



GfK Emer Market Research

GfK CLIMA DE CONSUMO

OCTUBRE - DICIEMBRE 2008

GfK. Ver más allá



GfK Clima de Consumo

El Estudio ofrece una visión sintética sobre cómo el consumidor español percibe la realidad económica, pasada y futura recientes, tanto del país como de su hogar, así como su propensión a gastar en 26 áreas de servicio y consumo específicos.

Todo ello contrastado con cifras de consumo sectorial real y conducta de precios y tipos de interés.

Adicionalmente, el estudio proporciona la visión de la población española junto a las más importantes economías europeas: Francia, Alemania, Italia y Reino Unido

En el Grupo GfK sabemos que la mejor información conduce a mejores decisiones. Esperamos con este informe, apoyar a quienes tienen ese trabajo y esa responsabilidad.

Madrid, 28 de enero de 2009

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo	4
Indicadores GfK de Clima de Consumo	8
• Índice de confianza del consumidor	8
• Indicador de coyuntura económica	9
• Indicador de renta	11
• Indicador de precios	13
• Indicador de gasto	17
• Indicador de ahorro	18
Indicador GfK EURO-Clima	20
Indicadores de confianza sectoriales	25
• Sector inmobiliario	26
• Servicios financieros	28
• Bienes de consumo	30
• Ocio/servicios	35
Perspectivas	42
Ficha Técnica	43
Índice de Tablas	45
Para más información	46

Indicadores GfK de Clima de Consumo en España entre los meses de octubre y diciembre de 2008. Resumen ejecutivo

Índice de Confianza del Consumidor: continúa el pesimismo

El cuarto trimestre del año 2008 se ha cerrado con una pérdida de 3,2 puntos en el indicador que mide la confianza de los consumidores acerca de la economía en general. Ha pasado de 14,3 puntos en el mes de septiembre a 11,1 puntos en diciembre del 2008. A pesar de haber sufrido un empeoramiento, se aprecia una caída más moderada respecto al tercer trimestre, en el que el indicador general de confianza perdió 5,1 puntos.

La evolución negativa del mercado laboral en los últimos meses, con unas tasas de desempleo que crecen a ritmos cada vez mayores, y el pesimismo existente sobre la coyuntura económica, hacen que las expectativas de renta hayan sufrido nuevamente un importante deterioro.

Los menores ingresos que espera recibir la población que ha quedado desempleada y la incertidumbre en el futuro próximo de los que todavía mantienen su empleo, hacen que las expectativas de gasto, en prácticamente todo tipo de productos, hayan evolucionado también muy negativamente.

Según el estudio realizado por GfK para Expansión en el mes de diciembre de 2008, al 35% de los españoles le preocupa la posibilidad de quedarse en paro en los próximos meses. El temor es mayor entre la población de 25 y 34 años, donde alcanza al 54% de los ciudadanos. El mismo estudio pone

de manifiesto que un 40% de los encuestados tendrá dificultades en los próximos meses para pagar la hipoteca.

En estas circunstancias, la intención de ahorro en el último trimestre se mantuvo en niveles muy negativos, si bien al menos no empeoró respecto a los valores del trimestre anterior.

Sin embargo, la espectacular caída de los precios del petróleo en los últimos meses ha conseguido cambiar la tendencia negativa sobre las expectativas de crecimiento de precios, de manera que ha mejorado las percepciones sobre este indicador, coincidiendo también con la reducción general de las tasas de inflación.



Caluroso



Soleado



Suave



Lluvioso



Gélido

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

Todos los índices se elaboran a partir de preguntas realizadas a los consumidores sobre su percepción de la situación en los próximos 12 meses comparada con los últimos 12. El valor de cada índice se obtiene teniendo en cuenta el porcentaje de entrevistados que consideran que la situación en el futuro será mejor y el porcentaje de los que consideran que será peor. Todos los índices toman valores entre -100 y 100. Un valor negativo del índice indica que el porcentaje de entrevistados pesimistas respecto al futuro es superior al porcentaje los optimistas. Un índice con valor 0 indica que existe equilibrio entre los que perciben la situación futura mejor que la pasada y los que la perciben peor. Un índice positivo indica que el porcentaje de entrevistados optimistas respecto a la situación futura supera al de los pesimistas. En el caso de los índices sectoriales, se compara la intención de gasto en cada sector para los próximos 12 meses en contraste con los últimos 12.

Análisis Sectorial: sólo los bienes de primera necesidad y cuidado personal continúan en positivo

Como ya ocurriera en el trimestre anterior, en el cuarto trimestre del año 2008 se ha producido el deterioro de prácticamente todos los indicadores de consumo sectoriales. La negativa evolución del empleo en España y el pesimismo existente sobre una próxima recuperación económica son suficientes para que ningún sector se salve de la desconfianza de los ciudadanos.

Nuevamente el indicador que mide las expectativas de gasto en alimentación es el único que presenta un valor positivo, a pesar de la importante disminución de su valor. Los sectores vinculados directa o indirectamente con el inmobiliario son los que presentan indicadores más negativos y en segundo lugar los que están relacionados con el ocio. Estos últimos suelen ser los más prescindibles por los ciudadanos en momentos de dificultad económica.

Bienes de consumo

Por tratarse de productos de primera necesidad, los indicadores que miden las expectativas de gasto de los consumidores en productos como la alimentación, la ropa/calzado, los relacionados con la limpieza y la higiene personal, son los que presentan valores menos negativos. Los ciudadanos prefieren prescindir del consumo de otro tipo de productos que no son tan necesarios para vivir.

Sin embargo, dichos indicadores han sufrido también una profunda caída en el último trimestre, alcanzando incluso valores negativos (en septiembre todos presentaban valores positivos), lo que es significativo de la magnitud de la actual crisis.

El indicador de expectativas de gasto en alimentación es el único que presenta un valor positivo en el mes de diciembre de todos los 26 indicadores de consumo sectoriales, con 12,99 puntos, si bien ha sufrido un retroceso importante en el último trimestre, ya que en septiembre tenía un valor de 19,98 puntos.

El indicador de gasto en productos de droguería y limpieza del hogar terminó el mes de diciembre con un valor negativo de -2,61 puntos, después que en el mes de septiembre presentara un valor positivo de 2,99 puntos. No obstante, también

mejoró respecto al mes de noviembre, cuando alcanzó su valor más negativo en -5,19 puntos.

El indicador de gasto en cosmética e higiene personal, ha pasado de tener un valor positivo de 6,89 puntos en septiembre a otro negativo de -6,64 puntos en diciembre. Constituye así, uno de los indicadores con mayor variación.

El indicador de intención de gasto en productos textiles (ropa, calzado, etc.) se encuentra entre los más afectados en el último trimestre, con una caída de 19,95 puntos, desde que cerrara septiembre con un valor positivo de 5,37 puntos y en diciembre tuviera un valor negativo de -14,58 puntos. Esta caída pone de manifiesto las dificultades que está teniendo el sector textil en la actual coyuntura económica.

El indicador de intención de gasto en vehículos turismos presenta un valor de -18,67 puntos en diciembre, si bien se observa una evolución positiva en los dos últimos meses desde que alcanzara el valor más pesimista en el pasado mes de octubre (-22,83 puntos).

Por sexos, existe una diferencia muy importante entre el valor que presenta el indicador de las mujeres (-21,31 puntos) y el de los hombres (-15,93 puntos), quienes se resisten más a renunciar al gasto en estos bienes. El tramo de edad comprendido entre 15-24 años es uno de los más pesimistas, como consecuencia de sus menores expectativas de renta por la evolución negativa del mercado laboral y también por las mayores dificultades en el acceso al crédito.

Los indicadores de consumo en mobiliario, electrodomésticos y otros artículos ligados al hogar, también han tenido una evolución negativa en el último trimestre, si los comparamos con los valores que presentaban en el mes de septiembre. A priori, parece lógico teniendo en cuenta que

son sectores cuya evolución está muy vinculada a la construcción, que atraviesa uno de sus peores momentos.

El indicador que mide la intención de gasto en mobiliario, alfombras y otros artículos de decoración del hogar cerró el mes de diciembre con -21,96 puntos, frente a los -20,56 puntos del mes de septiembre. No obstante, en los dos últimos meses ha mejorado bastante, desde que tuviera su peor valor en octubre, con -29,61 puntos.

El indicador de expectativas de gasto en electrodomésticos presenta una evolución aún más negativa, pasando de -20,44 puntos en el mes de septiembre a -23,68 puntos en diciembre. También mejoró bastante desde que en octubre alcanzara su valor más negativo (-27,28 puntos). Por tramos de edad, la población comprendida entre 25-34 años (con -18,44 puntos) es la que presenta el valor menos negativo y, por tanto, la menos dispuesta a renunciar a este gasto.

El indicador de aparatos electrónicos presenta también una evolución negativa, similar al de electrodomésticos, con un valor de -23,58 puntos en diciembre, frente a los -18,83 puntos de septiembre. El indicador de las mujeres es más negativo que el de los hombres.

Ocio

No cabe ninguna duda de que la crisis está modificando los hábitos de ocio de los españoles. Los indicadores que miden la intención de gasto de los consumidores en productos relacionados con el ocio son los que presentan valores más negativos en el conjunto de los índices sectoriales, lo que evidencia el grave daño que está causando la crisis sobre estos sectores.

El indicador de expectativas de gasto en vacaciones y viajes ha perdido 16,8 puntos en el cuarto trimestre del 2008, cerrando con un valor de -27,47 puntos en diciembre. El tramo de población más joven (15-24 años) con un indicador de -23,39 puntos es el que presenta uno de los valores menos negativos.

El indicador de expectativas de gasto en productos para el ocio/hobbies también ha evolucionado bastante negativamente en el último trimestre

del pasado año, pasando de -15,62 puntos en el mes de septiembre a -28,55 puntos en diciembre, lo que supone una caída de 12,93 puntos.

Nuevamente el tramo de población más joven, comprendido entre 15-24 años, es el que presenta un valor menos negativo (-21,91 puntos) y, por tanto, son los menos dispuestos a renunciar al ocio.

El indicador sobre intención de gasto en restaurantes es el que peor se ha comportado en el cuarto trimestre del año pasado, dejándose 20,44 puntos y cerrando el mes de diciembre con el valor más negativo de todos los indicadores sectoriales, -34,42 puntos. Para hacernos una idea de la intensidad con la que la crisis está deteriorando este sector, el indicador del mes de junio presentaba todavía un valor positivo de 1,62 puntos.

Las expectativas de gasto en teatros, cines, museos, eventos deportivos, etc. también se han comportado negativamente en el último trimestre del año 2008, con una pérdida de 15,3 puntos, que le han llevado a cerrar el mes de diciembre con un valor de -27,9 puntos.

Telecomunicaciones

Los indicadores de intención de gasto en productos de telecomunicaciones, como la telefonía o Internet, también están sufriendo descensos muy importantes en los últimos meses. El de telefonía móvil ha pasado de -5,89 puntos en el mes de septiembre a -20,53 puntos en diciembre. El de telefonía fija, a pesar de tener un valor negativo, con -15,7 puntos en diciembre, aparentemente no sufre tanto descalabro e, incluso, mejora levemente respecto al mes de noviembre (-16,42 puntos). El indicador que mide las expectativas de uso de Internet también se deteriora, pero su disminución es bastante más leve que el de telefonía móvil, pasando de -8,51 puntos en septiembre a -14,76 puntos en diciembre.

Por sexos, las diferencias no son muy significativas, a excepción de la telefonía móvil, en el que los hombres (con -17,93 puntos) parecen bastante menos dispuestos a renunciar a este consumo que las mujeres (con -23,01 puntos). Asimismo, por tramos de edad, los más jóvenes (15-24 años) son los que menos disposición muestran para renunciar

al consumo de Internet y de telefonía móvil, con valores de -5,95 puntos y -15,87 puntos respectivamente, mientras que son los que menos interés muestran por la telefonía fija, ya que su indicador presenta el valor más negativo (-18,14 puntos).

Sector inmobiliario

El indicador que mide las expectativas de gasto en adquisición/construcción de vivienda continúa con su evolución negativa y alcanza un valor de -23,75 puntos en el mes de diciembre, frente a los -22,98 puntos del mes de septiembre. No obstante, se ha recuperado algo desde que alcanzara su valor más negativo en el mes de octubre, con -27,45 puntos.

Por sexos, las mujeres son algo más pesimistas. En cuanto a la edad, el comprendido entre los 35-44 años es el más pesimista, con un valor de -27 puntos, mientras que los dos tramos de población más joven (15-24 años y 25-34 años) son los menos dispuestos a renunciar a este gasto en el futuro, algo que parece lógico teniendo en cuenta que es la edad más común de emancipación y, por tanto, con más necesidad de demandar una vivienda.

Servicios financieros

Las expectativas de gasto de los consumidores en productos financieros también han evolucionado negativamente en el último trimestre del año 2008, alcanzando los valores más negativos en el mes de octubre, coincidiendo con uno de los momentos de mayor incertidumbre de los ciudadanos respecto a la solvencia del sector financiero.

El indicador de intención de gasto en inversión financiera a muy largo plazo (planes de pensiones, por ejemplo) tenía un valor de -22,38 puntos en el mes de septiembre y cerró el trimestre con -24,66 puntos en diciembre. El de inversión financiera a corto plazo para ahorrar presentaba un valor de -23,33 puntos en septiembre y en octubre empeoró hasta los -29,57 puntos, mejorando en diciembre hasta los -24,18 puntos. Ambos indicadores, el de largo y corto plazo, han tenido una evolución muy negativa en el último semestre (en junio presentaban valores de -17,4 y 16,91 puntos respectivamente), evidenciando las escasas posibilidades que encuentran los ciudadanos para ahorrar.

La población con menos expectativas de ahorro se encuentra en los tramos de edad comprendidos entre 35-44 años y 45-54 años.

El indicador de expectativas de gasto en seguros no presenta un valor tan negativo como los de inversión en productos financieros que ya hemos comentado. El de seguros del automóvil fue de -11,74 puntos en diciembre, mejorando incluso 2,04 puntos respecto al mes anterior, y el de seguros del hogar se situó en -10,21 puntos en el mes de diciembre, recuperando también 3,71 puntos.

Indicadores GfK de Clima de Consumo en España

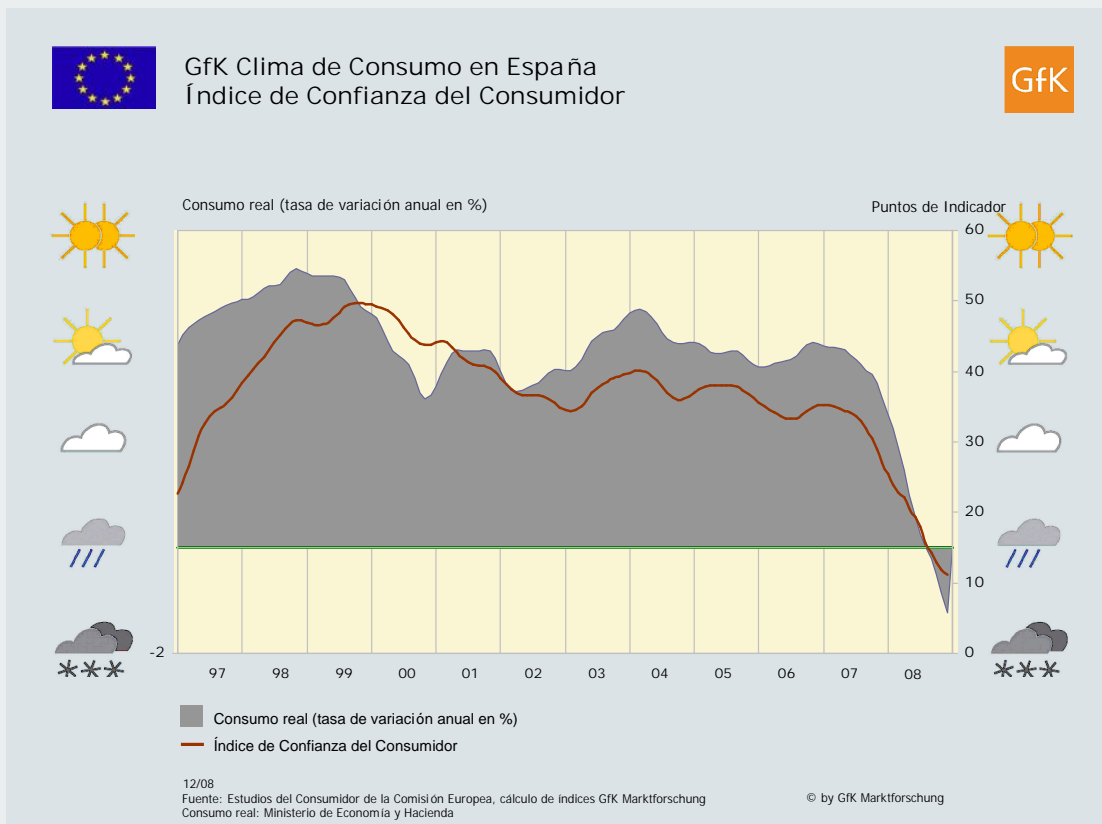
Índice de Confianza del Consumidor: continúa el pesimismo

El cuarto trimestre del año 2008 se ha cerrado con una pérdida de 3,2 puntos en el indicador que mide la confianza de los consumidores acerca de la economía en general. Ha pasado de 14,3 puntos en el mes de septiembre a 11,1 puntos en diciembre del 2008. A pesar de haber sufrido un empeoramiento, se aprecia una caída más moderada respecto al tercer trimestre, en el que el indicador general de confianza perdió 5,1 puntos.

La evolución negativa del mercado laboral en los últimos meses, con unas tasas de desempleo que crecen a ritmos cada vez mayores, y el pesimismo existente sobre la coyuntura económica, hacen que las expectativas de renta hayan sufrido nuevamente un importante deterioro. Según el estudio realizado por GfK para Expansión, al 32% de los españoles le preocupa la posibilidad de quedarse en paro en los próximos meses. El temor es mayor entre la población de 35 y 44 años, donde alcanza al 48% de los ciudadanos. Por el mismo motivo, la evolución de las expectativas de gasto ha sido

también negativa. Esta medición fue realizada con anterioridad al comunicado del Gobierno que prevé que la tasa de paro llegue al 16% en 2009, por lo que es de esperar el pesimismo aumente en las próximas mediciones.

Sin embargo, la espectacular caída de los precios del petróleo en los últimos meses ha conseguido cambiar la tendencia negativa sobre las expectativas de crecimiento de precios, de manera que ha mejorado las percepciones sobre este indicador, coincidiendo también con la reducción general de las tasas de inflación.

