



Informe de resultados mensual

GfK Clima de Consumo Octubre 2011



Interpretación de los Indicadores GfK en Europa

- Todos los indicadores toman valores **entre -100 y 100**.
- Un **valor negativo** del indicador muestra que el porcentaje de entrevistados pesimistas respecto al futuro es superior al porcentaje de los optimistas.
- Un índice con **valor 0** señala que existe equilibrio entre ambos.
- Un **indicador positivo** expresa que el porcentaje de entrevistados optimistas respecto a la situación futura supera al de los pesimistas.

Los símbolos utilizados en los gráficos ilustran el estado de ánimo de los entrevistados sobre cada uno de los aspectos evaluados.



Los índices se elaboran a partir de preguntas realizadas a la población sobre su percepción de la situación **en los próximos 12 meses comparada con los últimos 12**.



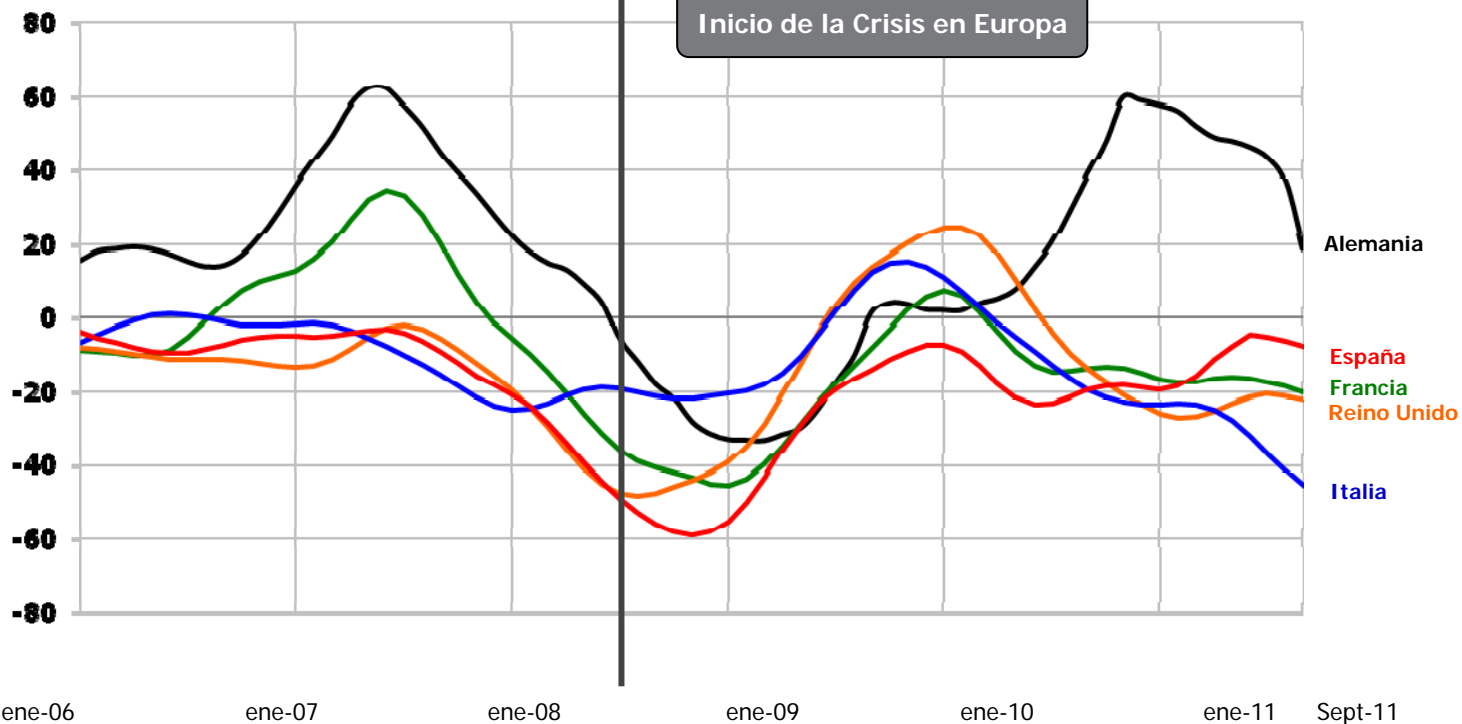
Riesgo de estancamiento en algunas de las economías avanzadas

