

NOVIEMBRE 2000: UN PANORAMA DE INCERTIDUMBRE(*)

Francisco Alvira Martín
José García López

I. INTRODUCCIÓN

El Índice del Sentimiento del Consumidor (I.S.C.) muestra un valor de 101(1) en noviembre del año 2000. Respecto al anterior sondeo de julio, este índice ha perdido 16 puntos y 15 puntos, al compararlo con el del mismo mes del año 1999. El retroceso de la confianza económica de los españoles ha sido importante en un periodo de cuatro meses.

Si se considera exclusivamente el valor absoluto del ISC, 101, el dato no resulta tan desfavorable, este valor se puede interpretar como de un equilibrio global entre optimismo y pesimismo. Al observar las tres clases de respuestas posibles: favorables, desfavorables y de estancamiento, el mayor porcentaje corresponde a esta última clase. Poco ha cambiado entre julio y noviembre para un numeroso sector de la población. Pero la opinión del sector más sensible a las variaciones económicas, ha cambiado *radicalmente*. En julio el porcentaje de quienes observaban una marcha positiva de la economía nacional, era el doble del de los pesimistas. En los otros tres componentes del ISC, los optimistas superaban también a los pesimistas (ver cuadro 1). Ese sentimiento de vivir una etapa de bonanza económica ha desaparecido.

En cinco meses, junio a noviembre, el ISC ha perdido los puntos que había ido ganado durante los tres últimos años. Desde 1994, el sentimiento económico de los españoles ha seguido una tendencia positiva que traducía un ambiente favorable y una notable confianza del público. El progreso de ese sentimiento se ha mantenido firme hasta julio de este año. En los últimos cuatro meses, el optimismo, que el valor del ISC señala, se vuelve a situar al nivel que tenía en 1997.

Las noticias sobre aumento de precios del

petroleo, las manifestaciones de los sectores directamente afectados y su previsible repercusión en mayores tasas de inflación, el retroceso de la cotización del euro respecto al dolar y la frustración de quienes confiaban en una moneda europea fuerte, la caída de las cotizaciones bursátiles, mientras aumentan los intereses de los créditos y el agravamiento del terrorismo constituyen un conjunto de razones que han contribuido al cambio del sentimiento económico de la gente.

Los datos del cuadro 1 descubren algunas peculiaridades importantes de la percepción popular de la situación económica en el otoño de este año:

1ª. En julio, los porcentajes de respuestas positivas superaban a las negativas en las cinco cuestiones planteadas: percepción y expectativas sobre las economías nacional y familiar y la valoración de momento de compra. En noviembre, *sólo en dos los optimistas eran más que los pesimistas*: las previsiones sobre la economía familiar y la valoración del momento de compra.

2ª. *El retroceso de las respuestas favorables sobre la marcha de la economía es general*. Son significativamente menos las familias españolas que contemplan una evolución favorable de la economía nacional, personal y creen que es buen momento para comprar bienes duraderos respecto a julio y noviembre del año anterior.

3ª. *Las previsiones son el componente del índice con peores resultados*. Con independencia del debate técnico sobre la posible evolución de los indicadores de la Coyuntura Económica, una parte importante de los españoles ha tomado partido por la incertidumbre y las expectativas de noviembre, sobre todo respec-

CUADRO 1
OPTIMISTAS VS. PESIMISTAS. JUNIO/NOVIEMBRE 2000

Tipo de respuestas	Economía Nacional Porcentaje				Economía Personal Porcentaje				Valoración momento de compra Porcentaje	
	Experiencia		Expectativas		Experiencia		Expectativas		Nov.	Junio
	Nov.	Junio	Nov.	Junio	Nov.	Junio	Nov.	Junio		
Favorables.....	24	36	21	33	17	19	22	25	29	37
Desfavorables.....	30	16	28	13	17	14	8	11	21	14

Nota: El resto de respuestas hasta 100, corresponden al tipo de respuestas "sigue o seguirá igual".

to a la economía nacional, son claramente peores que en julio. La economía española habrá seguido creciendo, el paro reducido y la contratación laboral aumentado; pero la tasa de inflación, que había descendido desde comienzo de los 90 (6,5 por 100 en 1990) al 1,4 por 100 en 1998, rompió esa tendencia en el año 1999, con un pequeño repunte de décimas (2,9 por 100) que no afectó ni al optimismo general ni al sentimiento de la gente y esto ha cambiado en noviembre. La tasa de inflación interanual 4 por 100 en octubre ha cambiado el horizonte económico del público. Se ha superado el umbral psicológico para aceptar las variaciones de precios sin afectar a la capacidad económica de las familias; un aumento real del 100 por 100 superior a la tasa de inflación prevista, rompe los ajustes de los ingresos indicados; la gente teme una pérdida de sus ingresos reales y también teme nuevos aumentos inducidos por el conflicto entre los distintos sectores para mantener su capacidad económica. Este anuncio de problemas, antes previstos que experimentados por el público, refuerza la probabilidad de que se cumplan las expectativas de inflación y no las previsiones oficiales: un 52 por 100 del público dice que los precios subirán más rápidamente en los próximos meses, frente a un 48 por 100 que esperan su moderación. Este dato es un problema psicológico que añadir a las dificultades objetivas.

