

JUNIO 1997: EL MEJOR SENTIMIENTO ECONÓMICO DE LA DEMOCRACIA

Francisco Alvira Martín y José García López

1. INTRODUCCIÓN

1.1. El sentimiento económico logra su cota más alta

De la lectura de los datos de la encuesta de junio 97, se deduce, sin ninguna duda, la siguiente conclusión: en la primera parte de este año, los españoles ratifican la buena salud de la economía española. De una manera cuantificada esta proposición se infiere de su Índice del Sentimiento del Consumidor (I.S.C.) que alcanza la cota 103, su mejor valor de toda la serie. Al examinar el gráfico núm. 1 se comprueba como el ISC comienza su tendencia positiva en el año 1994. Durante los dos siguientes años, los sondeos muestran que los españoles van ganando confianza hasta junio de 1997.

El índice 103 no sólo es el más alto. Al sobrepasar el valor 100, el ISC manifiesta una opinión pública positiva sobre el conjunto de los aspectos económicos que integran este índice. Sencillamente las respuestas favorables de los entrevistados son más que las desfavorables. Este dato es inédito para el ISC español.

1.2. La confianza en la economía nacional ha mejorado mucho

La segunda conclusión es la distinta influencia de los factores que conforman el sentimiento económico en junio.

El mayor impulso para la confianza económica proviene de la percepción de una positiva evolución respecto a las macromagnitudes económicas. Vivir con tasas de inflación similares a las de los países considerados tradicionalmente con precios estables, con tipos de

interés bajos y, al mismo tiempo, crecer en torno al 3%, es algo nuevo para los ciudadanos. El avance en otros problemas económicos como el empleo, ha sido menor. El paro sigue siendo la primera preocupación para una elevada proporción de los hogares; pero las estadísticas parecen señalar una ligera tendencia a su retroceso y, según la encuesta, un porcentaje creciente de la población espera la disminución del mismo.

Sin excepción, los medios de comunicación social han expuesto esta positiva evolución de las variables económicas y reforzado la valoración personal que ciudadanos han podido hacer por ellos mismos.

La percepción de la buena marcha de la economía nacional con un valor 107 y, sobre todo, un valor muy alto (122) del índice correspondiente a las previsiones sobre el futuro de la economía española, son la respuesta de los ciudadanos que establecen algunas diferencias importantes con anteriores sondeos. A la vista de los gráficos nº 2 y 3 se observa:

— La experiencia de los ciudadanos (107) tiene un valor significativamente positivo, superior a 100. Incluso en los años 1985, 1986, 1989 y 1990 considerados como muy buenos ejercicios económicos, en la fase expansiva del ciclo del ISC, la percepción pública sobre cómo había evolucionado la economía nacional durante los doce meses anteriores a la encuesta, tenía valores inferiores a 100.

— Por otra parte, al comparar la última medición con la de todos los sondeos desde 1977, se observa que el resultado de junio es el mejor. La percepción de los ciudadanos ha alcanzado el punto máximo de la serie. En su anterior ciclo este componente del ISC logró su cota más alta en la primera parte del año 1986, con un valor inferior al actual.

GRÁFICO NÚM. 1
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR (1977-1997)

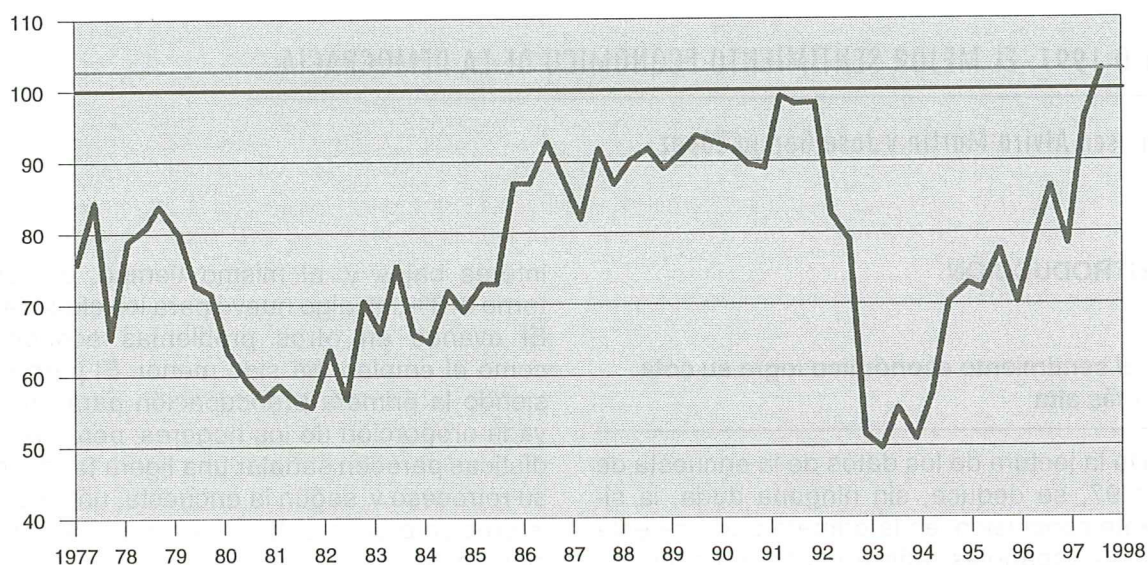
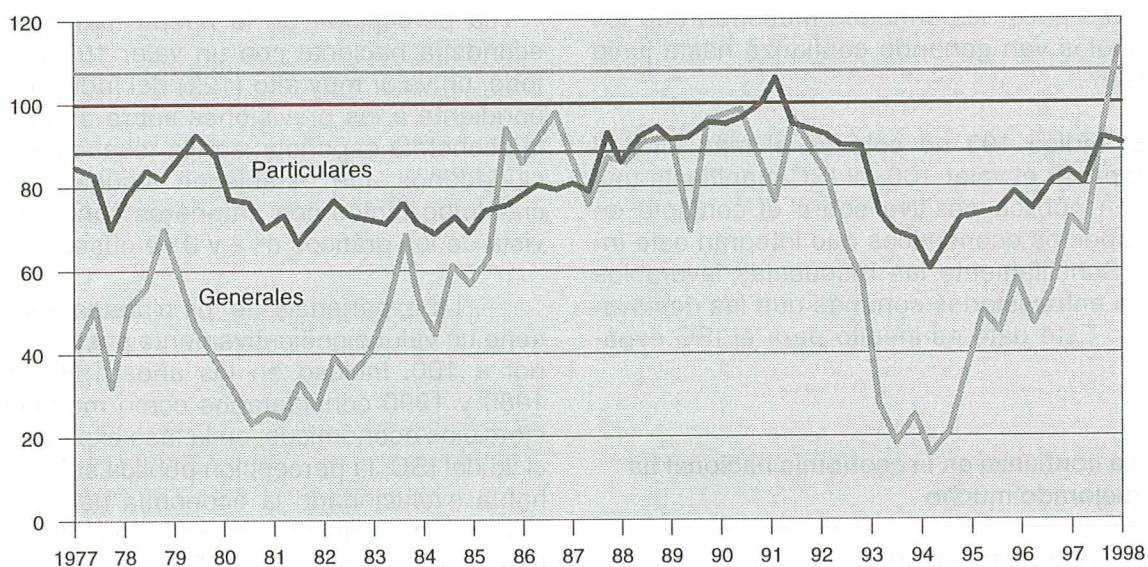


GRÁFICO NÚM. 2
EXPERIENCIA RECIENTE-ISC (1977-1997)



— Las expectativas sobre el comportamiento de la economía nacional en los siguientes doce meses a la consulta, son claramente favorables. Las previsiones positivas superan sensiblemente a las negativas. Con un valor del 122, las expectativas exceden del 100, este

valor de junio señala una opinión mayoritariamente optimista. Este resultado refuerza las expectativas manifestadas en el anterior sondeo de febrero.