•La economía de la eurozona suma un mes más a su proceso de brusca desaceleración. Si comparamos los indicadores actuales con los datos de la primera mitad del año observamos cómo los consumidores muestran un nivel de incertidumbre significativamente mayor que el mes pasado. La sensación transmitida por los consumidores europeos coincide de manera increíble con los datos suministrados por fuentes como el FMI para los próximos meses, que afirman que no se espera que ningún país avanzado llegue a crecer más de un 2% en el año 2012. Según el indicador de GfK "Expectativas de la situación económica", ni uno sólo de los estados miembros analizados ha mostrado una evolución positiva durante el tercer trimestre del año y salvo Alemania, el único que se mantiene en valores positivos a pesar del pronunciado descenso, el resto de países se aleja fuertemente del valor de estabilidad que marca el 0%.



09/11

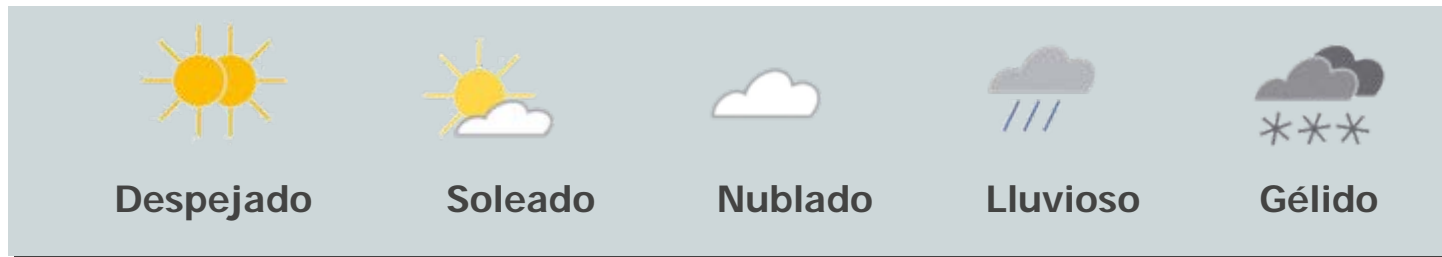
Expectativas de la Situación Económica





Indicadores GfK de Confianza Sectorial en España

Los símbolos utilizados en los gráficos ilustran las **expectativas de gasto** de los entrevistados para cada uno de los productos y servicios evaluados. Se compara la intención de gasto en su hogar para los próximos 12 meses, en contraste con los últimos 12.



- Todos los índices toman valores entre **-100 y 100**.
- Un **valor negativo** del indicador muestra que el porcentaje de entrevistados que recortarán su presupuesto en el futuro es superior al porcentaje de quienes dedicarán más recursos.
- Un indicador con **valor 0** señala que existe equilibrio entre ambos.
- Un **indicador positivo** expresa que el porcentaje de entrevistados que dedicarán más recursos en el futuro supera al de quienes harán recortes.

