respuestas que en el apartado correspondiente a la valoración de la economía nacional, en noviembre de 1998 los optimistas son un 28% de la población, los pesimistas un 19% y quienes expresan una opinión de estancamiento alcanzan un 53%.

El retroceso de los pesimistas sobre la economía familiar (12 puntos) entre 1996 y 1998 es inferior a la caída de este tipo de respuestas sobre la economía nacional (24 puntos). Este dato debe relacionarse con el alto porcentaje, en torno a la mitad de la población, que no percibe cambios en su situación económica. La opinión pública es más sensible a la información económica de los medios de comunicación que a su cotidianeidad. En pocas ocasiones, en la economía familiar se producen cambios suficientemente importantes para modificar la sensación de continuidad de su capacidad económica.

En el gráfico núm. 7 aparece el aumento de los optimistas desde el año 1993 y en el gráfico núm. 8, la situación relativa de los optimistas y pesimistas radicales sobre la situación económica familiar. La mejora del sentimiento económico doméstico en los últimos dos años es la conclusión de la lectura de estos gráficos.

III.3. Optimistas y pesimistas globales

El cuadro núm. 4 muestra los nueve tipos de opinión de los consumidores cuando se considera simultáneamente la valoración de la eco-

GRÁFICO NÚM. 7
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA FAMILIAR

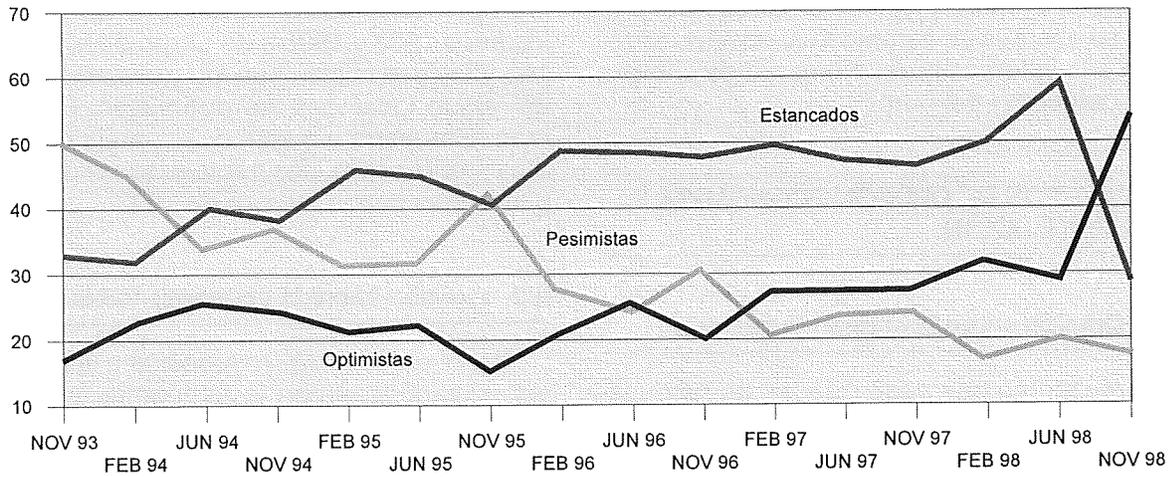
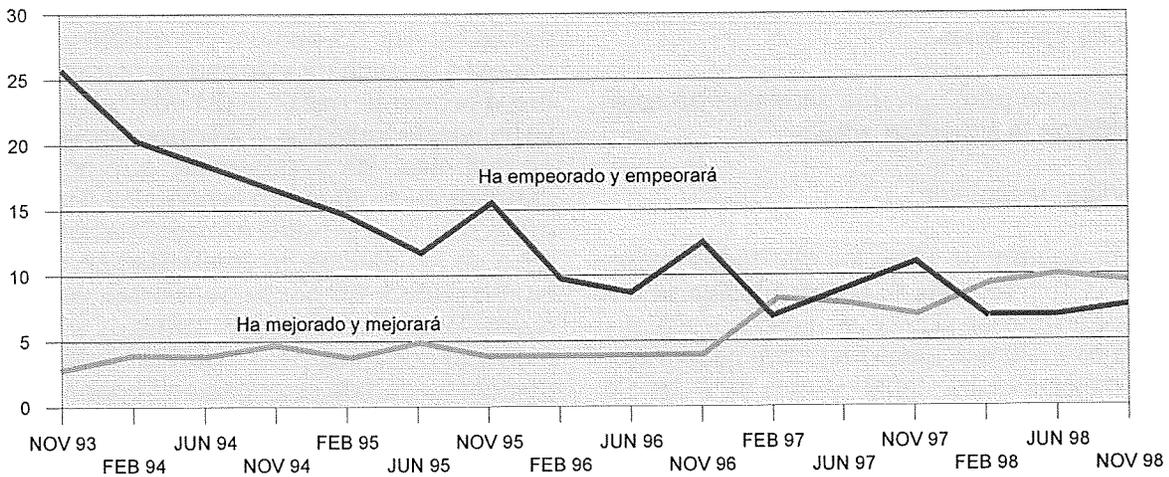