4ª. *El cambio más importante del sentido de las respuestas se refiere a la evolución de la economía nacional.* En julio el 36 por 100 de los españoles decía que la economía nacional había mejorado durante los últimos doce meses; sólo un 16 por 100 mantenía la opinión contraria. Cinco meses más tarde aquel 36 por 100 baja a un 24 por 100 y los pesimistas aumentan del 16 por 100 al 30 por 100. Se han invertido los porcentajes de las respuestas. Igual evolución han seguido las expectativas sobre la evolución económica: En julio un 33 por 100 pre-

veía una mejora y solo un 13 por 100 esperaba que empeorara la economía nacional; en noviembre las expectativas positivas bajan del 33 por 100 al 21 por 100 y las negativas aumentan del 13 al 28 por 100. También en las previsiones se ha producido un cambio radical y al considerar simultáneamente ambos cambios, se constata una pérdida notable de la confianza en la marcha de la economía, aunque ésta siga creciendo.

5ª. En la síntesis del sentimiento económico de la población manifestada en el valor del ISC, confluyen dos aspectos de la opinión pública con diferencias importantes entre sí: *al examinar la situación de su economía personal, las familias no perciben pérdidas importantes de la misma.* Las previsiones familiares son positivas y muy superiores a las negativas, aunque estas últimas hayan aumentado tres puntos. También la experiencia reciente de los hogares sobre su economía es algo peor. Pero importa señalar la diferencia entre las opiniones respectivas sobre la economía nacional y a la particular. El descenso global de confianza se debe a una pérdida psicológica de confianza en el marco económico más que a los efectos en la economía doméstica.

6ª. El anuncio de posibles repercusiones en las economías familiares, del comportamiento de los precios y otras variables de la economía nacional han influido también en una *peor valoración del momento de compra.* En julio un 37 por 100 de los individuos consideraban que era un buen momento para comprar bienes duraderos; en noviembre, aquel porcentaje ha pasado al 25 por 100. La encuesta señala, por tanto, que la opinión sobre los problemas económicos conduce hacia una posible contracción de la demanda.

7ª. *El retroceso del sentimiento económico es general.* No hay diferencias significativas de

CUADRO 2
ISC DE LAS CC.AA.

COMUNIDAD	Meses		
	Julio	Noviembre	Variación (-)
Andalucía.....	116	104	12
Cataluña.....	111	105	6
Galicia.....	121	105	16
Madrid.....	121	102	19
País Vasco.....	110	98	12
Valencia.....	122	110	12

variación del ISC por estratos de renta. El ISC de los individuos con rentas bajas pierde 14 puntos respecto a julio; 18 puntos los de medias y 19 puntos los de rentas altas. En los tres segmentos de población, la pérdida de confianza se basa en la incertidumbre sobre la economía nacional. En las seis Comunidades Autónomas de mayor población se ha producido también un retroceso parecido del ISC.

2. MOTIVOS DE DESCONFIANZA:

a) La economía nacional.

Desde los primeros sondeos de la serie en 1977, los consumidores españoles situaban al paro en el primer puesto de sus preocupaciones. Esta opinión era parecida a la de los demás ciudadanos de la Unión Europea y la inseguridad en el empleo era el principal referente para su actitud hacia la marcha de la economía. A finales del año 2000 un problema, no económico, el terrorismo ha ocupado ese primer lugar en España y el miedo al alza de los precios que había dejado de preocupar, ha vuelto a un puesto destacado de los problemas. El elemento destacable del sondeo de noviembre 2000 es el retroceso del optimismo sobre la marcha de la economía nacional, se ha roto la tendencia positiva iniciada en el año 1994. En el último sondeo la experiencia y las previsiones sobre el funcionamiento de la economía nacional son importantes, aunque la si-

CUADRO 3
SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS HOGARES

	Noviembre (porcentaje)	Junio (porcentaje)
Desahorra.....	4	4
Gastos igual ingresos.....	53	54
Ahorra.....	43	42

tuación de los hogares no difiera en noviembre de la de julio.

b) Las amenazas.

A los buenos resultados de julio 2000 se enfrentan algunos cambios desfavorables de la opinión pública. El más destacado se refiere a los precios. El porcentaje de individuos optimistas respecto a la evolución de la inflación descendió seis puntos entre febrero y julio de 2000, rompiendo así una tendencia en que una amplia mayoría percibía un claro retroceso de la inflación. Un 75 por 100 de los ciudadanos decía que los precios habían aumentado poco o nada y un 81 por 100 que aumentarían poco. En julio, las opiniones favorables habían descendido al 58 por 100 (experiencia) y 68 por 100 (previsiones) respectivamente. El sondeo de noviembre profundiza la preocupación por los precios. En noviembre de 2000 la percepción y las previsiones sobre inflación han cambiado de signo.

La opinión pública ha percibido *un preocupante repunte* de los precios: la amenaza más importante a una larga fase de mejora económica. La mayoría de los españoles perciben que ha habido un aumento importante de los precios, 60 por 100, mientras en julio solo alcanzaba un 42 por 100. Un 52 por 100 espera aumentos más importantes del IPC, mientras en julio ese porcentaje era 31 por 100. Por tramos de renta, el aumento de la preocupación por la inflación es general. No hay diferencias. Hay conciencia de que los precios han iniciado una tendencia al alza y no se espera una moderación de los mismos.