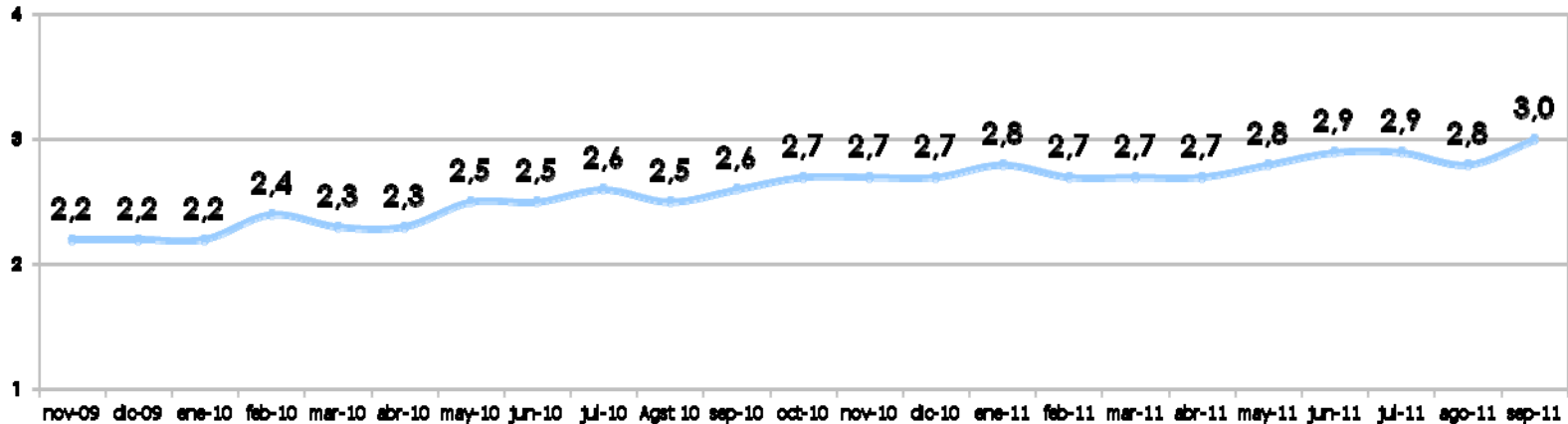


Percepción del fin de la crisis

- La percepción del final de la crisis en nuestro país requiere de mucha confianza por parte del consumidor, confianza con la que a día de hoy no sólo no contamos, sino que está más lejos que nunca.
- El período estimado para que la economía española repunte de nuevo ha alcanzado su máximo histórico desde el comienzo de la medición del indicador, situándose por primera vez en los 3 años de media. Resulta difícil diagnosticar la magnitud y duración de la crisis ya que, para el consumidor, la finalización de esta etapa se aleja cada vez más con el paso de los meses.

¿Cuándo cree que la economía volverá a despegar en España?