GRÁFICO NÚM. 8
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS EXTREMOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA FAMILIAR



nomía nacional y de la familiar. En noviembre de 1998 los grupos más amplios son:

1º Los optimistas sobre la economía nacional que creen que su situación familiar no cambia.....21%

2º Quienes opinan que la economía nacional y familiar permanece igual que en 1997 y seguirá sin cambios.....21%

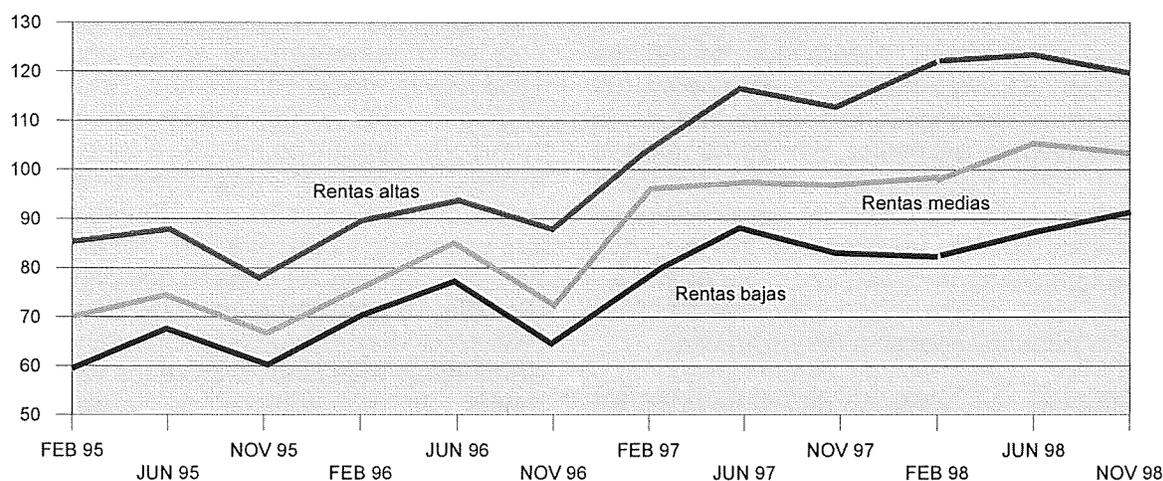
3º Los optimistas sobre la economía nacional que también lo son respecto a la personal19%

Respecto a 1997 se aprecia un retroceso significativo (6 puntos) de los pesimistas integrales. Este cambio ha supuesto que los optimistas radicales doblen a los pesimistas y refuerza la principal conclusión de la encuesta: **el buen momento económico respecto a años anteriores que los españoles perciben.**

CUADRO NÚM. 4
OPTIMISTAS Y PESIMISTAS GLOBALES

ECONOMÍA FAMILIAR	Economía general					
	Noviembre 1998			Noviembre 1997		
	Optimistas	Estancamiento	Pesimistas	Optimistas	Estancamiento	Pesimistas
Optimistas	19	6	4	18	5	5
Estancamiento	21	21	12	17	17	12
Pesimistas	3	4	10	5	5	16

