

El sentimiento económico del consumidor: continúa el estancamiento y la incertidumbre

FACTAM

1. Introducción

Actitudes frente a la crisis

La prensa y el resto de los medios de comunicación vienen expresando desde el año 2007 la idea, arraigada ampliamente en la opinión pública, de que la economía española está inmersa en una grave crisis. Los datos del comportamiento de las principales macromagnitudes no dejan lugar a dudas de que las cosas no marchan bien en la economía mundial, y España no es una excepción.

La opinión pública, expuesta en diferentes encuestas, muestra también una profunda preocupación. Las respuestas de los ciudadanos a las preguntas son siempre del mismo signo, aunque procedan de diferentes gabinetes de análisis: Instituto de Crédito Oficial, Centro de Investigaciones Sociológicas, instituciones privadas como FUNCAS o internacionales como la Dirección General de Asuntos Económicos y Financieros de la UE.

La observación de los resultados, desde el año 2007 al primer trimestre del año 2009, señala una preocupación creciente por la situación de la economía española y por su efecto más visible y grave para las familias: el paro.

La encuesta de FUNCAS, abril de 2009, muestra que un 89 por 100 de la población española mayor de 18 años percibe un empeoramiento de la economía nacional durante los últimos doce meses y un 74 por 100 espera peores tiempos en los siguientes. La tendencia del sentimiento económico de los consumidores (ISC) es claramente negativa.

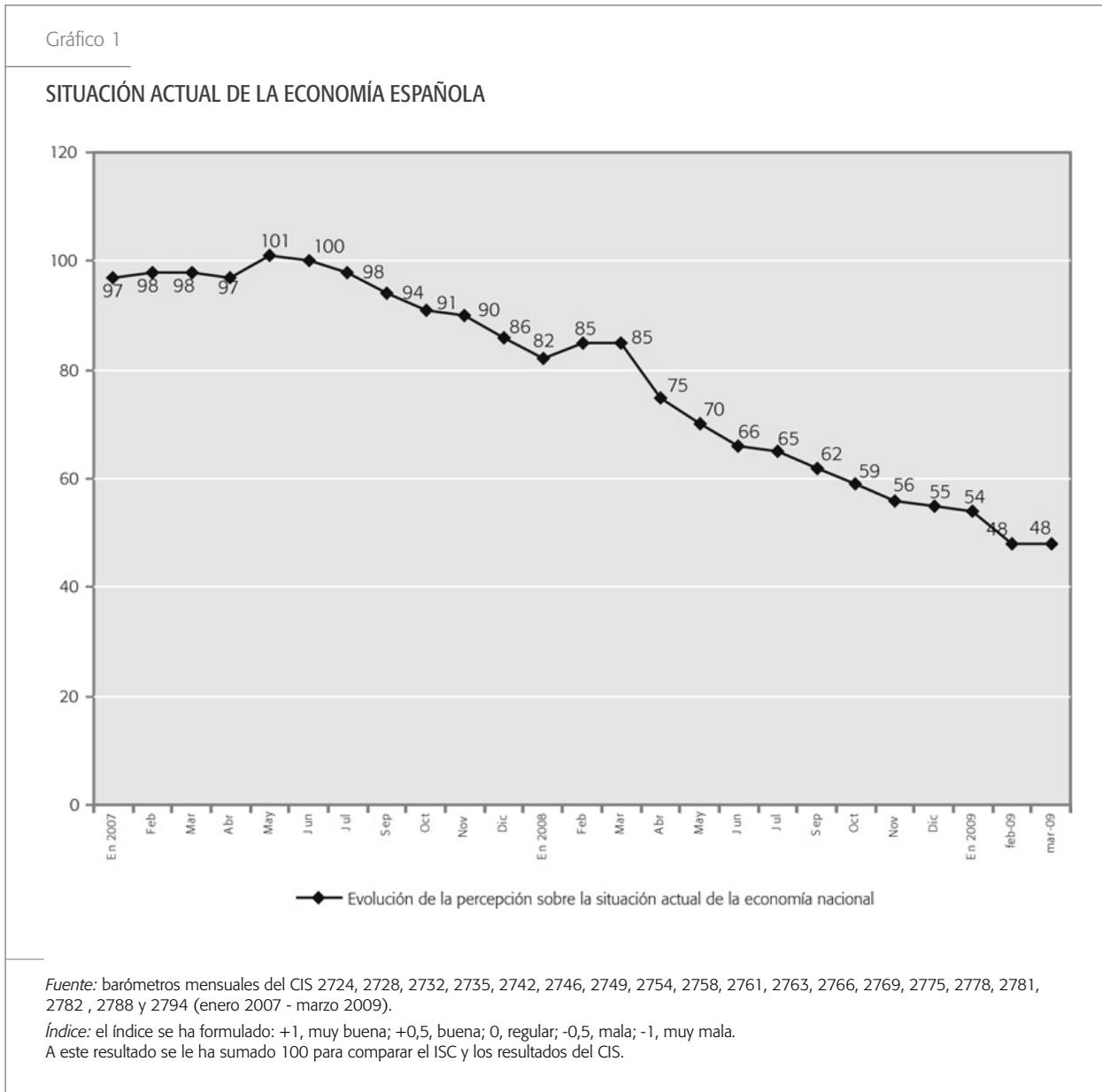
En el mes anterior, Barómetro del CIS nº 2.794, correspondiente al mes de marzo, los españoles con un porcentaje del 75 por 100, respondían que la situación económica era mala o muy mala y sólo un 3 por 100 se inclinaba por las respuestas de buena o muy buena. Además, una amplia mayoría de los entrevistados desconfía de la próxima salida de la crisis; al contrario, un 74 por 100 cree que la economía nacional empeorará en los próximos doce meses (gráfico 1).

Los datos de los sondeos de FUNCAS y CIS conducen a la misma conclusión: la situación de la economía española se considera mala o muy mala en este momento; era mejor hace doce meses y empeorará en los próximos doce, manifestada por porcentajes de la población muy amplios.

Esta alarma social no es en modo alguno neutral respecto a la salida de la crisis. Se conoce desde hace tiempo el principio de las profecías autocumplidas: si la opinión pública prevé una mala situación y una creciente erosión de la economía, sus actitudes y pautas de comportamiento se adaptarán a esta previsión haciéndola todavía más real.

También los datos de las encuestas de abril de 2009 confirman que la mayoría de la población, 59 por 100, considera que su economía familiar ha empeorado en los últimos doce meses, frente a un 4 por 100 de optimistas. Un 51 por 100 espera mejorar en los meses próximos y un 41 por 100 mantener su actual situación.

Estas respuestas sirven para mostrar el enlace entre la valoración de la gente sobre la economía nacional y la familiar y poner de relieve la gran sensibilidad ante las noticias económicas.