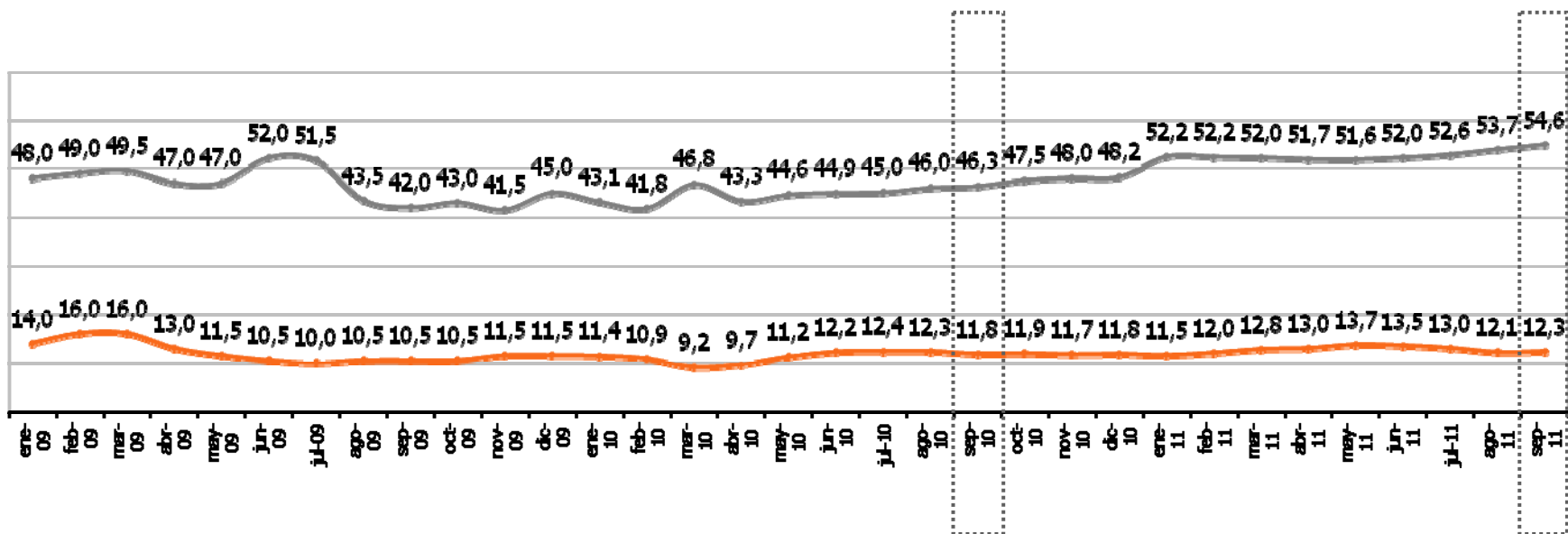
Evolución en años





El paro sigue estancado en la Eurozona pero sube en España

- España encabeza la lista de países de la Eurozona con mayor tasa de paro registrado. Tras el impacto negativo del fin de la temporada turística, el desempleo ha aumentado en el mes de Septiembre un 2,3%.
- Así como el temor de los trabajadores a perder su empleo actual se mantiene constante desde mediados del año pasado (con una variación interanual del 4%), la desconfianza del colectivo desempleado en sus posibilidades de encontrar trabajo alcanza su máximo histórico con un repunte de un 18% con respecto al año anterior. De nuevo se pone de manifiesto cual es la prioridad absoluta para la reactivación de la economía española: La creación de puestos de trabajo.



- **Parados/buscando primer empleo:** Personalmente ¿cree que durante los próximos doce meses es muy probable, bastante, poco o nada probable que encuentre trabajo?
- **Población Ocupada:** Personalmente ¿cree que durante los próximos doce meses es muy probable, bastante, poco o nada probable que pierda su actual empleo?

Nota: Se ha utilizado el método de media móvil para el cálculo de la serie temporal para las siguientes alternativas de respuestas: **Muy/Bastante probable perder el empleo actual (Población ocupada)** y **Poco/Nada probable encontrar trabajo (Parados o buscando primer empleo)**.



Indicador GfK de Clima de Consumo en Europa

El índice se elabora a partir de los resultados de los estudios del consumidor publicados por la Comisión Europea, que realiza 2.000 entrevistas mensuales a población general de los cinco países en estudio.

Indicadores GfK de Confianza Sectorial en España

Universo:	Población española de 15 o más años
Ámbito:	Nacional, incluidas Canarias y Baleares
Tamaño muestral:	1.000 entrevistas mensuales
Metodología:	CAPI (Encuestas personales en hogares, asistidas por ordenador)
Error muestral:	$\pm 3,11\%$, con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de $p=q=0,5$.

