

## LA OPINIÓN DE LOS CONSUMIDORES: PRUDENTE CONFIANZA(\*)

Francisco Alvira Martín y José García López

### Introducción

En el último sondeo, febrero 2001, el Índice del Sentimiento del Consumidor (I.S.C.) alcanzó el valor 104(1). En relación con el anterior sondeo, noviembre del año 2000, se ha producido un pequeño aumento de tres puntos. La diferencia entre los dos índices es pequeña. En absoluto puede inferirse de los últimos datos que los consumidores hayan retornado a la anterior senda de optimismo creciente seguida desde 1994 hasta junio del año 2000. Sin embargo, sí es importante señalar que *el retroceso del sentimiento económico de los españoles, manifestada en la última parte del año 2000, se ha detenido*.

Podía esperarse un nuevo descenso de la confianza del público ante la presión de problemas en diversos ámbitos de la vida nacional, no estrictamente económicos. No ha sido así, las respuestas expresan una actitud más de cautela que de temor al efecto de esas noticias sobre el inmediato bienestar del público. A la mayoría parece importarle más la incidencia de los precios de los carburantes del anterior trimestre en su cesta de la compra que la discusión sobre cuestiones que influirán a largo plazo en su economía.

El cuadro 1 recoge la evolución de los cinco componentes del I.S.C entre febrero de 2000 y febrero de 2001.

— Respecto a noviembre, la percepción de la economía nacional y familiar ha mejorado; pero la tendencia de la valoración del momento de compra continúa siendo negativa.

— En relación con doce meses antes, febrero de 2000, ha mejorado la percepción sobre la economía del hogar pero han empeorado los restantes componentes del I.S.C.

— En junio de 2000 se obtuvieron los mejores resultados de la serie; pero el descenso del sentimiento económico respecto a ese sondeo no manifiesta una mala percepción de la marcha de la economía: las respuestas positivas superan ligeramente a las negativas en las cinco cuestiones planteadas para la elaboración del I.S.C. Así, el ISC de febrero de 2001 es 104, aunque con base en febrero del año anterior ese índice tenga un valor relativo de 93 (ver cuadro 1).

— La mejora del sentimiento económico respecto al anterior sondeo se ha producido en todos los estratos de ingresos.

### 1. El Índice del Sentimiento del Consumidor en los años 90

En los gráficos 1 a 4 se expone la evolución del I.S.C. y de sus componentes entre los años 1990 y 2001. Al principio de la década, el sentimiento económico de los españoles alcanzó los puntos más altos de la serie. Esa confianza tuvo una caída rápida y profunda entre 1992 y 1994. En este último año se inició un progreso ininterrumpido hasta la segunda parte del año 2000. *Las previsiones desfavorables de noviembre 2000, sobre la marcha de la economía nacional* en los doce meses siguientes no se han cumplido, según la mayoría de los entrevistados, y la experiencia reciente muestra un equilibrio entre los consumidores que han percibido una mejora y quienes creen lo contrario. Para los próximos meses, *las expectativas optimistas* vuelven a superar ligeramente a los pesimistas.

*La experiencia sobre la economía familiar y las previsiones* no han dejado de mejorar desde el año 1994. Los índices han sido siempre superiores a 100, y en los dos últimos sondeos el público manifiesta una confianza algo mayor

CUADRO 1  
EVOLUCIÓN DEL I.S.C. ENTRE FEBRERO DE 2000 Y FEBRERO DE 2001

	EXPERIENCIA			EXPECTATIVAS		Momento compra
	ISC	General	Familiar	General	Familiar	
Febrero.....	93	88	102	89	98	90
Noviembre.....	90	82	100	82	97	92
Junio.....	104	105	105	106	102	105
Febrero.....	100	100	100	100	100	100

(\*) Los datos de febrero 2000 sirven de base.