CUADRO 4
LOS ESPAÑOLES Y LA INFLACIÓN. AÑO 2000

	Experiencia reciente (porcentaje)				Previsiones para los próximos meses (porcentaje)			
	Han aumentado (1)		No han aumentado (1)		Aumentarán (1)		Poco o nada (1)	
	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio
Renta...	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio
Media ..	60	42	40	58	52	31	48	69
Bajas ...	77	52	23	48	56	41	44	59
Medias.	60	44	40	57	51	33	49	67
Altas	61	39	39	61	55	30	48	70

(1) Han aumentado (mucho + bastante); no han aumentado (poco + estables + disminuido). Aumentaron (alza más rápida); poco o nada (alza más lenta, estables, disminuir).

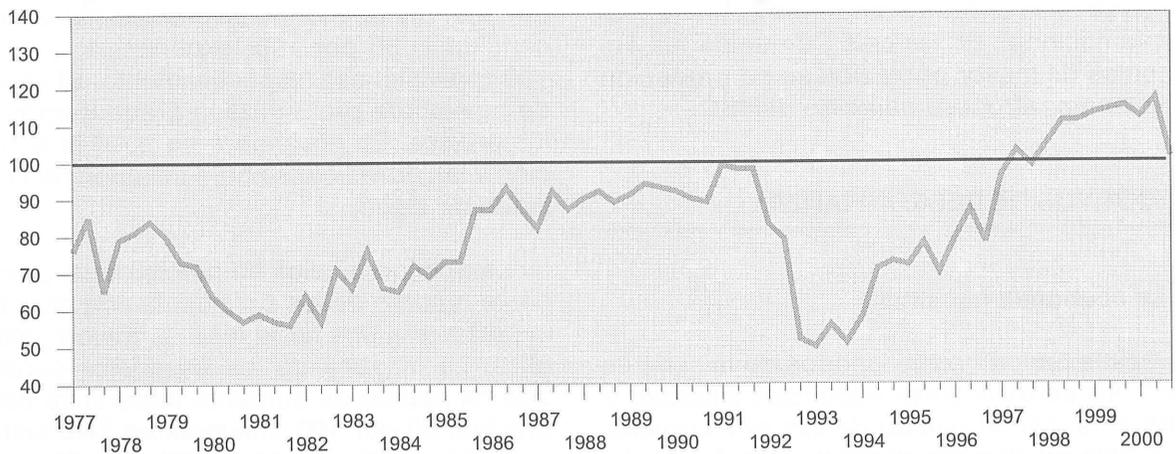
3. EVOLUCIÓN DEL ISC

Los gráficos 1 a 4 recogen la evolución del ISC y de sus componentes desde el años 1977. En la década de los noventa, el comportamiento del ISC muestra dos periodos muy distintos. Los dos primeros años recogen una confianza bastante amplia que se rompe en 1992. Durante los años 1992 y 1993, el sentimiento económico de los españoles alcanza los puntos más bajos de la serie. La caída del ISC fue rápida y

profunda. A partir de 1994, se inició un progreso ininterrumpido hasta el último sondeo de julio del año 2000. En el siguiente sondeo de noviembre parece iniciarse una nueva fase negativa .

Interesa subrayar que el valor del ISC se mantiene por encima del punto de equilibrio, incluso en noviembre 2000, entre opiniones optimistas y pesimistas (100) desde 1997. La sociedad española sigue siendo básicamente

**GRÁFICO 1
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR
1977-2000**



**GRÁFICO 2
EXPERIENCIA RECIENTE - ISC
1977-2000**

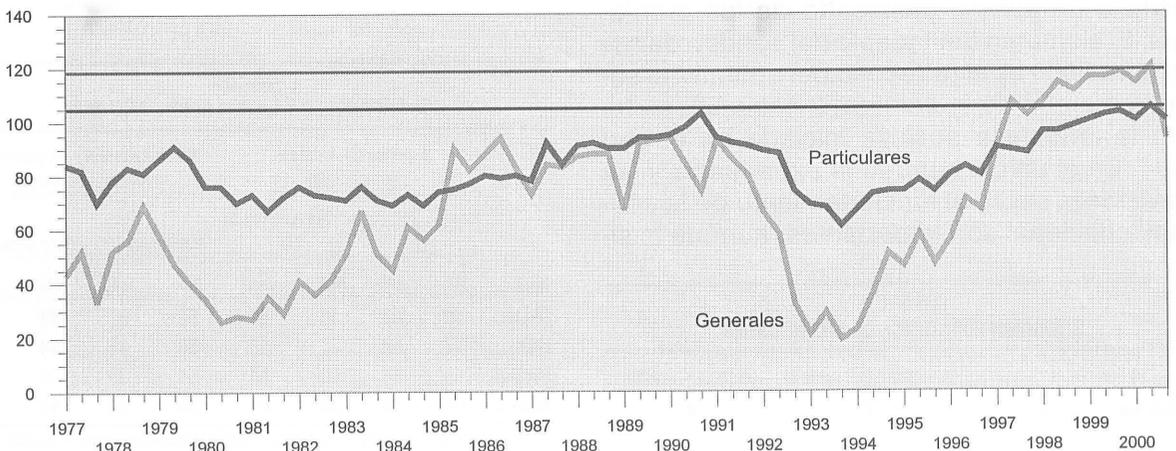


GRÁFICO 3
EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS - ISC
1977-2000