GRÁFICO NÚM. 9
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y RENTA FAMILIAR



IV. SENTIMIENTO ECONÓMICO Y RENTA FAMILIAR

En el gráfico núm. 9 aparecen los ISC en relación a la renta familiar. Los datos muestran una progresiva mejora. El sondeo de noviembre 93 mostraba una general desconfianza en los tres grupos con poca diferencia entre los consumidores de rentas altas y bajas. En noviembre de 1994, los individuos con rentas altas son los primeros en percibir un cambio en la tendencia de la economía y su índice muestra una diferencia de 32 puntos con el de los consumidores de rentas bajas.

En los años siguientes, la confianza de todos los consumidores aumenta y, después del año 1995, se mantiene una distancia importante entre rentas altas y bajas a favor de las primeras. No obstante, la evolución de la opinión de los individuos de rentas altas y bajas desde 1993 ha sido muy parecida.

La percepción del curso de la economía nacional en noviembre de 1993 era muy pesimista en las rentas altas; algo menos en las rentas bajas. La mejora de este componente respecto a 1993 –índice de variación 81– es significativamente más alta entre 1993 y 1996. En los dos últimos ejercicios han mejorado aproximadamente igual.

Al contrario, las expectativas mejoraron más en las rentas bajas entre 1993 y 1996. La experiencia sobre la economía familiar de las rentas bajas también ha sido relativamente mayor que en las rentas altas.

A pesar de esas discrepancias, el dato más relevante es el amplio consenso de mejora en los tres grupos de renta y una evolución paralela de sus respectivos índices. Los individuos de rentas altas muestran un sentimiento económico mejor que los de rentas bajas, pero todos han creído que su situación mejoraba.

V. LOS PROBLEMAS DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

V.1. El paro

El paro es, sin duda, el primer problema de la sociedad española y de una manera u otra afecta a la mayoría de las familias. El lento retroceso de la tasa de paro después de su rápido aumento en los años 1992 y 1993, manifiesta su difícil solución. No obstante, desde el punto de vista de la opinión pública, se percibe una mayor confianza respecto a su futura reducción.

En el cuadro núm. 5 aparecen los índices que miden las expectativas de paro para los próximos meses según la formulación de la UE. Los valores del índice del último sondeo del año 1998 muestran un notable progreso respecto a 1995. La caída de las previsiones pesimistas muestra un progreso ininterrumpido del optimismo en estos años. No obstante, sólo en junio quienes preveían una disminución del paro superaban a los pesimistas.

La opinión española no difiere de la de los países de la UE. También globalmente los pesimistas europeos superan a los optimistas. Al comparar la evolución de los índices medios de la UE y los españoles, se comprueba una caída más rápida del pesimismo en España. La confianza es permanentemente superior entre los individuos de rentas altas e, incluso, las previsiones optimistas superan a las pesimistas en este segmento.

V.2. La inflación

Un 72% de los consumidores advierte un comportamiento muy favorable de la inflación durante el último año y un porcentaje parecido, 77%, prevé nulos o pequeños aumentos de los precios para los próximos meses. Los sondeos anteriores de febrero y junio muestran resultados parecidos. En el año 1998, la inflación no ha constituido un problema para una mayoría amplia de españoles y, probablemente, esta opinión haya influido en la mejor valoración del momento de compra.