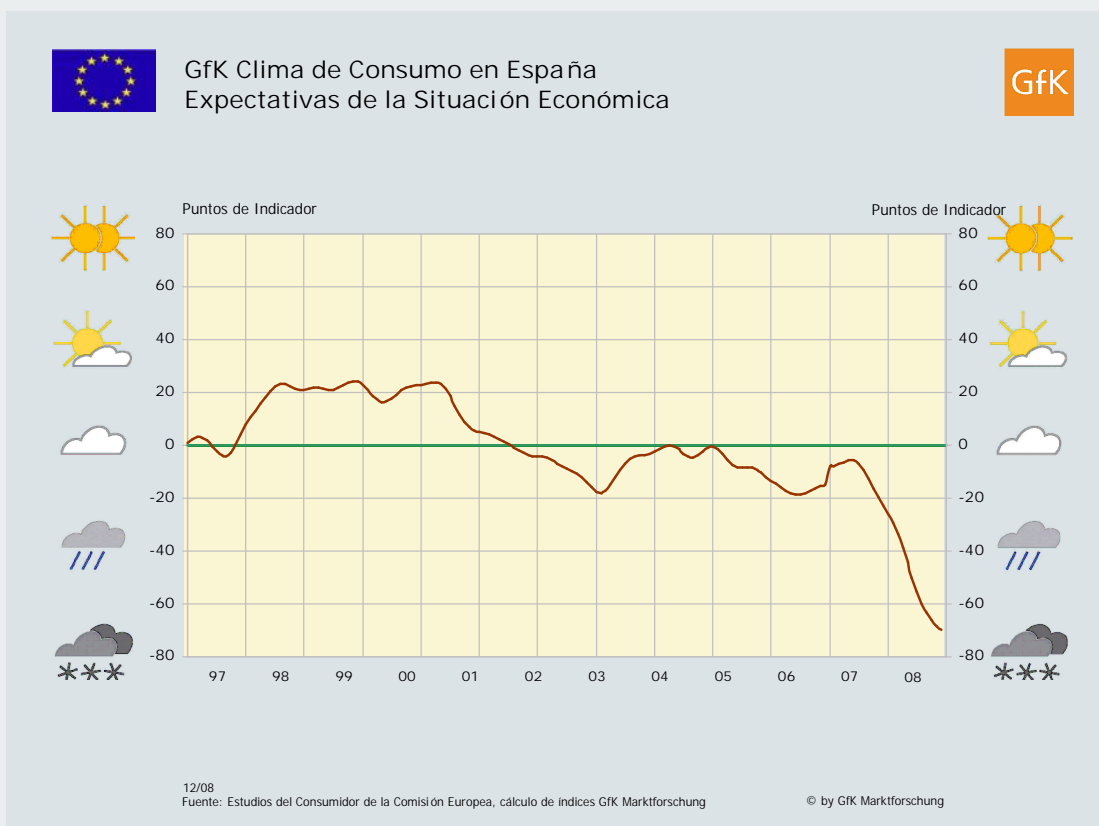


Los consumidores españoles todavía confían muy poco en la recuperación de la coyuntura económica

El consumidor español sigue siendo viendo bastante sombrío el panorama económico general. El indicador que mide sus perspectivas para los próximos meses, muestra una reducción desde los -63,4 puntos del mes de septiembre a -69,7 puntos en diciembre, es decir se ha dejado 6,3 puntos.

A pesar de que la evolución en el último trimestre del pasado año fue negativa, el ritmo de deterioro ha mejorado, ya que en el tercer trimestre la disminución de este indicador fue de 13,4 puntos (el doble de lo registrado el cuarto trimestre de 2008). Parece que las medidas adoptadas por los gobiernos en el último trimestre, de apoyo al sistema bancario, han frenado el ritmo de deterioro de la confianza existente en el sistema financiero mundial.

El comportamiento registrado por el Indicador GfK de Coyuntura Económica coincide con los últimos resultados publicados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en los que casi el 67% de los encuestados califica de mala o muy mala la coyuntura y, además, casi el 47% considera que este año (2009) todavía irá peor. Sólo el 12,7% se expresa con optimismo.



Las principales instituciones nacionales e internacionales apuntan a que la economía española está claramente inmersa en una recesión cuyas consecuencias todavía son difíciles de predecir con exactitud.

Una economía entra en recesión, desde un punto de vista técnico, cuando registra dos trimestres de crecimiento negativo. El boletín económico del mes de diciembre del Banco de España apunta que en el último trimestre del año 2008 se ha producido

una continuación del patrón de deterioro de la actividad de la economía.

Asimismo, el último informe publicado en el mes de diciembre del 2008 por el Ministerio de Economía y Hacienda también apuntaba que el último trimestre de año se había producido un debilitamiento de la actividad respecto al tercer trimestre, cuando la economía ya se contrajo el 0,2%, su primer retroceso en 15 años, como consecuencia del retroceso de la demanda interna (consumo e inversión). El indicador sintético de actividad que elabora dicho Ministerio, ha estimado una caída del PIB del 1,5% en el cuarto trimestre del año. Si se confirman las previsiones de actividad del último trimestre de 2008, España estaría en recesión al registrar dos trimestres seguidos de crecimiento negativo.

La intensa caída que se ha producido en el consumo y las dificultades para acceder a la financiación bancaria, están dificultando la normal evolución de las empresas y provocan importantes tensiones de liquidez. Los últimos datos del INE correspondientes al mes de noviembre de 2008 en relación a los efectos comerciales, reflejan un

Otro aspecto que deterioró de manera importante la confianza de los ciudadanos sobre la coyuntura económica en los últimos meses del año pasado fue la grave crisis de los mercados financieros.

El sector financiero mundial ha vivido en 2008 el peor ejercicio en décadas. Las graves pérdidas causadas por las hipotecas subprime, la quiebra de algunas de las principales entidades de entidades de inversión en Estados Unidos, los rescates masivos por parte de Gobiernos de todo el mundo y la famosa crisis de liquidez en los mercados financieros han generado una gran desconfianza en todos los agentes económicos, incluidos los consumidores. Además, en el pasado mes de diciembre se destapó un fraude a nivel internacional, conocido como el caso Madoff, por el que se creó una estructura piramidal de manera que el dinero nuevo de los inversores servía para hacer frente a los reembolsos de los inversores antiguos, viéndose afectados numerosos inversores y entidades financieras en todo el mundo, entre ellos algunos bancos españoles.

La banca española ha sido una de las que mejor ha superado las turbulencias. El modelo de negocio

volumen de 1.979 millones de euros de efectos de comercio impagados de familias y empresas, cifra un 79,2% superior a la del mismo mes del 2007, aunque se redujo el 14% respecto a octubre.

El Baremo Concursal publicado por Pricewaterhouse Coopers con datos del Boletín Oficial del Estado (BOE) pone de manifiesto que en el último trimestre del 2008 se publicaron más concursos de acreedores (las antiguas suspensiones de pagos) que en todo el 2007. El número de suspensiones de pagos en España creció el 182% en 2008, hasta alcanzar los 2.864, registrándose el 38% en empresas inmobiliarias o constructoras.

La crisis también está afectando a la creación de empresas. El número de sociedades mercantiles volvió a disminuir en el pasado mes de noviembre un 37,8% en tasa interanual, hasta un total de 6.619 empresas, según los últimos datos difundidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Es ya el decimonoveno descenso consecutivo que experimenta la creación de empresas en términos interanuales.

minorista, ajeno a productos complejos de inversión, y la prudente regulación del Banco de España, han hecho que el sector bancario español haya sido alabado incluso por los organismos internacionales.

No obstante, debemos recordar que en España también se vivieron momentos difíciles entre el final del tercer trimestre y el comienzo del cuarto, incluso de pánico por parte de los ciudadanos, con motivo de las dudas que surgieron en la opinión pública acerca del futuro de los depósitos y ahorros de los ciudadanos si se produjera la quiebra de algún banco nacional, como ya había ocurrido en Estados Unidos y también en Europa. Muchos países de la Unión Europea, incluida España, decidieron subir la garantía de los depósitos en caso de quiebra hasta los 100.000 euros (la cobertura anterior en el caso de España era de 20.000 euros), de manera que la incertidumbre anterior quedó bastante disipada.

Asimismo, ante el cierre de los mercados mayoristas internacionales y las dificultades de los bancos españoles para encontrar financiación, lo que les provocaba serias tensiones de liquidez, se adoptaron en el último trimestre del 2008 una serie de medidas extraordinarias de apoyo al sistema financiero para facilitar la obtención de recursos y atenuar los riesgos existentes en ese momento, en consonancia con las directrices europeas relativas a las ayudas estatales destinadas a superar la crisis financiera y los problemas de liquidez de los bancos.

En España han consistido en la creación de un Fondo de Adquisición de Activos Financieros dotado con un presupuesto de 50.000 millones de euros, a cambio de activos sanos de calidad, y la concesión de avales públicos a las emisiones de deuda. El sistema de garantías para el sector financiero español tiene un presupuesto de 100.000 millones de euros ampliable a 200.000 millones si las condiciones de mercado lo exigen.

La principal misión del plan de apoyo a las entidades financieras es impulsar la

financiación a empresas y ciudadanos por parte de dichas entidades financieras. Sin embargo, la estrategia no está funcionando del todo bien, ya que los fondos públicos están mejorando la liquidez de las entidades financieras pero todavía esos recursos no están llegando a la economía real (familias y pymes) como se pretendía desde el inicio. La Asociación Española de Banca sostiene, sin embargo, que el principal motivo de la caída en el último año de la financiación a empresas y hogares ha sido la disminución de la demanda, como consecuencia de la menor actividad económica y el menor consumo.

Para intentar paliar esta situación, el Instituto de Crédito Oficial ha creado una línea extraordinaria, dotada con 10.000 millones de euros (el 50% lo aportará el ICO y el otro 50% las entidades financieras), para financiar los problemas de tesorería/circulante de las pequeñas y medianas empresas. Esta línea es complementaria a la que todos los años firma el ICO con las entidades financieras de Apoyo a las Empresas, que tiene una dotación para 2009 de 10.900 millones de euros, un 49,83% más que la del año pasado.

Caída libre en las expectativas de ingresos de los ciudadanos

De los indicadores parciales que componen el Índice de Confianza del Consumidor, el de expectativas de ingresos es el que peor se ha comportado en el cuarto trimestre del año 2008.

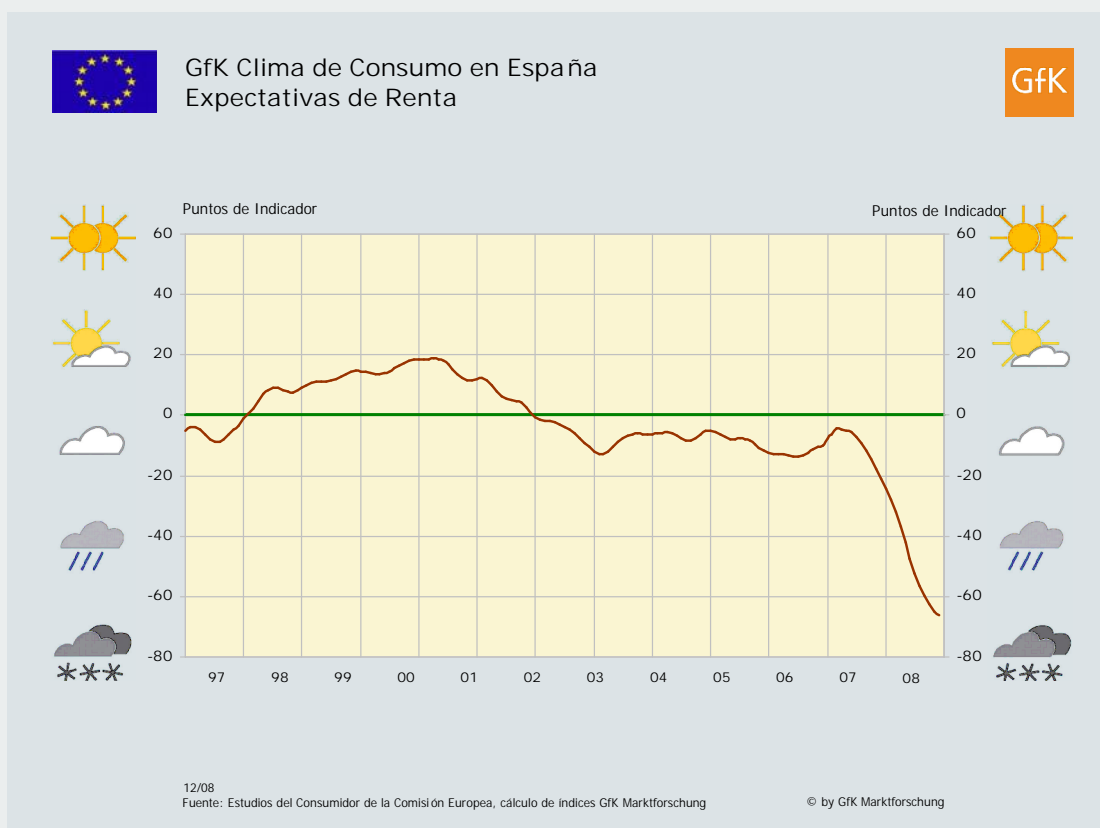
Este indicador se ha dejado 6,5 puntos, pasando de un valor de -59,8 puntos en septiembre a -66,3 en diciembre del 2008.

Es razonable pensar que, si las perspectivas sobre la situación económica en general son tan negativas y el mercado laboral atraviesa uno de sus peores momentos, la renta esperada por los ciudadanos sea cada vez menor.

El año 2008 se ha cerrado con una cifra récord en el número de parados, habiendo superado ya los tres millones de desempleados. El paro registrado en diciembre en los Servicios Públicos de Empleo aumentó en 139.694 personas respecto a noviembre (+4,67%), alcanzando una cifra total de desempleados de 3.128.963 personas. Tal y como

ocurrió en noviembre, el sector de la construcción ha sido el peor parado, con 70.701 personas más paradas (+13,60%), seguido de la industria (+7,45%) y el sector servicios (+2,69%).

Es razonable pensar que, si las perspectivas sobre la situación económica en general son tan negativas y el mercado laboral atraviesa uno de sus peores momentos, la renta esperada por los ciudadanos sea cada vez menor.



El año 2008 se ha cerrado con una cifra récord en el número de parados, habiendo superado ya los tres millones de desempleados. El paro registrado en diciembre en los Servicios Públicos de Empleo aumentó en 139.694 personas respecto a noviembre (+4,67%), alcanzando una cifra total de desempleados de 3.128.963 personas. Tal y como ocurrió en noviembre, el sector de la construcción ha sido el peor parado, con 70.701 personas más paradas (+13,60%), seguido de la industria (+7,45%) y el sector servicios (+2,69%).

Es la mayor cifra de parados desde enero de 1996, fecha desde que se elabora la actual serie histórica con datos comparables. Esta cifra supone un incremento de 999.416 personas (+46,93%) respecto al año anterior, según datos publicados por el Ministerio de Trabajo e Inmigración. El colectivo de trabajadores extranjeros está siendo uno de los más afectados por la recesión, sobre todo debido a la fuerte destrucción de empleo en el sector de la construcción. En 2008, 243.100 inmigrantes se sumaron a la lista de paro y su tasa de desempleo alcanza ya el 17,45% según el INE.

Según los últimos datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), difundidos por el Instituto Nacional de Estadística, la tasa de paro aumentó hasta el 13,91% de la población activa en el cuarto trimestre de 2008, con una cifra total de parados de 3.207.900 personas, la más elevada de los últimos 13 años. Una de las consecuencias del fuerte incremento del paro es el aumento del número de hogares con todos sus miembros desempleados, alcanzando la cifra de 827.200 hogares, casi el doble que un año antes.

Con estas cifras, no deben extrañarnos los últimos resultados publicados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), en los que el paro se ha convertido en la mayor preocupación para el 72,5% de los ciudadanos. También lo indica así nuestro estudio realizado para Expansión, donde un 50% de los entrevistados que trabajan afirma estar preocupado por la posibilidad de quedarse en paro en los próximos meses.

El desplome de la actividad en el sector de la construcción no es el único responsable de la intensa destrucción de empleo en estos meses, aunque

quizás sea el principal. Tras la caída de la construcción, la economía española había depositado sus esperanzas en la industria y sobre todo en el sector servicios, como motores de creación de empleo y de actividad económica.

Sin embargo, la producción industrial bajó un 15,1% en noviembre, su sexta caída mensual consecutiva, siendo el de noviembre el mayor descenso en casi 16 años, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Prácticamente todas las actividades experimentaron descensos en su producción en noviembre, en especial la de fabricación de vehículos de motor (-39,3%), en línea con la difícil situación que atraviesa el sector del automóvil y el desplome del consumo. Asimismo, la actividad en los servicios, que representa un 66% del PIB y del empleo en España, ha caído un 8,4% en octubre, la reducción más acusada en cinco años. Pone de manifiesto el profundo deterioro de algunos subsectores, como el comercio y el turismo, lastrados por el desplome del consumo y la crisis mundial.

Para afrontar esta coyuntura tan negativa, además de las medidas comentadas de apoyo al sistema financiero, a lo largo del último trimestre del pasado año se adoptaron otras para apoyar directamente a las familias. Entre las más importantes se encuentran la moratoria de dos años permitida para pagar el 50% de la hipoteca a los desempleados y autónomos inactivos con cargas familiares, siempre que el importe de la hipoteca no supere los 170.000 euros. El Estado garantizará a través del ICO las cantidades aplazadas. De igual forma, ampliará hasta el 60% del

total el pago de la prestación por desempleo de los parados que quieran convertirse en autónomos. También se ha ampliado hasta el 31 de diciembre de 2010 el plazo para hacer efectiva el saldo de la cuenta ahorro-vivienda.

Otra de las medidas adoptadas es que los contribuyentes que tengan contratadas hipotecas puedan acogerse a una rebaja del IPRF si tienen rentas inferiores a 33.000 euros anuales, pudiendo obtener una bajada de dos puntos por el IPRF en sus nóminas. Se trata de adelantar la deducción fiscal que tienen para que la puedan aplicar mes a mes en lugar de una sola vez al año siguiente.

El deseo en 2009 es impulsar el empleo a través de la inversión pública, mediante un presupuesto de aproximadamente 33.000 millones de euros. De ese importe, 19.000 serán para infraestructuras de transporte, 8.000 para los ayuntamientos y 5.000 en inversión medio ambiental, lo que hará que el 2009 sea el año con mayor obra pública puesta en marcha.

Prácticamente todos los organismos nacionales e internacionales prevén que el paro continúe creciendo en 2009 y no se descarta llegar incluso a los cuatro millones de parados, como consecuencia de la caída de la actividad productiva y del consumo. Las medidas adoptadas en España y en la Unión Europea todavía tardarán unos meses en dar sus frutos, según la opinión de la mayoría de los expertos. Pocos se atreven a pronosticar una recuperación del empleo hasta el segundo trimestre del año 2009 o incluso 2010.

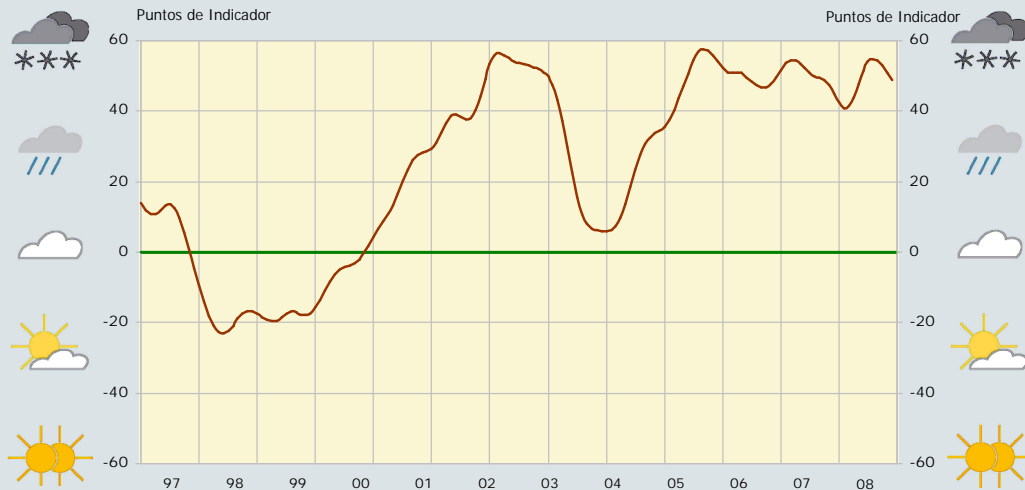
Los consumidores mejoran sus expectativas sobre los precios

En el último trimestre del año 2008 se ha producido un cambio de tendencia en la evolución del indicador que mide las expectativas de precios, después del deterioro experimentado en los dos anteriores trimestres.

En el mes de septiembre del 2008 el indicador presentaba un valor de 54,3 puntos y en diciembre se situó en 49,0 puntos, mejorando en 5,3 puntos.



GfK Clima de Consumo en España Expectativas de Precios



12/08

Fuente: Estudios del Consumidor de la Comisión Europea, cálculo de índices GfK Marktforschung

© by GfK Marktforschung

La evolución positiva del indicador de precios está directamente relacionada con la importante disminución de la inflación en el último trimestre del año 2008, como consecuencia del estancamiento de la demanda interna y del desplome del precio del petróleo.