Los resultados del Barómetro del CIS de marzo descubren los principales motivos de la gente para justificar su desconfianza respecto al comportamiento de la economía. Los españoles han situado constantemente al paro en el primer puesto de los principales problemas de España. Excepcionalmente, por motivos bien conocidos, en algunas fechas ese lugar ha sido ocupado por el terrorismo¹. En el mes de enero de 2007, para un 15 por 100 de los entrevistados el paro era el principal problema de España. Entonces, la cifra de paro se mantenía por de-

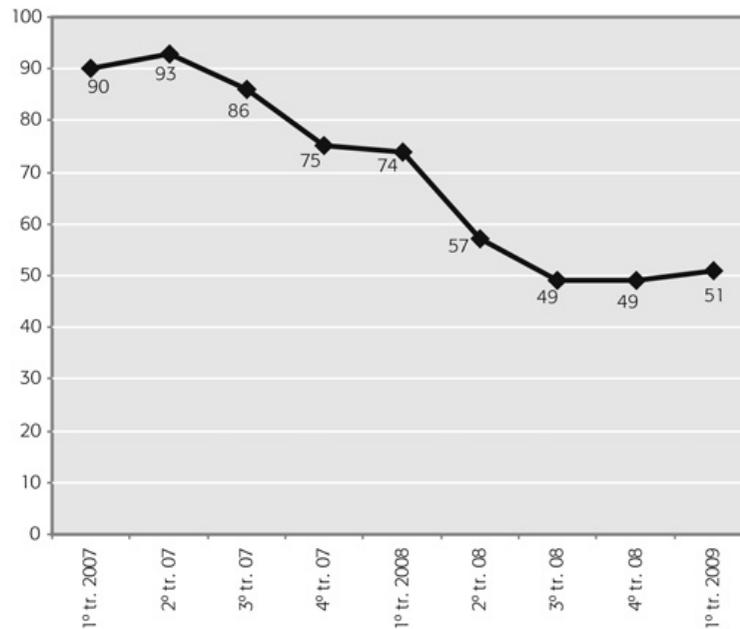
bajo de los dos millones de individuos. En el último Barómetro del CIS (marzo de 2009), aquel porcentaje se ha multiplicado por 3,6. El paro es el efecto más visible y grave de la crisis para la mayoría de la población, pero los entrevistados contemplan también otros problemas económicos. En enero de 2007, sólo un 6 por 100 situaba a los "otros problemas económicos" en el primer lugar que aumentaba al 26 por 100 en marzo de 2009. La suma de los dos porcentajes, paro y problemas económicos, en el último mes ha alcanzado al 80 por 100 de la población.

¹ Los cuestionarios de los barómetros del CIS tratan el tema con cuatro preguntas. En dos de ellas se pide al entrevistado que sitúe los posibles problemas en los puestos primero, segundo y 31. En las otras dos, sólo interesa el principal problema. Los resultados de estas últimas preguntas son elegidos para nuestro análisis.

Habrà que concluir, pues, que los problemas económicos de España se han convertido en una grave preocupación para los españoles, muy superior a cualquier otra cuestión.

Gráfico 2

ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (ICC)- DEL ICO (Marzo 2009)



También esa intranquilidad por el paro y el resto de problemas económicos se ha trasladado a los hogares. Un 33 por 100 sitúa al paro en el primer lugar de sus problemas personales y otro 33 por 100 a otros problemas. Los efectos más relevantes de la crisis, como el paro, han “sumergido” a la opinión pública en un profundo pesimismo.

La rapidez de la caída de los principales índices de confianza de los consumidores añade otra nota relevante a esta crisis.

Así, entre el primer trimestre de 2007 y el de 2009, el ICC del ICO ha perdido 39 puntos, un 43 por 100 de su valor (gráfico 2)². Entre enero de 2007 y marzo de 2009, el índice de valoración de la situación actual del CIS muestra una caída de 49 puntos, un 51 por 100. El valor del ISC de FUNCAS, 84 en febrero de 2007, ha caído a 48 en abril de 2009, 36 puntos de retroceso, un 43 por 100.

Por tanto, los valores sobre la confianza económica de los españoles se han reducido casi a la mitad en poco más de dos años.

² Los datos de abril y mayo muestran una cierta recuperación de este índice a valores de 62 y 64, respectivamente, lo cual indica una ligera mejora de las expectativas tras un periodo de fuerte caída.

Otra característica no menos importante de la crisis de confianza es su carácter global. El índice de confianza de los consumidores (ICC) de la UE ha sufrido un importante retroceso en todos los países miembros: valor medio era (-4) en abril de 2007 y (-31) en marzo de 2009, mientras en España pasaba de (-12) a (-43), por tanto, menor que los valores medios europeos. Sólo los países del Este recientemente integrados, como Hungría o los países bálticos muestran mayor desconfianza.

El cuadro 1 muestra los ICC de los países más importantes de la UE y España tiene el nivel más bajo de los cuatro contemplados.

2. La evolución del ISC

Centrándonos en los valores del Índice de Sentimiento del Consumidor (ISC³) y sus componentes, se advierte que desde el primer sondeo en 1977 al de abril de 2009 (cuadro 2):

1. El índice más bajo de la serie corresponde a abril de 2009, aunque con un valor (48) muy próximo a los 51 puntos de noviembre de 1993.

³ Encuesta FUNCAS

Cuadro 1

ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EUROPEOS (UE)

	Año 2007										Año 2008										Año 2009			
	Ab	My	Jn	Jl	Ag	Sp	Oc	Nov	Dic	En	Fb	Mz	Ab	My	Jn	Jl	Ag	Sp	Oc	Nov	Dic	En	Fb	Mz
UE	96	98	98	98	97	95	97	93	93	90	89	89	88	86	83	80	81	81	87	86	82	68	68	69
ESP	88	87	87	89	88	86	84	84	81	80	79	81	75	69	62	61	63	61	56	56	54	56	52	57
ALE	116	116	116	117	114	113	114	113	110	104	106	107	104	104	100	97	98	98	93	97	93	96	95	96
FRA	83	88	100	99	97	95	93	89	90	85	86	85	85	82	78	76	77	76	68	71	66	65	64	64
ITA	81	82	81	81	80	81	79	78	78	78	77	75	76	80	79	73	76	78	77	74	70	74	72	69
RU	98	99	99	99	98	97	96	96	97	93	91	90	87	85	80	74	76	77	73	73	71	65	68	72

Nota: al ICC de la UE se le ha sumado 100 puntos. En un campo de 0-200, un índice superior a 100 manifiesta confianza; si es inferior, desconfianza.

Fuente: CE: Dirección General de Asuntos Económicos y Financieros.