En el último sondeo también las expectati-

GRÁFICO NÚM. 3
EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS-ISC (1977-1997)

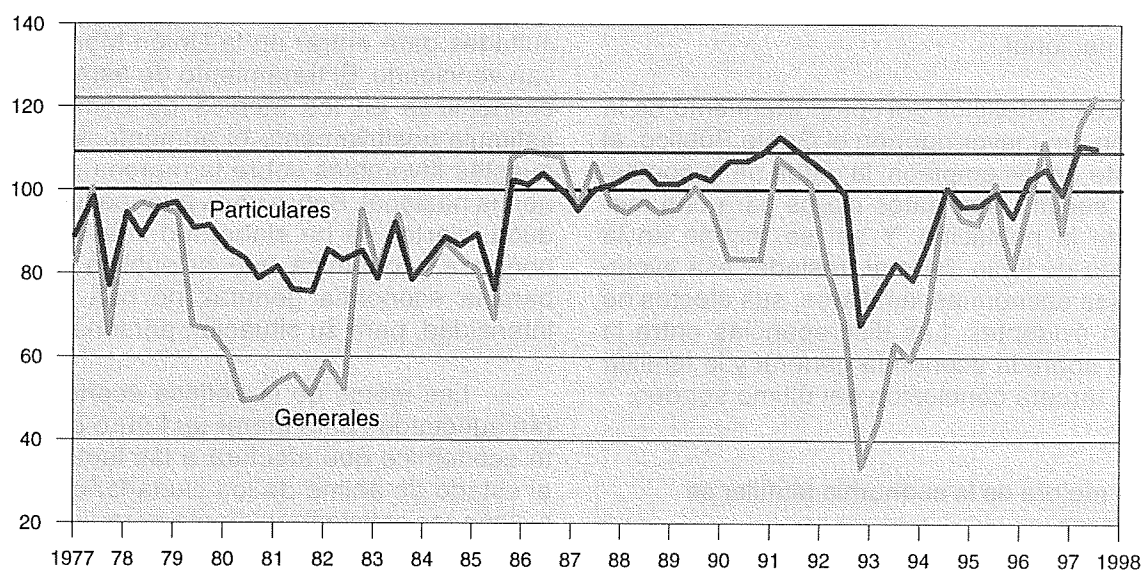
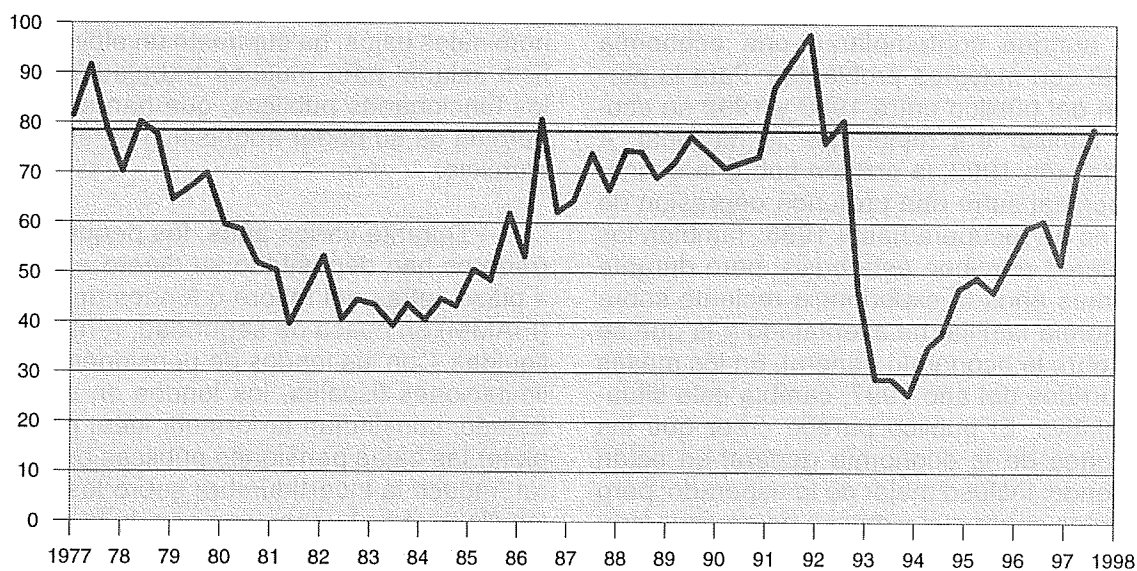


GRÁFICO NÚM. 4
MOMENTO DE COMPRA-ISC (1977-1997)



vas generales consiguen un segundo máximo absoluto y sucesivo. Hay razones para estos resultados. En lo que va transcurrido del año, la mayoría de la gente ha percibido un buen comportamiento de las principales magnitudes económicas. También parece probable que las

perspectivas del ingreso de España en el Euro con el grupo de países más aventajados, contribuya a fortalecer la confianza en el futuro de la economía nacional.

Un dato objetivo: los buenos resultados ob-

tenidos en varios frentes de la economía nacional; y otro subjetivo: la satisfacción de que con seguridad España no se rezague en lograr las metas económicas acordadas, explican, en parte, esta valoración tan favorable de la economía nacional.

— Los beneficios del comportamiento de la inflación, un mayor rigor en el Gasto Público, el aumento de los empleos, la caída de la conflictividad social... son datos claros para una mayoría de la población. Y así se recoge en la encuesta de junio. Pero al trasladar esa evolución a las economías familiares, sus efectos no son tan evidentes. Las discrepancias entre la opinión sobre la economía general y la familiar es una tercera conclusión del último sondeo.

I.3. La mejora de la economía familiar se retrasa

— La evolución de la economía familiar de los últimos doce meses, índice 89, es relativamente muy buena y confirma un resultado prácticamente igual al de febrero. Si se examina el gráfico núm. 2 se observa que durante un largo período, entre 1988 y 1992, los españoles percibían un comportamiento más favorable de su situación económica en los meses anteriores, aunque contemplaran una economía nacional con mayores problemas. Para la percepción del público entre 1988 y 1992 su economía familiar era mejor que la nacional. A partir del año 1992, la opinión sobre la economía nacional sufre una profunda depresión de la que no se recupera hasta 1996. También los particulares perciben esta crisis; pero durante los últimos años la experiencia reciente sobre la economía familiar ha aventajado a la que se tenía sobre la economía general. En los meses transcurridos del año 1997, cambia esta situación relativa. El público parece creer que las previsiones de la economía general se están cumpliendo, incluso mejor de lo esperado; pero *los efectos sobre sus vidas se dejan esperar*.

— El comportamiento de las expectativas familiares apenas difiere del de su reciente experiencia. Las previsiones respecto a la situación familiar son mejores que sobre la economía nacional en prácticamente todos los sondeos y, particularmente, en los períodos de crisis, pero en los dos sondeos del año 1997, la gente *espera en mayor proporción una mejora general que personal*.

— Es posible explicar esta distinta sensibilidad de los españoles sobre la marcha de la economía española y su experiencia personal. Los objetivos económicos del Gobierno se van cumpliendo en buena medida, incluso las dificultades para entrar en la Unión Monetaria se van venciendo. El tratamiento de estas noticias económicas en los medios de comunicación estimula positivamente el aumento de las respuestas favorables sobre la marcha de la economía nacional. Sobre unos buenos datos y, sin duda, ciertos se ha elaborado una imagen de bonanza económica que el público reconoce para la economía general; no con la misma intensidad, para su situación personal.

— Las metas de la política económica serán adecuadas para lograr un futuro crecimiento económico que afectará a las familias; pero el estado de ánimo de los ciudadanos no evoluciona tan satisfactoriamente porque los beneficios evidentes para los expertos no lo son tanto en el día a día de la gente.

— La caída de la tasa de inflación a un histórico 1,6% interanual, es un buen ejemplo para el anterior argumento. Lo que supone una garantía para el cumplimiento de un requisito de convergencia, ganancia en competitividad de la economía y un horizonte de intereses nominales bajos, ha supuesto un elevado sacrificio salarial para muchos trabajadores, como los funcionarios públicos, que han sufrido una pérdida de su poder adquisitivo en el presente ejercicio.

— Durante varios años, los pequeños ahorradores han depositado su dinero en cuentas a plazo, letras del tesoro o fondos de inversión (FIAMM) en busca de seguridad, rentabilidad y liquidez. Con los fondos de pensiones y sin sus limitaciones fiscales, los fondos en deuda del Estado, constituían la fórmula ideal para completar las bajas pensiones públicas o, en general, reducir la incertidumbre sobre los ingresos familiares. Los buenos tiempos de la economía nacional ha recortado duramente la renta disponible de este segmento de población.

La reducción de los tipos de interés del Banco de España ha permitido recortar los costes financieros de las empresas, disminuir la carga de deuda pública y, en consecuencia, reducir el déficit y un mercado hipotecario más barato. Estos logros son muy importantes. Sin embargo, ha provocado desazón en los peque-

ños ahorradores, que han visto reducir la rentabilidad real de sus ahorros en un 50%. Es cierto que la Bolsa sube y sube ofreciendo sabrosas plusvalías a los inversores; pero, por ahora, no coinciden los clientes del Parquet con los compradores de Letras del Tesoro. Es posible que los fondos en renta variable con un tope para las pérdidas se difunda entre los ahorradores más reacios a perder seguridad.

En definitiva, se trata de que para muchos españoles vivir con precios estables es algo nuevo y necesitan asumir esta novedad y adecuar su comportamiento económico a las nuevas circunstancias. Mientras tanto, el ciudadano medio vive una economía personal distinta —no contrapuesta— a la imagen de la economía general.