Lo cierto es que hace unos meses todos estábamos muy preocupados por el "mix" existente de desaceleración económica y elevada inflación, con un cierto temor de que se produjera un período de estanflación. Ahora los miedos son de una posible deflación, que supondría una caída generalizada del nivel de precios, incluso con tasas de variación negativas (para el FMI la deflación se produce cuando los precios caen durante dos trimestres consecutivos). La deflación es el movimiento contrario a la inflación y es todavía más maligno, ya que puede desencadenar un círculo vicioso de caída de precios, disminución de la demanda de bienes ante las expectativas de nuevas bajadas de los precios y pérdidas de las empresas.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la tasa interanual de inflación (IPC) se redujo en España hasta el 1,4% al cierre de 2008, la más baja de los últimos 10 años y muy lejos del 4,3% de

2007. En prácticamente cinco meses, el IPC ha pasado del 5,3% del mes de julio al 1,4% en diciembre.

Gracias a esta importante caída de precios, el diferencial de precios de España con la zona euro se ha reducido, por primera vez desde la introducción del euro. La inflación de la eurozona ha bajado a una tasa interanual del 1,6% en el último mes de 2008, según datos de la oficina comunitaria de estadística (Eurostat). En septiembre del 2008 el diferencial de precios era superior en España en 1 punto porcentual (4,6% en España y 3,6% en la zona euro) y ahora es inferior en 2 décimas. El motivo se debe a la mayor dependencia del petróleo por parte de la economía española, que hace que acuse más las subidas de su precio, pero también se beneficia más de los descensos, como los experimentados en los últimos meses. Asimismo, la intensa desaceleración de la demanda nacional también justificaría el mayor descenso de los precios en España.

En relación a los precios del petróleo, se han hundido un 70% desde que marcara máximos en el mes de julio. El 11 de julio de 2008 el barril de Brent alcanzó los 147,27 dólares y muchos analistas pronosticaban que llegaría de inmediato a los 200 dólares. Sin embargo, a partir de entonces comenzó la caída

del precio y a finales de año el precio era de unos 45 dólares, casi el mismo de hace aproximadamente 6 años. El principal motivo de esta caída es obviamente la crisis económica mundial que está teniendo un impacto profundo en el consumo de materias primas, incluido el petróleo. Además, se ha estimado que aproximadamente un 20% de la demanda en materias primas provenía de la inversión financiera y la especulación. Eso se acabó con la crisis financiera de los últimos meses del año y el cierre del grifo del crédito, que obligó a numerosos inversores especulativos a vender todo tipo de activos que tuvieran liquidez, como el petróleo.

La caída del precio del petróleo está provocando una importante disminución del precio de los combustibles. El litro de gasóleo llegó a costar en julio del 2008 1,328 euros según datos del Boletín Petrolero de la Unión Europea, y en la primera semana del año 2009 su precio alcanzó de media los 0,828 euros (según datos publicados en la página web del Ministerio de Industria), es decir, un 37% menos, a niveles del año 2005.

La reducida tasa de inflación en los países de la zona euro ha permitido que el Banco Central Europeo (BCE) esté realizando sucesivas bajadas en los tipos de interés, para estimular el consumo y la inversión. En el último trimestre del año 2008, el BCE recortó en 3 ocasiones los tipos de interés dejándolos en el 2,5% en el mes de diciembre (se encontraban en el 4,25% en el mes de octubre) con el fin de reactivar la economía y relajar el mercado interbancario. La última rebaja del BCE se ha producido a mediados del mes de enero de 2009, de medio punto, como

consecuencia de la magnitud de la recesión económica y del fuerte descenso de la inflación en la zona euro, dejando el tipo de interés en el 2%.

Este recorte histórico de los tipos de interés está cumpliendo su objetivo, al menos en lo que respecta a la evolución del euribor a doce meses, el indicador de referencia para el cálculo del precio de la mayoría de las hipotecas. Dicho indicador alcanzó su valor máximo con el 5,526% en el mes de octubre como consecuencia de que el mercado interbancario no funcionaba con normalidad, coincidiendo con un momento de fuerte desconfianza entre las entidades financieras, que se negaban a prestarse entre sí. El anuncio de los planes de rescate a la banca por parte de los gobiernos de todo el mundo, mediante inyecciones de capital, compras de activos y emisiones de deuda avaladas, y los recortes de tipos de interés realizados por el BCE, poco a poco van reactivando el mercado interbancario y las entidades van perdiendo el miedo a prestarse dinero, lo que se está reflejando en sucesivas caídas del euribor. Este indicador cerró el ejercicio 2008 con una cotización diaria del 3,049%, lo que permitió cerrar diciembre con una media próxima al 3,452%, frente al 4,793% del mismo mes de 2007. Esta caída permitirá una rebaja sustancial en la cuota de las hipotecas que se revisen con la referencia de diciembre, concretamente 115 euros menos al mes para una hipoteca media de 150.000 euros a 25 años y con un diferencial del 0,50% sobre el euribor. En la primera semana del año 2009 el euribor a doce meses diario ya rompió a la baja la barrera del 3%, por primera vez desde marzo del año 2006.

Tabla 1: Indicadores de confianza de los consumidores en una mirada



Indicadores de confianza de los consumidores en una mirada



Año	Mes	Índice de Confianza del Consumidor	Expectativas de Precios	Expectativas de la Situación Económica	Expectativas de Renta	Propensión al Gasto	Propensión al Ahorro
2007	Enero	35,3	51,8	-8,1	-7,5	-17,2	-61,6
	Febrero	35,2	53,8	-7,8	-6,5	-15,7	-61,8
	Marzo	35	54,5	-7,2	-4,5	-14,6	-61,5
	Abril	34,7	54,3	-6,3	-4,8	-14,8	-60,8
	Mayo	34,4	53,5	-5,6	-5,1	-14,9	-59,9
	Junio	34,1	52,4	-5,6	-5,7	-14,9	-59,3
	Julio	33,6	51	-6,8	-7	-15,2	-59,6
	Agosto	32,9	49,9	-9,2	-9	-15,9	-61
	Septiembre	31,9	49,5	-12,4	-11,5	-17,2	-63,3
	Octubre	30,5	48,9	-16,1	-14,4	-19,1	-66
	Noviembre	28,9	47,5	-19,7	-17,7	-21,6	-68,6
	Diciembre	27,1	45,1	-23	-20,9	-24,2	-71
2008	Enero	25,4	42,5	-26,1	-24,2	-26,7	-71,5
	Febrero	23,9	40,9	-29,5	-27,8	-28,9	-71,8
	Marzo	22,9	41,4	-33,6	-32,1	-30,7	-73,4
	Abril	22,1	44	-38,5	-36,9	-32,2	-74,3
	Mayo	20,6	47,7	-44,1	-42,2	-33,5	-75,7
	Junio	19,4	51,6	-50	-47,5	-35	-76,9
	Julio	18	54,2	-55,3	-52,3	-36,7	-78,5
	Agosto	15,7	54,9	-59,8	-56,3	-38,7	-80,3
	Septiembre	14,3	54,3	-63,4	-59,8	-41	-80,8
	Octubre	12,9	53	-66,1	-62,5	-43,2	-81
	Noviembre	11,8	51,1	-68,3	-64,8	-45,1	-80,8
	Diciembre	11,1	49	-69,7	-66,3	-46,8	-80,4

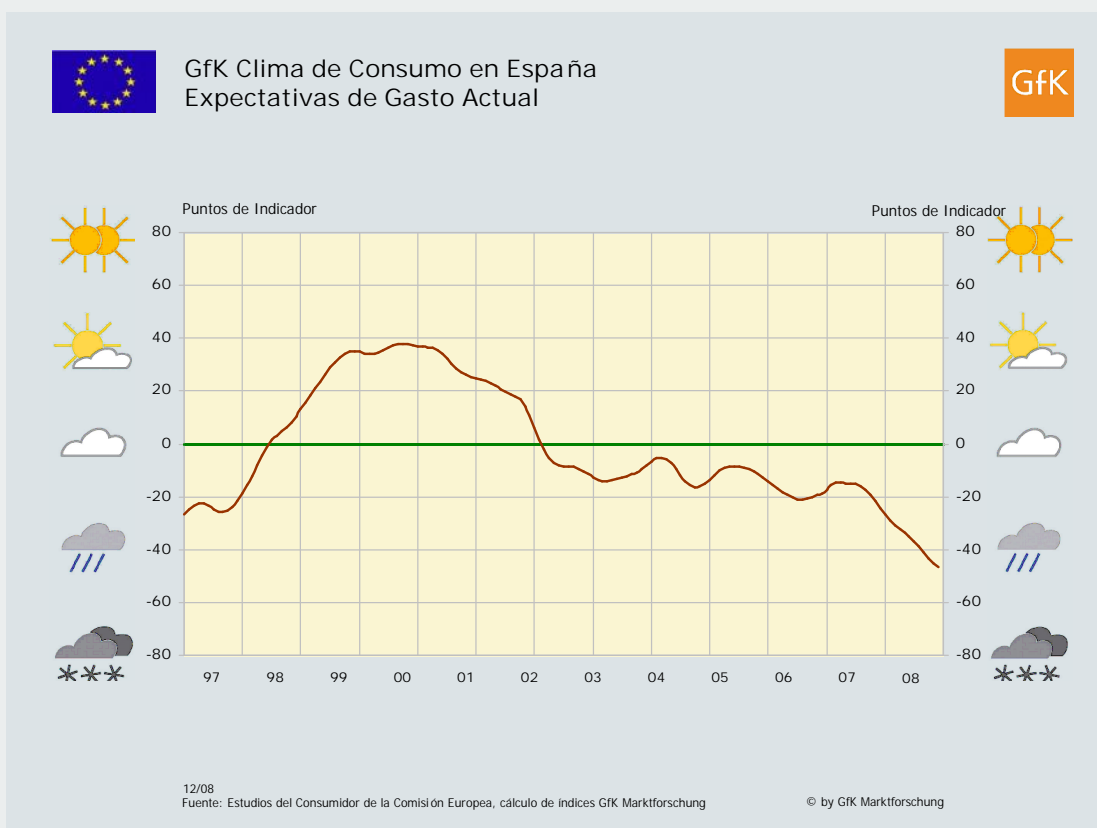
Fuente: Estudios de l Consumidor de la Comisión Europea, cálculo de índices GfK Marktforschung

© by GfK Marktforschung

La crisis económica hunde el indicador de expectativas de compra

En el último trimestre del año 2008 se ha producido una pérdida de 5,8 puntos en el indicador que mide la intención de compra de los consumidores, que ha pasado de -41,0 puntos en septiembre a -46,8 puntos en diciembre.

El rápido deterioro del empleo en España, unido al pesimismo existente en el futuro de la economía y las menores expectativas de renta futuras, están provocando el hundimiento del indicador de expectativas de compra.



Un análisis realizado por la Fundación de Cajas de Ahorro (Funcas) indica que en 2008 la renta familiar bruta disponible se redujo en todas las comunidades autónomas, con una caída media del -1,2%, después de que el año anterior hubieran experimentado crecimientos superiores al 3%. Las causas han sido el encarecimiento de la cesta de la compra, de algunas materias primas fundamentales como el petróleo (hasta el pasado mes de julio que cambió la tendencia) y el elevado nivel de endeudamiento asumido por las familias en un contexto de subidas en los tipos de

interés (hasta el mes de octubre), que coincidieron con el aumento del paro.

Dicho análisis prevé caídas superiores en el 2009, de manera que casi todas las autonomías retrocederán a niveles de renta familiar de hace dos años. Será más acentuado en Canarias (-3,9%), Cataluña (-3,5%) y Madrid (-3,4%).

Uno de los indicadores que mejor mide el clima de consumo es el de las ventas del comercio. Las ventas del comercio minorista a precios constantes

(eliminado el efecto de la inflación), cayeron en noviembre del 2008 un 9,6% respecto al mismo período del año anterior, según datos del INE. Se trata del noveno mes consecutivo en el que las ventas descienden. Las pequeñas cadenas fueron las más afectadas, con una caída del 15,8%, pero ninguna superficie se libró de los descensos. Las grandes superficies redujeron sus ventas el 8,1%.

El mal comportamiento de las ventas en el comercio ha obligado al sector a adelantar las rebajas de invierno para intentar salvar la temporada. Según ha informado la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos (Acotex) los descuentos iniciales serán hasta del 50% y podrían llegar progresiva-

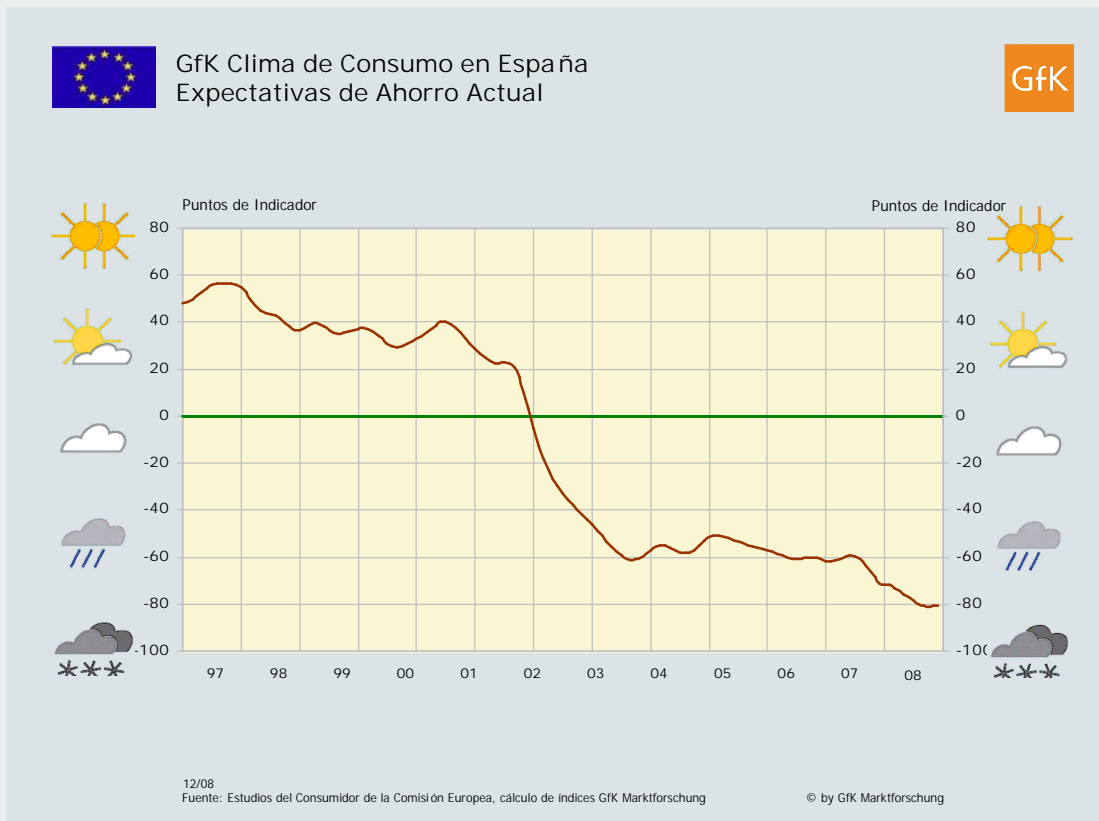
mente al 70%. Acotex calcula que la facturación del sector textil en la campaña de rebajas bajará un 15% respecto al mismo período del año anterior.

La patronal del sector, Anged (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución), reconoce una reducción del beneficio de las empresas a las que representa, no tanto por la disminución de las ventas sino por el mayor esfuerzo del sector en la disminución de los precios de venta, lo que ha perjudicado sus márgenes. Afirman que las empresas prevén rebajar los precios de los productos textiles en el periodo de Rebajas entre un 50-70% y al final de la campaña podrían llegar hasta el 80-90%.

Se modera la caída de las expectativas de ahorro de los consumidores

Desde que en el mes de julio del 2007 comenzara una caída del indicador de expectativas de ahorro, al menos en el último trimestre de 2008 se ha frenado, si bien en niveles bastante pesimistas.

Al comienzo del cuarto trimestre, el valor del indicador era de -80,8 puntos y al cierre del mismo se situó en -80,4 puntos, lo que ha supuesto incluso una leve mejora de 0,4 puntos.



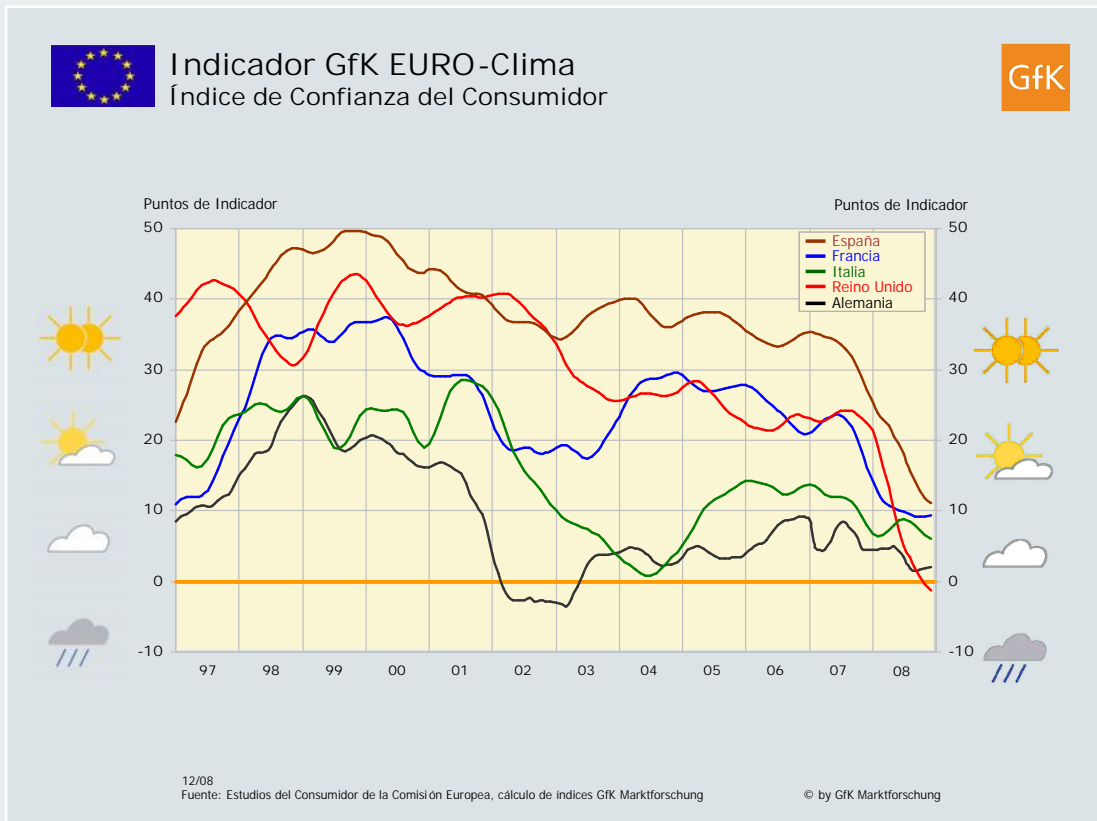
Desde el punto de vista de contabilidad nacional, la tasa de ahorro de los hogares se situó en el 9,6% de su renta disponible en el tercer trimestre de 2008, que supone un incremento de 5,1 puntos más que el mismo periodo de 2007, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). Se trata de un nivel que no se alcanzaba en este período desde 2003, cuando alcanzó el 9,8%. El motivo que ha provocado el incremento de la tasa de ahorro de los ciudadanos es la actual crisis económica y la incertidumbre sobre el futuro, que han frenado el consumo y favorecen el ahorro en previsión de mayores dificultades para los próximos meses.