GRÁFICO 1  
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR  
1990-2001

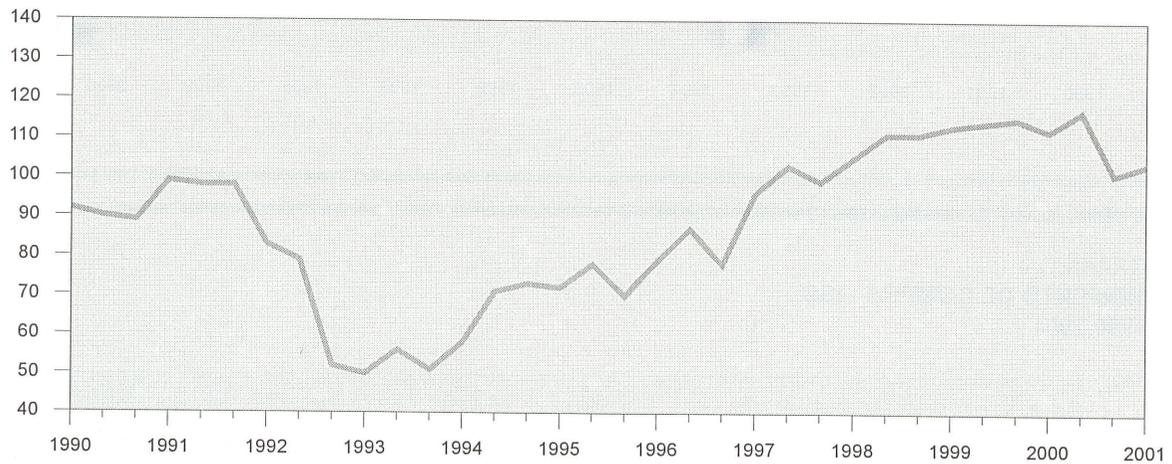


GRÁFICO 2  
EXPERIENCIA RECIENTE - ISC  
1990-2001

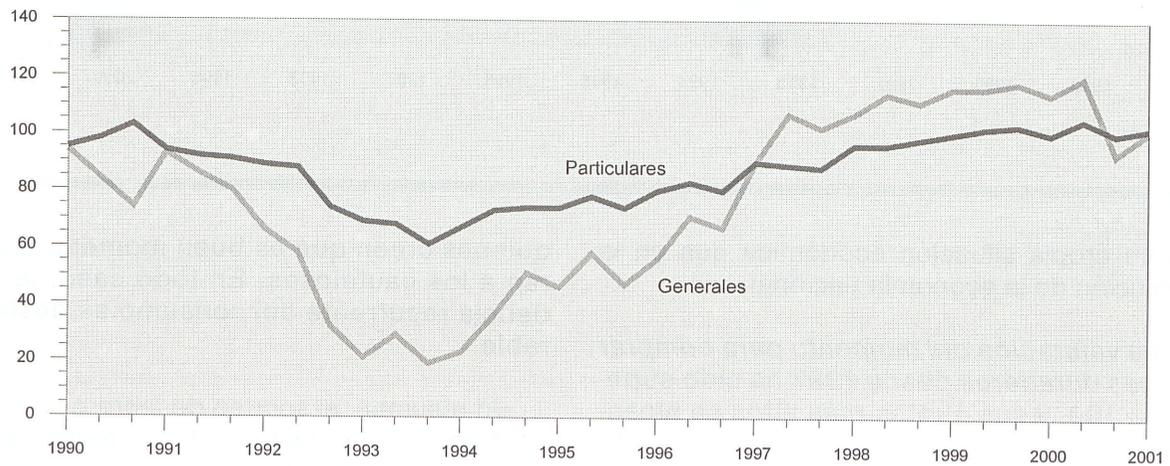


GRÁFICO 3  
EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS - ISC  
1990-2001