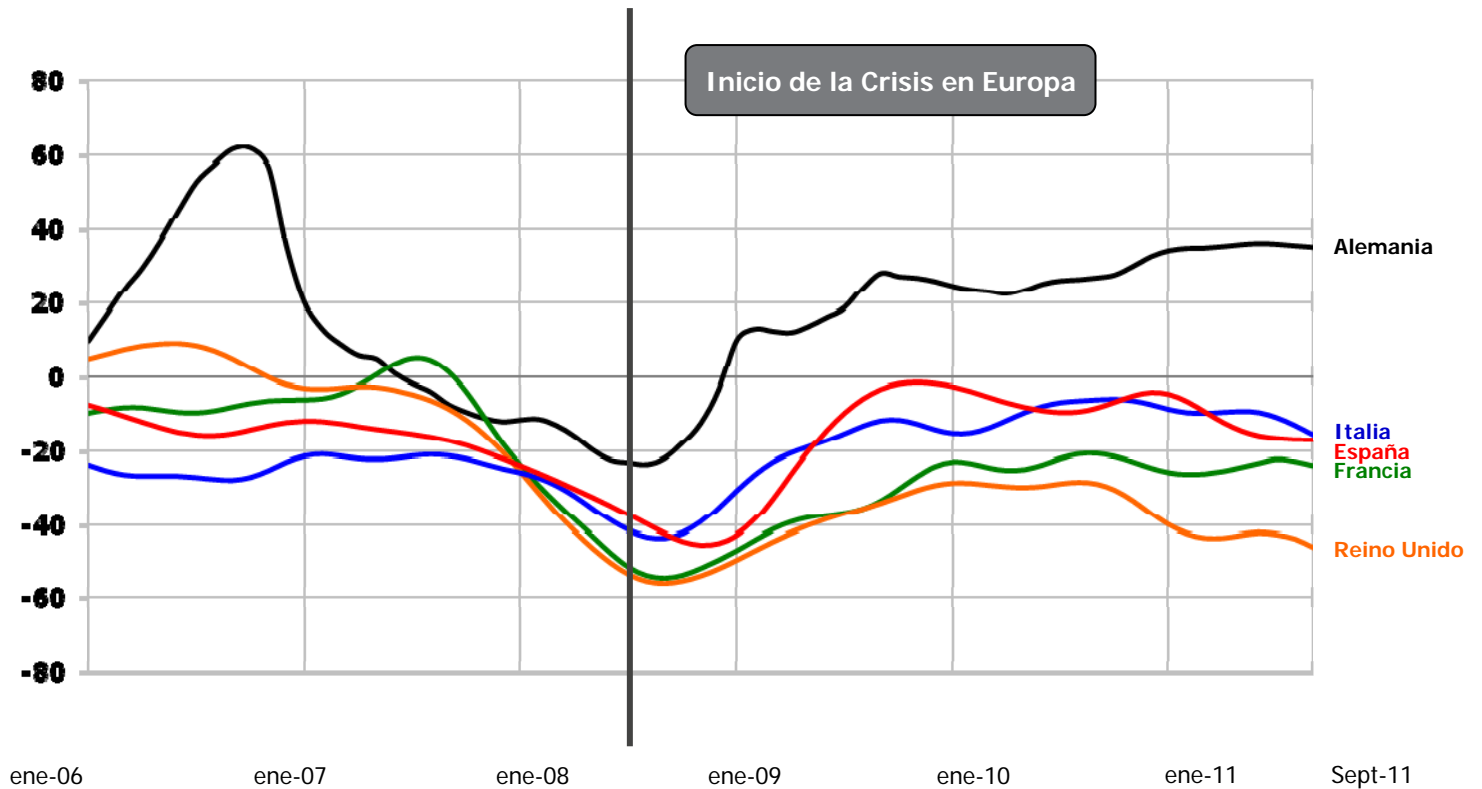
Fechas de realización del trabajo de campo