Sin embargo, la realidad del día a día es mucho más dura para la mayoría de la población. Según un estudio elaborado por TSN Finance para ING Nationale Nederlanden, el 47% de los españoles entre 30 y 55 años no tiene ningún tipo de ahorro a medio y largo plazo. La mayoría no lo hacen porque no les llega el presupuesto; sólo el 12% no lo hace por falta de costumbre. Estos resultados no deben extrañarnos ya que, según el Banco de España, en el tercer trimestre de 2008, las familias debían destinar el 48,7% de su renta bruta para adquirir una vivienda, la cifra más alta desde que se inició la serie histórica en 1995.

Indicador GfK EURO-Clima

Comparativa con los principales países de la Unión Europea

Los ciudadanos españoles han sido también los más pesimistas de su entorno europeo. Esa es la conclusión a la que llegamos después de comparar la evolución en el último trimestre de los índices de confianza de España y de los otros cuatro principales países de la Unión Europea.



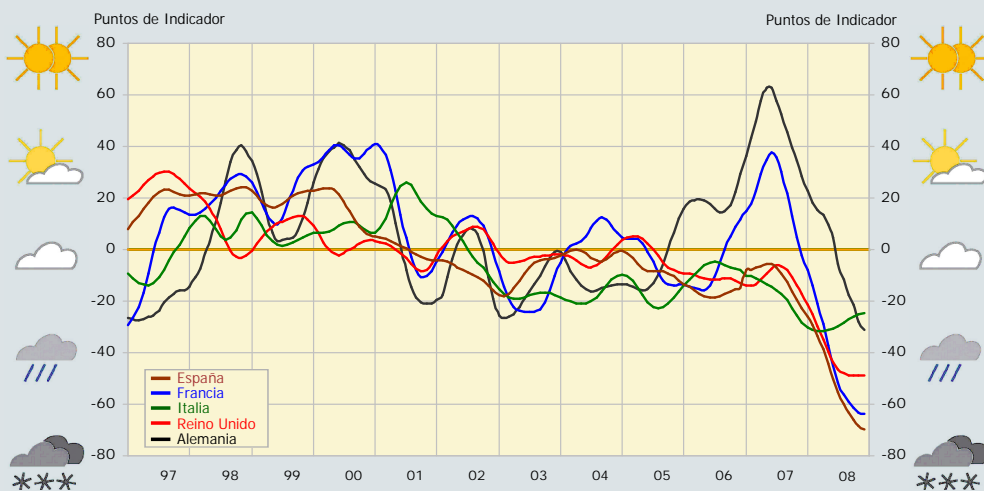
Comparando el dato de cierre del mes de diciembre con el de septiembre, el indicador ha caído 3,2 puntos en España, seguido de Reino Unido con un descenso de 3,1 puntos e Italia con una bajada de 1,9 puntos. Alemania es el país en el que mejor evoluciona la confianza del consumidor, con una ganancia de 0,6 puntos en el último trimestre del pasado año. Francia también ha sido capaz de mejorar su confian-

za en 0,2 puntos. En el caso de Alemania y Francia, el descenso de los precios del petróleo ha provocado que los ciudadanos estén algo menos preocupados acerca de su capacidad de compra e incluso han mejorado sus expectativas de ingresos, mejorando los respectivos indicadores de expectativas de gasto y de renta en el último trimestre.

Al igual que ocurrió en el tercer trimestre del pasado año, Italia es el único país en el que se observa una mejora del indicador de coyuntura económica en el cuarto trimestre, con una mejora de 2,5 puntos. Alemania es el país cuyo indicador de coyuntura presenta un peor comportamiento, con una caída de 13,6 puntos en el último trimestre, seguido de España con una bajada de 6,3 puntos.



Indicador GfK EURO-Clima Expectativas de la Situación Económica

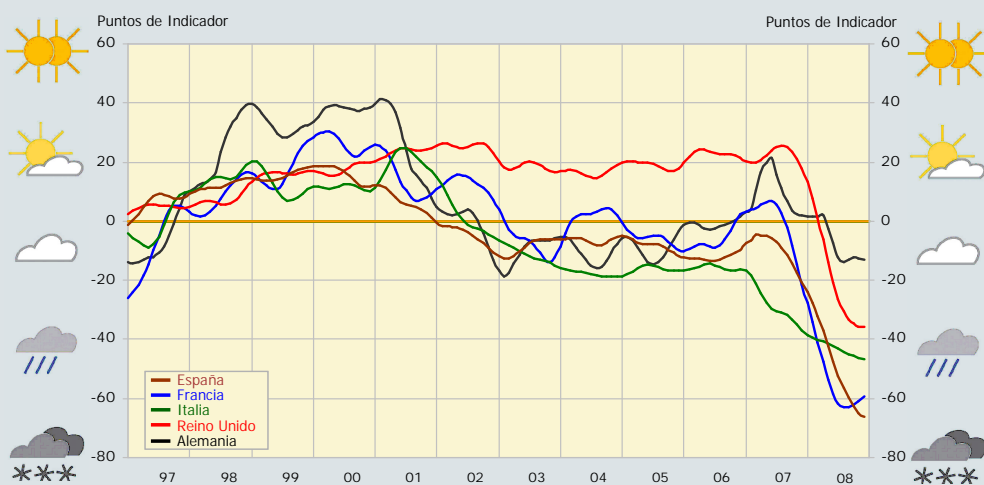


12/08
Fuente: Estudios del Consumidor de la Comisión Europea, cálculo de índices GfK Marktforschung

© by GfK Marktforschung



Indicador GfK EURO-Clima Expectativas de Renta

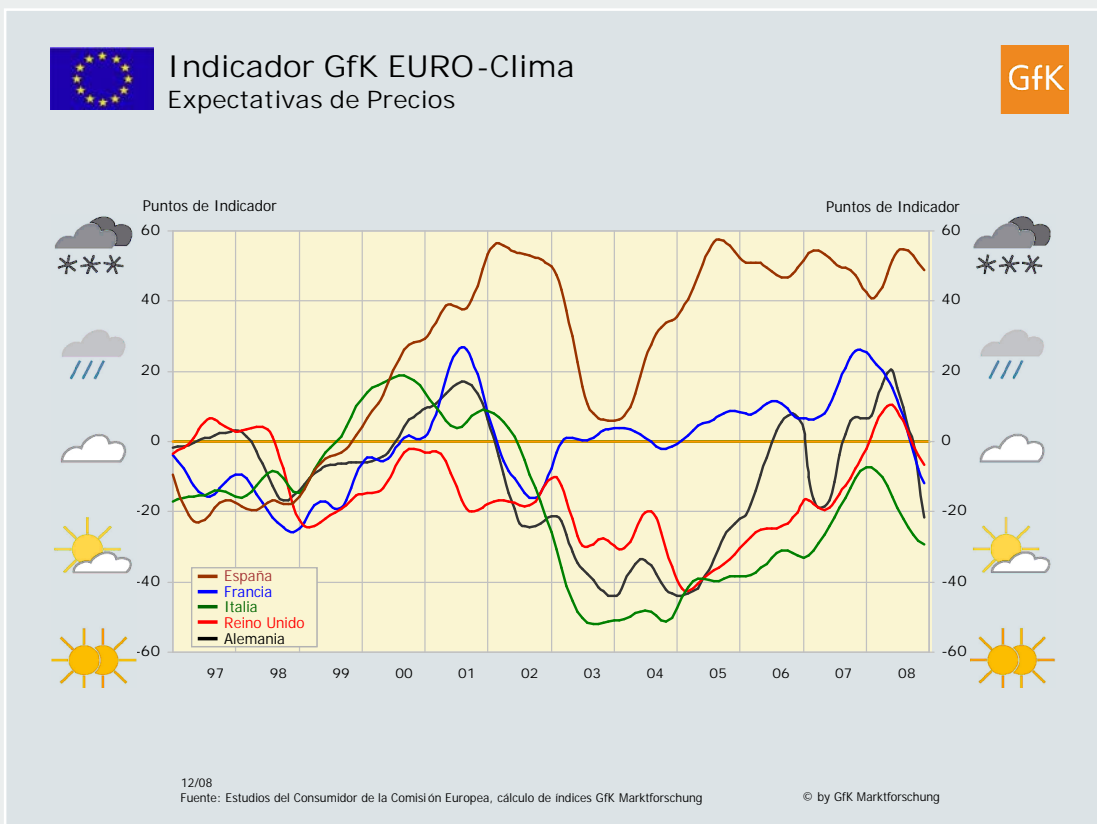


12/08
Fuente: Estudios del Consumidor de la Comisión Europea, cálculo de índices GfK Marktforschung

© by GfK Marktforschung

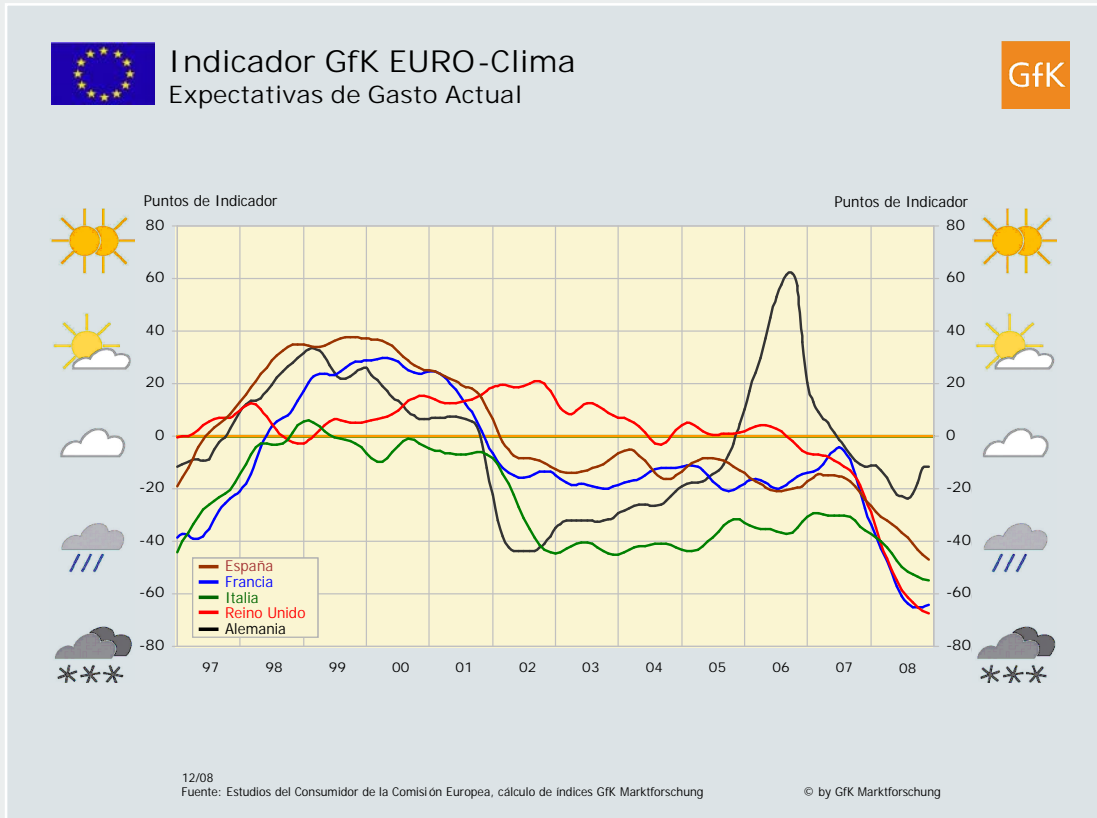
En cuanto a las expectativas de renta para los próximos meses, los consumidores españoles son los más pesimistas, con un indicador de -66,3 puntos en el mes de diciembre, que supone una disminución de 6,5 puntos respecto a septiembre. Reino Unido es el segundo país con peor evolución de este indicador, con una disminución de 2,6 puntos en el último trimestre, seguido de Italia con una bajada de 1,9 puntos. Mejoraron su indicador Francia y Alemania, con subidas de 3,4 puntos y 0,2 puntos respectivamente.

En cuanto al indicador sobre las expectativas de evolución de los precios, todos los países tienen una evolución positiva (se esperan moderaciones de los precios), incluido España que logra mejorar su indicador en 5,3 puntos en el último trimestre. El principal motivo ha sido la importante disminución de la inflación española en los últimos meses. En aproximadamente cinco meses, la tasa interanual de IPC ha pasado del 5,3% en julio al 1,4% en diciembre, gracias al desplome sufrido por los precios del petróleo y a la importante caída de la demanda interna por la crisis económica. Como consecuencia de lo anterior, el diferencial de precios de España con la zona euro se ha reducido a dos décimas a favor de la economía española (era de 1 punto porcentual superior en el mes de septiembre).



Las expectativas de compra de los consumidores mejoran 10 puntos en Alemania y 0,6 puntos en Francia. Por el contrario, los consumidores españoles son los más pesimistas con una bajada de 5,8 puntos, seguido de Reino Unido con una disminución de 4 puntos e Italia con una bajada de 2,1 puntos.

En cuanto a las expectativas de ahorro, el indicador mejora 4,4 puntos en Italia y 0,4 puntos en España. Empeora en Alemania, Reino Unido y Francia.



Como conclusión, la confianza de los consumidores españoles es la que peor evolución ha tenido en el último trimestre del año pasado, al igual que ya ocurriera en el tercer trimestre. Prácticamente todos los indicadores parciales han sufrido un empeoramiento, salvo el de expectativas de precios.

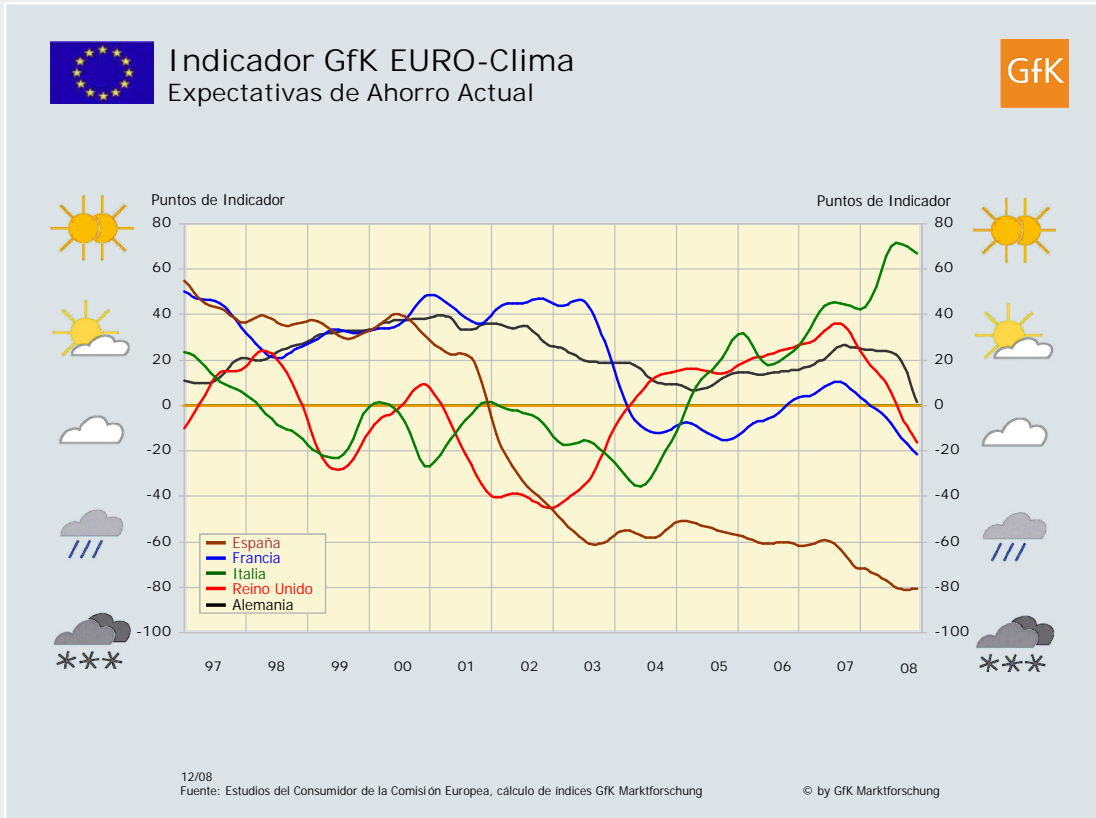
El pesimismo de la población española es mayor que el de nuestros vecinos en Europa, a la vista de lo comentado. La crisis económica actual no es exclusiva de España; sin embargo, sus consecuencias sobre la economía española están siendo más duras, al menos en términos de destrucción de empleo. España es el país con una mayor tasa de paro, el 13,4% de la población activa en noviembre del 2008. En términos interanuales, el desempleo creció 4,8 puntos porcentuales, siendo el mayor incremento en dicho periodo de toda la U.E. Recordemos que la tasa de paro media de la Unión Europea era del 7,2% en el mes de noviembre del 2008, lo que suponía un incremento de sólo 0,3 puntos porcentuales respecto al año anterior. Parece evidente que la evolución del indicador de expectativas de renta y del propio Índice General de Confianza del Consumidor sea más negativa en España que en el resto de Europa.

Reino Unido es otro de los países más afectados por la actual recesión económica. Si bien partía de una tasa de desempleo muy reducida, el 5% en noviembre del 2007, se está deteriorando de manera rápida y alcanzaba el 5,9% en septiembre del 2008. La predicción del Instituto Nacional de Investigación Económica y Social (NIESR) es que la economía británica se habría contraído en el último trimestre de 2008 en torno al 1,5%, lo que sería el mayor decrecimiento en 28 años. En el tercer trimestre también se redujo un 0,6%, por lo que técnicamente habría entrado en recesión. La gravedad de la crisis obligó al Banco de Inglaterra a bajar los tipos de interés en la primera semana del mes de enero de 2009 desde el 2% previo al 1,5%, siendo la cuarta rebaja de los tipos en tres meses y alcanzando el nivel más bajo en la historia de Reino Unido. Este país es el segundo con peor evolución de sus indicadores de confianza, después de España, y no ha podido mejorar ninguno de ellos.

En el otro lado de la moneda se encuentra Alemania, que ha sido capaz incluso de reducir la tasa de paro en dicho periodo desde el 8% al 7,1%. Este país es el que presenta una mejor evolución en sus indicadores de expectativas de renta y del propio Índice General de Confianza del Consumidor en

toda Europa. A pesar de estos datos positivos, la economía alemana también está sufriendo una desaceleración económica. El crecimiento de su Producto Interior Bruto (PIB) se ha ralentizado al 1,3% en 2008, frente al 2,5% de 2007. Es seguramente uno de los motivos por el que indicador de expectativas de coyuntura económica de los con-

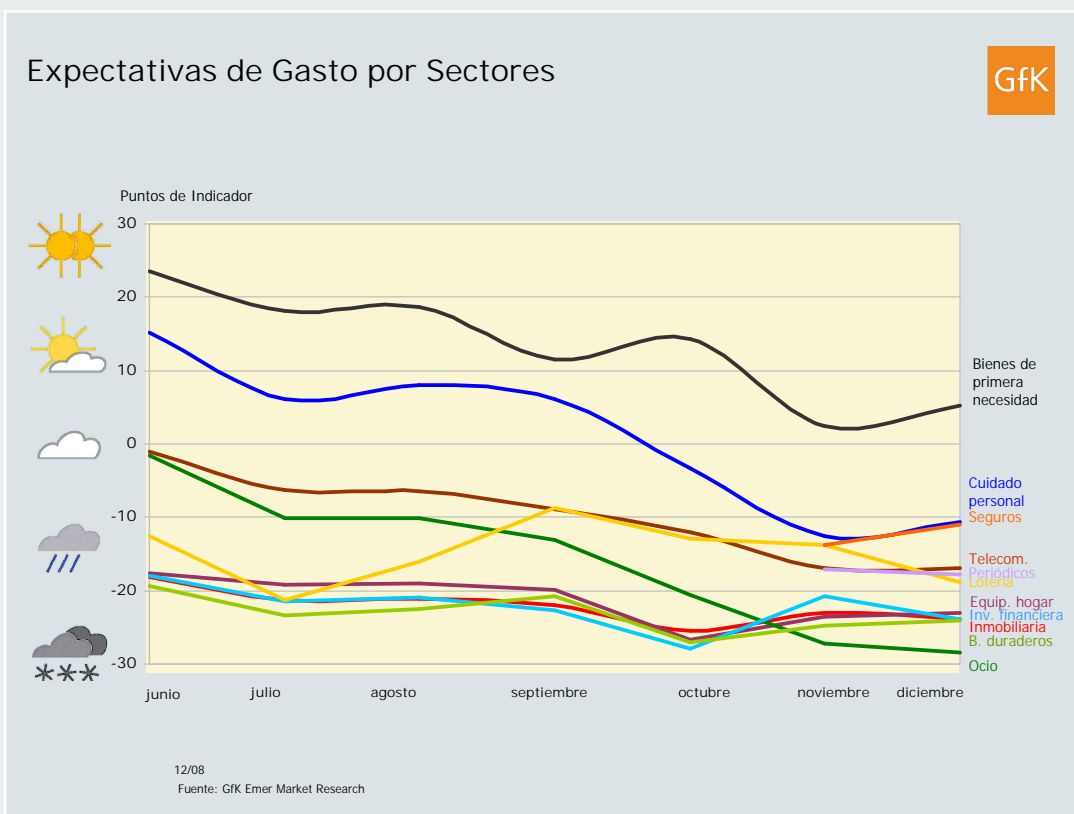
sumidores alemanes se ha comportado muy mal en el último trimestre de 2008. Otros países importantes en Europa han incrementado su desempleo, pero mucho menos que España. Francia únicamente desde el 7,8% al 7,9% e Italia desde el 6,4% al 6,7%, según los últimos datos disponibles de la oficina comunitaria de estadísticas (Eurostat).