2. En febrero de 1993, la experiencia reciente de la economía nacional de los consumidores era 21 puntos, peor que la del último sondeo. También en éste, la valoración de los consumidores del momento para adquirir bienes de uso duradero, 39 puntos, era mejor que en noviembre de 1993, 32 puntos.

3. En los otros tres componentes del ISC: experiencia reciente sobre la economía familiar, y expectativas económicas personales y nacionales, los valores de abril son los mínimos absolutos de la serie.

El conjunto de los datos proporcionados por las diferentes encuestas permite enunciar las conclusiones siguientes:

- La actual crisis económica constituye el centro dominante de la preocupación de los españoles.
- La extensión de la desconfianza es grande y se ha producido con rapidez.
- Pese a su peculiar crecimiento, España no se ha sustraído a la crisis global; forma parte de la misma.
- La pérdida de confianza ha sido general pero mayor en España que en los países de la UE con los que más frecuentemente nos comparamos.
- El paro es el principal problema de los ciudadanos y afecta a una parte importante de la sociedad, no sólo a los parados.

Cuadro 2

LA CONFIANZA DE LOS ESPAÑOLES

Puntos mínimos y máximos de la serie (1977-2009)

	Mínimos		Máximos
	1977-2008	Abril 2009	1977-2008
ISC	51 (Nov 1993)	48	117 (Jun 2000)
Experiencia reciente hogar	67 (Dic 2008)	61	105 (Jun 2005)
Experiencia reciente nacional	21 (Feb 1993)	31	120 (Jun 2000)
Expectativas hogar	74 (Dic 2008)	67	117 (Nov 1999) 117 (Jun 2000)
Expectativas nacional	51 (Dic 2008)	44	120 (Feb 1999) 117 (Jun 2000)
Momento de compra	32 (Nov 1993)	39	126 (Jun 1999)

EL SENTIMIENTO ECONÓMICO DEL CONSUMIDOR: CONTINÚA EL ESTANCAMIENTO Y LA INCERTIDUMBRE

Gráfico 3

EL ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR. 1977-2009

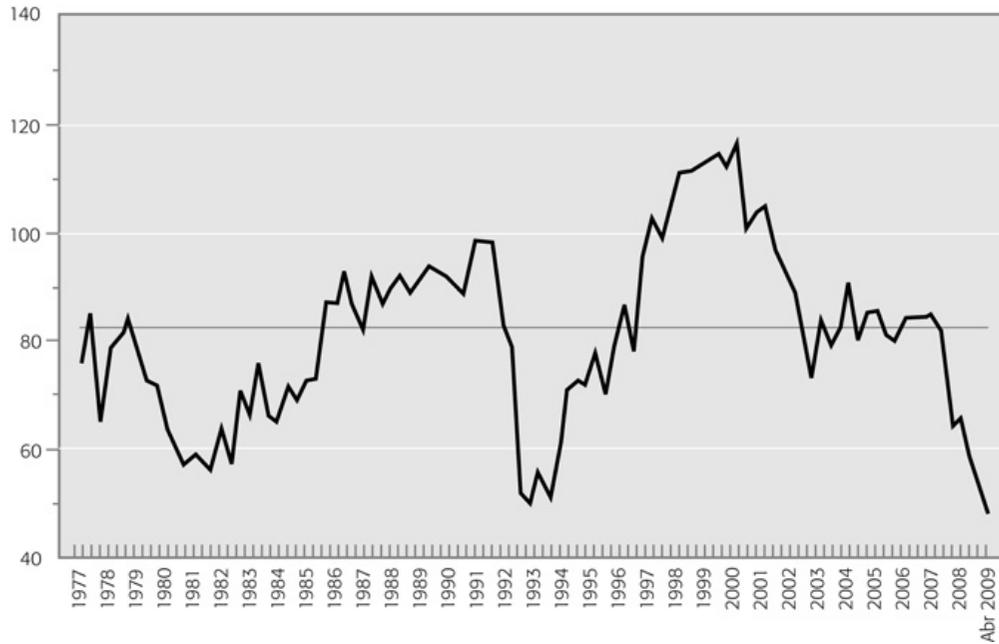
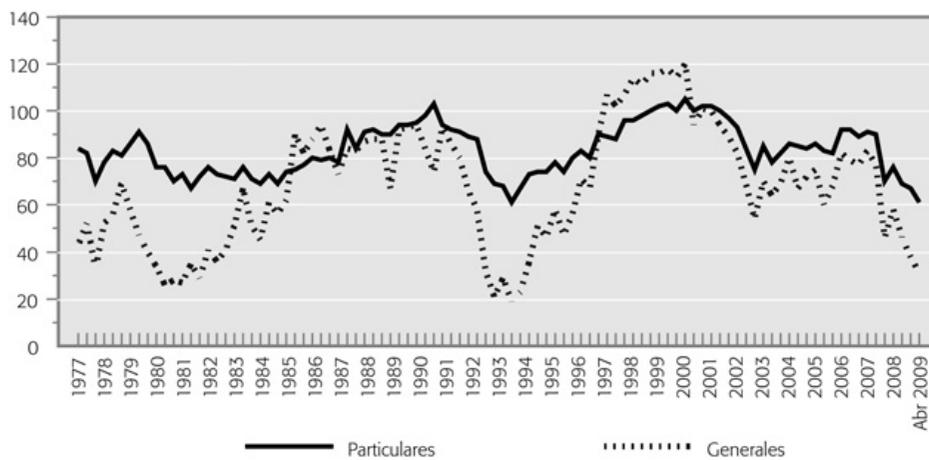