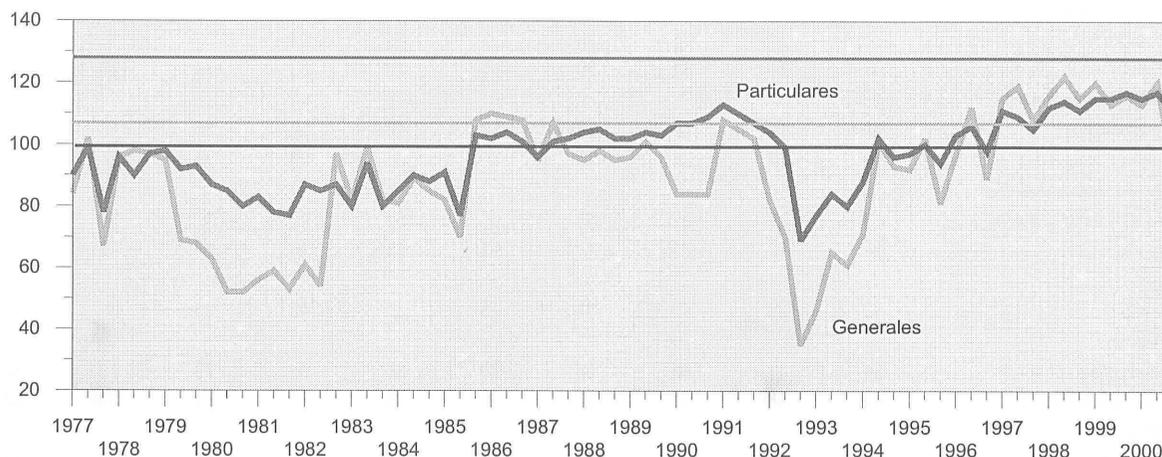
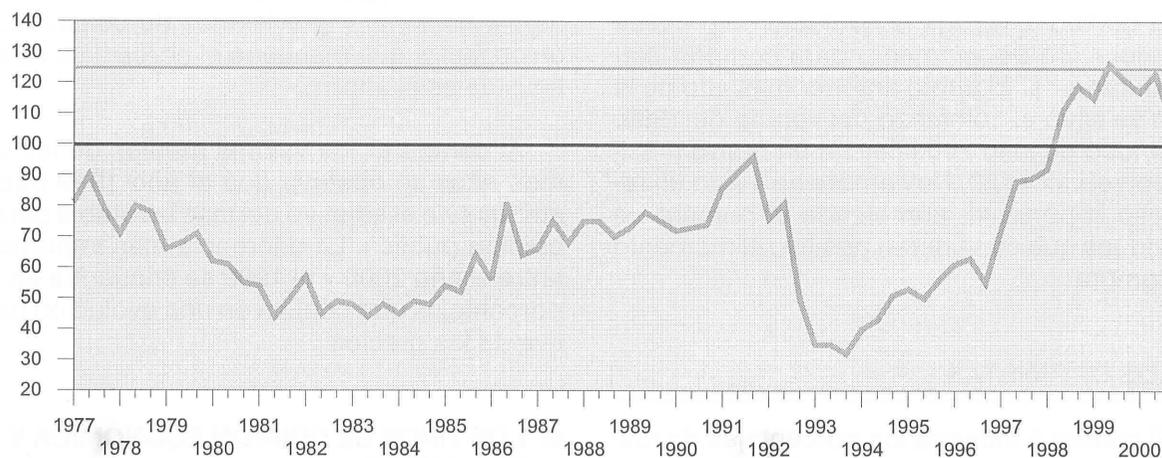


GRÁFICO 4
MOMENTO DE COMPRA - ISC
1977-2000



optimista en el último año del siglo, aunque haya retrocedido la confianza en el comportamiento de la economía nacional.

La experiencia de los consumidores sobre cómo ha funcionado la economía en los meses anteriores a cada sondeo se recoge en el gráfico 2. Los índices de la experiencia reciente sobre la economía nacional y la familiar ofrecen una evolución similar, pero las variaciones sobre la economía nacional son mucho más amplias en los momentos de cambio de la coyuntura.

Mientras la percepción de cambios significativos en la economía doméstica son lentos, los cambios de opinión sobre la coyuntura de la economía nacional son mucho más amplios en base a los mensajes positivos o negativos que los medios de comunicación transmiten.