Indicadores Sectoriales GfK de Clima de Consumo en España

Índice de confianza del consumidor sectorial: ningún sector se salva del pesimismo.

Como ya ocurriera en el trimestre anterior, en el cuarto trimestre del año 2008 se ha producido el deterioro de prácticamente todos los indicadores de consumo sectoriales. La negativa evolución del empleo en España y el pesimismo existente sobre una próxima recuperación económica son suficientes para que ningún sector se salve de la desconfianza de los ciudadanos.



Nuevamente el indicador que mide las expectativas de gasto en alimentación es el único que presenta un valor positivo, a pesar de la importante disminución de su valor. Los sectores vinculados directa o indirectamente con el inmobiliario son los que presentan indicadores más negativos y en segundo lugar los que están relacionados con el ocio. Estos últimos suelen ser los más prescindibles por los ciudadanos en momentos de dificultad económica.

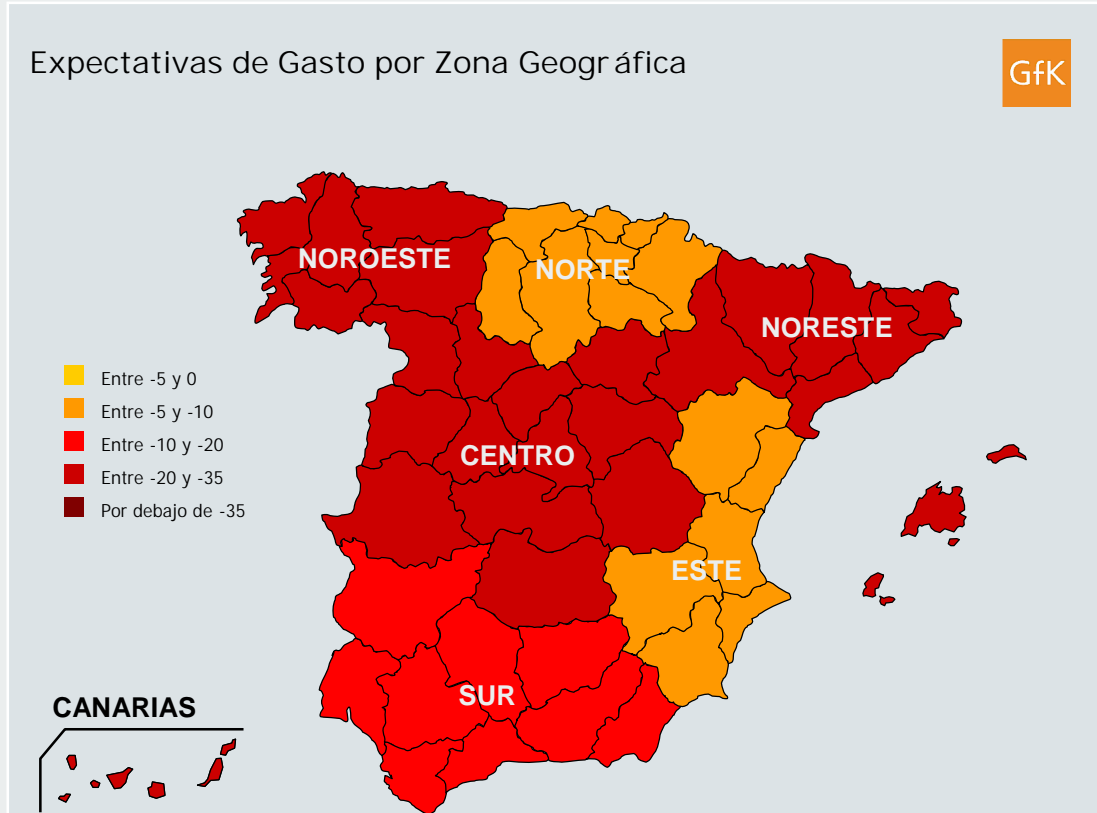
Por tramos de edad, los jóvenes son quienes más se resisten a renunciar al gasto en productos textiles, ocio y telecomunicaciones. Por zonas geográficas, la población de las Islas Canarias es la más pesimista cuando reporta su consumo a futuro en la mayoría de los sectores, le sigue en esta tendencia la región noroeste de la península. Por el contrario, los indicadores de la población en las zonas norte y este del país son los que presentan valores menos negativos y constituyen, por tanto,

los más optimistas en cuanto sus expectativas de gasto futuro.

Por la tipología de los hogares, las familias con hijos entre 24 y 35 años presentan valores más negativos en una gran mayoría de los productos y

servicios que hemos analizado. Por el contrario, las que tienen hijos mayores de 34 años y los hogares compuestos por una sola persona joven, son los más optimistas en cuanto a intención de gasto en la mayoría de los sectores.

Expectativas de Gasto por Zona Geográfica



Sector inmobiliario

El indicador que mide las expectativas de gasto en adquisición/construcción de vivienda continúa con su evolución negativa y alcanza un valor de -23,75 puntos en el mes de diciembre, frente a los -22,98 puntos del mes de septiembre. No obstante, se ha recuperado algo desde que alcanzara su valor más negativo en el mes de octubre, con -27,45 puntos.

Por sexos, las mujeres son algo más pesimistas. En cuanto a la edad, el comprendido entre los 35-44 años es el más pesimista, con un valor de -27 puntos, mientras que los dos tramos de población más joven (15-24 años y 25-34 años) son los menos dispuestos a renunciar a este gasto en el futuro, algo que parece lógico teniendo en cuenta que es la edad más común de emancipación y, por tanto, con más necesidad de demandar una vivienda.

Las familias con hijos mayores de 34 años son las que tienen un indicador menos negativo, mientras que el hogar unipersonal maduro es el más pesimista. La población del Noroeste peninsular y la de Canarias son las que tienen valores más negativos, mientras que las zonas Este y Norte son los menos negativos.

En los últimos diez años se construyeron en el país 4,5 millones de viviendas, lo que convirtió a España como líder europeo en número de viviendas construidas. En la última década se generó casi la cuarta parte del total de superficie construida que existe hoy. El fuerte incremento de precios de la vivienda, cercano al 50% en los últimos cinco años hasta finales del año 2007, provocó el llamado efecto riqueza. Los propietarios veían como el valor

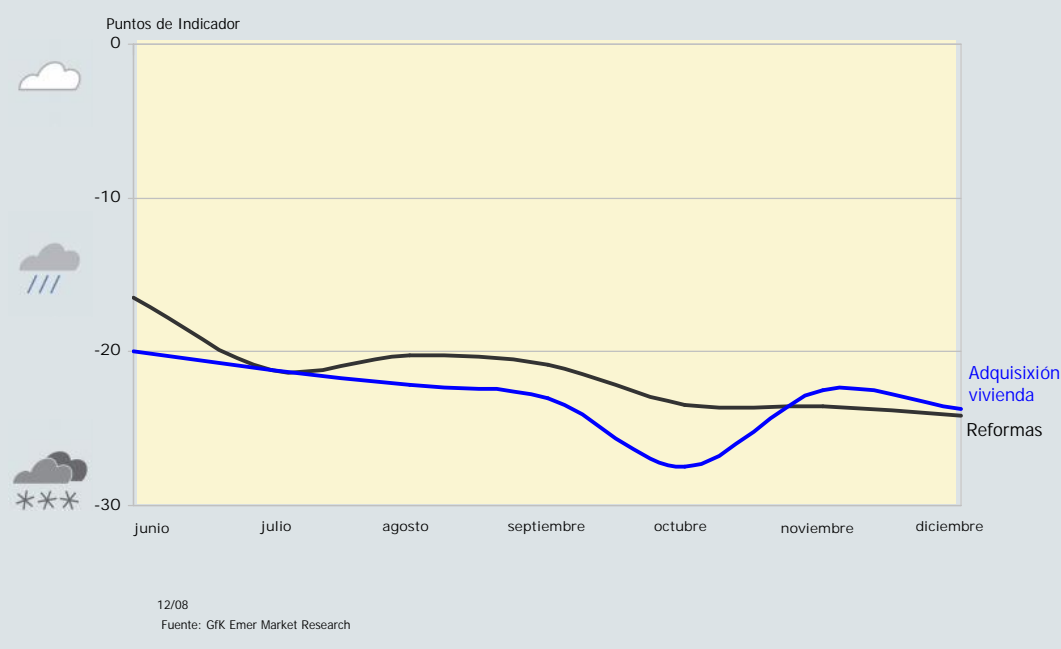
de sus activos crecía y ello incentivaba el consumo y el endeudamiento.

Sin embargo, a finales del verano del año 2007 la tendencia cambió y a medida que avanzaba el año 2008 la actividad en el sector inmobiliario se ha ido estancando cada vez más. La compraventa de viviendas cayó un 32,5% en los nueve primeros meses del año 2008 en relación con el mismo pe-

riodo de 2007, hasta situarse en 434.629 unidades, según datos del Ministerio de Vivienda. El mayor desplome se ha producido en las transacciones de viviendas usadas, con el 47,2%, hasta las 179.076. Las de obra nueva descendieron un 16%. Sólo en el mes de noviembre, la compraventa de viviendas descendió un 35,6% con respecto al mismo mes de 2007, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Expectativas de Gasto Inmobiliaria

GfK



La caída de la demanda de viviendas está ligado en gran medida al frenazo que ha sufrido la concesión de los préstamos por las entidades financieras a los hogares para la compra de vivienda, que se ha reducido un 52,3% en noviembre respecto al mismo mes de 2007, hasta situarse en 4.848 millones de euros, según datos del Banco de España. Las autoridades esperan que las medidas adoptadas de apoyo y estímulo a la banca para favorecer su liquidez, deberían empezar a dar sus frutos en los primeros meses de 2009, al incrementar la concesión de crédito a familias y empresas.

La profunda crisis que vive el sector inmobiliario en España está provocando también una disminu-

ción de precios en los últimos meses. El precio de la vivienda cayó en 2008 un 2,8%, según los datos del Ministerio de Vivienda. Se trata de la primera caída en términos interanuales desde 1996, primer año en el que se tienen datos del indicador. Los mayores descensos se produjeron en Madrid (-7%) y en Castilla La Mancha (-6,5%). La caída general ha sido superior según los datos de Sociedad de Tasación, con un descenso del 6,6% en 2008, y aún mayor según la tasadora Tinsa, que ha estimado una disminución en 2008 del 8,8% en el precio de la vivienda respecto al año anterior, con descensos que llegan al 14,3% en la costa mediterránea.

La previsión para el 2009 es que los precios continúen disminuyendo hasta que se absorba el excedente de oferta existente, lo que motivará que el número de viviendas iniciadas seguirá cayendo hasta ajustarse a una demanda que se mantendrá "interesada pero expectante". Así lo confirma nuestro estudio realizado para Expansión, donde un 14% de los entrevistados afirma estar esperando a que bajen los precios para comprar una vivienda. Las previsiones para el 2009 son que los promotores inicien no más de 200.000 viviendas, frente a las 285.000 del año 2008 y las 637.000 del año anterior. Se trataría de una cantidad bastante inferior a la demanda inmobiliaria estructural (casas procedentes de la creación de hogares y la entrada

Servicios financieros

Las expectativas de gasto de los consumidores en productos financieros también han evolucionado negativamente en el último trimestre del año 2008, alcanzando los valores más negativos en el mes de octubre, coincidiendo con uno de los momentos de mayor incertidumbre de los ciudadanos respecto a la solvencia del sector financiero.

El indicador de intención de gasto en inversión financiera a muy largo plazo (planes de pensiones, por ejemplo) tenía un valor de -22,38 puntos en el mes de septiembre y cerró el trimestre con -24,66 puntos en diciembre. El de inversión financiera a corto plazo para ahorrar presentaba un valor de -23,33 puntos en septiembre y en octubre empeoró hasta los -29,57 puntos, mejorando en diciembre hasta los -24,18 puntos. Ambos indicadores, el de largo y corto plazo, han tenido una evolución muy negativa en el último semestre (en junio presentaban valores de -17,4 y 16,91 puntos respectivamente), evidenciando las escasas posibilidades que encuentran los ciudadanos para ahorrar.

La población con menos expectativas de ahorro se encuentra en los tramos de edad comprendidos entre 35-44 años y 45-54 años. Por zona geográfica, nuevamente el Noroeste y las Canarias, son las que tienen indicadores más negativos. Los valores menos negativos los encontramos en el tramo de edad entre 15-24 años y en la zona geográfica Norte.

de inmigrantes) cuantificada por algunos analistas en 450.000 viviendas. La diferencia es lo que permitirá ir absorbiendo el stock actual de viviendas sin vender, cifrada en casi un millón de inmuebles.

La agencia de calificación americana Standard & Poor's estima una caída del 30% en el precio de la vivienda desde los máximos que se alcanzaron a finales del año 2007 y no prevén que esta reducción toque suelo antes de 2010. Indican como principales motivos de la crisis inmobiliaria en Europa, los problemas de financiación de los bancos a los nuevos compradores, un deterioro en los precios y unas perspectivas de empeoramiento económico que coinciden con un incremento del desempleo.

Asimismo, tienen menos expectativas de inversión financiera para ahorrar a largo plazo los hogares unipersonales en los que vive una única persona, mientras que las familias con hijos mayores de 34 años son los más optimistas.

La falta de confianza de los ahorradores españoles y su mayor aversión hacia los productos financieros con riesgo, están modificando los hábitos de ahorro y hacen que cada vez más dirijan el mismo hacia los depósitos bancarios, que ofrecen una rentabilidad fija. El saldo total en depósitos que acumulaban las familias españolas en entidades de crédito era de 398.070 millones de euros hasta octubre de 2008, un 27,11% más que el importe registrado hasta ese mes del año anterior, según datos del Banco de España. Dicho incremento ha coincidido con el incremento en la remuneración de los depósitos bancarios por parte de las entidades financieras, en un momento en el que la desconfianza y la crisis financiera provocaron prácticamente el cierre de los mercados de capitales, con los consiguientes problemas de liquidez que obligaron a las entidades a intentar captar recursos nuevos de sus clientes con agresivas campañas de rentabilidad. Según datos del Banco de España, la remuneración media de los depósitos de entre uno y dos años ha pasado del 3,82% en 2007 al 4,83% en octubre de 2008. La agresividad de algunas entidades ha hecho que la remuneración de algunos depósitos haya superado el 6% a un año. Después de las sucesivas bajadas de tipos de interés,

se prevé un cambio de tendencia y bajadas progresivas en la remuneración de los depósitos.

Por el contrario, el patrimonio depositado en fondos de inversión se redujo el año pasado un 29,84%, hasta los 167.492 millones de euros, según datos de la patronal Inverco. La pérdida de patrimonio asciende hasta los 71.225 millones de euros y las categorías más afectadas han sido las relacionadas con los mercados de renta variable, que han reducido su patrimonio en casi un 70%, como consecuencia del desastroso año de los mercados bursátiles. Nunca antes el patrimonio de los fondos de inversión había caído tanto.

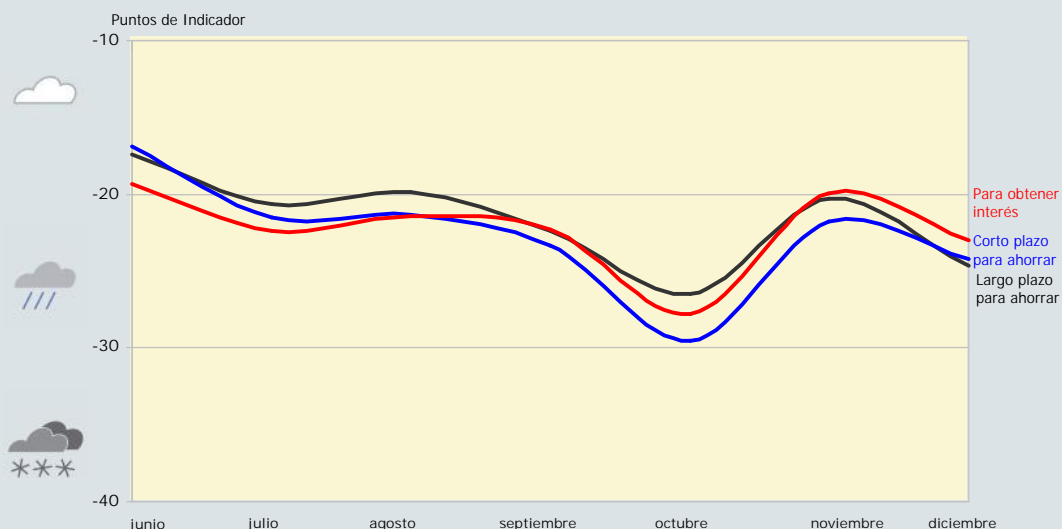
Las rentabilidades de los fondos de pensiones también tuvieron una evolución muy negativa el pasado año. Perdieron de media un 8,5%, afectados sobre todo por los mercados de renta variable,

siendo el peor dato desde que comenzara la serie histórica en 1996, según datos de la consultora Mercer. A pesar de esto, la rentabilidad media en el mes de diciembre ha sido positiva, con un beneficio del 0,6% gracias al buen comportamiento de los mercados de renta fija y, en menor medida, de los de renta variable euro.

Los mercados bursátiles han experimentado un notable retroceso en el conjunto del año 2008, acompañado de un incremento notable de la volatilidad, todo ello debido a la difícil situación del sector financiero y a la crisis económica general. El Ibex ha cerrado el año con un descenso del 39,43%, la mayor caída desde que se creó en 1992 y el peor comportamiento de la Bolsa española desde hace 135 años. Los valores pertenecientes a los sectores de la construcción, inmobiliaria y banca han sido los peor parados.

Expectativas de Gasto Inversión financiera

GfK



12/08

Fuente: GfK Emer Market Research

Para el 2009 los gobiernos acapararán una gran parte de los mercados de deuda. La aversión al riesgo hace que los inversores prefieran comprar bonos de instituciones públicas, títulos de los bancos con garantías del Estado y emisiones de grandes empresas.

El indicador de expectativas de gasto en seguros no presenta un valor tan negativo como los de inversión en productos financieros que ya hemos comentado. El de seguros del automóvil fue de -11,74 puntos en diciembre, mejorando incluso 2,04 puntos respecto al mes anterior, y el de segu-

ros del hogar se situó en -10,21 puntos en el mes de diciembre, recuperando también 3,71 puntos.