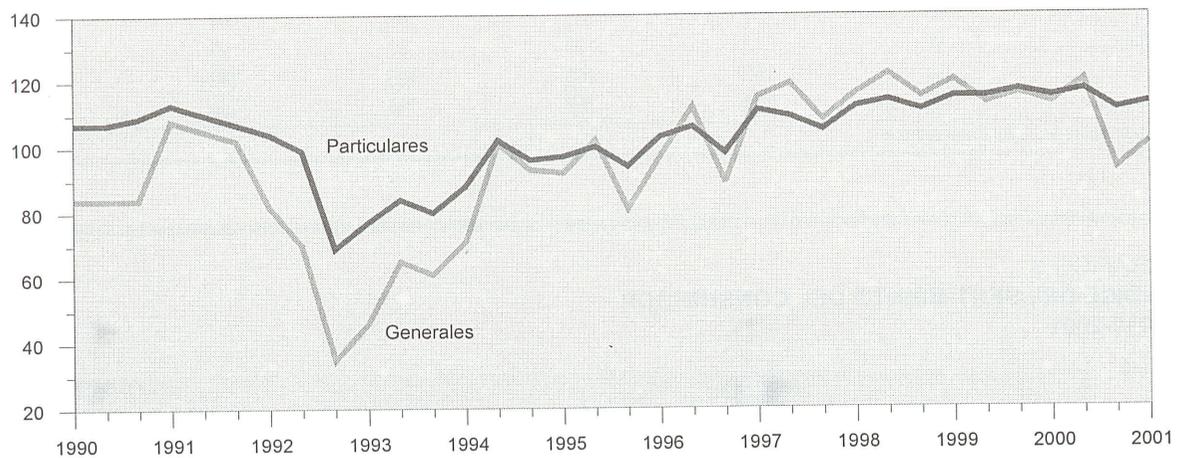
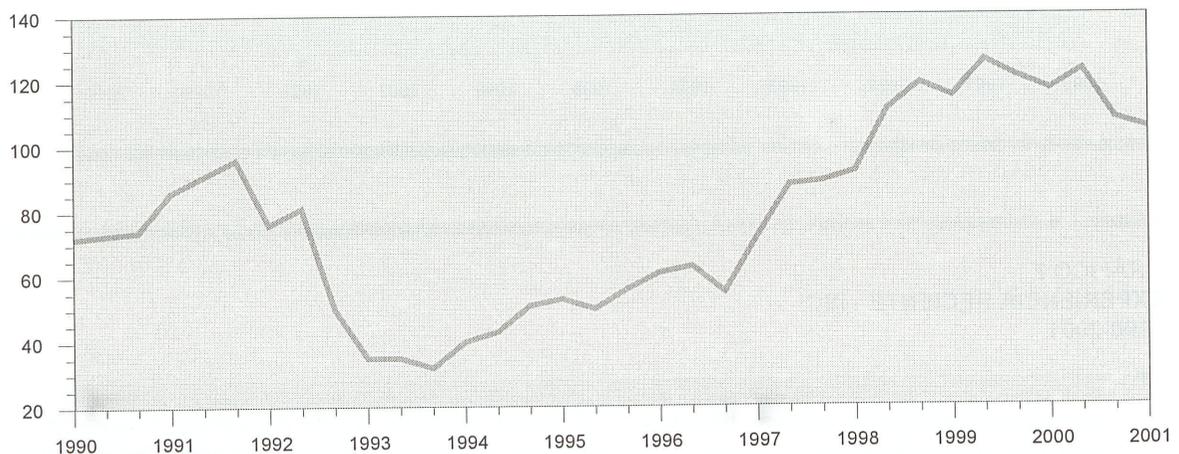


GRÁFICO 4  
MOMENTO DE COMPRA - ISC  
1990-2001



en su propia situación económica que en la evolución de la economía nacional.

*La valoración del momento para comprar bienes duraderos* desde 1997 ha sido superior a 100, y sus puntos más altos se alcanzaron en el año 1999 y en la primera parte del año 2000. Los siguientes sondeos ponen de manifiesto una contención de la demanda respecto al período anterior; aunque

quienes creen que es buen momento superan a los cautelosos. En todo caso, la tendencia recurrente del consumo es desfavorable.