La evolución de la experiencia reciente sobre los precios en España ha seguido una senda semejante a la media de la UE. Igual ha su-

CUADRO NÚM. 5
EXPECTATIVAS DE PARO Y RENTA FAMILIAR

	Media	Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas	Media UE
1995.....	25	36	26	21	16
1996.....	17	25	20	12	30
1997.....	8	22	9	2	23
1998.....	3	16	5	-3	13
(febrero 98).....	8	28	9	0	14
(junio 98).....	-2	8	2	-7	12
(noviembre 98).....	2	13	4	-2	15

Nota: Índice de expectativas de paro según la formulación de la UE.

cedido con las previsiones. Sin embargo, hay una diferencia interesante, la experiencia española es claramente peor en los años 1995 y 1996 que la media comunitaria. Esta situación cambia en 1997 y 1998 y la opinión de los consumidores españoles no difiere de la de los europeos respecto al comportamiento reciente de los precios en estos dos últimos ejercicios. Las expectativas de inflación, por el contrario, han sido mejores en España que en la UE desde 1995. La aproximación de las tasas de inflación españolas a la media comunitaria, partiendo de tasas más altas, explica los valores diferentes de los índices de experiencia y expectativas. La opinión de los españoles ha seguido de cerca el curso de los precios. Así, su experiencia era peor que la comunitaria cuando entre ambas tasas de crecimiento de precios había una diferencia importante. Cuando desaparece ese distanciamiento, las respuestas sobre la experiencia reciente apenas difieren. Por otra parte, las previsiones de mejorar de los europeos son peores que las españolas porque parten de tasas de inflación muy bajas difícilmente mejorables.

V.3. Consumo y Ahorro

El dato más notable de los sondeos de 1998 es el cambio de opinión hacia el consumo privado. La lectura de los índices sobre valoración del momento y la intención de compra de bienes duraderos desde 1995 a noviembre de 1998, muestra una ininterrumpida progresión. En el año 1995, los índices -48 y -38 traducían un notable recelo de los consumidores para comprar bienes que no fueran estrictamente necesarios. Una amplia mayoría creía que no era buen momento para comprar y declaraba su intención de comprar menos en el año siguiente. Los valores de estos dos índices -va-

CUADRO NÚM. 6
EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN Y RENTA FAMILIAR

	Experiencia				Expectativas					
	Media	Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas	Media UE	Media	Rentas bajas	Rentas medias	Rentas altas	Media UE
1995.....	38	43	40	34	20	21	26	22	18	25
1996.....	26	35	29	19	13	9	15	12	6	18
1997.....	7	15	9	1	4	0	5	1	-2	16
1998.....	2	11	3	-2	2	-2	5	0	-3	16
(febrero 98).....	6	16	8	1	3	0	8	3	-1	17
(junio 98).....	-4	6	-4	-7	2	-6	-2	-4	-8	18
(noviembre 98).....	3	10	5	0	2	1	9	2	-1	15

Nota: Índice de expectativas según la formulación de la UE.

loración del momento e intención de comprar eran sustancialmente peores que los índices medios de la UE.

El año 1997 supuso una mejora notable del sentimiento económico general de los españoles; también respecto al consumo. Pero era mayor el porcentaje de quienes consideraban desfavorable el momento para comprar en ese año. En el sondeo de junio de 1998, por primera vez cambia el sentido de las respuestas y el índice sobre el momento de compra es positivo, 11. El último sondeo reafirma esta disposición hacia el consumo, índice 19. Además, los consumidores españoles se muestran más favorables que los del resto de la UE, índice -1.

Hay una segunda nota interesante: el avance a favor del consumo es general. Los índices correspondientes a los consumidores de rentas medias, altas o bajas han aumentado y, en noviembre de 1998, los tres índices parciales son positivos. Igual tendencia ha seguido el índice de intención de compra. En junio de 1998, por primera vez el índice español iguala al índice medio de la UE.

Este avance de la opinión respecto al consumo doméstico se ha correspondido con un aumento de los españoles que consideran posible ahorrar durante los meses siguientes a cada sondeo. El índice de expectativas de ahorro continúa siendo negativo: los posibles no ahorradores superan a los posibles ahorradores; pero la tendencia es positiva. En 1995, el índice medio anual era -27 y en 1998 -13. En los sondeos de 1998, este índice ha mejorado de -17 en febrero a -9 en noviembre. La comparación con los valores medios europeos si-

guando desfavorable para España, a diferencia del consumo.