En ambos tipos de seguro, los hombres tienen valores menos negativos, por lo que parecen dar mayor importancia a estos productos. Las personas de más de 65 años son las más dispuestas a renunciar al gasto en seguros de automóvil, al contrario de las que tienen una edad comprendida entre 35-44 años que le dan más importancia a este producto. En seguros de hogar, el tramo de edad entre 15-24 años tiene el valor más negativo y el de 55-64 años el menos negativo.

Canarias es la región más dispuesta a renunciar a este gasto, al contrario que la zona Norte, que presenta los indicadores más positivos.

El hogar compuesto por una sola persona joven es el más optimista frente a este servicio y, por el contrario, el hogar unipersonal de una persona

Bienes de consumo

La intención de gasto en automóviles sigue en mínimos

El indicador de intención de gasto en vehículos turismos presenta un valor de -18,67 puntos en diciembre, si bien se observa una evolución positiva en los dos últimos meses desde que alcanzara el valor más pesimista en el pasado mes de octubre (-22,83 puntos).

Por sexos, existe una diferencia muy importante entre el valor que presenta el indicador de las mujeres (-21,31 puntos) y el de los hombres (-15,93 puntos), que se resisten más a renunciar al gasto en estos bienes. El tramo de edad comprendido entre 15-24 años es uno de los más pesimistas, como consecuencia de sus menores expectativas de renta por la evolución negativa del mercado laboral y también por las mayores dificultades en el acceso al crédito. Por zona geográfica, la región Noreste de la Península es la que registra el valor más negativo, con -28,24 puntos. Por el contrario, los mejores valores están en el tramo de edad 45-54 años y en la zona norte de España.

Las familias con hijos entre 25-34 años tienen el valor más negativo, mientras que el hogar uniper-

sonal joven es el menos dispuesto a renunciar al gasto en automóvil.

Recordemos que este indicador siempre ha sido una de las mejores variables para conocer la marcha del consumo privado, ya que es uno de los primeros bienes de consumo cuya compra se pospone en tiempos de crisis.

Observamos que se trata de uno de los indicadores sectoriales que presenta valores menos negativos. La conclusión es que los seguros son un gasto al que los hogares prefieren no renunciar, aún en momentos de crisis económica, y se convierten incluso en más necesarios. El razonamiento es sencillo: en momentos de dificultad económica los ciudadanos prefieren tener cubiertos determinados riesgos para evitar tener que afrontar un mayor gasto en el futuro en caso de producirse determinados siniestros, como los que suceden habitualmente en el hogar y en el automóvil.

Las ventas de automóviles se hundieron un 28,1% en 2008, lo que equivale a unas 450.000 matriculaciones menos en valores absolutos, según información de las asociaciones de fabricantes (Anfac) y vendedores (Ganvam), lo que supone la mayor caída interanual de la historia, por encima de la disminución del 23,5% registrada en 1993. Además, el pasado mes de diciembre registró el segundo mayor descenso mensual de la historia, con una caída del 49,9%.

Los motivos de esta caída, más profunda durante la segunda parte del año, ha sido la desconfianza del consumidor en el futuro económico, la escalada del desempleo, la menor renta disponible de las familias y la fuerte restricción de los créditos.

Algunos expertos del sector se quejan de que, tras la retirada del Plan Prever, las nuevas medidas implementadas a principios del 2008 con el Plan Vive y su posterior modificación, no han sido capaces de estimular la demanda de automóviles por parte de los ciudadanos españoles

La caída de las ventas de coches en España ha sido muy superior a la media del resto de países europeos. Según los datos de la Asociación de Constructores Europeos de Automóviles (Acea), las matriculaciones europeas de automóviles retrocedieron un 7,8% al cierre del ejercicio 2008, hasta 14.712.159 unidades. España lidera la caída de las ventas con un 28,1%, seguida de Italia (-13,4%), Reino Unido (-11,3%), Alemania (-1,8%) y Francia (-0,7%).

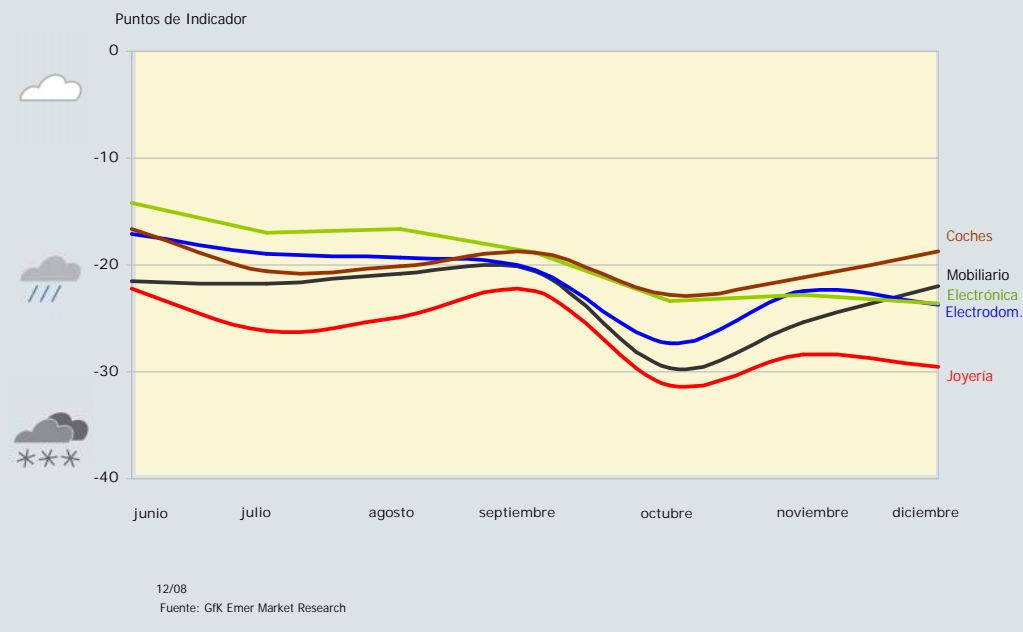
Anfac prevé que el año 2009 será también muy complicado ya que no se aprecia ningún síntoma de recuperación. Estiman un descenso de aproximadamente el 10%, hasta situarse por debajo del millón de unidades vendidas, el nivel más bajo desde 1996.

Ante tal situación, las organizaciones Anfac, Ganvam (vendedores), Sernauto (componentes) y Aniacam (importadores) han remitido a la Administración una serie de propuestas para su inclusión en el Plan Integral de Automoción que prepara el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Entre las medidas que solicitan, se encuentra la supresión definitiva del impuesto de matriculación y la habilitación de una línea de crédito del ICO dotada con 10.000 millones de euros para financiar a concesionarios y clientes finales, con el fin de estimular la demanda.

El sector reclama ayudas directas para los compradores de automóviles por cada operación de compra, dentro de lo que podría ser un nuevo Plan Prever. Asimismo plantean medidas financieras que faciliten el acceso al crédito para los compradores de vehículos, tanto para los particulares como para las empresas y concesionarios.

Expectativas de Gasto Equipamiento del hogar y Bienes duraderos

GfK



La crisis está afectando prácticamente a todos los fabricantes de automóviles en el mundo. Incluso al

elitista mundo de la Fórmula 1. La Federación Internacional de Automovilismo (FIA) anunció el pa-

sado mes de diciembre su previsión de recortar los gastos un 30%. Se intenta de esta manera evitar la desaparición de más equipos de la parrilla, después de que la compañía japonesa Honda haya anunciado su retirada de la Fórmula 1 como consecuencia del deterioro de la industria automovilística global.

Mobiliario y electrodomésticos: auxiliares de la vivienda

Los indicadores de consumo en mobiliario, electrodomésticos y otros artículos ligados al hogar, también han tenido una evolución negativa en el último trimestre, si los comparamos con los valores que presentaban en el mes de septiembre. A priori, parece lógico teniendo en cuenta que son sectores cuya evolución está muy vinculada a la construcción, que atraviesa uno de sus peores momentos.

El indicador que mide la intención de gasto en mobiliario, alfombras y otros artículos de decoración del hogar cerró el mes de diciembre con -21,96 puntos, frente a los -20,56 puntos del mes de septiembre. No obstante, en los dos últimos meses ha mejorado bastante, desde que tuviera su peor valor en octubre, con -29,61 puntos.

Al igual que ocurriera con la compra de inmuebles, el tramo de edad más joven (15-24) es el menos dispuesto a renunciar a este gasto, relacionado directamente con la vivienda.

El valor del indicador es muy similar en mujeres y hombres. Por regiones, la zona Noroeste y Canarias vuelven a ser las que tienen un indicador más negativo. Por el contrario, la zona Norte es la más optimista.

La familia con hijos entre 25 y 34 años es la que tiene el valor más negativo de intención de gasto en mobiliario y artículos de decoración del hogar, mientras que la compuesta por un único miembro joven es la más optimista.

Según datos del INE, las ventas de equipo del hogar en el sector minorista cayeron un 19,9% en el pasado mes de noviembre.

El indicador de expectativas de gasto en electrodomésticos presenta una evolución aún más negativa, pasando de -20,44 puntos en el mes de septiembre a -23,68 puntos en diciembre. También mejoró bastante desde que en octubre alcanzara

su valor más negativo (-27,28 puntos). Por tramos de edad, la población comprendida entre 25-34 años (con -18,44 puntos) es la que presenta el valor menos negativo y, por tanto, la menos dispuesta a renunciar a este gasto. La zona Noroeste y Canarias registran el valor más negativo.

Los hogares formados por una persona de edad madura son los más dispuestos a renunciar a este gasto, mientras que las familias con hijos entre 19 y 24 años son los más reacios.

El sector de los electrodomésticos es uno de los que más está sufriendo los efectos de la crisis económica. Según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Electrodomésticos de Línea Blanca (Anfel), las ventas en 2008 cayeron un 17,62%. En términos de volumen se vendieron 1.468.648 unidades menos que el ejercicio anterior, lo que supone un descenso del 15,19%. Las cifras registradas por GfK Retail & Technology (datos panel) son algo más moderadas, ya que los datos de Anfel reflejan las ventas a la distribución y promotor inmobiliario mientras que las de GfK Retail & Technology recogen ventas al consumidor. El nivel de Stock y su manejo se está convirtiendo en algo fundamental en los últimos meses. Asimismo, los datos de Anfel no recogen las ventas de electrodomésticos de marca propia del distribuidor, que en estos tiempos de crisis muestran mejor comportamiento en ventas.

El indicador de aparatos electrónicos presenta también una evolución negativa, similar al de electrodomésticos, con un valor de -23,58 puntos en diciembre, frente a los -18,83 puntos de septiembre. El indicador de las mujeres es más negativo que el de los hombres y, por zona geográfica, otra vez Canarias y el Noroeste presentan los valores más negativos.

Las familias con hijos entre 25 y 34 años son nuevamente las que tienen el valor más negativo y los hogares unipersonales formados por una persona joven son los más optimistas frente a este tipo de gasto.

Joyería, complementos:

La joyería, por su consideración de bien de lujo, es uno de los productos cuyo indicador de intención de gasto presenta valores más negativos, por ser

uno de los más prescindibles. En el mes de diciembre su valor era de -29,57 puntos, frente a los -22,48 puntos del mes de septiembre, lo que supone haber perdido 7,09 puntos en los últimos tres meses.

El tramo de edad comprendido entre los 15-24 años es el que tiene un valor menos negativo, con -26,28 puntos, mientras que el de 35-44 años es el más pesimista en cuanto a intención de gasto en este tipo de productos, con -32,12 puntos.

Por sexos, las mujeres (con -30,1 puntos) renunciarían algo más que los hombres (con -29,03 puntos) a este tipo de gastos. Las zonas geográficas más pesimistas son nuevamente el Noroeste y Canarias. Sin embargo, la zona Este tiene el valor menos negativo.

Nuevamente los hogares con hijos entre 25 y 34 años son los más dispuestos a renunciar a este gasto y las familias con hijos mayores de 34 años presentan el valor menos negativo.

La crisis de consumo también se nota en el sector de la joyería. No obstante, se deja notar sobre todo en los productos de precio medio, entre 600 y 1.500 euros, que han reducido las ventas en aproximadamente un 35% respecto al año anterior, según una entrevista publicada en el mes de diciembre a Pere Quera, máximo responsable de la joyería centenaria que lleva su nombre. Sin embargo, las ventas de productos de alta gama como relojes y joyas de marcas de prestigio, se habrían incrementado hasta compensar prácticamente el descenso generalizado de las ventas.

Además, la crisis está obligando a muchas personas a empeñar sus joyas, por ejemplo en los Montes de Piedad, para salir de algún apuro económico. Incluso en muchas ocasiones, se ven forzados a venderlas por necesidad. Según los cálculos de la empresa Oro Direct, especialista en oro de inversión, el número de particulares que vende objetos de oro y joyas para obtener liquidez ha crecido un 30% en el año 2008.

Alimentación, droguería, cosmética/higiene personal y textil:

Por tratarse de productos de primera necesidad, los indicadores que miden las expectativas de gasto de los consumidores en productos como la ali-

mentación, la ropa/calzado, los relacionados con la limpieza y la higiene personal, son los que presentan valores menos negativos. Los ciudadanos prefieren prescindir del consumo de otro tipo de productos que no son tan necesarios para vivir.

Sin embargo, dichos indicadores han sufrido también una profunda caída en el último trimestre, alcanzando incluso valores negativos (en septiembre todos presentaban valores positivos), lo que es significativo de la magnitud de la actual crisis.

El indicador de expectativas de gasto en alimentación es el único que presenta un valor positivo en el mes de diciembre de todos los 26 indicadores de consumo sectoriales, con 12,99 puntos, si bien ha sufrido un retroceso importante en el último trimestre, ya que en septiembre tenía un valor de 19,98 puntos. No obstante, mejoró levemente respecto al mes anterior, ya que en noviembre alcanzó un valor de 10,04 puntos.

Por tramos de edad, el de más de 65 años (con 10,58 puntos) y el comprendido entre los 15-24 años (con 11,7 puntos) son los que tienen valores más reducidos y, por tanto, estarían más dispuestos a renunciar al gasto en alimentación. Por sexos, el indicador alcanza los 13,44 puntos en el caso de las mujeres y los 12,53 puntos en los hombres, quienes parecen mostrar mayor disponibilidad para renunciar al gasto en alimentación. En esta ocasión, Canarias es la que presenta un valor positivo más elevado y, por tanto, más optimista, frente a la zona Norte que son los más dispuestos a renunciar a este gasto.

Por tipología de hogar, las familias con hijos entre 25 y 34 años son las más dispuestas a realizar gasto en alimentación y, por el contrario, las que tienen hijos entre 13 y 18 años son las que tienen un valor más negativo.

Las ventas de productos de alimentación en el comercio minorista se redujeron el 2,6% en el pasado mes de noviembre, según datos del INE.

El indicador de gasto en productos de droguería y limpieza del hogar terminó el mes de diciembre con un valor negativo de -2,61 puntos, después que en el mes de septiembre presentara un valor positivo de 2,99 puntos. No obstante, también

mejoró respecto al mes de noviembre, cuando alcanzó su valor más negativo en -5,19 puntos.

Es significativa la diferencia por sexos. En el caso de la mujer, el indicador se situó en -0,39 puntos, frente a los -4,94 puntos del hombre, lo que evidencia la mayor disposición a renunciar a este tipo de gastos por parte del hombre. Las mujeres parecen otorgar una mayor importancia a los artículos relacionados con la limpieza del hogar. Por tramos de edad, el de los 55-64 años es el único que presenta un indicador con signo positivo (0,88 puntos). Por zonas geográficas, los valores más optimistas son los del Este y Norte de la Península.

Las personas jóvenes que viven solas son las más dispuestas a renunciar a este gasto, mientras que las parejas maduras tienen el valor del indicador más positivo y parecen darle más importancia a este gasto.

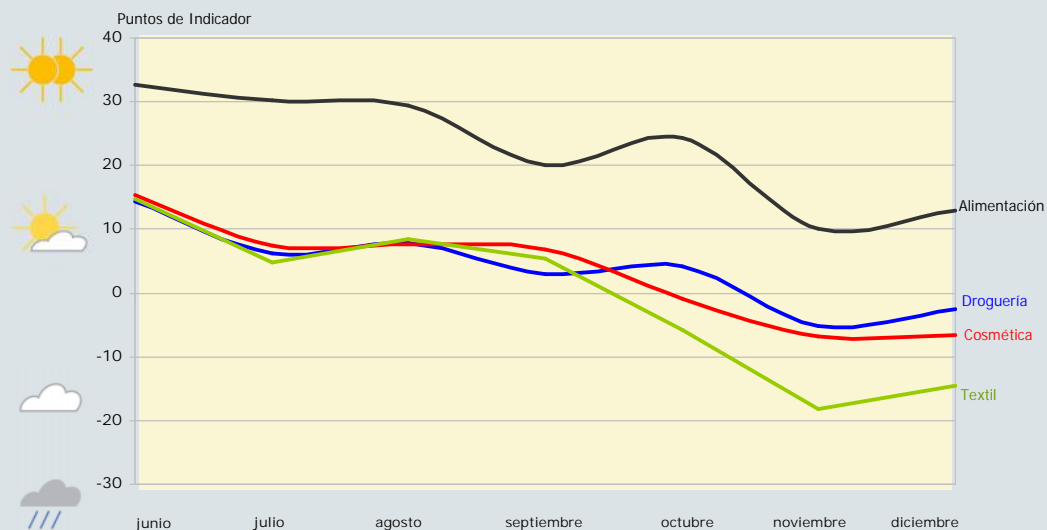
El indicador de gasto en cosmética e higiene personal es uno de los que más negativamente se

ha visto afectado. Ha pasado de tener un valor positivo de 6,89 puntos en septiembre a otro negativo de -6,64 puntos en diciembre. Por sexos, son las mujeres quienes presentan un valor más negativo y, por tanto, estarían más dispuestas a renunciar a este gasto que los hombres. Por tramos de edad, la población más joven, comprendida en la franja de 25-34 años y 15-24 años, son los que menos disposición tienen a renunciar a este gasto. Por zonas geográficas, el Este y Norte de la Península tienen los valores más positivos.

El hogar unipersonal formado por una persona madura tiene el valor más negativo de este indicador, al contrario que las familias con hijos entre 25 y 34 años, que tienen el valor más positivo.

Expectativas de Gasto Bienes de Primera Necesidad y Cuidado personal

GfK



12/08

Fuente: GfK Emer Market Research

El indicador de intención de gasto en productos textiles (ropa, calzado, etc.) es uno de los más afectados en el último trimestre, con una caída de 19,95 puntos, desde que cerrara septiembre con un valor positivo de 5,37 puntos y en diciembre tuviera un valor negativo de -14,58 puntos. Esta caída pone de manifiesto las dificultades que está teniendo el sector textil en la actual coyuntura económica.

Por sexos, las mujeres (con -15,35 puntos) estarían más dispuestas a renunciar al gasto en textil que los hombres (con -13,79 puntos). Por tramos de edad, queda muy claro que los más jóvenes (15-24 años) son los menos dispuestos a renunciar al con-

Servicios

La crisis afecta más negativamente al consumo de ocio, vacaciones y restaurantes

No cabe ninguna duda de que la crisis está modificando los hábitos de ocio de los españoles. No estamos dejando de ir al cine o a los restaurantes, pero ahora nuestras salidas son mucho más económicas. El cine por ejemplo se está viendo beneficiado y, por el contrario, otro tipo de ocio como las comidas fuera de casa o determinados viajes vacacionales son los que más negativamente se están viendo afectados. Son muy curiosas las conclusiones del portal de ocio en Internet "lanetro.com", quien afirma que la búsqueda de restaurantes con menú inferior a 24 euros ha aumentado un 25,7% en detrimento de aquellos en los que cuesta más de 36 euros, cuyas visitas han descendido un 37,5% respecto a hace un año. Los más beneficiados están siendo los restaurantes de comida rápida, que han visto incrementado en más de un 50% sus visitas con respecto al año pasado. Ocurre lo mismo con las visitas a la sección de cine, que se han incrementado en más de un 66%.