I.4. Se ha iniciado un cauteloso aumento del consumo

— También la valoración del momento para comprar bienes duraderos del hogar, índice 79, ha mejorado, siguiendo la tendencia de los anteriores sondeos. Este dato es muy positivo para la recuperación del consumo privado después de su profunda caída de los ejercicios anteriores. Sin embargo, la disposición para comprar es significativamente menor que la de los años 1991 y 1992.

La moderación salarial, la incertidumbre respecto al empleo, las pensiones, la cobertura sanitaria... añaden más dudas a la hora de decidir realizar unos gastos que se pueden posponer. Incluso, en la demanda de bienes duraderos, la caída de la inflación, *ceteris paribus*, puede no determinar un aumento del consumo. Por una parte ese control de precios se ha apoyado en la desaceleración del aumento de la renta disponible de los consumidores. Por otra, en la adquisición de bienes de larga duración, como la vivienda, adelantar la compra significaba ganar la batalla a la inflación: "Hoy se compraba más barato que mañana". Una parte, no desdeñable de la demanda de inmuebles resultaba del deseo de mantener el valor de la inversión e, incluso, obtener una plusvalía en la reventa. Los intereses hipotecarios son, actualmente, menores, ventaja obvia para el comprador, pero en la amortización del crédito el comprador no puede esperar las ventajas para los deudores de un largo período de altas tasas de inflación.

— En resumen, para el público existe una disociación entre la marcha de la economía nacional y su situación económica. Debe cambiar viejos hábitos de consumo y ahorro por otro modelo más adecuado a una economía con precios estables. Los beneficios que hoy se aprecian en la economía nacional, el ciudadano espera que le alcancen, por ello, sus expectativas mejoran; pero de momento, *modera* el aumento de su gasto. Así, la valoración del momento de compra mejora lentamente, aunque sea peor que la de los años 1991 y 1992.

I.5. La economía discurre por buen camino sin discrepancias entre la población

— El sentimiento económico de todos los grupos de población según su renta ha mejorado. Es ésta otra interesante conclusión del sondeo de junio. El gráfico núm. 7 recoge el ISC de los consumidores distribuidos según sus ingresos entre su caída de 1992 y su recuperación a partir de 1994. En junio 97, los tres índices parciales logran su máximo valor y su evolución es bastante similar en los últimos cinco años. Sin embargo, importa señalar que en los períodos de crisis, los valores se aproximan y cuando empieza una nueva fase expansiva, las diferencias entre los valores de los índices aumentan. Así ha sucedido en el sondeo de junio 97. La ventaja del ISC de los más ricos y mejor informados por los medios ha aumentado.

I.6. Similar evolución de las mediciones del sentimiento económico según la versión de EE.UU. (ISC) y de la U.E. (ICC)

El cuadro núm. 1 recoge el Índice de Confianza del Consumidor español según la formulación utilizada en la U.E. Los valores de uno y otro índice muestran una evolución semejante. La mejora de los meses transcurridos en 1997 con los mismos meses del año pasado es, también, importante y positiva para ICC, con un índice de variación 50. Entre los componentes del ICC, los relacionados con la situación económica del país manifiestan un sentimiento relativamente más positivo que la percepción sobre la economía familiar y la valoración del momento de compra también mejora, aunque sus valores estén aun lejos del equilibrio entre respuestas positivas y negativas. En resumen, las conclusiones del análisis mediante el ISC es igual a la que se puede hacer mediante el ICC.

CUADRO NÚM. 1
ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

	AÑO 1997		AÑO 1996			AÑO 1995			Año 1994
	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Media
OPINIÓN SOBRE:									
Situación económica del país									
— Experiencia	1	-8	-21	-21	-31	-41	-32	-33	-44
— Expectativas	10	6	-8	4	-4	16	-2	-26	-22
Situación económica familiar									
— Experiencia	-8	-6	-13	-12	-14	-17	-16	-16	-20
— Expectativas	4	5	-2	2	1	-6	0	-1	-4
Valoración momento de compra	-21	-28	-45	-37	-39	-47	-50	-35	-47
Índice de confianza del consumidor	-3	-6	-18	-13	-17	-25	-20	-17	-26

Nota: Formulación UE.

CUADRO NÚM. 2
TAMAÑO DE LOS GRUPOS DE OPTIMISTAS

	AÑO 1997		AÑO 1996			AÑO 1995			Variación
	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Jun. 95/ Jun. 97
A) Situación económica del país									
1. Ha mejorado	31	23	11	16	12	10	15	12	35%
2. Mejorará	35	35	24	36	20	18	31	28	6%
B) Situación económica familiar									
1. Ha mejorado	13	13	9	10	10	9	9	7	18%
2. Mejorará	23	24	17	21	16	14	19	18	10%
C) Demanda: consumo familiar									
1. Buen momento de compra	22	17	12	15	12	12	12	11	29%
2. Comprará más	12	9	7	8	9	9	7	8	26%
D) El paro									
1. Disminuirá	32	26	16	37	20	10	31	16	2%
E) La inflación									
1. Ha aumentado un poco	71	63	56	47	44	40	31	31	39%
2. Aumentará poco	70	76	65	66	65	50	56	50	11%
F) Ahorro									
1. Ahorrará	41	46	39	40	41	35	40	36	1%

Índice de variación: $\frac{V_n - V_{n-1}}{V_n + V_{n-1}} \times 100$

I.7. Entre 1994 y 1997 el comportamiento de la confianza económica de los españoles es sensiblemente mejor que el de la media europea

En el año 1994, la confianza de los españoles era mala, bastante peor que la que mostraba el ciudadano medio europeo. En los años siguientes ha mejorado de forma importante, mientras que la media europea apenas ha avanzado. Países importantes como Alemania, Francia y Bélgica, por el contrario, han sufrido una pérdida notable de la confianza económica de su población. Para unas economías intensa-

mente interrelacionadas esta conclusión no es buena.

II. LOS OPTIMISTAS

El cuadro núm. 2 ofrece los porcentajes de los grupos formados por los consumidores que responden positivamente a seis cuestiones importantes para comprobar el nivel de optimismo de la población.

Los datos del último sondeo, junio 97, revelan un progreso en la mayoría de las cuestio-

nes planteadas respecto al anterior sondeo. Las respuestas positivas ("mejorará" o "ha mejorado") superan a las negativas ("empeorará" o "ha empeorado").

En junio 97 es interesante señalar el avance de los grupos que manifiestan que han observado una evolución positiva en los últimos meses. Durante el último trimestre, el grupo que cree que la economía nacional ha mejorado tiene un índice positivo de variación del 38% en dos años. En relación a la economía personal, la variación ha sido del 18%. Se puede inferir de estos resultados que las expectativas de los consumidores en febrero se han ido cumpliendo en los siguientes meses.

Alcanzar mayores tasas de crecimiento del consumo privado viene siendo un objetivo importante para mantener el crecimiento económico. La confianza en la evolución de los datos económicos y la percepción de una mejora de los factores en los que se apoya el consumo privado (previsión de mayores ingresos, reducción del paro, contención del aumento de los precios), constituyen la premisa para consolidar un avance del consumo privado. En relación con estos factores, las respuestas de los consumidores muestran un lento avance de su confianza; parece lógico esperar que aumentará el tamaño de los grupos que expresan una opinión favorable hacia un aumento del consumo privado. Los datos del cuadro núm. 2 ponen de manifiesto:

1º Los consumidores que valoran positivamente el momento para comprar bienes duraderos son pocos, un 22%, pero con un continuo crecimiento en los sondeos de 1995 y 1996.

2º Las previsiones de un aumento del gasto familiar en los próximos meses son aun menores. Sólo un 12% manifiesta que comprará más en los próximos meses. También estas respuestas favorables han ido lentamente aumentando.

3º Aunque el tamaño de los grupos favorables a un crecimiento del consumo sea pequeño, la variación entre el sondeo de junio 95 y junio 97 ha resultado positivo.

Los índices de variación son 29% para la valoración presente y 26% para las mayores posibilidades de consumo. En otras palabras, en un proceso de consumo privado contenido,

el último sondeo muestra que la recuperación del mismo se está consolidando.

Los grupos optimistas respecto a la inflación han conseguido un notable aumento en junio 97. Una cualificada mayoría (71%) dice que los precios han subido poco durante los últimos meses y un porcentaje similar apuesta por una tasa reducida de crecimiento del IPC en los próximos meses. La opinión pública es muy buena respecto a los precios. Los consumidores perciben un proceso continuo de desaceleración de la inflación y el crecimiento de los grupos optimistas confirma la consolidación de esa idea. Ante el tamaño de los grupos optimistas, no parece exagerado mantener que para la gente, la inflación ha dejado de ser un problema.

En resumen, y tal como los porcentajes de cuadro núm. 2 nos indican, los optimistas han aumentado en todas las cuestiones planteadas. Este crecimiento ha sido relativamente intenso al comparar los índices de variación entre junio 94 y junio 97. Dos excepciones a esta apreciación favorable: el paro y el ahorro. En ambos casos la variación es pequeña.