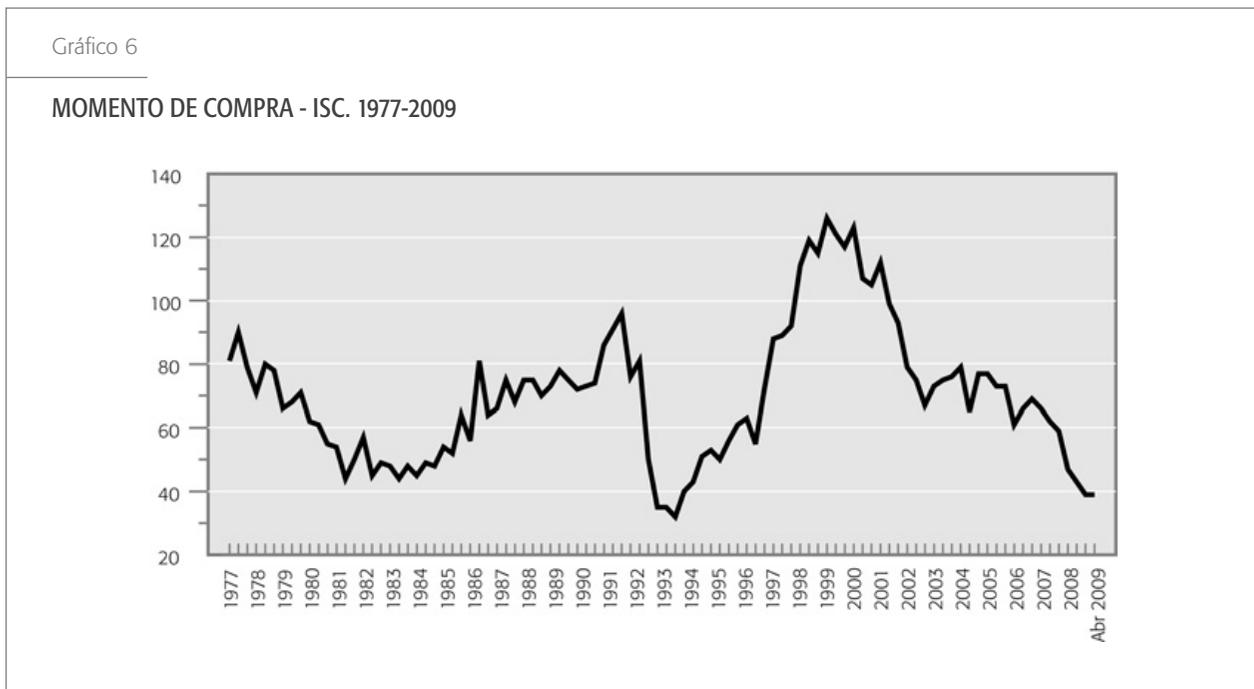
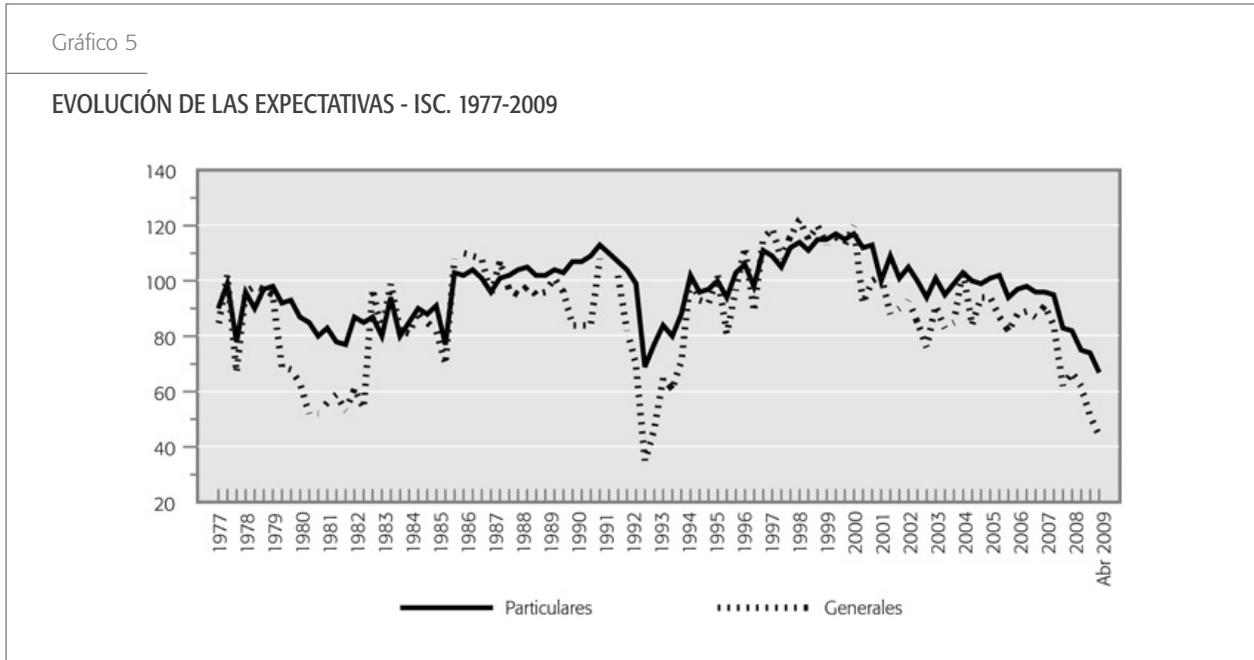
Gráfico 4

EXPERIENCIA RECIENTE - ISC. 1977-2009



La profunda y rápida caída de los indicadores de confianza en los años 2007 y 2008, ha continuado en el primer trimestre de 2009, aunque el retroceso entre los dos últimos sondeos se ha atenuado ligeramente. Pero, con porcentajes menores del 10 por 100 de población optimista sobre la economía nacional y familiar,

queda poco margen a los indicadores para descender aun más y las respuestas que muestran un estancamiento de la confianza, del tipo "la situación económica es igual a la de hace doce meses y continuará igual en los siguientes doce meses", están lejos de expresar optimismo.



Después de un retraso para reconocer la gravedad de la situación económica, los anuncios sucesivos de mejora o intentos de restar importancia a la situación, expuestos en periodos muy cortos de tiempo, pueden haber contribuido a restar credibilidad a las fuentes de información. Los nuevos medios de comunicación social: Internet, teléfono móvil, nuevos canales de TV y radio... transmiten a todo el público las noticias en el momento en que se producen. Y cuando la crisis de la economía española afecta gravemente a un aspecto tan sensible a las familias como el paro, no es difícil entender la preocupación de los con-

sumidores. En los datos del ISC y de los otros indicadores hay dos cuestiones diferentes: la pérdida de confianza en la economía nacional y de credibilidad en las autoridades que gestionan, controlan y toman decisiones económicas.

3. Los optimistas

El cuadro 3 muestra los porcentajes de los grupos que responden favorablemente a los aspectos económicos

Cuadro 3

TAMAÑO DE LOS GRUPOS OPTIMISTAS 2007– 2009

(en porcentaje)

	Año 2009		Año 2008			Año 2007		
	Abril	Dic.	Nov.	Jun.	Feb.	Nov.	Jun.	Feb.
A. Situación económica del país								
1. Ha mejorado	1	1	3	5	7	10	13	10
2. Mejorará	5	4	7	8	9	11	12	14
B. Situación económica familiar								
1. Ha mejorado	3	3	5	7	8	12	12	12
2. Mejorará	4	4	7	10	12	12	13	15
C. Demanda: consumo familiar								
1. Buen momento de compra	9	4	5	6	8	9	10	11
2. Comprará más	3	3	5	5	5	9	6	7
D. El paro								
1. Disminuirá	4	3	4	10	11	11	17	16
E. La inflación								
1. Ha aumentado poco	34	26	13	12	20	23	24	25
2. Aumentará poco	64	52	14	14	25	32	40	34
F. Ahorro								
1. Aumentará	27	27	24	30	33	39	36	35

Nota: las cifras del cuadro señalan los porcentajes de individuos optimistas, una vez redistribuidos los porcentajes de NS/NC. El resto está formado por quienes consideran la respuesta "sigue igual" y "empeorará".