Los indicadores que miden la intención de gasto de los consumidores en productos relacionados con el ocio son los que presentan valores más negativos en el conjunto de los índices sectoriales, lo que evidencia el grave daño que está causando la crisis sobre estos sectores.

El indicador de expectativas de gasto en vacaciones y viajes ha perdido 16,8 puntos en el cuarto

sumo de este tipo de productos, frente al tramo de edad comprendido entre 55-64 años que son los más predispuestos, con un indicador de -26,89 puntos. Por zonas geográficas, Canarias es la que tiene un indicador más negativo y, la zona Norte, el más positivo.

Las parejas jóvenes constituyen el hogar que presenta el valor más negativo y, por tanto, más dispuesto a renunciar a este gasto. Por el contrario, las familias con hijos entre 7 y 12 años son las que tienen el valor menos negativo.

trimestre del 2008, cerrando con un valor de -27,47 puntos en diciembre.

Por sexos, los hombres con -28,86 puntos son los que presentan un valor más negativo, frente a los -26,15 puntos de las mujeres, poniendo de manifiesto su mayor predisposición para renunciar a este tipo de gastos. Por edades, el tramo de población con edad superior a los 65 años es el menos dispuesto a renunciar a este gasto, con -20,86 puntos, seguido de los más jóvenes (15-24 años) con -23,39 puntos, quienes prefieren renunciar a otro tipo de gasto antes que el ocio. La zona geográfica más optimista es otra vez el Norte de la Península.

La población entre 25-34 y la zona de Canarias son los más pesimistas frente a este gasto.

Los hogares con hijos entre 25 y 34 años tienen el indicador más negativo, mientras que las que tienen hijos mayores de 34 años son las menos dispuestas a renunciar al ocio.

La crisis golpea fuerte al sector turístico. La patronal de las empresas turísticas españolas, Exceltur, ha anunciado una caída de los ingresos reales del sector turístico español superior al 4% en 2008 y prevén otro descenso del 5,7% en 2009. Los sectores más afectados han sido las agencias de viajes, las empresas de alquiler de coches, los hoteles urbanos y las compañías aéreas.

El empeoramiento de las expectativas y el repunte del paro están haciendo que las familias pospongan sus desplazamientos. Según cifras del Instituto de Estudios Turísticos, dependiente de Industria, el número de viajes realizados por los españoles tanto al extranjero como internos en el tercer trimestre de 2008 fue de 38,1 millones de desplazamientos, lo que supone un descenso anual del 23%. Estos resultados son extrapolables a los nueve primeros meses del 2008. Estos descensos han impactado de manera directa en los ingresos de los establecimientos hoteleros, que cayeron en noviembre por primera vez desde abril de 2005.

El turismo se aferra a la nieve para afrontar el nuevo año 2009. Las agencias y los hoteleros confían en el esquí, en un comienzo de temporada que promete ser bueno. En el puente de diciembre, las principales estaciones de esquí alcanzaron niveles de ocupación media del 90%.

El indicador de expectativas de gasto en productos para el ocio/hobbies también ha evolucionado bastante negativamente en el último trimestre del pasado año, pasando de -15,62 puntos en

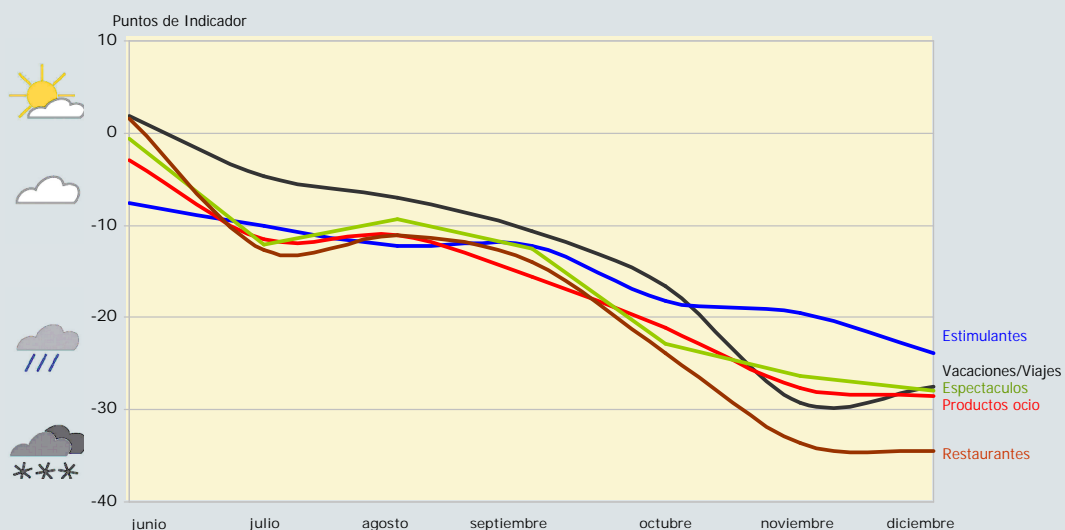
el mes de septiembre a -28,55 puntos en diciembre, lo que supone una caída de 12,93 puntos.

Nuevamente el tramo de población más joven, comprendido entre 15-24 años, es el que presenta un valor menos negativo (-21,91 puntos) y, por tanto, son los menos dispuestos a renunciar al ocio. Por sexos, las mujeres, con -29,26 puntos, estarían más dispuestas a renunciar a los productos de ocio que los hombres.

El indicador sobre intención de gasto en restaurantes es el que peor se ha comportado en el cuarto trimestre del año pasado, dejándose 20,44 puntos y cerrando el mes de diciembre con el valor más negativo de todos los indicadores sectoriales, -34,42 puntos. Para hacernos una idea de la intensidad con la que la crisis está deteriorando este sector, el indicador del mes de junio presentaba todavía un valor positivo de 1,62 puntos.

Expectativas de Gasto Ocio

GfK



Por sexos, no existe diferencia significativa y por tramos de edad, los más jóvenes (15-24 años) son los que tienen un valor menos negativo, con -29,97 puntos. La zona geográfica más optimista vuelve a ser la Norte. El tramo comprendido entre 55-64 años y la zona de Canarias son los que tienen un valor más negativo.

Según el estudio de Consumo Alimentario extradoméstico, elaborado por la empresa de investigación Nielsen para el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), el volumen de alimentos consumidos en los establecimientos de restauración descendió un 4,6% en el período comprendido entre el tercer trimestre de 2007 y 2008, siendo un ejemplo del impacto de la crisis en el sector de la restauración. Por tipo de alimentos, el mayor descenso en volumen se produce en las bebidas alcohólicas de alta graduación, que sufrió un descenso del 13,2%, seguidas de una bajada del 10% en el volumen de compra del vino por parte de los establecimientos hosteleros. El pescado y la carne sufrieron un descenso del 9,4% y 8,5% respectivamente.

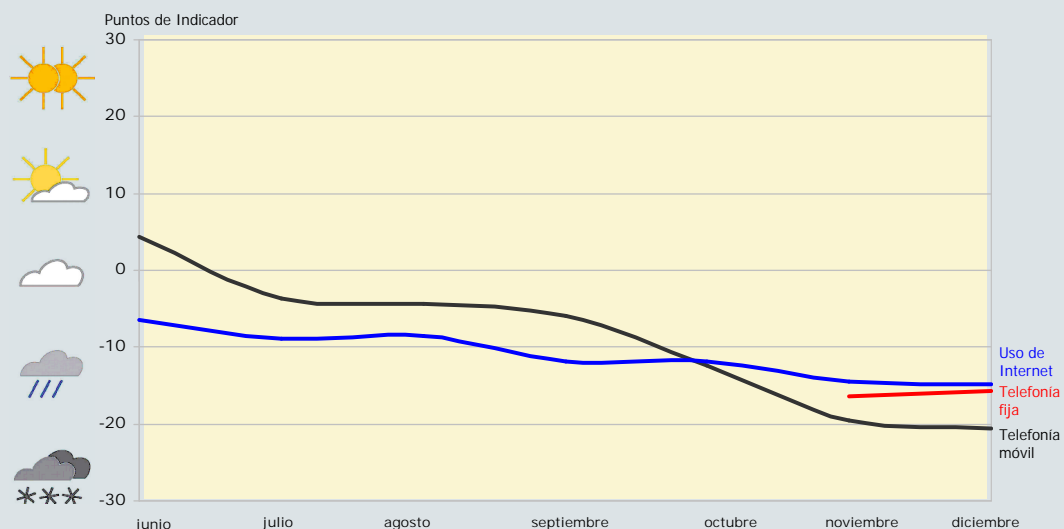
Las expectativas de gasto en teatros, cines, museos, eventos deportivos, etc. también se han comportado negativamente en el último trimestre del año 2008, con una pérdida de 15,3 puntos, que le han llevado a cerrar el mes de diciembre con un valor de -27,9 puntos.

Por sexos, las mujeres (con -28,76 puntos) muestran algo más de disponibilidad para renunciar a este tipo de gastos que los hombres (con -27,0 puntos). Por tramos de edad, nuevamente los más jóvenes (15-24 años) son los más reacios a renunciar a este tipo de consumo vinculado al ocio (con -24,03 puntos) y curiosamente el siguiente tramo de edad (25-34 años) presentaría el valor más negativo (con -33,25 puntos).

Los ciudadanos del Noroeste de España son los que tienen un valor más negativo y los de Norte los más optimistas hacia este tipo de gasto en ocio.

Expectativas de Gasto Telecomunicaciones

GfK



12/08

Fuente: GfK Emer Market Research

Telecomunicaciones

Los indicadores de intención de gasto en productos de telecomunicaciones, como la telefonía o internet, también están sufriendo descensos muy importantes en los últimos meses. El de telefonía móvil ha pasado de -5,89 puntos en el mes de septiembre a -20,53 puntos en diciembre. El de telefonía fija, a pesar de tener un valor negativo, con -15,7 puntos en diciembre, aparentemente no sufre tanto descalabro e, incluso, mejora levemente respecto al mes de noviembre (-16,42 puntos). El indicador que mide las expectativas de uso de Internet también se deteriora, pero su disminución es bastante más leve que el de telefonía móvil, pasando de -8,51 puntos en septiembre a -14,76 puntos en diciembre.

Por sexos, las diferencias no son muy significativas, a excepción de la telefonía móvil, en el que los hombres (con -17,93 puntos) parecen bastante menos dispuestos a renunciar a este consumo que las mujeres (con -23,01 puntos). Asimismo, por tramos de edad, los más jóvenes (15-24 años) son los que menos disposición muestran para renunciar al consumo de Internet y de telefonía móvil, con valores de -5,95 puntos y -15,87 puntos respectivamente, mientras que son los que menos interés muestran por la telefonía fija, ya que su indicador presenta el valor más negativo (-18,14 puntos).

Por zonas geográficas, la población de Canarias es la más negativa y la del Este la que tiene un valor más positivo.

Los hogares compuestos por parejas de personas mayores son los más dispuestos a renunciar al gasto en telefonía móvil, mientras son de los que más preferencia muestran frente al gasto en telefonía fija. Las familias con hijos entre 19 y 24 años tienen el valor menos negativo de intención de gasto en telefonía móvil.

La crisis económica también está produciendo cambios en los hábitos de consumo de los usuarios y en la forma de relacionarse con los operadores. Las ventas de móviles en 2008 sufrieron una caída entre el 6% y el 8%, hasta situarse en un número de unidades vendidas próximo a los 21 millones, siendo la primera caída desde que en 2001 estallara la burbuja tecnológica, según noticia publicada en el diario Cinco Días el 08.01.2009 aludiendo a

los operadores, fabricantes y patronales como fuentes consultadas. Son datos todavía provisionales, a la espera del balance final tras contabilizar las ventas de la festividad de Reyes Magos. La principal caída la han sufrido los terminales libres, que son los que no están vinculados ni subvencionados por ningún operador, que en 2008 no han alcanzado el 5% del mercado, frente a un 10% en 2007.

Según datos del último informe mensual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones correspondiente al mes de octubre, en el mes de octubre se dieron de baja 61.791 líneas de telefonía fija, de las que 35.538 fueron empresariales. Por el contrario, el total de líneas móviles aumentó en 242.913 líneas, que supone un crecimiento del 4,6% que en el mismo mes del año anterior. No obstante, entre julio y septiembre, las 248.525 altas netas del trimestre representan un descenso del 22%, por la crisis y el grado de maduración alcanzado en el mercado de telefonía móvil, con una penetración del 86%.

Lotería y apuestas

A pesar de que en tiempos de crisis, el consumo de loterías muchas veces se incrementa, el indicador de intención de gasto en loterías y apuestas también se redujo en el último trimestre, pasando de -8,77 puntos en septiembre a -18,81 puntos en el mes de diciembre. No obstante, dicho valor es todavía mejor que el que presentó en el pasado mes de julio, con -21,35 puntos.

Los hombres, con -18,16 puntos (frente a -19,44 puntos de las mujeres) y el tramo de edad comprendido entre 25-34 años (con -14,13 puntos) son los segmentos que presentan valores menos negativos y, por tanto, son más reacios a renunciar a este tipo de gasto. El valor más negativo corresponde al tramo más joven (15-24 años), con -22,68 puntos, que parece el menos interesado en los juegos de azar.

La zona geográfica con un valor más negativo es Canarias.

Los hogares formados por adultos conviviendo son los que muestran mayor disposición a renunciar al gasto en loterías, frente a las familias con hijos

mayores a 34 años, que tienen el valor menos negativo.

España es un país en el que la Lotería tiene un éxito importante. Además, el sector de las loterías y apuestas se está viendo reforzado en los últimos meses como consecuencia de la crisis económica. En tiempos de crisis se recurre más a los juegos de azar como una posible opción para mejorar la situación económica individual. Con poca inversión y riesgo se puede optar a grandes premios.

Según información facilitada por uno de los principales portales de venta de loterías y apuestas del

Estado a través de Internet, Ventura 24, la crisis ha aumentado el número de jugadores que apuestan en juegos de azar y sus previsiones antes de la campaña de Navidad eran incrementar las ventas de Lotería de Navidad por Internet en un 25% respecto al año 2007.

Asimismo, los datos de Loterías y Apuestas del Estado antes de la campaña de Navidad reflejaban un incremento en las ventas también del 25% en los seis primeros meses del año, llegando a los 4.102 millones de euros, lo que evidencia que en época de crisis nos encomendamos aún más en la suerte para mejorar nuestra situación.

Tabla 2: Expectativas de gasto en cada sector

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Vacaciones/Viajes	1,85	-4,74	-7,02	-10,67	-16,6	-29,25	-27,47
Mobiliario	-21,46	-21,8	-20,85	-20,56	-29,61	-25,32	-21,96
Electrodomésticos	-17,15	-18,95	-19,29	-20,44	-27,28	-22,47	-23,68
Droguería	14,35	6,19	7,86	2,99	4,23	-5,19	-2,61
Alimentación	32,61	30,14	29,47	19,98	24,38	10,04	12,99
Estimulantes	-7,59	-10,03	-12,27	-12,2	-18,16	-19,5	-23,9
Cosmética/Higiene personal	15,46	7,54	7,62	6,89	-0,99	-6,73	-6,64
Textil	14,85	4,8	8,47	5,37	-5,76	-18,27	-14,58
Joyería/Accesorios	-22,18	-26,18	-24,91	-22,48	-31,27	-28,4	-29,57
Electrónica	-14,22	-16,96	-16,67	-18,83	-23,36	-22,84	-23,58
Automóviles	-16,57	-20,55	-20,11	-18,87	-22,83	-21,11	-18,67
Uso de Internet	-6,44	-8,87	-8,51	-11,88	-11,82	-14,52	-14,76
Reformas del hogar	-16,45	-21,22	-20,23	-20,86	-23,48	-23,58	-24,16
Adquisición/Construcción vivienda	-19,95	-21,2	-22,14	-22,98	-27,45	-22,53	-23,75
Productos de ocio/hobby	-2,87	-11,46	-11,07	-15,62	-21,12	-27,58	-28,55
Telefonía móvil	4,44	-3,69	-4,36	-5,89	-12,38	-19,59	-20,53
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-0,54	-12,04	-9,4	-12,6	-22,79	-26,33	-27,9
Restaurantes	1,62	-12,72	-11,06	-13,98	-23,83	-33,55	-34,42
Lotería/Apuestas	-12,49	-21,35	-16,13	-8,77	-12,92	-12,7	-18,81
Inversión a largo plazo para ahorrar	-17,4	-20,62	-19,86	-22,38	-26,47	-20,29	-24,66
Inversión a corto plazo para ahorrar	-16,91	-21,47	-21,36	-23,33	-29,57	-21,77	-24,18
Inversión a corto plazo para obtener interés	-19,32	-22,37	-21,43	-22,28	-27,75	-19,97	-22,96
Periódicos						-17,18	-17,82
Telefonía fija						-16,42	-15,7
Seguros del automóvil						-13,78	-11,74
Seguros del hogar						-13,92	-10,21

Tabla 3: Expectativas de gasto en cada sector por sexo y edad. Diciembre

	Hombres	Mujeres	15-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 años o más
Vacaciones/Viajes	-28,86	-26,15	-23,39	-32,45	-25,93	-30,77	-32,35	-20,86
Mobiliario	-22,13	-21,8	-16,73	-22,66	-19,43	-22,85	-25,95	-24,17
Electrodomésticos	-23,34	-23,99	-20,51	-18,44	-28,31	-22,86	-29,37	-23,69
Droguería	-4,94	-0,39	-6,31	-2,66	-2,54	-0,11	0,88	-4,31
Alimentación	12,53	13,44	11,7	13,3	14,06	14,39	14,23	10,58
Estimulantes	-23,31	-24,48	-19,7	-20,15	-21,35	-24,34	-31,83	-27,9
Cosmética/Higiene personal	-6,04	-7,21	-5,81	-3,36	-7,42	-7,52	-9,9	-7,08
Textil	-13,79	-15,35	-0,34	-15,86	-15,36	-13,55	-26,89	-15,34
Joyería/Accesorios	-29,03	-30,1	-26,28	-31,34	-32,12	-27,58	-29,31	-29,25
Electrónica	-23,01	-24,13	-19,98	-15,88	-29,41	-22,22	-29,07	-25,87
Automóviles	-15,93	-21,31	-20,93	-15,39	-17,53	-15,07	-19,87	-23,81
Uso de Internet	-14,81	-14,71	-5,95	-10,41	-10,8	-16,55	-21,12	-23,98
Reformas del hogar	-23,04	-25,23	-16,62	-23,81	-25,52	-24,75	-26,56	-26,46
Adquisición/Construcción vivienda	-23,47	-24,01	-16,68	-21,17	-27	-26,49	-24,63	-25,4
Productos de ocio/hobby	-27,81	-29,26	-21,91	-29,3	-32,99	-21,76	-34,88	-29,3
Telefonía móvil	-17,93	-23,01	-15,87	-15,49	-21,89	-22,21	-24	-24,14
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-27	-28,76	-24,03	-33,25	-28,91	-24,87	-32,43	-23,42
Restaurantes	-34,79	-34,07	-29,97	-35,42	-36,79	-35,66	-37,53	-31,13
Lotería/Apuestas	-18,16	-19,44	-22,68	-14,13	-21,01	-20,44	-16,52	-18,99
Inversión a largo plazo para ahorrar	-25,66	-23,7	-19,67	-24,73	-28,21	-27,52	-24,56	-22,27
Inversión a corto plazo para ahorrar	-25,5	-22,92	-17,23	-25,22	-25,58	-28,37	-24,3	-23,17
Inversión a corto plazo para obtener interés	-23,31	-22,63	-18,46	-24,95	-24,44	-23,82	-22,87	-21,93
Periódicos	-18,54	-17,13	-22,62	-18,65	-12,64	-18,45	-12,26	-21,9
Telefonía fija	-15,87	-15,54	-18,14	-17,08	-15,51	-16,57	-14,15	-13,03
Seguros del automóvil	-10,26	-13,16	-10,96	-9,55	-9,44	-11,9	-12,14	-16,54
Seguros del hogar	-8,69	-11,67	-16,02	-8,97	-9,43	-9,88	-7,25	-10,41