Del 12 al 19 de Septiembre de 2011



Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Gasto Actual



09/11



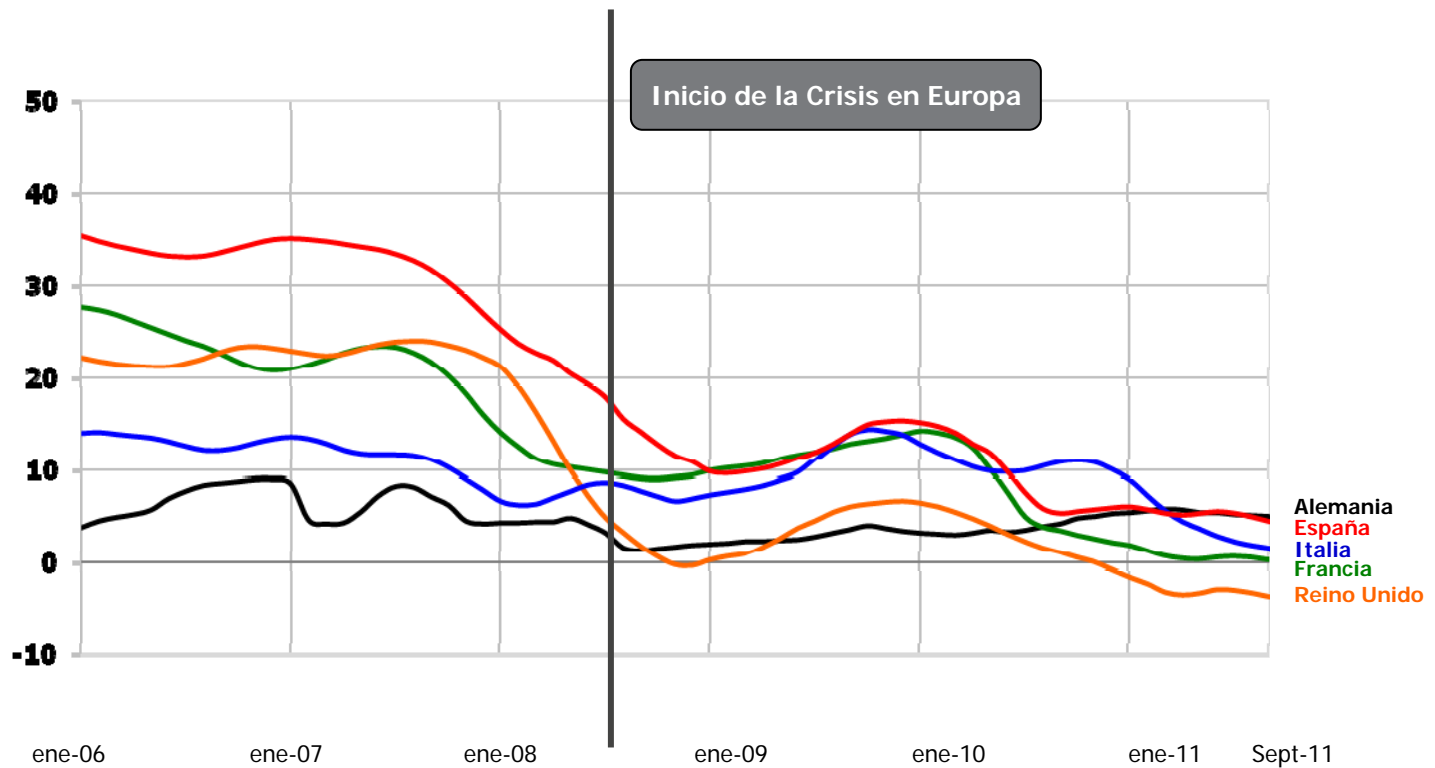


Indicador GfK EURO-Clima

Índice de Confianza del Consumidor