La evolución de las expectativas (gráfico 3) sigue una pauta parecida a la experiencia reciente. Desde 1996, las expectativas nacionales avanzan paralelas y, además con pequeñas diferencias de los valores de uno y otro índice

CUADRO 5
TAMAÑO DE LOS GRUPOS OPTIMISTAS 1995/2000

	Media 2000	Nov. 2000	Junio 2000	Febrero 2000	Media 1999	Nov. 1999	Junio 1999	Febrero 1999	Media 1998	Media 1995
<i>A.-Situación económica país</i>										
1.-Ha mejorado	31	24	36	33	35	34	36	36	33	12
2.-Mejorará	28	21	33	30	31	30	28	36	35	26
<i>B.-Situación económica familiar</i>										
1.-Ha mejorado	17	17	19	16	18	19	19	16	16	9
2.-Mejorará	24	22	25	25	25	25	26	25	24	17
<i>C.-Demanda: consumo familiar</i>										
1.-Buen momento compra	33	29	37	34	39	37	42	37	31	12
2.-Comprará más	14	10	21	11	15	15	14	14	12	8
<i>D.-El paro</i>										
1.-Disminuirá.....	32	23	42	31	35	30	40	35	31	19
<i>E.-La inflación</i>										
1.-Ha aumentado poco	54	41	58	64	70	66	69	75	73	34
2.-Aumentará poco.....	61	48	68	67	77	75	76	81	79	52
<i>F.-El ahorro</i>										
1.-Aumentará	49	49	48	51	50	50	50	49	44	37

Nota: Los porcentajes Ns/Nc se han redistribuido proporcionalmente.

en las fases de crecimiento. Cuando aumenta la incertidumbre, como ha sucedido en noviembre, las diferencias aumentan.

El gráfico 4 recoge la evolución del índice de valoración del momento para comprar bienes duraderos. El punto anterior más alto de la serie se situó al comienzo del verano de 1999. El sondeo de julio 2000 llevó a un nuevo máximo con el valor 123. Noviembre ha traído un retroceso importante, aún siendo el número de individuos que consideran positivo el momento de compra.

4. LOS OPTIMISTAS

El cuadro 5 muestra los porcentajes de respuestas positivas o favorables a las cuestiones económicas planteadas en la encuesta.

Después de un avance general de las respuestas positivas entre 1995 y 1999, aparecen cambios importantes: en julio de 2000, el avance de la confianza de los consumidores sobre la evolución de los precios se paró y, en el último sondeo los porcentajes de pesimistas superan a los optimistas.

El tirón al alza de los precios y la incertidumbre parece el principal motivo para el retroceso del resto de los componentes del sentimiento económico en noviembre. Todos los paráme-

tros han tenido un retroceso, más o menos importantes, en sólo cuatro meses. Las caídas más importantes se sitúan en las previsiones sobre precios, paro, evolución futura de la economía nacional y previsiones de consumo. El único factor que mantiene el porcentaje de optimistas es el ahorro.

Al comparar los valores medios de los últimos años se observa que al año 1999 puede atribuírsele el adjetivo del más favorable para la opinión pública. La diferencia más importante entre el año 2000 y el 1999 se encuentra en los porcentajes que confían en una evolución positiva de los precios

5. LOS TIPOS DE OPINIÓN ECONÓMICA Y SU EVOLUCIÓN

5.1. Opinión sobre la economía nacional

Al cruzar las tres posibles respuestas sobre la reciente experiencia económica de los entrevistados con las tres para conocer sus previsiones en los siguientes doce meses, aparecen nueve grupos diferentes de opinión que se pueden reducir a tres tipos básicos según predomine el optimismo o el pesimismo.

— En el grupo de optimistas (27 por 100) aparecen los siguientes pares de opiniones:

a) La economía nacional ha mejorado y mejorará más.....	14%
b) Está estancada pero mejorará	4%
c) Ha empeorado y mejorará	2%
d) Ha mejorado y seguirá igual	7%
	27%

— En el grupo de pesimistas (37 por 100, diez puntos superior a los optimistas) se sitúan los siguientes pares de opinión:

a) La economía nacional ha empeorado y empeorará más en los próximos meses.....	21%
b) Está estancada y empeorará.....	8%
c) Ha mejorado pero empeorará.....	2%
d) Ha empeorado y seguirá igual.....	6%
	37%

El grupo más optimista cree que la economía nacional sigue un proceso de continua mejora y representa sólo un 14 por 100 de toda la población.

— El grupo que no ha percibido cambios, ni los espera, alcanza un 36 por 100.

Respecto a la evolución de los tres tipos de opinión sobre la economía nacional, los gráfi-