Fuente: Sondeo de FUNCAS, abril 2009

planteados y perciben una evolución positiva de la economía nacional y de la suya personal, y esperan que mejore en los próximos meses. También valoran el momento para comprar bienes duraderos, esperan que el paro descienda, los precios suban poco y aumente el ahorro.

Los resultados de abril de este año son peores que los recogidos en los anteriores sondeos. Los grupos de optimistas son muy reducidos en la mayoría de los aspectos recogidos. Sólo la inflación muestra un resultado positivo: aumenta el porcentaje de quienes creen que los precios han crecido poco y las expectativas de que se mantenga esa tendencia son elevadas.

En resumen, aunque el índice general de confianza descienda menos o incluso recupere posiciones, los optimistas son pocos y sus variaciones son pequeñas. Debe tenerse presente que porcentajes inferiores al 10 por 100 son muy poco significativos.

4. Los tipos de opinión económica y su evolución

Al cruzar las tres posibilidades de respuesta de los entrevistados sobre su "percepción" de la reciente evolución de la economía nacional y familiar con las tres opciones de "previsiones" en los próximos doce meses, los individuos aparecen distribuidos en nueve grupos, que se pueden agrupar en tres:

— Los **optimistas**: Este grupo está formado por los que dicen que la situación económica: ha mejorado y mejorará; ha mejorado y seguirá igual; ha estado estancada y mejorará, y ha empeorado y mejorará.

— Quienes expresan una situación **sin cambio**: la economía permanecerá estancada y el entrevistado no espera cambios.

– Los **pesimistas**: la situación ha empeorado y se agravará; ha empeorado y seguirá igual; ha estado estancada y empeorará, y ha mejorado y empeorará.

• **Economía nacional**

El tipo de opinión sobre la economía nacional más extendido expresa mucho pesimismo. El porcentaje total de los pesimistas, 87 por 100, se distribuye entre un 72 por 100 de individuos que expresan una opinión radicalmente pesimista: “la economía nacional ha tenido un mal comportamiento en los últimos doce meses y espera que esta tendencia continúe en los próximos meses”, un 15 por 100 de opiniones pesimistas (cuadro 4A), pero más matizadas: “la situación seguirá igual no ha cambiado pero empeorará”.

Los individuos que no aprecian cambios: “la economía nacional ha permanecido estancada y seguirá igual” representan el 8 por 100 de la población. Este porcentaje es muy pequeño en relación con otros sondeos.

Por último, sólo un 5 por 100 de los encuestados aprecia una evolución favorable de la economía. Entre estas personas, el tamaño del grupo radicalmente optimista no tiene representación. Nadie muestra su conformidad con la frase: “La economía nacional muestra una tendencia po-

sitiva, ha mejorado y seguirá haciéndolo en los próximos meses”.

El gráfico 7 recoge la evolución de los tipos de opinión sobre la economía nacional desde noviembre de 1993, momento en el que el porcentaje de **pesimistas** era muy elevado. Después, el pesimismo se fue reduciendo hasta su mínimo en 2000, en donde inicia un fuerte crecimiento. Entre febrero de 1997 y junio de 2000, el porcentaje de **optimistas** superó a los pesimistas, pero a partir de ese sondeo, las respuestas pesimistas aumentan e incluso superan a quienes perciben una situación de estabilidad. Esta tendencia se acelera y en abril de 2009 los pesimistas se sitúan en un 87 por 100 con un 72 por 100 de individuos radicalmente pesimistas.

• **Economía Familiar**

Respecto a la economía familiar (cuadro 4B, el grupo más amplio, 58 por 100, percibe que su situación ha cambiado a peor en los doce meses anteriores. La estabilidad debe considerarse bastante favorable a la vista de la situación actual de las economías familiares. Su porcentaje, 30 por 100, es inferior al de los individuos radicalmente pesimistas, 42 por 100. Este grupo supera en 35 puntos a los optimistas, 7 por 100. El grupo de los individuos **radicalmente pesimistas**, 42 por 100, no es comparable al 1 por 100 de los **radicalmente optimistas**.

Cuadro 4

TIPOS DE OPINIÓN ECONÓMICA

A								
Expectativas sobre la economía nacional								
Experiencia	Abril 2009				Diciembre 2008			
	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará	Total	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará	Total
Ha mejorado	-	-	-	-	-	-	1	1
Estacionaria	1	8	2	11	1	11	2	14
Ha empeorado	4	13	72	89	3	14	68	85
Suma	5	21	74	100	4	25	71	100

B								
Expectativas sobre la economía familiar								
Experiencia	Abril 2009				Diciembre 2008			
	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará	Total	Mejorará	Seguirá igual	Empeorará	Total
Ha mejorado	1	2	-	3	-	1	1	2
Estacionaria	1	30	8	39	2	22	10	34
Ha empeorado	3	13	42	58	3	21	40	64
Suma	5	45	50	100	5	44	51	100