III. LOS TIPOS DE OPINIÓN ECONÓMICA Y SU EVOLUCIÓN

III.1. La economía nacional

Al cruzar las opiniones de los consumidores españoles sobre la evolución reciente de la economía nacional con sus previsiones para los siguientes 12 meses, aparecen nueve grupos distintos de opinión. El cuadro núm. 3 recoge los resultados de los nueve posibles tipos de respuestas referidos a los sondeos de junio y febrero 97, los tres del año 96 y los valores medios de los años 1994 y 1995.

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

1º Los optimistas

2º Quienes perciben una situación de estancamiento de la economía nacional

3º Los pesimistas

Los resultados del último sondeo muestran

CUADRO NÚM. 3
LA ECONOMÍA ESPAÑOLA: TIPOS DE OPINIÓN

	PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR							
	AÑO 1997							
	JUNIO				FEBRERO			
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
<i>Expectativas para próximos meses</i>								
Mejorará	24	11	4	39	18	12	5	35
Seguirá igual.....	8	27	8	43	5	28	11	44
Empeorará.....	1	4	13	18	1	4	16	21
Suma	33	42	25	100	24	44	32	100
PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR								
	AÑO 1996							
	NOVIEMBRE				JUNIO			
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
<i>Expectativas para próximos meses</i>								
Mejorará	7	12	5	24	9	13	14	36
Seguirá igual.....	3	23	14	40	4	22	14	40
Empeorará.....	1	8	27	36	2	6	16	24
Suma	11	43	46	100	15	41	44	100
PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR								
	1995 MEDIA							
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
<i>Expectativas para próximos meses</i>								
Mejorará	9	5	5	19	6	5	15	26
Seguirá igual.....	5	15	8	28	5	9	21	35
Empeorará.....	7	14	32	53	1	3	35	39
Suma	21	34	46	100	12	17	71	100

un retroceso notable de las opiniones pesimistas sobre la economía nacional. En el sondeo de febrero 97 comienza un predominio del optimismo que se consolida en junio.

Los optimistas. En este grupo se integran los consumidores que manifiestan que: "en relación a los últimos doce meses la economía española ha mejorado y en los próximos meses mejorará más". Éste es el grupo radicalmente optimista. Su tamaño es de un 24% en junio 97, con un aumento de 6 puntos respecto al anterior sondeo.

Entre los optimistas se encuentran también las respuestas de quienes creen que "la situación es la misma que la de los meses anteriores; pero mejorará próximamente". El tamaño de este grupo es de un 11%.

El tercer grupo está formado por quienes creen que "la economía nacional ha mejorado en los últimos 12 meses y seguirá igual en los próximos meses". Su tamaño es de un 8% avanzando tres puntos en relación al anterior sondeo.

Por último, se encuentran los consumidores con una opinión difícil de clasificar. Las res-

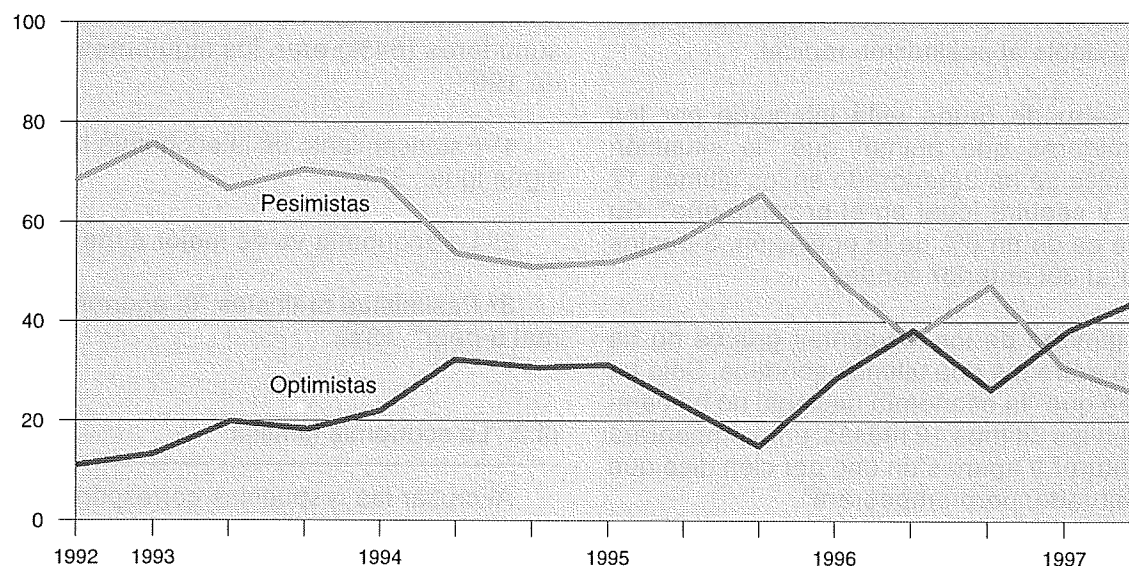
puestas de este grupo expresan la idea de que: "la economía nacional ha empeorado en los últimos 12 meses, su experiencia es mala, pero mejorará en el próximo año". Estas opiniones, a pesar de su dudosa interpretación, se clasifican como positivas y representa la opinión de un 4%.

En el sondeo último, los cuatro grupos calificados como optimistas representan un 47% de los consumidores. En el cuadro núm. 3 aparece la evolución de los distintos tipos de opinión desde el año 1994. Los optimistas han aumentado 7 puntos respecto al sondeo del trimestre anterior. Si la comparación se retrotrae al año 1994, 16 puntos de aumento revelan el positivo cambio de imagen de la economía.

Economía estancada. Las respuestas de los consumidores comprendidas en este grupo expresan una idea de estancamiento de la economía española. Para estos individuos "la situación económica en junio 97, era igual a la de hacía un año y en los próximos 12 meses seguirá igual". El tamaño de este grupo es de un 27%, ha variado poco entre los dos últimos sondeos.

Los pesimistas. Este tipo de opiniones de

GRÁFICO NÚM. 5
ECONOMÍA NACIONAL-OPTIMISTAS VS. PESIMISTAS (1992-1997)



CUADRO NÚM. 4
EVOLUCIÓN DE LOS TIPOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL

Tipos	AÑO 1997			AÑO 1996			AÑO 1995			AÑO 1994			AÑO 1993
	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Junio	Junio
Optimistas	47	40	27	40	29	15	24	32	32	34	22	20	20
Estancados	27	28	23	22	19	15	16	13	14	9	5	9	9
Pesimistas	26	32	50	38	52	70	60	55	54	57	73	71	71
Suma	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

CUADRO NÚM. 5
EVOLUCIÓN DE LOS GRUPOS EXTREMOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA NACIONAL

Tipos	AÑO 1997		AÑO 1996			AÑO 1995			AÑO 1994			AÑO 1993
	Jun.	Febr.	Nov.	Junio	Febr.	Nov.	Junio	Febr.	Nov.	Junio	Febr.	Jun.
La economía ha empeorado y empeorará más ..	13	16	27	16	23	37	26	33	32	30	46	48
La economía ha mejorado y mejorará más	24	18	7	9	6	6	11	9	10	7	3	3

los consumidores españoles representa un 26%, el porcentaje más bajo de los últimos años. Uno de cada cuatro españoles tiene todavía una opinión pesimista respecto a la marcha de la economía nacional. Este resultado debe matizarse con su distribución entre los diferentes tipos de pesimistas, que implican mayor o menor gravedad o firmeza de las opiniones.

El grupo radicalmente pesimista está formado por quienes creen que "la situación económica nacional ha empeorado durante los úl-

timos 12 meses y lo seguirá haciendo en los próximos". Un 13% de la población se encuentra en este grupo, que se ha reducido de forma significativa. En relación al valor medio de 1994, este tipo de opiniones ha retrocedido en nada menos que 34 puntos.

El retroceso interanual de este grupo es un dato interesante porque muestra la superación del pesimismo radical mantenido en la fase más depresiva del ciclo del sentimiento económico por un importante 71% de los españoles que, en junio 93, creía que la economía nacio-

nal estaba inmersa en un proceso de continuo empeoramiento. La mejora de la valoración de aquél año respecto a la del último sondeo, muestra una caída del pesimismo radical entre la población. Por primera vez el optimismo radical casi dobla al pesimismo radical.

El segundo grupo está integrado por los consumidores que opinan que "la situación económica se ha deteriorado en los últimos 12 meses y seguirá igual en el próximo año". Su tamaño es de un 8% de la población, 3 puntos inferior al del anterior sondeo.

El tamaño de los siguientes grupos no ha variado entre los dos últimos sondeos. Sólo un 4% cree que "la economía nacional no ha cambiado en los últimos 12 meses; pero empeorará en el futuro" y apenas un uno por cien dice que "ha mejorado; pero empeorará".