09/11



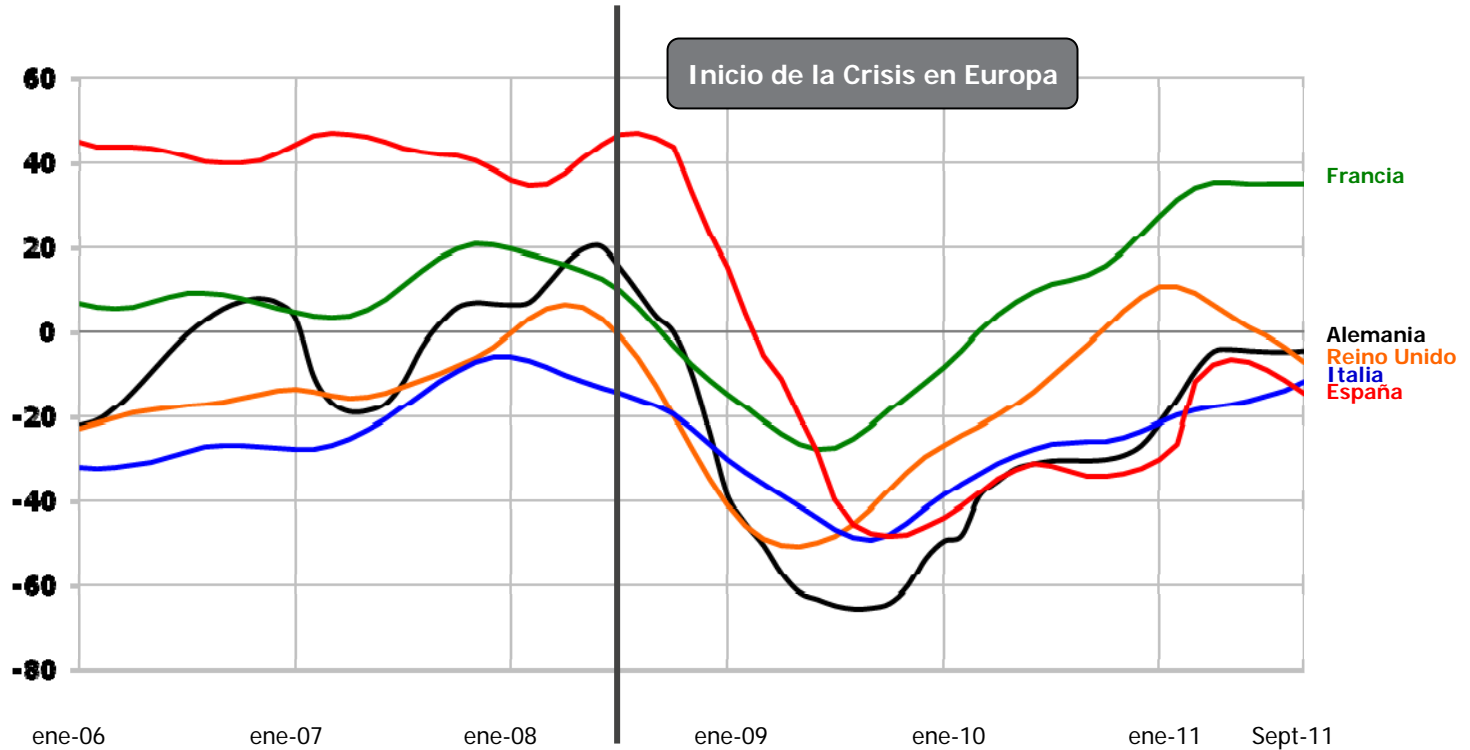


Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Precios



09/11



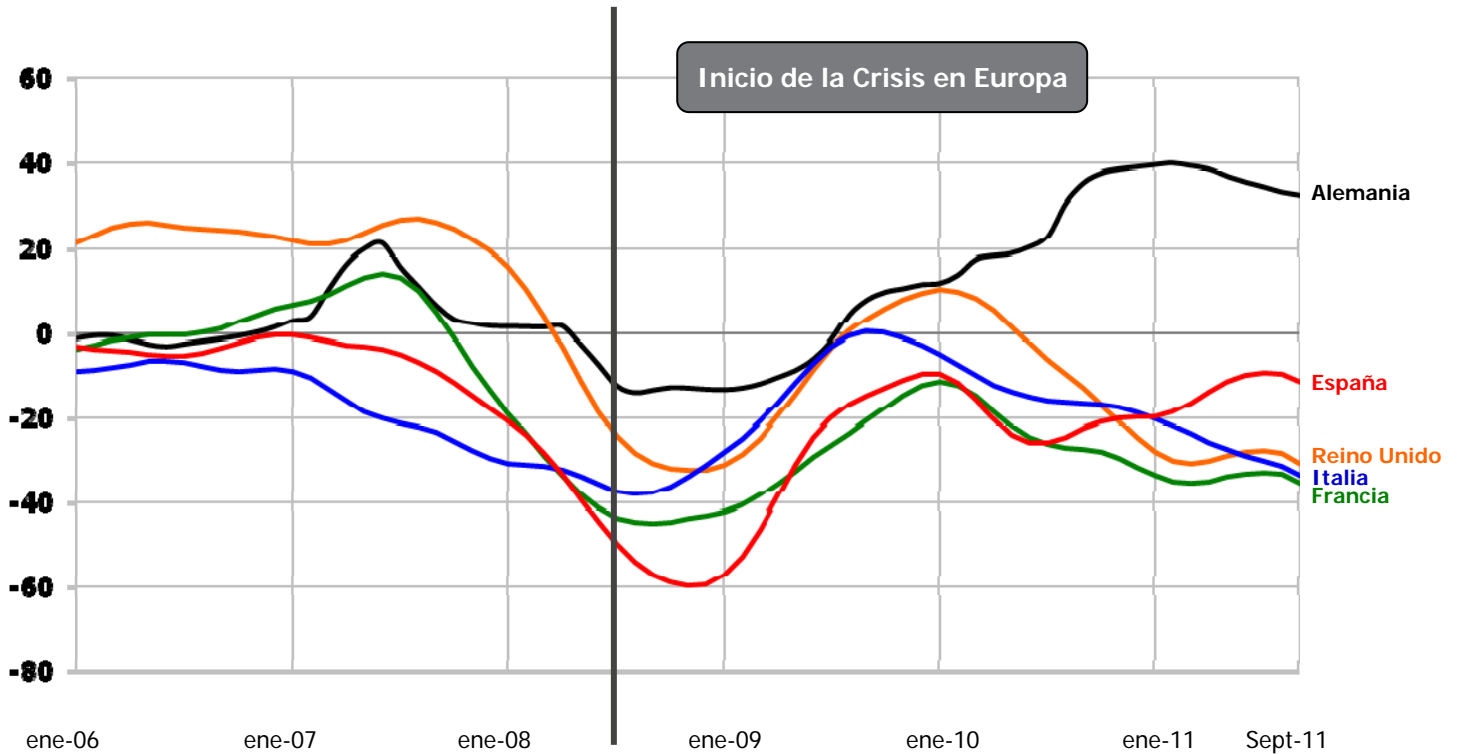


Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Renta