Por último, el índice que establece la situación económica de los hogares medida por la diferencia entre ahorradores y desahorradores ha sido favorable también.

El panorama de la evolución de los cuatro índices es muy favorable. Desde 1995, sin reducir sus expectativas de ahorro, los españoles aprecian un contexto más favorable para comprar bienes duraderos y mejora su intención de compra. Esta actitud se apoya en el sentimiento de progreso de la situación económica del hogar. Otra cuestión muy importante es que el cambio positivo de los índices se ha producido en los tres estratos de renta. Los índices de los hogares con rentas bajas han pasado de -56 a 3 en la valoración del momento de compra; de -57 a -22 en la intención de compra; de -59 a -50 en las expectativas de ahorro y de -7 a 1 en la situación económica del hogar. Las familias de rentas altas tienen unos índices más positivos que las familias de rentas bajas en las cuatro cuestiones planteadas. Las diferencias continúan, pero todos los hogares creen que han mejorado (ver cuadro núm. 7).

VI. CONCLUSIONES

Al terminar el año 1998, el sentimiento económico de los españoles ha mostrado un comportamiento muy positivo. Si el año 1997 se consideró un buen ejercicio para la opinión pública, en el año actual se repite ese juicio global. En junio se alcanzó el valor más positivo de la serie y en noviembre se ha repetido el mismo índice.

CUADRO NÚM. 7
VALORACIÓN DE LA INTENCIÓN DE COMPRA, AHORRO Y SITUACIÓN DEL HOGAR

	<i>Valoración del momento de compra</i>					<i>Intención de compra</i>				
	<i>Media</i>	<i>Rentas bajas</i>	<i>Rentas medias</i>	<i>Rentas altas</i>	<i>Media UE</i>	<i>Media</i>	<i>Rentas bajas</i>	<i>Rentas medias</i>	<i>Rentas altas</i>	<i>Media UE</i>
1995	-48	-56	-51	-36	-19	-38	-57	-39	-25	-16
1996	-39	-43	-41	-35	-20	-31	-50	-35	-19	-15
1997	-21	-35	-25	-11	-12	-23	-37	-27	-11	-14
1998	7	-16	-3	26	-1	-16	-30	-19	-5	-13
(febrero 98)	-8	-38	-21	18	-3	-19	-32	-10	-9	-13
(junio 98)	11	-13	6	25	0	-14	-36	-17	0	-14
(noviembre 98)	19	3	7	34	-1	-14	-22	-19	-5	-13

	<i>Expectativas de ahorro</i>					<i>Situación del hogar</i>				
	<i>Media</i>	<i>Rentas bajas</i>	<i>Rentas medias</i>	<i>Rentas altas</i>	<i>Media UE</i>	<i>Media</i>	<i>Rentas bajas</i>	<i>Rentas medias</i>	<i>Rentas altas</i>	
1995	-27	-59	-32	-5	-7	9	-7	7	19	
1996	-22	-56	-30	-1	-8	11	-6	7	22	
1997	-10	-52	-18	16	-5	13	-5	9	25	
1998	-13	-55	-21	5	-2	15	-2	10	26	
(febrero 98)	-17	-58	-21	2	-2	15	-3	11	28	
(junio 98)	-13	-56	-23	4	-2	15	-4	10	25	
(noviembre 98)	-9	-50	-20	8	-1	16	1	10	25	

TABLA
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR (1977-1986)

AÑO	ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR	EXPERIENCIA RECIENTE		EVOLUCIÓN DE EXPECTATIVAS		MOMENTO DE COMPRA
		GENERALES	PARTICULARES	GENERALES	PARTICULARES	
1977	76	43	84	84	90	81
	85	52	82	102	99	90
	65	33	70	67	78	79
1978	79	52	78	96	96	71
	81	56	83	98	90	80
	84	69	81	97	97	78
1979	80	58	86	95	98	66
	73	47	91	69	92	68
	72	40	86	68	93	71
1980	64	34	76	63	87	62
	60	26	76	52	85	61
	57	28	70	52	80	55
1981	59	27	73	56	83	54
	57	35	67	59	78	44
	56	29	72	53	77	50
1982	64	41	76	61	87	57
	57	36	73	54	85	45
	71	41	72	97	87	49
1983	66	51	71	82	80	48
	76	67	76	99	94	44
	66	51	71	82	80	48
1984	65	45	69	81	85	45
	72	61	73	89	90	49
	69	56	69	85	88	48
1985	73	62	74	82	91	54
	73	90	75	70	77	52
	87	82	77	108	103	64
1986	87	88	80	110	102	56
	93	94	79	109	104	81
	87	83	80	108	101	64