En junio de 1997, un 47% es el porcentaje de optimistas sobre la evolución de la economía nacional frente a un 26% de pesimistas (ver cuadro núm. 4). La diferencia de 21 puntos a favor del optimismo muestra la consolidación de éste.

Los datos del cuadro núm. 4 admiten otra lectura. Un 39% de la población opina que la economía nacional mejorará en los doce meses próximos, frente a un 35% que preveía una evolución favorable tres meses antes. Por tanto, las expectativas sobre la economía muestran un proceso de mejora. El grupo que prevé un estancamiento (43%) apenas cambia.

En relación con las experiencias recientes, los últimos resultados son buenos. Un 33% de la población cree que la economía nacional ha mejorado. Esta experiencia favorable es bastante superior a la de cualquier sondeo. Las respuestas que expresan una situación de estancamiento apenas varían. El porcentaje de individuos con experiencia negativa, 25%, es 7 puntos inferior a la de febrero.

En el cuadro núm. 5 aparecen los porcentajes de población incluidos en los dos grupos radicalmente optimistas y pesimistas desde 1993. La caída del segundo de ellos es muy importante. En cuatro años se ha pasado del 48% al 13%.

El porcentaje de las opiniones radicalmente optimistas es 24%. Los pequeños aumentos

desde noviembre 93 han dado paso a un crecimiento de 15 puntos en un año.

Los tres grupos que expresan el sentimiento económico de la mayoría de los consumidores (64%) eran los siguientes en junio de 1997:

1º Estancamiento de la economía nacional o sigue igual: 27%

2º La economía va de mejor a mejor: 24%.

3º Pesimistas radicales: "la economía va de mal a peor": 13%.

III.2. La economía familiar

Al cruzar las respuestas correspondientes a la experiencia sobre la marcha de la economía personal con sus previsiones para el año 1997, se puede establecer una tipología de las familias españolas con los nueve tipos recogidos en el cuadro núm. 6. Como en el caso de la economía nacional, los nueve grupos se pueden reducir a los tres tipos de opinión siguientes:

1º Los optimistas.

2º Los que perciben un estancamiento de su situación económica.

3º Los pesimistas.

Los optimistas. En este tipo se incluyen las familias que han percibido "una mejora de su situación económica durante los últimos 12 meses y esperan que mejore todavía más en los próximos meses". Estas opiniones pueden definirse de radicalmente optimistas. El tamaño del grupo es muy pequeño (8%). En los sondeos anteriores, desde 1994, este grupo varió muy poco en los años 1995 y 1996, pero en el anterior sondeo tuvo un aumento considerable: índice de variación 33% que se ha mantenido en junio.

Las familias que creen que "su situación en junio 97 es la misma que doce meses antes; pero mejorará en los próximos meses" es el segundo grupo. La participación del mismo en la población española es de un 12%. Ha aumentado sólo un punto respecto al sondeo de febrero, pero continúa un lento progreso.

CUADRO NÚM. 6
LA ECONOMÍA FAMILIAR: TIPOS DE OPINIÓN

PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR								
AÑO 1997								
Expectativas para próximos meses	JUNIO				FEBRERO			
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
Mejorará	8	12	4	24	8	11	5	24
Seguirá igual.....	4	48	10	62	4	50	10	64
Empeorará.....	1	4	9	14	—	5	7	12
Suma	13	64	23	100	12	66	22	100
PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR								
AÑO 1996								
Expectativas para próximos meses	NOVIEMBRE				JUNIO			
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
Mejorará	4	8	5	17	4	10	7	21
Seguirá igual.....	4	48	11	63	5	49	11	65
Empeorará.....	1	6	13	20	—	5	9	14
Suma	9	62	29	100	9	64	27	100
PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR								
AÑO 1995								
Expectativas para próximos meses	NOVIEMBRE				JUNIO			
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
Mejorará	4	5	—	9	5	8	6	19
Seguirá igual.....	7	41	7	55	4	45	13	62
Empeorará.....	5	15	16	36	—	7	12	19
Suma	16	61	23	100	9	60	31	100
PERCEPCIÓN DE LA ECONOMÍA ACTUAL RESPECTO A LA SITUACIÓN ANTERIOR								
AÑO 1994								
Expectativas para próximos meses	NOVIEMBRE				JUNIO			
	Mejor	Igual	Peor	Suma	Mejor	Igual	Peor	Suma
Mejorará	5	9	6	20	5	8	8	21
Seguirá igual.....	5	38	13	56	5	40	15	60
Empeorará.....	—	7	17	24	1	4	14	19
Suma	10	54	36	100	11	52	37	100

Otro grupo, 4%, cree que "su economía mejoró en el último año y seguirá en la situación actual durante el próximo". Su tamaño es pequeño y cambia poco.

Un cuarto grupo, 4%, cree que su economía ha empeorado, pero mejorará durante 1997.

El porcentaje de consumidores optimistas sobre su situación familiar distribuidos en los cuatro grupos citados, es de un 28%, repitiendo el resultado de febrero.

Estancamiento. Casi la mitad de la población (48%) manifiesta que su situación económica no ha cambiado y, además, prevé que seguirá igual en los próximos doce meses. El resultado del último sondeo muestra un pequeño retroceso de 2 puntos respecto al valor del sondeo de febrero. En lo que va transcurrido de

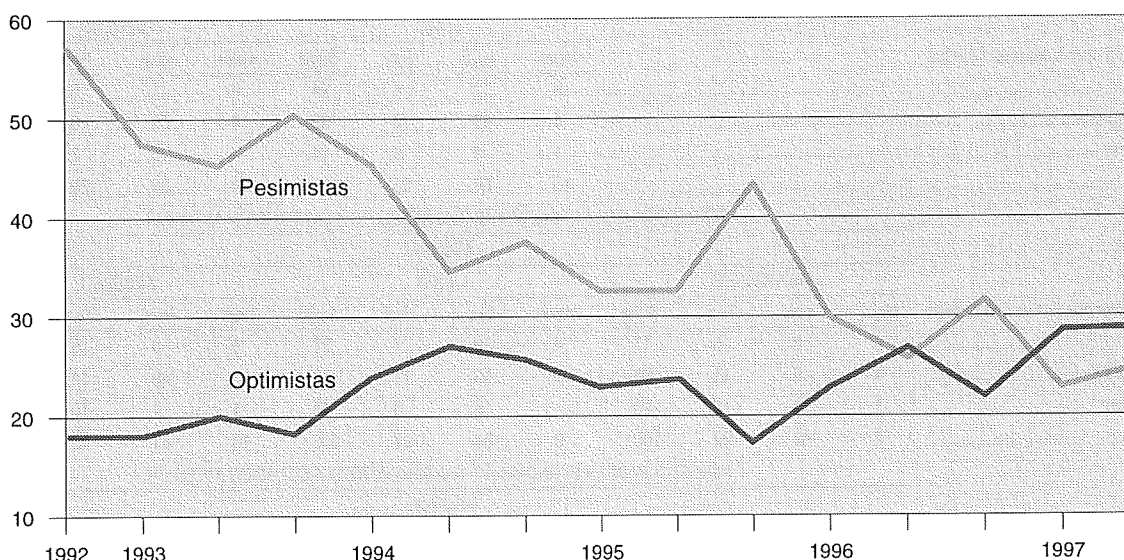
año y en 1996 el tamaño de este grupo apenas ha cambiado.

Los Pesimistas. En este tipo de opiniones se encuentran:

1º El grupo radicalmente pesimista, un 9% de los consumidores, dice que "su situación económica ha empeorado en los últimos 12 meses y se deteriorará más en los próximos". Al comparar con los datos de febrero 96 se observa un pequeño aumento de 2 puntos. El tamaño de este grupo radicalmente pesimista ha ido reduciéndose lentamente desde noviembre 93.

2º El segundo grupo cree que "su economía personal ha empeorado durante los 12 meses anteriores y seguirá igual en los próximos". Un 10% es el tamaño de este grupo, sólo un punto menos que en el sondeo anterior.

GRÁFICO NÚM. 6
ECONOMÍA FAMILIAR-OPTIMISTAS VS. PESIMISTAS (1992-1997)



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

Tipos	AÑO 1997		AÑO 1996			AÑO 1995			AÑO 1994			AÑO 1993
	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Noviembre	Junio	Febrero	Junio
Optimistas	28	28	21	26	22	16	23	22	25	26	23	17
Estancados	48	50	48	49	49	41	45	46	38	40	32	36
Pesimistas	24	22	31	25	29	43	32	32	37	34	45	45
Suma	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

CUADRO NÚM. 8
EVOLUCIÓN DE LOS GRUPOS EXTREMOS DE OPINIÓN SOBRE LA ECONOMÍA FAMILIAR

Tipos	AÑO 1997		AÑO 1996			AÑO 1995			AÑO 1994			AÑO 1993
	Junio	Febr.	Nov.	Junio	Febr.	Nov.	Junio	Febr.	Nov.	Junio	Febr.	Junio
La economía ha empeorado y empeorará más	9	7	13	9	10	16	12	15	17	19	21	20
La economía ha mejorado y mejorará más	8	8	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3

3º El tercer grupo (4%) dice que "su situación en febrero 97 era aproximadamente igual a la de 12 meses antes; pero teme que empeore". El tamaño de este grupo disminuye en un punto respecto al sondeo de febrero del 1996.