En resumen, el sondeo de febrero rompe la amenaza de una caída del I.S.C. parecida a la de los años 1992 y 1993. Todos los valores de los componentes del I.S.C. superan el valor 100, aunque el retroceso del consumo iniciado

CUADRO 2  
EL OPTIMISMO

	TAMAÑO DE LOS OPTIMISTAS				EVOLUCIÓN DE LOS OPTIMISTAS FEBRERO 2000/FEBRERO 2001			
	Febrero 2001	Nov. 2000	Junio 2000	Febrero 2000	Febrero 2001	Nov. 2000	Junio 2000	Febrero 2000
<i>A. Situación económica país</i>								
1. Ha mejorado .....	28	24	36	33	85	73	109	100
2. Mejorará .....	21	21	33	30	70	70	110	100
<i>B. Situación económica familiar</i>								
1. Ha mejorado .....	19	17	19	16	119	106	119	100
2. Mejorará .....	24	22	25	25	96	88	100	100
<i>C. Demanda: consumo familiar</i>								
1. Buen momento compra .....	26	29	37	34	76	85	109	100
2. Comprará más .....	13	10	21	11	118	91	191	100
<i>D. El paro</i>								
1. Disminuirá.....	24	23	42	31	77	74	135	100
<i>E. La inflación</i>								
1. Ha aumentado poco .....	41	41	58	64	64	64	91	100
2. Aumentará poco .....	58	48	68	67	87	72	101	100
<i>F. El ahorro</i>								
1. Aumentará .....	50	49	48	51	98	96	94	100

en la segunda parte de 2000 ha continuado en el primer trimestre del año 2001.

## 2. Los optimistas

El cuadro 2 ofrece los porcentajes de respuestas positivas a todas las cuestiones planteadas y, por tanto, el peso o tamaño de la opinión optimista de los españoles. En una segunda parte se recoge la evolución entre febrero 2000 y febrero 2001.

Respecto a la situación de los optimistas en febrero 2000, se ha producido un descenso de los porcentajes de optimistas en la mayoría de los temas propuestos. Las caídas más importantes aparecen en la percepción sobre el aumento de los precios, las expectativas sobre la economía nacional, la valoración de la compra de los bienes duraderos y el futuro descenso del paro. Sin embargo, en los cuatro últimos meses se ha producido una recuperación general, con la excepción de la valoración del momento compra.

De la lectura del cuadro 2 se infiere que en la primera parte del año 2000 continuó una tendencia muy favorable de la confianza de la gente en junio, y que supuso un hito importante de optimismo. En la segunda parte del ejercicio, el

retroceso de ese sentimiento fue muy importante, y todas las previsiones señalaban que el descenso continuaría en el año 2001. Pero en el sondeo de febrero de 2001 se ha frenado el descenso del optimismo; sólo la valoración del momento de compra continúa su retroceso.

La ralentización del pesimismo expresado por la gente en noviembre es la lectura más adecuada del último sondeo en el marco de la serie de datos disponibles.

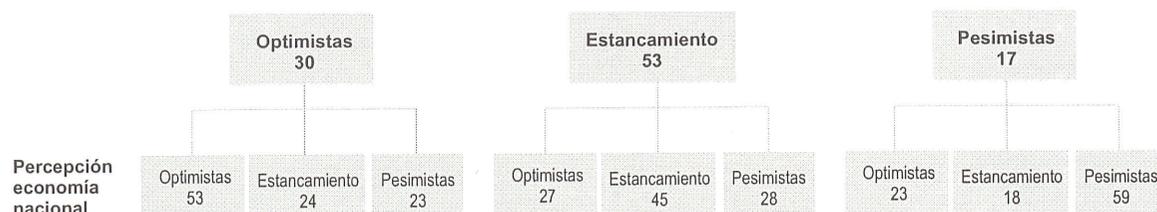
## 3. Los tipos de opinión económica y su evolución

Al cruzar las tres posibles respuestas sobre la reciente experiencia económica de los entrevistados –ha mejorado, sigue igual y ha empeorado– con sus previsiones en los siguientes doce meses –mejorará, seguirá igual, empeorará–, aparecen nueve grupos diferentes de opinión. Estos grupos se pueden reducir a tres tipos básicos, según predomine el optimismo o el pesimismo, que completan la información sobre el sentimiento económico.