09/11



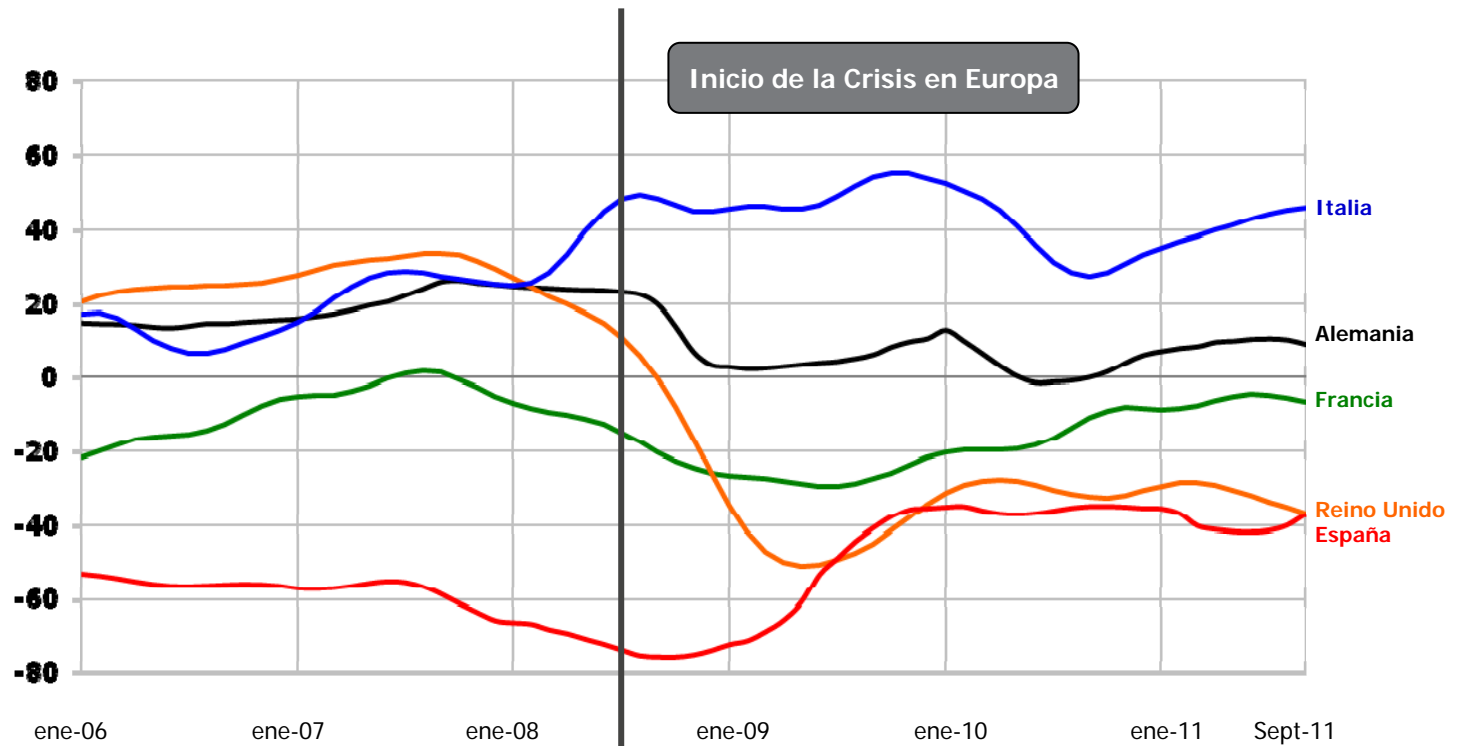


Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Ahorro Actual



09/11





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Desempleo



09/11