4º Y, por último, quienes creen que su situación económica mejoró durante los últimos doce meses pero empeorará, se mantiene por sólo un uno por cien.

La suma de los pesimistas es un 24%. Un

porcentaje inferior a los optimistas en 4 puntos. La situación de estos grupos muestra un cambio importante y positivo respecto a los sondeos de 1996. En el cuadro núm. 7 se aprecia el retroceso de los pesimistas desde un 45% en el sondeo de junio 93 al 24% del último sondeo; simultáneamente, los optimistas han aumentado del 19% al 28%. La evolución de los optimistas y pesimistas ha llevado a un balance de signo opuesto al que ha prevalecido en los últimos años (ver gráfico núm. 9).

En el cuadro núm. 8 se muestra la evolución de los porcentajes de los grupos radicalmente optimistas y pesimistas. De forma similar a la opinión sobre la economía nacional, el grupo más pesimista fue retrocediendo de forma ininterrumpida desde junio de 1993 hasta noviembre de 1996. En febrero de 1997 vuelve a retroceder este grupo, pero en junio ha experimentado un pequeño aumento. El progreso del optimismo radical familiar se ha manifestado exclusivamente entre noviembre 96 y febrero 97.

Los tres grupos más representativos en la encuesta de febrero 97, 70% del total, fueron:

1º Quienes formulan una situación familiar de estabilización económica. No hay, ni prevén cambios significativos: 48%

2º Quienes creen que su situación no ha cambiado, pero esperan mejorar: 12%

3º Los que tienen una mala experiencia reciente y no esperan cambios: 10%

Respecto a su experiencia económica reciente, la mayoría de los españoles (64%) cree que en los últimos meses su situación no ha cambiado. Otro importante porcentaje (23%) dice que su balance personal ha sido negativo durante los últimos meses. Un 13% ha observado una mejora económica.

Respecto a la distribución de las expectativas el grupo más amplio (62%) no espera cambios inmediatos en su nivel económico familiar; un 24% prevé mejorar, frente a un 14% que dice lo contrario. Respecto al anterior sondeo de febrero 96, las diferencias son pequeñas. La definición que los consumidores han establecido a comienzos del año 1997, no varía significativamente en los últimos meses, a diferencia de lo que sucede con la imagen de la economía nacional.

III.3. Optimistas y pesimistas globales

El cuadro núm. 9 recoge la opinión de los consumidores al tomar en consideración tanto su valoración de la economía nacional como la de la economía familiar. Al cruzar los tres tipos de opinión (optimista, estancamiento y pesimista) resultan nueve posibilidades, entre las que se eligen las cuatro más importantes:

1ª Optimistas respecto a la evolución de la economía nacional que, simultáneamente, también lo son respecto a su propia situación económica. El tamaño de este grupo es 21%.

2ª Optimistas sobre la economía nacional que consideran que su situación económica no varía. Representan otro 21% de la población.

3ª Un 18% no percibe variación alguna, ni en la economía nacional ni en la personal.

4ª Un grupo del 13% de la población se muestra tajantemente pesimista. La economía nacional marcha mal y también la personal.

La suma de los cuatro grupos citados representa el 73% de la población.

El cuadro núm. 9 también recoge la distribución de los optimistas, pesimistas... sobre la economía general en relación a la economía doméstica la distribución inversa. Hay una notable coincidencia entre la valoración de la economía nacional y la familiar. Sólo un 12% de los optimistas en relación a la economía nacional

CUADRO NÚM. 9
EVALUACIÓN GLOBAL DE LA ECONOMÍA

TIPOS ECONOMÍA FAMILIAR	TIPOS DE ECONOMÍA GENERAL			SUMA
	Optimistas (787)	Estancamiento (451)	Pesimistas (406)	
Optimistas (476)	21	4	4	29
Estancamiento (772) ..	21	18	8	47
Pesimistas (396)	6	5	13	24
SUMA	48	27	25	100

CUADRO NÚM. 9a

TIPOS ECONOMÍA FAMILIAR	TIPOS DE ECONOMÍA GENERAL		
	Optimistas	Estancamiento	Pesimistas
Optimistas	44	15	16
Estancamiento	44	67	32
Pesimistas	12	18	52
SUMA	100	100	100

CUADRO NÚM. 9b

TIPOS ECONOMÍA FAMILIAR	TIPOS DE ECONOMÍA GENERAL			SUMA
	Optimistas	Estancamiento	Pesimistas	
Optimistas	72	14	14	100
Estancamiento	45	38	17	100
Pesimistas	25	21	54	100

observan que su propia economía marcha mal. Sin embargo, la mayoría de los individuos que perciben una evolución desfavorable de la economía nacional, también son pesimistas respecto a su economía personal (52%). Por otra parte, sólo un 14% de los optimistas sobre su economía se muestran pesimistas al dar su opinión sobre la economía nacional y un 54% de los pesimistas familiares, también lo son sobre la economía nacional.

El alto porcentaje de individuos optimistas sobre la economía nacional (44%) que creen que su economía familiar está estancada diferencia a uno y otro tipo de optimistas. En otras palabras, el mayor optimismo respecto a la economía nacional proviene de ese 44% de individuos que no ven, ni esperan, cambios positivos en su vida económica; pero han asimilado la idea de que la economía española marcha por la buena senda.

Los optimistas globales

El grupo de optimistas, simultáneamente en la economía familiar y general, representan el 21% del total de entrevistados (cuadro núm. 9a). ¿Quiénes son estos optimistas? Son entrevistados de clase media y alta con estudios superiores.

Frente a éstos, los grupos con menor porcentaje de optimistas son:

- Las mujeres solteras de clase baja.
- Los hombres de clase baja o media-baja que ingresan menos de 80.000 ptas/mes.

Los pesimistas globales

Los pesimistas respecto a su situación económica personal y general representan el 13% del total de entrevistados (ver cuadro núm. 9a).

Los grupos más pesimistas están formados por los entrevistados de clase media-baja o baja con ingresos por debajo de 120.000 ptas/mes. En este grupo el 28% es pesimista.

El grupo de población con menor porcentaje de pesimistas es el formado por los entrevistados de clase media-alta y con estudios superiores a Bachiller Superior.

Las variables que más influyen en la condición de optimistas o pesimistas son:

- Ingresos y estudios. Los individuos con mayores ingresos y nivel de estudios son más optimistas.
- Sexo. Los hombres son más optimistas que las mujeres.

IV. SENTIMIENTO ECONÓMICO Y RENTA FAMILIAR

No hay discrepancias en la mejora del ISC correspondiente a cada segmento de población distribuida por sus ingresos, aunque sí hay diferencias —no importantes— en el comportamiento de los cinco aspectos que conforman el ISC. La percepción de que la economía nacional está mejorando es mejor entre los consumidores con rentas altas, posiblemente porque su seguimiento de la coyuntura por los medios es más intensa. Sin embargo, la recuperación de la disposición a comprar ha sido más fuerte en las rentas bajas porque ha partido de niveles muy negativos. La mejora de la economía familiar es similar y su progreso es lento en los tres grupos.

V. LOS PROBLEMAS DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

V.1. Paro

El principal problema de los españoles sigue siendo el paro. Cualquiera que sea el modo de medirlo (EPA o paro registrado en el INEM), la cifra de los individuos que buscan empleo es muy elevada y, en porcentaje sobre población activa, claramente superior a la de los otros países de la U.E. Partiendo de esta situación, las noticias sobre mayor empleo, los acuerdos entre Gobierno, Sindicatos y Empresarios y las expectativas positivas sobre la economía nacional, ¿han mejorado las previsiones del público?