Tabla 4: Expectativas de gasto en cada sector por zona geográfica. Diciembre

	Noreste	Este	Sur	Centro	Noroeste	Norte	Canarias
Vacaciones/Viajes	-29,91	-13,33	-36,79	-23,03	-47,16	-4,22	-47,46
Mobiliario	-25,07	-7,51	-19,87	-23,46	-44,16	-6,08	-39,37
Electrodomésticos	-29,03	-5,36	-21,8	-23,43	-49,86	-6,86	-43,26
Droguería	-3,09	4,42	-3	-5,22	-3,48	0,56	-14,19
Alimentación	10,59	17,71	13,81	11,38	10,27	3,01	40,66
Estimulantes	-29,84	-10,58	-29,79	-22,22	-31,36	-7,61	-39,51
Cosmética/Higiene personal	-9,89	2,3	-5,86	-7,62	-2,58	1,82	-46,56
Textil	-18,3	-7,08	-17,88	-11,57	-17,04	-1,75	-43,32
Joyería/Accesorios	-36,79	-8,12	-33,52	-26,05	-52,5	-12,52	-48,88
Electrónica	-28,02	-5,68	-26,02	-24,38	-40,41	-7,91	-41,51
Automóviles	-28,24	-6,1	-18,97	-23,67	-19,42	-3,86	-19,23
Uso de Internet	-17,1	-4,93	-7,61	-21,42	-30,48	-0,43	-29,6
Reformas del hogar	-28,05	-6,5	-18,42	-26,09	-52,53	-8,82	-46,85
Adquisición/Construcción vivienda	-25,97	-4,47	-23,02	-24,27	-57,16	-9,75	-30,15
Productos de ocio/hobby	-33,82	-15,41	-28,28	-33,71	-37,69	-8,8	-44,5
Telefonía móvil	-26,6	-9,62	-17,83	-22,42	-28,79	-9,91	-33,65
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-33,97	-19,88	-25,92	-31,07	-43,96	-1,23	-38,74
Restaurantes	-45,42	-21,87	-43,14	-30,81	-37,93	-9,95	-46,79
Lotería/Apuestas	-29,93	11,71	-22,66	-20,34	-29,17	-6,46	-44,56
Inversión a largo plazo para ahorrar	-31,38	-12,09	-16,54	-24,36	-51,18	-13,04	-34,16
Inversión a corto plazo para ahorrar	-28,16	-11,45	-18,87	-24,98	-51,86	-9,4	-34,16
Inversión a corto plazo para obtener interés	-25,94	-3,42	-18,87	-26,15	-50,93	-12,22	-34,16
Periódicos	-21,53	-7,33	-18,23	-19	-27,29	-2,81	-37,49
Telefonía fija	-18,38	-8,47	-18,64	-19,13	-18,99	-4,26	-14,5
Seguros del automóvil	-14,69	-3,95	-13,17	-13,94	-17,1	0,06	-19,55
Seguros del hogar	-15,68	-0,95	-11,55	-11,64	-8,54	2,4	-32,76

Tabla 5: Expectativas de gasto en cada sector por ciclo de vida del hogar. Diciembre

	Unipersonal Joven	Unipersonal maduro	Unipersonal mayor	Pareja joven	Pareja madura	Pareja mayor	TOTAL HOGARES CON HIJOS	Familia con hijos hasta 3 años	Familia con hijos entre 3 y 6 años	Familia con hijos entre 7 y 12 años	Familia con hijos entre 13 y 18 años	Familia con hijos entre 19 y 24 años	Familia con hijos entre 25 y 34 años	Familia con hijos mayor de 34 años	Jóvenes conviviendo	Adultos conviviendo	Monoparental
Vacaciones/Viajes	-40,24	-30,77	-15,86	-40,14	-22,65	-34,66	-28,01	-33,59	-31,08	-24,39	-30,37	-16,63	-41,49	-12,57	0	-16,66	-40,24
Mobiliario	-9,74	-27,92	-19,82	-24,2	-27,05	-28,27	-21,21	-20,98	-25,4	-21,67	-20,36	-13,31	-35,1	-16,78	0	-18,9	-9,74
Electrodomésticos	-28,53	-35,22	-20,13	-24,62	-23,88	-22,66	-22,61	-23,61	-26,13	-24,73	-22,95	-10,23	-21,1	-18,85	0	-13,79	-28,53
Droguería	-12,72	-1,1	-5,91	-10,34	2,5	1,46	-1,66	2,06	-0,67	-0,79	-4,23	-4,61	-7,09	-0,78	0	-0,68	-12,72
Alimentación	16,86	17,15	7,8	13,38	15,15	15,14	11,82	18,86	14,42	14,81	4,46	6,94	19,97	11,65	0	19,29	16,86
Estimulantes	-17,81	-35,93	-25,01	-19,81	-22,81	-28,88	-23,84	-27,55	-25,95	-20,08	-23,49	-20,33	-37	-14,76	0	-13,72	-17,81
Cosmética/Higiene personal	-10,27	-14,04	-3,31	-10,52	2,37	-12,54	-7,34	-1,87	-6,29	-7,48	-12,62	-5,41	3,94	-3,13	0	-5,18	-10,27
Textil	-21,48	-22,25	-16,14	-25,48	-11,21	-16,39	-11,64	-7,99	-9,18	-3,74	-13,71	-12,24	-13,54	-12,12	0	-14,75	-21,48
Joyería/Accesorios	-40	-27,25	-28,15	-38,06	-29,52	-29,45	-29,42	-36,48	-32,91	-25,47	-30,83	-24,34	-43,77	-17,81	0	-23,38	-40
Electrónica	-11,93	-40,85	-19,48	-23,33	-24	-28,99	-22,51	-26,02	-26,65	-24,13	-19,44	-15,66	-47,53	-15,96	0	-16,13	-11,93
Automóviles	-3,92	-16,04	-25,52	-32,36	-22,45	-15,91	-17,89	-17,46	-18,11	-18,94	-22,59	-15,42	-41,36	-11,88	0	-20,06	-3,92
Uso de Internet	-15,67	-26,29	-22,94	-7,43	-12,93	-25,46	-12,9	-18,8	-13,98	-9,42	-14,47	-10,53	-0,85	-10,29	0	-11,3	-15,67
Reformas del hogar	-29,56	-35,56	-21,46	-31,46	-25,7	-28,79	-21,22	-25,64	-28,51	-21,46	-19,57	-11,46	-31,91	-16,52	0	-14,43	-29,56
Adquisición/Construcción vivienda	-18,76	-31,97	-22,4	-27,28	-27,58	-24,86	-24,19	-28,97	-27,11	-23,89	-26,49	-20,64	-20,37	-12,19	0	-17,66	-18,76
Productos de ocio/hobby	-39,64	-33,13	-27,55	-32,01	-28,93	-32,27	-27,76	-35,08	-34,74	-21,7	-32,25	-22,68	-41,8	-14,03	0	-28,17	-39,64
Telefonía móvil	-15,22	-26,96	-18,52	-15,95	-27,54	-27,98	-20,01	-20,09	-19,92	-22,44	-23,27	-11,15	-23,52	-13,21	0	-19,31	-15,22
Visita a Teatros/Cines/Museos/eventos deportivos	-32,23	-41,27	-22,36	-35,81	-26,78	-22,3	-28,32	-34,41	-36	-22,68	-28,79	-21,97	-49,93	-9,61	0	-22,73	-32,23
Restaurantes	-22,75	-40,89	-22,48	-42,32	-36,04	-39,78	-36,43	-44,56	-42,26	-28,08	-36,71	-39,22	-66,74	-18,91	0	-40,29	-22,75
Lotería/Apuestas	-15,66	-22,95	-19,13	-21,88	-16,5	-11,4	-21,43	-14,19	-20,64	-23,17	-27,3	-19,56	-20,28	-8,05	0	-27,25	-15,66
Inversión a largo plazo para ahorrar	-33,18	-30,88	-20,37	-28,34	-26,48	-25,11	-24,23	-24,63	-26,02	-22,89	-28,77	-21,24	-20,36	-15,5	0	-23,77	-33,18
Inversión a corto plazo para ahorrar	-24,44	-33	-18,48	-34,73	-27,96	-28,38	-23,41	-24,89	-25,77	-21,38	-27,23	-18,72	-18,2	-12,63	0	-25,03	-24,44
Inversión a corto plazo para obtener interés	-22,98	-34,12	-19,49	-35,55	-22,43	-23,83	-21,93	-23,88	-21,92	-19,15	-26,67	-19,56	-24,16	-12,38	0	-23,13	-22,98
Periódicos	-24,01	-22,52	-21,53	-20,48	-12,23	-22,64	-16,34	-18,72	-14,05	-16,49	-20,49	-12,07	-33,66	-11,7	0	-15,14	-24,01
Telefonía fija	-18,97	-18,45	-13,59	-13,99	-12,8	-8,4	-17,23	-16,61	-15,14	-15,68	-26,41	-12,63	-55,22	-4,57	0	-8,45	-18,97
Seguros del automóvil	1,12	-26,34	-18,71	-15,14	-10,81	-10,65	-10,51	-11,67	-11,13	-10,82	-12,16	-8,86	0,65	-9,68	0	-17,58	1,12
Seguros del hogar	-5,16	-9,73	-8,58	-23,05	-9,81	-10,01	-9,99	-12,55	-10,94	-13,3	-11,96	-4,29	-15,02	-7,22	0	-13,53	-5,16

GfK de Clima de Consumo en España. Perspectivas

Índice de confianza: incertidumbre en los próximos meses

Como hemos visto, la confianza de los consumidores en el último trimestre del año 2008 volvió a deteriorarse, como consecuencia principalmente de las menores expectativas de renta y de gasto. El fuerte ritmo de destrucción de empleo en España y la desconfianza imperante sobre la evolución de la coyuntura económica, están provocando el hundimiento de las expectativas de gasto en todos los sectores de la economía.

Sin embargo, valoramos positivamente el hecho de que el deterioro experimentado por el Índice de Confianza del Consumidor en el último trimestre del 2008 se haya deteriorado a un ritmo inferior al tercer trimestre. Eso ha sido posible ya que se han “solucionado” dos aspectos que produjeron un grave deterioro de la confianza de los consumidores en el tercer trimestre.

En primer lugar, la crisis de confianza que existía en ese momento sobre la solvencia de los bancos y el miedo a un posible derrumbe del sistema financiero internacional se ha solventado en gran medida, gracias a las medidas adoptadas de apoyo al sistema financiero y a la economía en general por parte de los gobiernos de todo el mundo, que han inyectado la confianza necesaria. Este ha sido el primer paso para tratar de solucionar con posterioridad los problemas de la economía “real”, es decir los que afectan a empresas y hogares.

Otro de los aspectos que más preocupaba en el tercer trimestre era el petróleo, que había alcanzado unos precios muy elevados, lo que provocaba elevados costes de producción a numerosos sectores de la economía y una inflación excesiva en un momento de estancamiento económico. En esos momentos existía un miedo importante de estancamiento. En el último trimestre se ha producido un desplome en el precio del petróleo y de la inflación,

principalmente por la propia crisis económica, que ha provocado la caída de la demanda de petróleo y del consumo privado. Gracias a esto, en el cuarto trimestre el indicador parcial de expectativas de precios se ha comportado de manera positiva. No debemos dejar pasar tampoco la disminución de los tipos de interés que se ha producido en el último trimestre del año pasado y que previsiblemente continuará en los próximos meses. La bajada generalizada de los precios está permitiendo que el Banco Central Europeo esté aplicando sucesivas bajadas del tipo de interés para incentivar la inversión y el consumo. La consecuencia más directa está siendo la bajada del euribor, el tipo de interés de referencia más utilizado en las hipotecas. De esta manera, las hipotecas que se están revisando a partir del pasado mes de diciembre llevan implícitas un menor importe de la cuota, gracias a la menor carga financiera. Esto supondrá un balón de oxígeno importante para el deteriorado bolsillo de los ciudadanos en los próximos meses.

¿Qué esperamos para 2009?

Las previsiones para el nuevo año 2009 son bastante pesimistas. La mayoría de organismos e instituciones, nacionales e internacionales, prevén para el año 2009 crecimientos negativos de la economía española entre el 1% y el 2%, con crecimientos de la tasa de paro que podrían llegar hasta el 15-16%, lo que supondría incrementar la actual cifra de desempleados en un millón de personas, superándose los cuatro millones de personas en paro.

El Gobierno español prevé una disminución del PIB del 1,6% en 2009 y una vuelta a la senda del crecimiento en 2010, con incrementos del paro hasta el 15,9% para este año 2009. Consideran que en la segunda mitad de este año, se iniciará una paulatina recuperación que permitirá volver a crear empleo y reducir la tasa de paro en 2010 (hasta el 15,7%). Las previsiones de la Comisión Europea son todavía peores, ya que pronostican una contracción de la economía española del 2% en 2009 y del 0,2% en 2010, alcanzando una tasa de paro del 16,1% en 2009, que se incrementaría hasta el 18,7% en 2010.

En estas circunstancias será difícil apreciar una mejora significativa del Índice de Confianza del Consumidor en el próximo año, al menos durante el primer semestre. Los indicadores de expectativas de renta, de gasto y de coyuntura económica todavía reflejarán valores muy negativos.

En todo caso podríamos apreciar alguna recuperación adicional en los indicadores de expectativas de precios y de ahorro, si no se produjeran incrementos significativos en el precio del petróleo, como consecuencia del alivio que irán notando los consumidores gracias al notable abaratamiento que se producirá de las hipotecas y de los precios en general.

Si las medidas adoptadas en España, en primer lugar de apoyo al sector financiero, y también las que se llevarán a cabo durante el año 2009, consiguen reactivar el empleo, podríamos apreciar cierta recuperación de la confianza de los consumidores y del consumo privado a partir del segundo semestre de año.

No obstante, muchos expertos reclaman, dada la gravedad de la actual crisis, que seguramente sea necesario adoptar nuevas medidas de reactivación económica, más enfocadas a rebajas de tipo fiscal como la bajada de las cotizaciones a la seguridad social, recortes de impuestos (incluso el IRPF), así como otras más orientadas a determinados sectores específicos (automoción y turismo principalmente), los más afectados por la actual recesión económica. Por último, el actual período de dificultad económica justificaría ahora más que nunca la adopción de reformas estructurales que mejoren la competitividad de las empresas

Ficha Técnica

Indicadores Globales

Los índices se elaboran a partir de los resultados de los estudios del consumidor publicados por la Comisión Europea que realiza 2.000 entrevistas mensuales a población general.

Indicadores Sectoriales

Universo: población española de 16 o más años

Ámbito: nacional

Tamaño muestral: 1.000 entrevistas mensuales

Error muestral: $\pm 3,10\%$, con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de $p=q=0,5$.

Interpretación de índices sectoriales

Estos índices se elaboran a partir de las respuestas de los entrevistados a la pregunta de su intención de gastar durante los próximos 12 meses en diferentes artículos o sectores en comparación con los últimos 12 meses.

Cada índice se elabora como la diferencia entre el porcentaje de entrevistados que manifiestan su intención de gastar más o mucho más en los próximos 12 meses de lo que gastó los últimos 12 y el porcentaje de los que manifiestan que gastarán menos o mucho menos.

Equipo Técnico

Responsables:

Cristina Martínez y Antonieta Martín

Elaboración de índices globales:

Rolf Bürkl

Elaboración de índices sectoriales:

Cristina Martínez

Equipo de Redacción:

Javier Vega

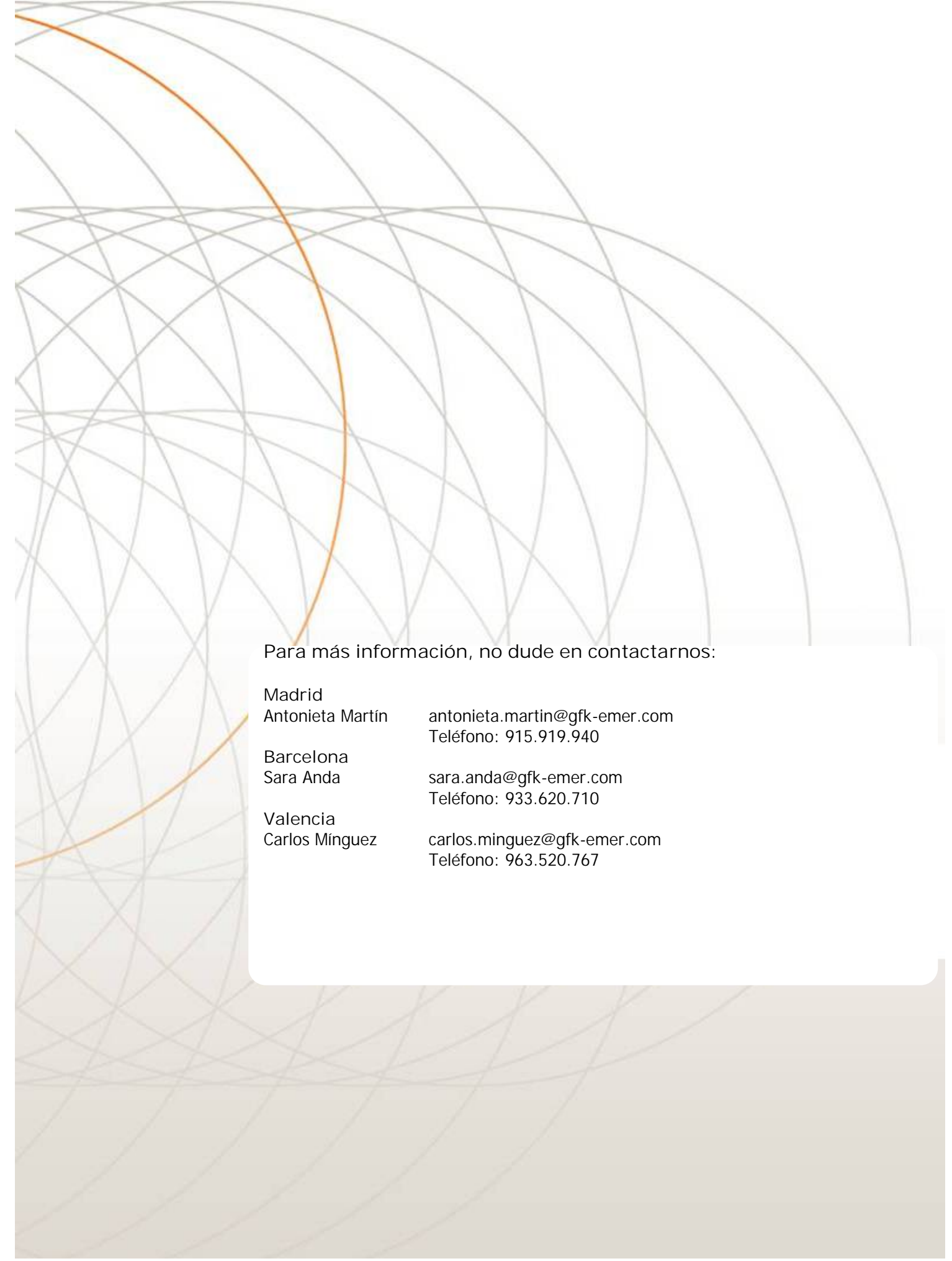
Carolina Espada

Antonieta Martín

Cristina Martínez

Índice de Tablas

Tabla 1: Indicadores de confianza de los consumidores en una mirada	16
Tabla 2: Expectativas de gasto en cada sector	40
Tabla 3: Expectativas de gasto en cada sector por sexo y edad	40
Tabla 4: Expectativas de gasto en cada sector por zona geográfica	41
Tabla 5: Expectativas de gasto en cada sector por ciclo de vida del hogar	41



Para más información, no dude en contactarnos:

Madrid

Antonieta Martín

antonieta.martin@gfk-emer.com

Teléfono: 915.919.940

Barcelona

Sara Anda

sara.anda@gfk-emer.com

Teléfono: 933.620.710

Valencia

Carlos Mínguez

carlos.minguez@gfk-emer.com

Teléfono: 963.520.767