EL SENTIMIENTO ECONÓMICO DEL CONSUMIDOR: CONTINÚA EL ESTANCAMIENTO Y LA INCERTIDUMBRE

Gráfico 7

EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL

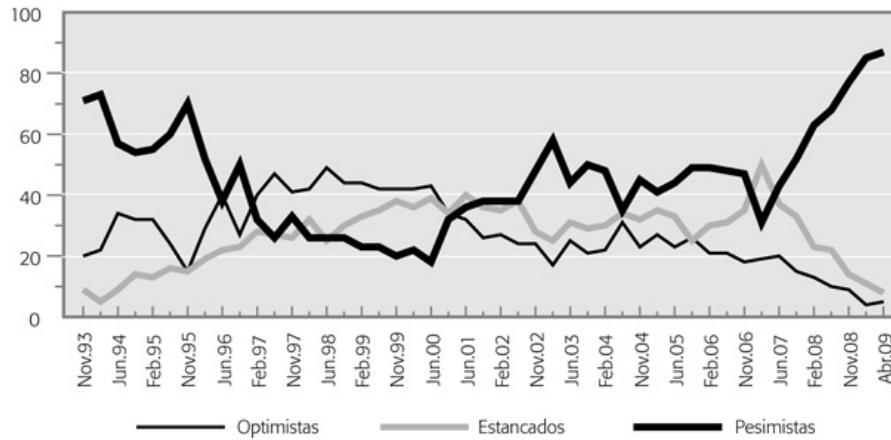
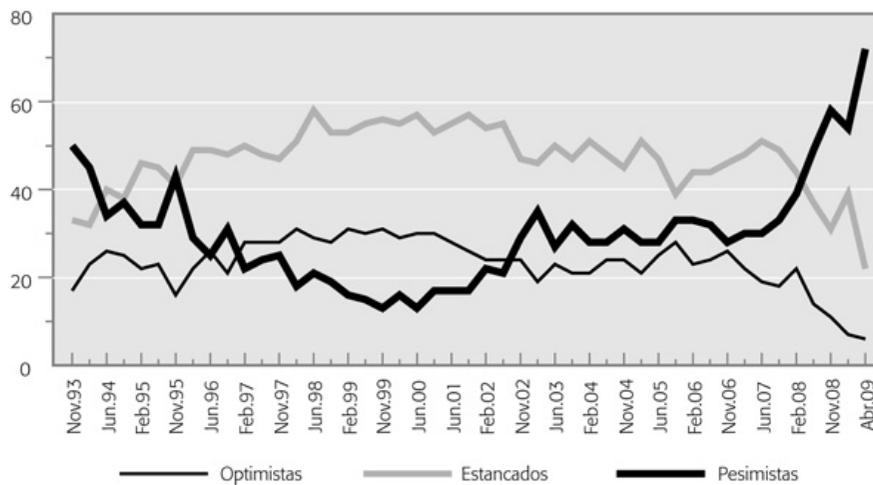


Gráfico 8

EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA FAMILIAR



El gráfico 8 muestra la evolución de los tres tipos de opinión sobre la economía familiar. Desde junio de 1994, el porcentaje de individuos que no perciben cambios en su situación económica es el más numeroso hasta febrero de 2008. Entre febrero de 1997 y junio de 2002 los optimistas son más numerosos que los pesimistas. Desde ese sondeo los pesimistas sobrepasan a los optimistas, la diferencia pequeña se mantiene en los siguientes y a partir de noviembre de 2006 la brecha se amplía hasta ser máxima en abril de 2009.

5. Ingresos, edad y sentimiento económico

La renta y la edad de los consumidores se relacionan con los valores del ISC.

En el cuadro 5 aparecen los datos correspondientes a los sondeos de junio de los años 2007, 2008 y abril de 2009.

Cuadro 5

RENTA, EDAD Y SENTIMIENTO ECONÓMICO (ISC)

	Abril 2009	Junio 2008	Junio 2007	% variación 2007/2009
ISC	48	66	85	47%
Rentas:				
Bajas	46	56	82	43%
Medias	46	67	86	47%
Altas	52	78	87	40%
Edad:				
18/34 años	52	70	93	44%
35/54 años	48	67	86	47%
55 y más años	46	61	78	41%

Fuente: Encuesta Funcas-Investiga

El índice medio, 48 en abril de 2009, se corresponde con un índice 52 en las rentas altas, cuatro puntos por encima del valor medio. Los ISC de los grupos de ingresos medios y bajos, 46, no muestran diferencias importantes con el índice de rentas altas. Hay, por tanto, un grado de coincidencia elevado entre los índices según la variable renta.

Por edades, los individuos de 55 y más años son relativamente más pesimistas, mientras los jóvenes, 18 a 34 años, son los más optimistas. Renta y edad no influyen significativamente en los ISC respectivos y el nivel de desconfianza es general.

El retroceso del ISC, en los grupos establecidos según edad e ingresos, es muy importante y fluctúa entre el 40

por 100 para las rentas altas y el 47 por 100 tanto para las rentas medias como para el grupo de 35 a 54 años. La percepción de la crisis se ha extendido a todos los grupos y generalizado la caída de la confianza.

6. Evolución del paro

En junio de 2007 (cuadro 6), un 18 por 100 de los entrevistados estimaba que el paro disminuiría, mientras un 33 por 100 esperaba que aumentase. La diferencia entre estos dos tipos de respuestas era bastante alta. También lo eran las discrepancias según renta. Los grupos más pesimistas eran los de más edad y mayores ingresos. En junio de

Cuadro 6

EXPECTATIVAS DE PARO

El paro en los próximos doce meses:	Abril 2009	Diciembre 2008	Noviembre 2008	Junio 2008	Febrero 2008	Noviembre 2007	Junio 2007	Febrero 2007
Aumentará	89	92	81	70	58	47	33	38
Seguirá igual	7	6	15	19	32	41	49	45
Disminuirá	4	2	4	11	10	12	18	17
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta FUNCAS-Investiga, 2008/09.

Pregunta: "El paro en los próximos 12 meses: aumentará..."

Cuadro 7

AUMENTO DE LOS PRECIOS SEGÚN RENTA Y EDAD. JUNIO 2007-ABRIL 2009

	Total			Rentas:								
				Bajas			Medias			Altas		
	Abril 2009	Junio 2008	Junio 2007									
En los últimos doce meses:												
Han subido mucho, bastante	65	86	76	83	95	83	67	84	76	63	74	79
Han subido poco, igual o han bajado	35	14	24	17	5	17	33	16	24	37	26	21
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
En los próximos doce meses:												
Subirán más rápido	6	16	8	6	14	8	7	19	6	6	20	15
Subirán al mismo ritmo	30	53	52	52	56	58	29	43	49	24	37	42
Subirán más despacio, no subirán, bajarán	64	31	40	42	30	34	64	38	45	70	43	36
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

2007, los individuos con mayores rentas mostraban peores expectativas.

Al comparar aquellas expectativas de paro con los datos de abril de 2009 se manifiesta un fuerte aumento de los individuos que esperan un aumento del paro, 89 por 100. Solo un 4 por 100 cree que el paro disminuirá en los próximos meses. Frente a estos porcentajes, las diferencias por renta o edad son mínimas.

Entre diciembre de 2008 y abril de 2009 se ha producido un pequeño descenso de los pesimistas, pero la diferencia de tres puntos aún no justifica un cambio de tendencia.

7. La inflación

La mayoría de los consumidores (cuadro 7), 65 por 100, considera que los precios han subido mucho o bastante en el último año, aunque una parte creciente de la población, 31 por 100, opina que han aumentado poco o se mantienen igual que hace un año; incluso, un pequeño 4 por 100 cree que los precios han bajado. La percepción del grupo de rentas bajas muestra una diferencia importante con los de rentas media y altas.

Las expectativas para los doce meses próximos son positivas y responden a las tasas actuales de inflación. En este caso, sólo un 6 por 100 de los entrevistados prevé un crecimiento más rápido de los precios. Un 30 por 100 espera que los precios sigan comportándose de forma parecida a la del año anterior mientras que un 64 por 100 espera una tasa de inflación menor. De forma excepcional, en la serie desde 1977, un 7 por 100 cree que los precios bajarán.