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

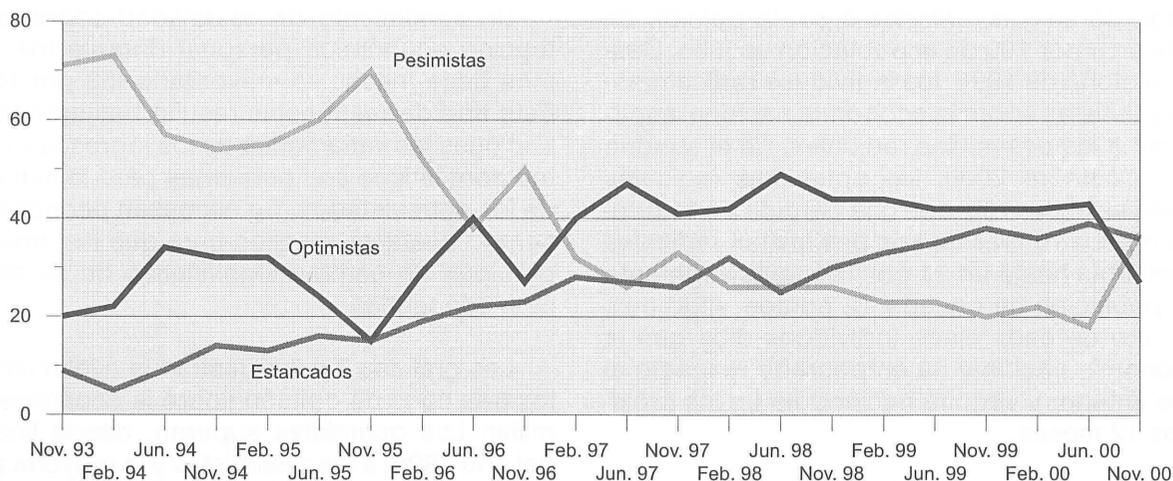
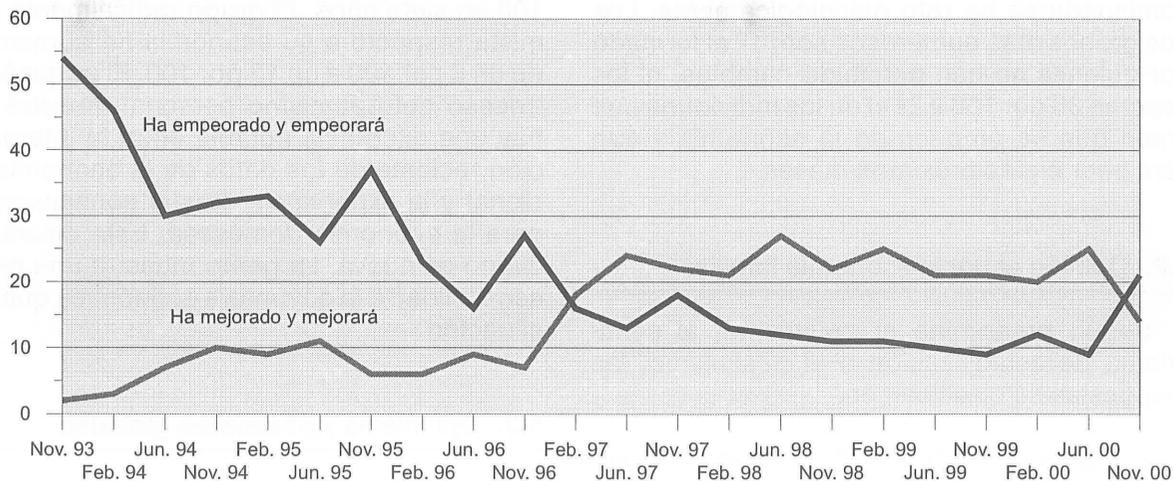


GRÁFICO 6
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS EXTREMOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL



cos 5 y 6 mostraron un cambio sustancial en el otoño de 1996. En ese año, los optimistas superan a los pesimistas. Esta situación continuó en los siguientes sondeos hasta el otoño 2000. En julio de 2000, los optimistas eran más del doble que los pesimistas; pero en noviembre se ha roto esa tendencia tan favorable para un buen clima social. En el último sondeo los pesimistas han vuelto a superar a los optimistas con una diferencia de 10 puntos. La rapidez de esta inversión de los porcentajes es una circunstancia a sumar.

La evolución de las opiniones más opuestas se recoge en el cuadro 5. Desde el año 1993 el cambio ha sido muy profundo, y noviembre apunta al inicio de otro periodo. Las respuestas de "ha empeorado y empeorará aun más" pasaron de ser mayoritarias a ser la opinión de sólo un 9 por 100 de la población en julio. Desde el otoño de 1996, los individuos radicalmente optimistas sobre la economía nacional superaban a los pesimistas radicales. En el sondeo de noviembre 2000, los optimistas radicales bajan al 14 por 100, con una pérdida de 11 puntos en cuatro meses. Los pesimistas radicales aumentan hasta un 21 por 100; este segmento de población ha ganado 12 puntos. Algo más de uno de cada cinco individuos dice que la economía nacional ha empeorado respecto al año anterior y seguirá haciéndolo en los próximos 12 meses.

El referente de los últimos años era positivo: la opinión pública mostraba confianza sobre la evolución de la economía nacional, se iba de más a más: menos paro, menos inflación, más crecimiento del PIB, las noticias eran globalmente buenas. Esa percepción de bonanza continuada se ha roto psicológicamente. Los dos grupos más numerosos son: 1º el formado por quienes no han percibido cambios, ni los esperan 36 por 100 y 2º el de los individuos que creen que ha empeorado la economía y aun será peor en los próximos meses.

5.2. Opinión sobre la economía familiar

Según predomine el optimismo, el sentimiento de estabilización o el pesimismo, las respuestas se clasifican en:

— Optimistas (29 por 100) con los siguientes pares de respuestas:

a) Su economía familiar ha mejorado y mejorará más	12%
b) Está estancada pero mejorará.....	8%
c) Ha empeorado y mejorará.....	3%
d) Ha mejorado y seguirá igual.....	6%
	<hr/>
	29%

— Una mayoría (55 por 100) que considera estabilizada su situación económica.