TABLA
 ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR (1987-1998)

AÑO	ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR	EXPERIENCIA RECIENTE		EVOLUCIÓN DE EXPECTATIVAS		MOMENTO DE COMPRA
		GENERALES	PARTICULARES	GENERALES	PARTICULARES	
1987	82	73	78	95	96	66
	92	84	92	107	101	75
	87	83	84	97	102	68
1988	90	87	91	95	104	75
	92	88	92	98	105	75
	89	88	90	95	102	70
1989	91	67	90	96	102	73
	94	92	94	101	104	78
	93	93	94	96	103	75
1990	92	94	95	84	107	72
	90	84	98	84	107	73
	89	74	103	84	109	74
1991	99	93	94	108	113	86
	98	86	92	105	110	91
	98	80	91	102	107	96
1992	83	66	89	82	104	76
	79	58	88	70	99	81
	52	32	74	35	69	50
1993	50	21	69	46	77	35
	56	29	68	65	84	35
	51	19	61	61	80	32
1994	58	23	67	71	88	40
	71	36	73	101	102	43
	73	51	74	93	96	51
1995	72	46	74	92	97	53
	78	58	78	102	100	50
	70	47	74	81	94	56
1996	79	56	80	97	103	61
	87	71	83	112	106	63
	78	67	80	89	98	55
1997	96	90	90	115	111	72
	103	107	89	119	109	88
	99	102	88	108	105	89
1998	105	107	96	116	112	92
	111	114	96	122	114	111
	111	111	98	115	111	119

(*) En 1991 sólo se efectuaron dos tomas de opinión. El dato central del año es la media aritmética de las dos tomas realizadas.

El resto de los consumidores europeos han mejorado también su confianza económica; pero a un ritmo notablemente inferior. Este cambio a favor de España se ha producido en el año 1996 y reforzado en 1997 y 1998.

El dato diferencial más destacable del último sondeo tiene relación con el consumo privado. Mientras las expectativas positivas han frenado su avance respecto a junio, la actitud del público hacia el consumo ha seguido mejorando y ha alcanzado las cotas más altas desde 1977.

Respecto a 1997, las expectativas de ahorro

retroceden; pero si se comparan con las del año 1995 se observa una clara mejora.

La inflación ha dejado de ser un problema importante. Los precios han aumentado poco y seguirán así para la mayoría de los entrevistados.

El paro sigue siendo el mayor problema económico. La mayoría no cree en un retroceso importante del paro; pero ha seguido creyendo el porcentaje de quienes esperan una reducción en los próximos meses.

En resumen, una tendencia positiva de to-

dos los indicadores subjetivos de la encuesta y los valores relativamente más favorables de los mismos permite decir que los sondeos de junio y noviembre de 1998 han puesto de manifiesto el mejor sentimiento económico de las últimas dos décadas.

NOTA

Los datos que sirven para este artículo provienen de:

1º Las encuestas específicas encargadas por FUNCAS a FACTAM con una muestra de 2000 individuos mayores de 18 años y ámbito nacional.

2º La información sobre la UE proviene de los suplementos publicados por la Comisión de la UE (D.G. des Affaires Economiques et Financieres).

3º La elaboración del ISC y del ICC (versiones americana y comunitaria) para evaluar el sentimiento económico de la población se ha realizado siguiendo la metodología expuesta en *Papeles de Economía Española* nº 1 y en *Coyuntura Económica de CECA* nº 1.