La moderación de la inflación, junto a las expectativas de los ciudadanos de que los precios se mantendrán o, incluso, subirán más despacio, manifiesta una confianza de que la situación de bajas tasas de inflación se considera consolidada. No obstante, el sentimiento de los consumidores respecto a su bienestar económico y a su consumo depende también del ritmo de aumento de sus ingresos y la seguridad de los mismos. El dinero disponible de los consumidores, después de pagar impuestos y hacer frente a sus gastos indispensables no parece que haya aumentado. Para ellos, la renta familiar disponible es un dato más interesante que la tasa de crecimiento de la Renta Nacional. La falta de seguridad de los empleos estables y las condiciones del mercado laboral limitan también las ventajas que el público pudiera percibir de una inflación moderada que, en todo caso, podría deberse a la caída de la demanda de consumo de las familias más que a un aumento de productividad de las empresas.

8. Ahorro y situación del hogar

Sólo un 25 por 100 de los consumidores declara que ha podido ahorrar en los últimos doce meses. La mayoría, 59 por 100, manifiesta que logra llegar a fin de mes con sus ingresos, aunque no se endeudan, mientras un 16 por 100 ha desahorrado o ha aumentado su endeudamiento en los últimos meses.

Esta situación cambia con el nivel de renta. Así, el 34 por 100 de las personas con rentas altas ahorran, mientras que sólo el 13 por 100 de las que tienen rentas bajas consiguen hacerlo. La edad influye poco en la capacidad de ahorrar; no obstante, los individuos mayores de 55 años solo ahorran en un porcentaje del 18 por 100.

El ahorro estaba considerado como una virtud familiar. Esta actitud ha cambiado. El porcentaje de individuos que no considera razonable ahorrar es muy elevado en el úl-

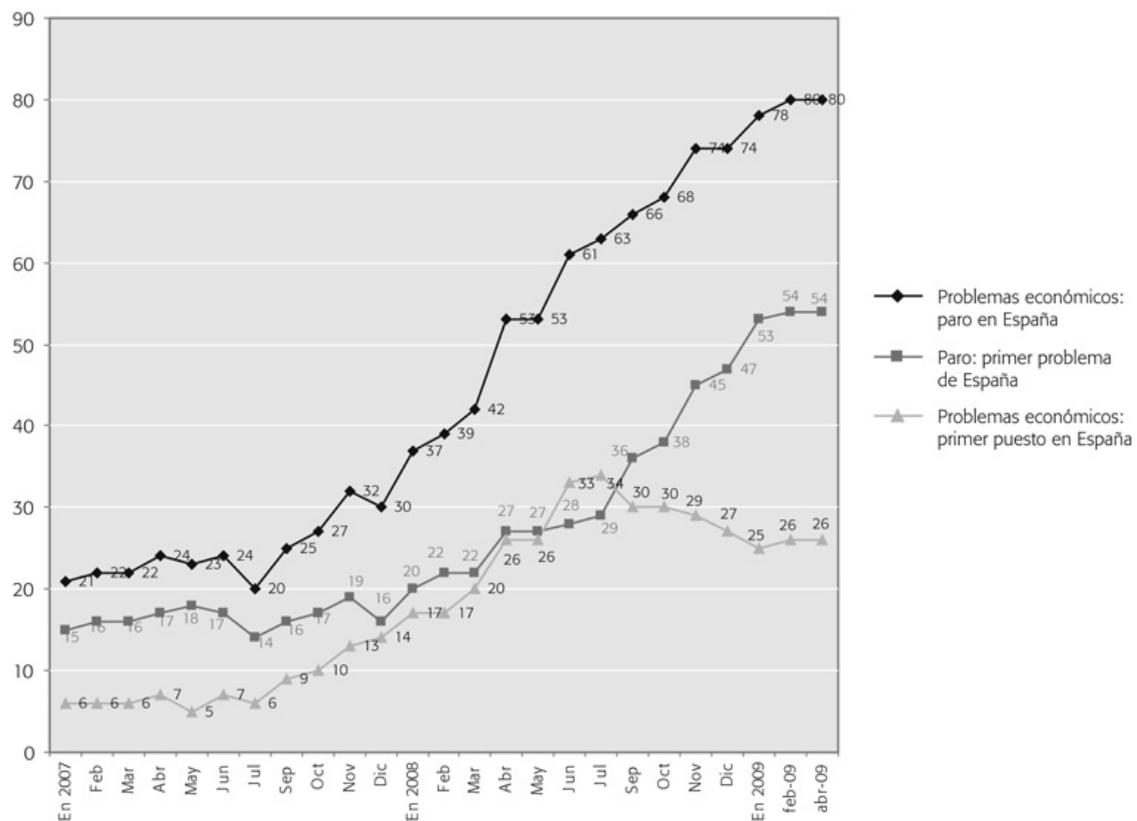
timo sondeo, 75 por 100, notándose un ligero aumento en la crisis actual. Dos razones opuestas se enfrentan ante el consumidor: por un lado, el ahorro significa disponer de cierta reserva de dinero en una época de incertidumbres; por otra parte, esa desconfianza ante el futuro desanima al inversor que ha perdido credibilidad en el sistema financiero. Y quizá otro factor más importante, es el aumento de los consumidores que ven reducidos sus ingresos.

9. Los problemas de los españoles

En abril de 2009, la preocupación de los españoles está concentrada en la economía. El paro y otros problemas económicos ocupan la atención preferente del público. En las respuestas espontáneas sobre cuál es el principal problema de España, un 54 por 100 se inclina por el paro y un 26 por 100 por otros problemas económicos. Un 80 por 100 de los españoles sitúa a la econo-