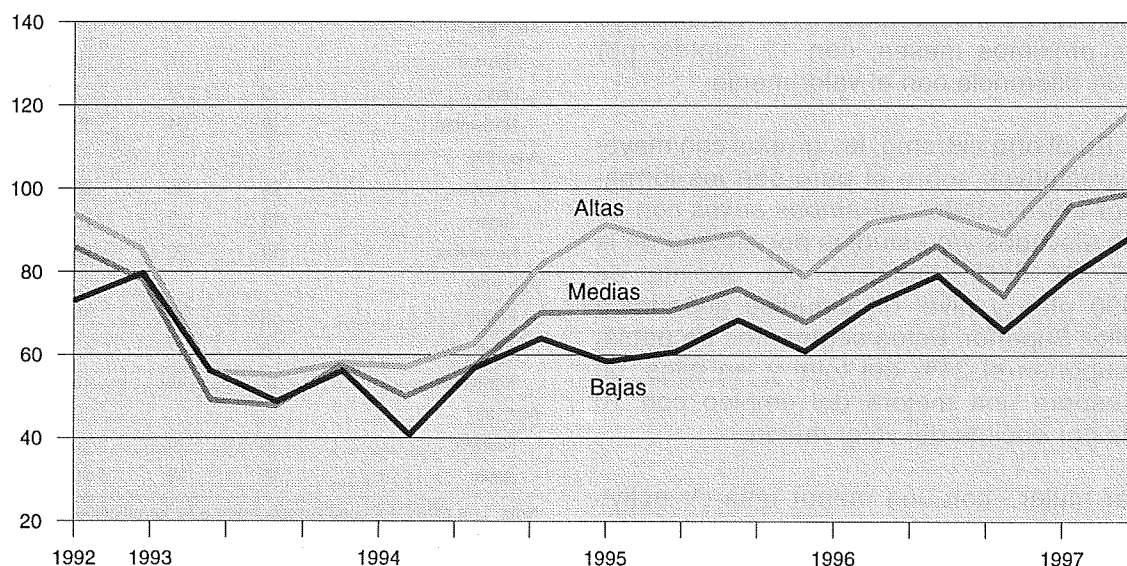
La respuesta es afirmativa pero... un 32% de los españoles cree que el paro disminuirá frente a un 30% que sostiene lo contrario. Otro 29% opina que permanecerá estable. En la población hay prácticamente un equilibrio entre pesimistas y optimistas. El avance de los opti-

CUADRO NÚM. 10
ÍNDICE DEL SENTIMIENTO DEL CONSUMIDOR Y RENTA FAMILIAR

	AÑO 1997									AÑO 1996									AÑO 1995								
	Junio			Febrero			Noviembre			Junio			Febrero			Noviembre			Junio			Febrero					
	Rentas			Rentas			Rentas			Rentas			Rentas			Rentas			Rentas			Rentas					
	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.	Baj.	Med.	Alt.
COMPONENTES DEL ISC																											
Situación económica del país																											
Presente/Pasado.....	89	104	126	75	87	98	57	61	74	66	72	79	62	53	64	-40	46	51	53	59	63	41	47	53			
Futuro/Presente.....	105	118	138	97	115	120	77	84	98	97	109	120	89	93	111	-73	78	85	90	98	113	70	90	106			
Situación económica familiar																											
Presente/Pasado.....	69	86	104	63	91	100	57	75	94	69	77	93	62	76	96	59	71	86	63	74	93	57	72	85			
Futuro/Presente.....	98	105	128	98	106	121	87	92	109	93	105	109	86	101	113	84	88	103	87	99	111	71	95	111			
Momento de compra	78	72	88	56	71	79	47	52	64	65	63	66	55	59	66	48	54	64	49	47	60	44	48	70			
Índice sentimiento consumidor (ISC) ..	88	97	117	78	94	104	65	73	88	78	85	93	71	76	90	61	67	78	68	75	88	60	70	85			

Nota: Los valores corresponden a la formulación del ISC y sus componentes, versión de EE.UU.

GRÁFICO NÚM. 7
ISC POR RENTA (1992-1997)



mistas es pequeño si se compara junio 97 con el mismo mes de otros años. Sin embargo, el retroceso de los pesimistas es más importante al pasar muchos de ellos a considerar que la tasa de paro permanecerá igual (30%).

Si se atiende a los ingresos, los consumidores con medios-altos y altos son *mucho* más optimistas. Un 44% dice que el paro disminuirá en los próximos meses y un 23% que aumentará.

En el grupo de menores ingresos, las previ-

siones son justamente las contrarias. Sólo un 20% cree que el paro será menor y un 43% dice que aumentará en los meses siguientes.

El análisis de segmentación permite afirmar que:

— Los grupos menos optimistas, es decir, que menos apoyan una próxima reducción, son los formados por *mujeres* con ingresos y/o estudios por debajo de la media (ingresos por debajo de 80.000 ptas al mes y/o estudios primarios o de Bachiller Elemental). Estos grupos

CUADRO NÚM. 11
EXPECTATIVAS DE PARO Y RENTA FAMILIAR

	Media	Ingresos bajos	Ingresos medios	Ingresos altos
Año 1994				
Febrero	31	37	33	22
Junio	26	34	25	17
Noviembre	54	56	55	50
Año 1995				
Febrero	36	48	38	34
Junio	9	18	9	6
Noviembre	31	42	32	22
Año 1996				
Febrero	7	21	9	2
Junio	18	20	20	14
Noviembre	26	33	30	20
Año 1997				
Febrero	11	13	11	13
Junio				

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

representan el 20% de la población entrevistada y sólo un 20% espera que el paro disminuya en los próximos meses, con 12 puntos, por tanto de diferencia con el valor medio.

— En el otro extremo, los grupos con mayores expectativas sobre el paro son los formados por entrevistados de *ambos sexos* con ingresos elevados y/o estudios por encima de la media, es decir, ingresos por encima de 200.000 ptas y nivel de estudios superior a Bachiller Superior. Estos segmentos de población suponen el 21% del total y, en ellos, un 42% espera una mejora del empleo con 10 puntos por encima del valor medio.

Ser mujer —con una menor tasa de actividad—, menos ingresos y menor nivel de estudios favorecen el pesimismo ante el empleo.

El cuadro núm. 10 (formulación de la U.E.) muestra la evolución de las expectativas de paro durante los últimos tres años. Valores altos y positivos de este índice significan previsiones altas de crecimiento del paro. La caída de las malas expectativas desde noviembre de 1994, valor 54, a junio de 1997, valor 1, es muy importante. El retroceso de las previsiones desfavorables de los consumidores de altos ingresos es 9 puntos superior al del valor medio.

V.2. Inflación

Un 71% de los consumidores han percibido

CUADRO NÚM. 12
INFLACIÓN Y RENTA FAMILIAR

	EXPERIENCIA			
	Media	Ingresos bajos	Ingresos medios	Ingresos altos
Año 1994				
Febrero	27	37	28	22
Junio	22	27	22	15
Noviembre	29	37	29	20
Año 1995				
Febrero	43	48	45	35
Junio	42	49	43	38
Noviembre	30	31	31	28
Año 1996				
Febrero	29	36	31	20
Junio	30	44	33	24
Noviembre	20	26	22	13
Año 1997				
Febrero	12	21	14	8
Junio	-3	1	-3	-9

EXPECTATIVAS

	Media	Ingresos bajos	Ingresos medios	Ingresos altos
Año 1994				
Febrero	9	14	9	6
Junio	5	8	7	3
Noviembre	19	31	18	14
Año 1995				
Febrero	24	35	25	15
Junio	19	22	21	20
Noviembre	19	20	20	20
Año 1996				
Febrero	8	10	11	2
Junio	8	17	11	6
Noviembre	12	18	13	9
Año 1997				
Febrero	0	4	0	-3
Junio	-8	-4	-8	-8

Nota: Las cifras del cuadro responden a la formulación de los índices seguida por la UE.

un nulo o pequeño aumento de la inflación y otro 70% espera que este comportamiento de los precios continúe en los doce meses siguientes. Esta opinión positiva es sostenida por una mayoría amplia y repite resultados similares a los del sondeo de febrero. La inflación ha dejado de constituir un problema para los consumidores. Problema diferente es si las variaciones de los ingresos familiares no responden a las expectativas de ganancia real de su capacidad económica y en la actitud hacia el consumo influyan otras variables.

El cuadro núm. 11 recoge la evolución del índice que mide percepción y previsiones sobre los precios desde 1994. Los valores positi-

vos indican que los consumidores observan un comportamiento desfavorable de los precios. Los valores negativos de junio 97 señalan una amplia aceptación de la estabilidad.

V.3. Consumo

La actitud de la población hacia el consumo ha mejorado. Poco a poco se va valorando más favorablemente el momento para comprar bienes duraderos y crece la intención de hacerlo en los próximos meses. Pero el porcentaje medio, 12%, de individuos que prevé un aumento

de sus compras de bienes duraderos en los próximos meses es pequeño.

A medida que la gente es más optimista respecto a su situación económica, también progresa su actitud hacia el consumo privado:

TABLA 1
INTENCIÓN DE COMPRA

<i>Tipos: Estimación de la economía familiar</i>	Más	Lo mismo	Menos	Total
Optimistas	26	45	29	100
Estancamiento	11	56	33	100
Pesimistas	6	42	52	100

En el grupo de optimistas un 26% de individuos espera gastar más en bienes duraderos en los próximos meses; sólo un 6% de los pesimistas y un 11% entre quienes creen que su situación económica no ha cambiado. Incluso entre los optimistas, un 29% prevé gastar menos. Estos datos muestran la resistencia a romper la contención del gasto de las familias.