— Una minoría pesimista (16 por 100) con los siguientes grupos:

a) Su economía familiar ha empeorado y empeorará más.....	7%
b) Está estabilizada y empeorará.....	3%
c) Ha empeorado y seguirá igual.....	6%
d) Ha mejorado y empeorará	—
	<hr/>
	16%

Un sentimiento de estabilidad sobre la situación económica personal durante los últimos doce meses es mayoritario (53 por 100). Este tipo de respuestas resulta bastante habitual pues las variaciones de los ingresos y gastos domésticos son pequeñas para la mayoría de los entrevistados. Se necesitan periodos de tiempo bastante amplios para que las familias perciban un cambio significativo de su situación económica.

Los gráficos 7 y 8 muestran la evolución de los tres tipos de opinión sobre la economía familiar. Los optimistas superan, desde finales del año 1996, a los pesimistas y la mayoría percibe que su economía no varía de un año a otro. En noviembre se ha producido un pequeño retroceso de los optimistas y aumento de los pesimistas. Desde 1993, el dato más positivo ha sido la tendencia del grupo radicalmente pesimista, que pasa de un 26 por 100 a un 7 por 100 en siete años. El grupo radicalmente optimista respecto a su economía ha aumentado de un 3 por 100 a un 12 por 100. El pequeño retroceso del optimismo personal muestra que hay una diferencia notable entre la interpretación reciente de los datos de la economía nacional y la experiencia de sus consecuencias para la economía doméstica. Esta discrepancia no es nueva. La gente muestra una mayor sensibilidad a la coyuntura económica que a su situación.

5.3. Optimistas y pesimistas globales

El cuadro 6 muestra los nueve tipos de opi-

nión de los entrevistados cuando consideran simultáneamente la situación de la economía nacional y la doméstica. Los grupos más numerosos son:

1º El formado por los individuos que creen que la economía nacional y la propia están estabilizadas (27 por 100).

2º El segundo grupo (17 por 100) está formado por los entrevistados que son pesimistas respecto a la economía nacional y consideran estabilizada su situación económica

3º Los individuos que valoran favorablemente tanto la economía nacional como la familiar (15 por 100).

4º El cuarto grupo (12 por 100) integrado por quienes valoran desfavorablemente la economía nacional y la propia.

La mayoría de la población española (71 por 100) responde a alguno de estos cuatro tipos de opinión. Otro grupo (11 por 100) considera que la economía familiar está estancada y la nacional marcha bien. Respecto a los resul-

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

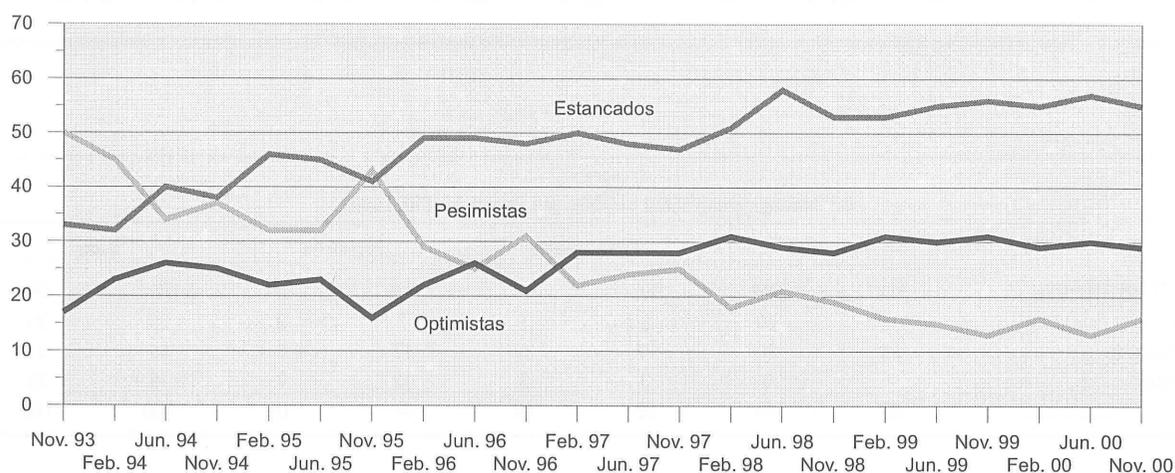


GRÁFICO 8
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS EXTREMOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA FAMILIAR