Gráfico 9

PROBLEMAS EN ESPAÑA: PARO Y PROBLEMAS ECONÓMICOS



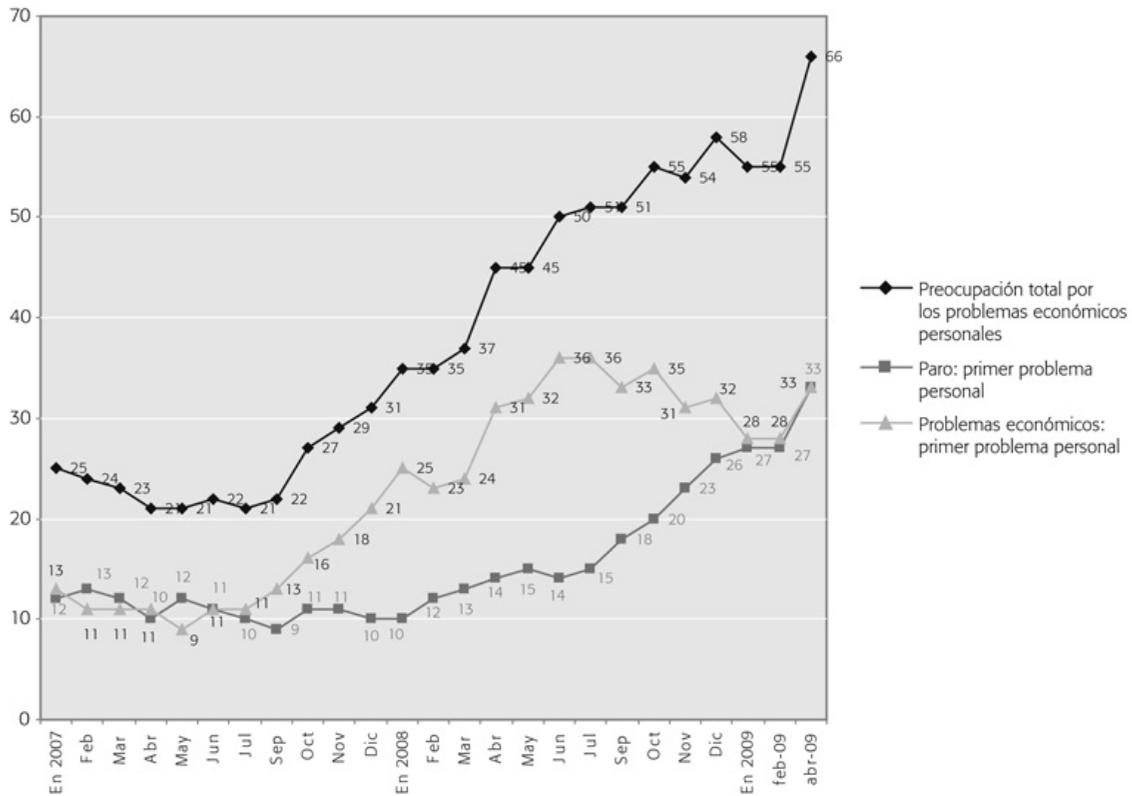
Fuente: barómetros mensuales del CIS nos 2724, 2728, 2732, 2735, 2742, 2746, 2749, 2754, 2758, 2761, 2763, 2766, 2769, 2775, 2778, 2781, 2782 y 2788.

Índice: el índice se ha formulado: +1p, muy buena; +0,5p buena; 0p, regular; -0,5p, mala; -1p, muy mala. A este resultado se le ha sumado 100.

EL SENTIMIENTO ECONÓMICO DEL CONSUMIDOR: CONTINÚA EL ESTANCAMIENTO Y LA INCERTIDUMBRE

Gráfico 10

PROBLEMAS PERSONALES



Fuente: barómetros mensuales del CIS nos 2724, 2728, 2732, 2735, 2742, 2746, 2749, 2754, 2758, 2761, 2763, 2766, 2769, 2775, 2778, 2781, 2782 y 2788.

Índice: El índice se ha formulado: +1p, muy buena; +0,5p, buena; 0p, regular; -0,5p, mala; -1p, muy mala. A este resultado se le ha sumado 100.

mía en el centro de su atención. En abril de 2007, ese porcentaje también era importante, pero sólo llegaba el 26 por 100. En el último sondeo, el paro es el principal problema personal para un 33 por 100 de los entrevistados y otro 33 por 100 se ve afectado también por otros problemas económicos. En suma, más de la mitad de la población, 66 por 100, tiene problemas económicos, frente a un 25 por 100 dos años antes.

La economía es el foco de preocupación de la gente y el resto de cuestiones pasa a un segundo plano. No se han resuelto los problemas de vivienda, inseguridad ciudadana, calidad de empleo..., pero ante la crisis económica y el paro, el resto de las cuestiones que afectan a la sociedad española pasan a un segundo plano.

En los gráficos 9 y 10 se comprueba el crecimiento mensual de la preocupación por el paro y los problemas económicos generales desde enero de 2007 a abril de 2009.

En abril de 2007 (cuadro 9), los tres principales problemas de España, según la percepción de la opinión pública, eran: primero, el terrorismo, segundo, el paro y tercero, la vivienda. Las diferencias del número de respuestas entre estos problemas eran pequeñas. El paro ocupaba el segundo puesto con un 17 por 100, superado en dos puntos por el terrorismo, y la vivienda ocupaba el tercer puesto con un 13 por 100. Sólo un 7 por 100 creía que la economía era el principal problema del país.

En el ámbito personal, las respuestas diferían notablemente de las anteriores: la vivienda se colocaba en el primer puesto seguida de los problemas económicos y el paro, y el terrorismo, una grave amenaza nacional, 19 por 100, sólo lo era para un 4 por 100 de los individuos.

En abril de 2009, se ha producido un cambio profundo en la percepción de los problemas tanto nacionales como personales. Un 54 por 100 de los individuos entrevistados

Cuadro 9

EL CAMBIO EN LOS PROBLEMAS DE LOS ESPAÑOLES

Problemas:	Abril 2007		Abril 2009	
	Nacional	Personal	Nacional	Personal
Paro	17	10	54	33
Inseguridad ciudadana	5	6	1	3
Vivienda	13	15	1	4
Problemas económicos	7	11	26	33
Calidad del empleo	5	7	1	2
Pensiones	2	6	-	4
Inmigración	5	4	3	1
Terrorismo	19	4	2	1

Fuente: barómetros del CIS nºs 2700 y 2798

creía que el paro es el principal problema de España y para un 26 por 100, los problemas económicos. La economía ha pasado a ser el principal problema de España para un 80 por 100 de los consumidores. En el ámbito personal, un 33 por 100 percibe problemas de empleo en su entorno o para él mismo, y otro 33 por 100 percibe problemas económicos personales. La suma de ambos porcentajes manifiesta que más de la mitad de los entrevistados se encuentra preocupado por las consecuencias de la crisis para su familia.

Fuentes estadísticas

El Grupo Investiga realizó el trabajo de campo para FUNCAS en la primera semana de abril de 2009. Universo: la población mayor de 18 años con selección de individuos mediante cuotas de edad y sexo, y de viviendas por el método de secciones censales. Muestra 2.000 entrevistas.

Se han utilizado los datos de los barómetros del CIS nºs 2630, 2584, 2474, 2441, 2405, 2654, 2700, 2794 y 2798.

El CIS recoge la percepción del público sobre los problemas nacionales y personales mediante dos tipos de preguntas: en la primera, pide la opinión al entrevistado para que señale el primero, segundo y tercer problema, en el segundo tipo de pregunta, el entrevistado debe considerar exclusivamente el problema principal.

Metodología

En el número 208 (enero/febrero 2009) de *Cuadernos de Información Económica* de FUNCAS se explican las diferentes formulaciones de los índices empleados.