En el cuadro núm. 12 se aprecia la evolución de la actitud de los consumidores desde 1994 que se resume a continuación:

TABLA 2

<i>Valor medio anual</i>	<i>Valoración del momento de compra</i>	<i>Intención de compra</i>
1994	-52	-40
1995	-48	-38
1996	-39	-31
1997(*)	-25	-24

(*) Dos sondeos.

Entre 1994 y 1997, la valoración del momento de compra ha avanzado un 35% (índice de variación) y la intención de compra un 25%. Estos resultados son decididamente favorables al consumo privado.

En resumen, hay una tendencia positiva de las actitudes de los consumidores que, según las expectativas manifestadas, se mantendrá en los próximos meses. Pero la buena disposición a realizar mayores compras es aun pequeña.

Los segmentos de población con unas mayores expectativas de demanda son: los entrevistados con ingresos superiores a 120.000 ptas al mes que representan el 46% del total y donde el 19% espera gastar más.

CUADRO NÚM. 13
CONSUMO DOMÉSTICO Y RENTA FAMILIAR

	VALORACIÓN DEL MOMENTO DE COMPRA			
	Media	Ingresos bajos	Ingresos medios	Ingresos altos
Año 1994				
Febrero	-50	-57	-61	-59
Junio	-57	-68	-57	-55
Noviembre	-49	-56	-52	-35
Año 1995				
Febrero	-48	-59	-52	-29
Junio	-50	-51	-53	-41
Noviembre	-47	-57	-49	-38
Año 1996				
Febrero	-35	-40	-37	-32
Junio	-36	-35	-37	-36
Noviembre	-45	-53	-48	-36
Año 1997				
Febrero	-28	-44	-29	-21
Junio	-21	-22	-28	-15
	INTENCIÓN DE COMPRA			
	Media	Ingresos bajos	Ingresos medios	Ingresos altos
Año 1994				
Febrero	-40	-49	-39	-31
Junio	-43	-61	-44	-35
Noviembre	-37	-50	-36	-22
Año 1995				
Febrero	-37	-59	-38	-22
Junio	-39	-59	-40	-24
Noviembre	-37	-54	-40	-30
Año 1996				
Febrero	-30	-45	-35	-16
Junio	-32	-54	-35	-19
Noviembre	-31	-51	-34	-21
Año 1997				
Febrero	-24	-37	-26	-8
Junio	-24	-36	-28	-15

Nota: Las cifras del cuadro responden a la formulación de los índices seguida por la UE.

Los segmentos de población con menor expectativa de demanda son los formados por hombres y mujeres de escasos ingresos (menos de 120.000 ptas) y/o bajo nivel de estudios (estudios primarios y menos). Estos representan el 38% del total de entrevistados y sólo un 4% espera comprar más bienes en los próximos 12 meses.

V.4. Ahorro y situación del hogar

La mayoría de la población, 56%, dice vivir al día: gasta el dinero que ingresa. Sin embargo, hay un notable porcentaje, 33%, que ha logrado ahorrar durante el último año y un 41% que espera hacerlo. La diferencia entre quienes prevén gastar más en bienes duraderos, 12%, y los posibles ahorradores, 41%, es importante. De algún modo significa que un porcentaje importante de individuos prefiere ahorrar a gastar más, teniendo dinero.

El cuadro núm. 13 muestra la evolución de las expectativas de ahorro y de la situación económica del hogar medidos por el ICC de la U.E. El resumen sería el siguiente:

TABLA 3		
Valor medio anual	Expectativas de ahorrar	Situación del hogar
1994.....	-23	9
1995.....	-27	9
1996.....	-22	11
1997(*).....	-7	13

(*) Dos sondeos.

En el resumen, con los valores medios anuales del índice, se observa una tendencia favorable entre 1994 y 1997 que, en los meses transcurridos del año 1997, se ha acelerado. Ha mejorado la situación del hogar y han aumentado las expectativas de ahorrar, aunque siga siendo mayor el porcentaje de quienes gastan todos sus ahorros.

El análisis de segmentación realizado permite establecer las siguientes consideraciones:

— Los grupos de población que expresan una menor disposición a ahorrar son los entrevistados con edades entre 30 y 50 años e ingresos menores de 120.000 ptas o de clase media-baja o baja. Estos grupos representan el 34% del total y, en ellos, sólo el 20% espera

poder ahorrar en el año frente al 41% en el conjunto de entrevistados.

— Como más ahorradores se sitúan los grupos formados por:

Entrevistados con más de 120.000 ptas/mes.

Con edades de menos de 30 años.

Estos grupos representan el 18% del total y, en ellos, el 64% espera poder ahorrar.

Resulta interesante destacar que las expectativas de ahorro aumentan cuando la clase social es alta o los ingresos son altos, aunque se tenga entre 30 y 50 años (máximos gastos familiares).

Es decir, el ahorro queda perfectamente explicado por la combinación de:

— Ingresos (en este caso la clase social y nivel de educación son indicadores de ingresos o rentas potenciales).

— La edad (que es un indicador de la situación familiar y de los gastos potenciales).

Cuando se es joven sólo se ahorra si se tienen unos determinados ingresos; estos mismos ingresos en edades adultas con mayores gastos no permiten el ahorro y sí lo permiten en edades mayores (+50 años) cuando ya los gastos familiares se reducen.

Si los ingresos son altos, aunque los gastos lo sean, también se ahorra.

VI. EL ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (ICC) EN LA U.E. Y EN ESPAÑA

La recuperación del sentimiento económico de los españoles ha sido muy buena en relación a la evolución seguida por la mayoría de los países de la U.E. El valor medio anual del ICC español era -25 en 1994; en ese año el europeo era claramente mejor, -16. En el año 1995, se reduce la diferencia con unos valores de los ICC de -20 y -13 respectivamente. Por último, en 1997(1), el ICC español, -7, es significativamente mejor que el ICC europeo, -14,

CUADRO NÚM. 14
AHORRO Y SITUACIÓN DEL HOGAR POR INGRESOS

	MEDIA		BAJOS		MEDIOS		ALTOS	
	Expectativas	Situación hogar	Expectativas	Situación hogar	Expectativas	Situación hogar	Expectativas	Situación hogar
Año 1994								
Febrero	-23	10	-53	-5	-25	7	1	17
Junio	-19	9	-38	-7	-20	7	-6	24
Noviembre	-28	8	-59	-8	-29	8	-12	23
Año 1995								
Febrero	-30	8	-66	-7	-37	7	-2	22
Junio	-23	9	-51	-3	-26	7	-8	19
Noviembre	-28	9	-61	-10	-33	6	-5	16
Año 1996								
Febrero	-20	12	-53	-2	-27	8	4	24
Junio	-21	11	-51	-5	-31	6	-5	21
Noviembre	-26	11	-63	-10	-33	8	-3	22
Año 1997								
Febrero	-12	15	-58	-5	-18	10	11	25
Junio	-2	10	-41	-11	-14	7	29	26

Nota: Las cifras del cuadro responden a la formulación de los índices seguida por la UE.

CUADRO NÚM. 15
EVOLUCIÓN DEL ICC ENTRE 1994 Y 1997

	VALOR DEL ICC DE LOS PAÍSES DE LA UE RESPECTO AL ICC ESPAÑOL		
	PEOR	IGUAL	MEJOR
Ha mejorado	Portugal Media de la UE		Irlanda Países Bajos Finlandia Reino Unido
Igual			Dinamarca
Ha empeorado	Bélgica Francia Grecia Italia Alemania		

Fuente: *Economie Européenne*, núm. 4, abril 1997

y en el sondeo de junio el ICC español es todavía mejor, -3.

Desde el año 1994 el comportamiento del ICC medio ha mostrado un pequeño avance, pero con fuertes diferencias entre los países. La sensibilidad económica entre la población de tres países muy importantes, Alemania, Francia e Italia para la consolidación de la U.E. ha empeorado. Los alemanes son quienes en mayor proporción han perdido su confianza en

la economía (12 puntos) seguidos de los franceses (8 puntos) y los italianos (sólo 2 puntos). Los medios de comunicación españoles es posible que no hayan difundido suficientemente este dato. Entre los grandes de la U.E., la confianza del Reino Unido ha progresado y su ICC es, incluso, mejor que el español, pero este cambio positivo de la opinión económica de los ingleses es difícil que compense la pérdida de confianza de alemanes, belgas y franceses. La intensidad del avance del ICC español entre 1994 y 1997, 22 puntos, ha sido algo bastante atípico (el ICC europeo ha mejorado sólo 2 puntos). Convendría reflexionar si los graves problemas europeos (paro, bienestar social, mercados globales...) han tenido una difusión suficiente u otros temas coyunturales han dominado en la información de la sociedad.

NOTAS

- (1) Los últimos valores del ICC de los países de la U.E. se refieren al mes de marzo.