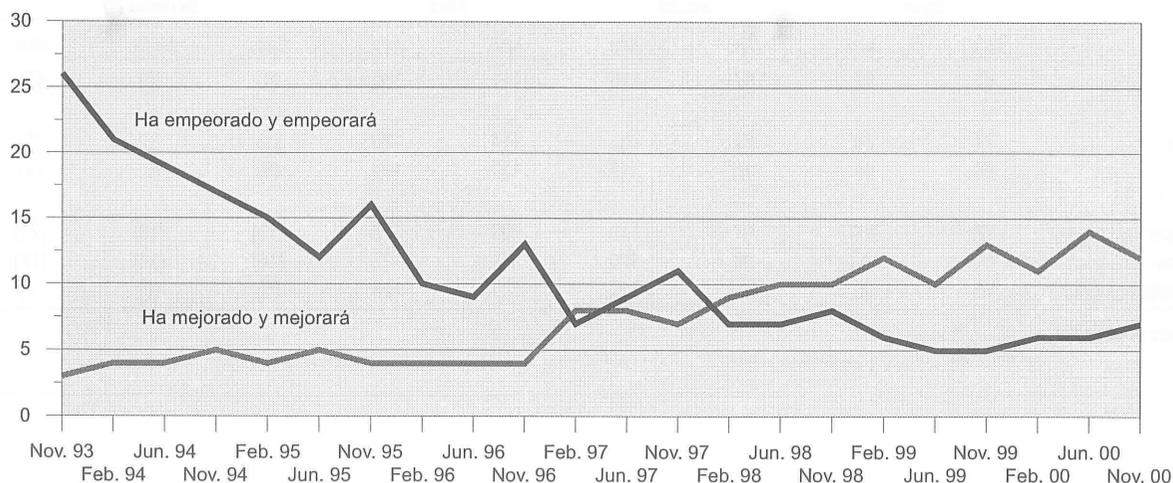
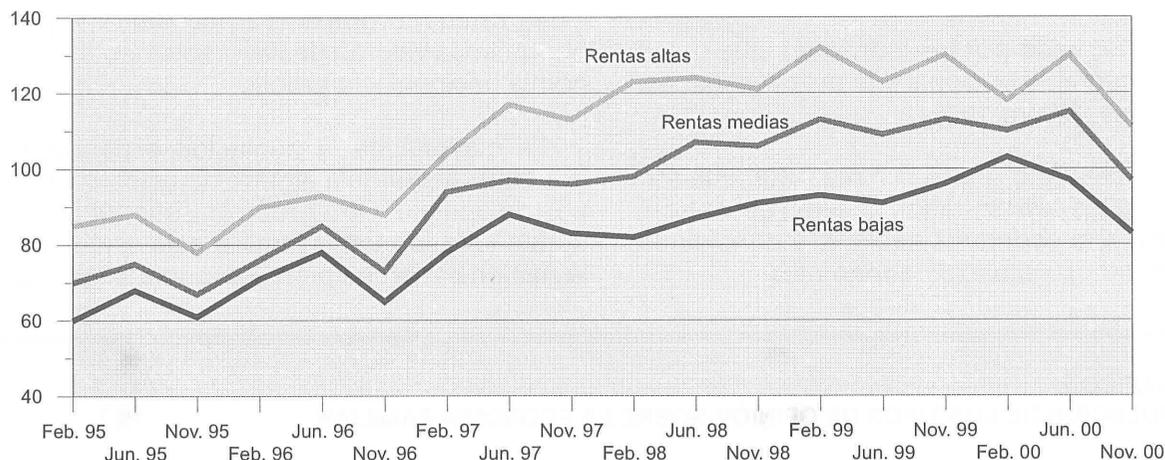


GRÁFICO 9
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y RENTA FAMILIAR



CUADRO 6
OPTIMISMO/PESIMISMO GLOBAL. JULIO/NOVIEMBRE 2000

ECONOMÍA FAMILIAR	Optimistas		Estancamiento		Pesimistas		Suma	
	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio
Optimistas	15	20	6	7	7	3	28	30
Estancamiento	11	20	27	30	17	7	55	57
Pesimistas	1	3	3	3	12	7	16	13
Suma.....	27	43	36	40	37	17	100	100

CUADRO 7
SENTIMIENTO ECONÓMICO Y RENTA. NOVIEMBRE/JULIO 2000

	Rentas						Índice de variación de rentas (*)		
	Bajas		Medias		Altas		Bajas	Medias	Altas
	Nov.	Julio	Nov.	Julio	Nov.	Julio			
I.S.C.....	83	97	97	115	111	130	(8)	(6)	(8)
Hogar									
Exper	77	78	97	103	114	126	(1)	(3)	(5)
Prev	90	95	107	119	127	134	(3)	(5)	(3)
General									
Exper.	78	102	91	119	103	133	(13)	(13)	(22)
Prev	84	117	90	120	99	127	(16)	(14)	(12)
Momento compra.....	85	95	102	114	111	128	(6)	(6)	(7)

(*) Índice de variación $I_v = \frac{V_{nov.} - V_{julio}}{V_{nov.} + V_{julio}} \times 100$

tados del sondeo anterior, se observa un deterioro de las opiniones optimistas.

6. SENTIMIENTO ECONÓMICO Y RENTA FAMILIAR

En el cuadro 7 se expone la evolución del sentimiento económico de los tres segmentos de población por su renta, desde 1995, con un progreso superior de las rentas altas. En Nov. 2000 el grupo de mayores ingresos pierde confianza, e igual le sucede a los grupos de renta media y baja.

La variación entre julio y noviembre es muy parecida, con la excepción de la percepción de la reciente evolución de la economía nacional. El sector de mayor renta retrocede relativa-

mente más. Este dato tiene importancia porque ese grupo es el más informado de la población.

NOTAS

(*) Los datos que sirven para el análisis de la opinión pública provienen:

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

2º La elaboración del I.S.C. (versión americana) 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* (CECA, nº 1).

(1) El recorrido del ISC era de 0 a 200. El valor 100 indica un sentimiento neutro o de equilibrio entre el optimismo y el pesimismo.