### 3.1. Opinión sobre la economía nacional

Los consumidores, en el último sondeo, se

**ESQUEMA 1**  
**OPTIMISMO/PESIMISMO GLOBAL**  
 Percepción de la evolución de la economía familiar (en porcentaje)



Nota: Aunque hay una correlación positiva importante entre la opinión sobre la economía del hogar y la nacional, en los tres grupos hay individuos cuya percepción de la economía familiar difiere de la nacional.

**CUADRO 3**  
**LA INFLACIÓN**

	LOS PRECIOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES HAN SUBIDO			LOS PRECIOS EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES SUBIRÁN		
	Febrero 2001	Noviembre 2000	Junio 2000	Febrero 2001	Noviembre 2000	Junio 2000
Total.....	32 (bastante)	34 (bastante)	19 (poco)	17 (poco)	27 (bastante)	11 (poco)
<b>RENTAS</b>						
Bajas.....	34 (bastante)	46 (bastante)	27 (bastante)	19 (poco)	32 (bastante)	21 (bastante)
Medias.....	33 (bastante)	34 (bastante)	21 (bastante)	18 (poco)	26 (bastante)	12 (poco)
Altas.....	29 (bastante)	35 (bastante)	16 (poco)	10 (poco)	28 (bastante)	7 (poco)

(1) Índice: los precios han aumentado muchísimo 1p; bastante 0,5p; poco 0p; estables -0,5p; han disminuido -1.

distribuyen en tres grupos de parecido tamaño: un 34% de optimistas, un 34% que no ha percibido cambios ni los espera y, por último, un 32% de pesimistas. Respecto al sondeo de noviembre, los optimistas han aumentado siete puntos. En noviembre el pesimismo predominaba entre los consumidores en febrero de 2001 ha vuelto a dominar el optimismo.

### 3.2. Opinión sobre la economía familiar

Un 30% de la población es optimista respecto a la marcha de la economía doméstica, sólo un 17% expresaba una pesimista apreciación de su economía y la mayoría (53%) no percibía cambios en su situación familiar. Los optimistas superan ampliamente a los pesimistas des-

de finales del año 1996, y en el último sondeo se ha ratificado esa favorable distribución de las respuestas.

### 3.3. Optimismo y pesimismo globales

El esquema 1 muestra la opinión de los consumidores, distribuidos por su percepción de la economía doméstica, sobre la evolución de la economía nacional.

## 4. La inflación

El año 2000 cerró con una tasa de inflación del 4%, doble de la prevista por el gobierno al comienzo del ejercicio. La rápida traslación del

aumento de los precios de los carburantes y el comportamiento en los precios de algunos sectores disparó el temor a un repunte de la inflación y se reflejó en la caída de la confianza del consumidor y en unas malas previsiones de inflación para el año 2001.

En el cuadro 3 aparecen los valores de un índice elaborado según las respuestas de los consumidores y su traducción literaria. En junio, la mayoría decía que los precios habían aumentado poco, y así seguirían durante los siguientes meses. Estas buenas expectativas no se cumplieron. En noviembre, la gente comprobó que los precios habían subido bastante y, según sus previsiones, seguirían haciéndolo. En febrero de 2001, los consumidores han percibido un aumento bastante importante, pero

esperan que la inflación se reconduzca a unas tasas bajas, similares a las existentes antes del otoño de 1999.

#### NOTAS

(\*) Los datos que sirven para el análisis de la opinión pública provienen de las encuestas específicas encargadas por FUN-CAS a FACTAM con una muestra de 2.000 individuos mayores de 18 años y ámbito nacional.

(1) El valor del I.S.C. fluctúa entre 0 y 200. Un valor superior a 100 indica un predominio del sentimiento optimista.