



Informe de resultados mensual

GfK Clima de Consumo

Febrero 2011



Interpretación de los Indicadores GfK en Europa

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

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



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



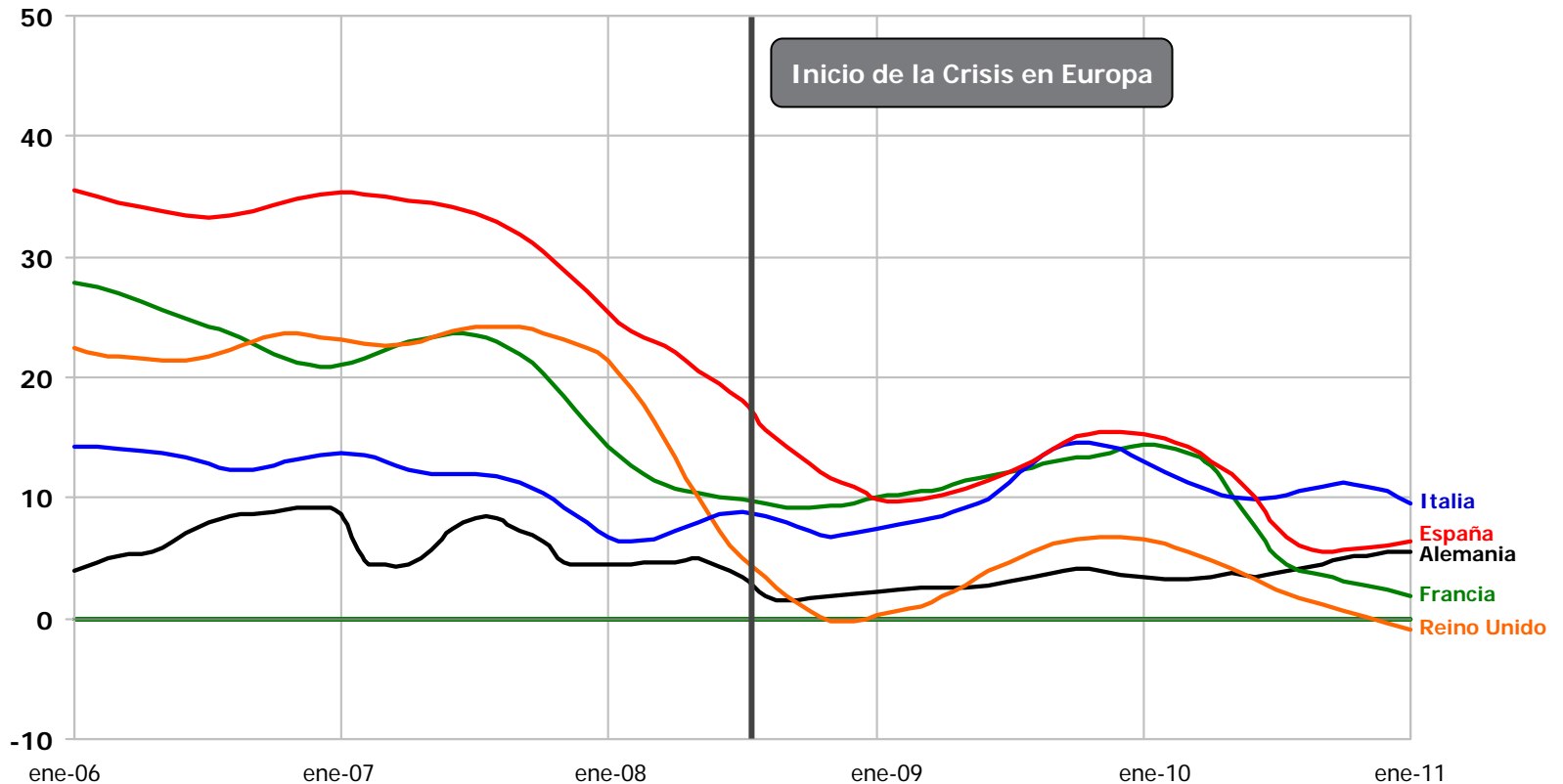
El consumidor español ni premia ni castiga al mercado

• Los resultados del mes de enero muestran, como en meses anteriores, un nuevo avance de la confianza del mercado **español**. El primer dato de 2011 supone un mantenimiento de la línea de mejora paulatina identificada a finales de 2010, y se dejan atrás los indicadores más críticos obtenidos en el último cuatrimestre de 2010.

• El **Reino Unido** se sitúa nuevamente como el peor parado de los cinco, y continúa un descenso lineal de sus valores de confianza económica. **Alemania** reproduce con exactitud su comportamiento y confirma, nuevamente, un mes más de subidas en cada esfera de análisis: renta, desempleo, situación económica y expectativas de gasto.



Índice de Confianza del Consumidor



01/11

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

© by GfK Marktforschung

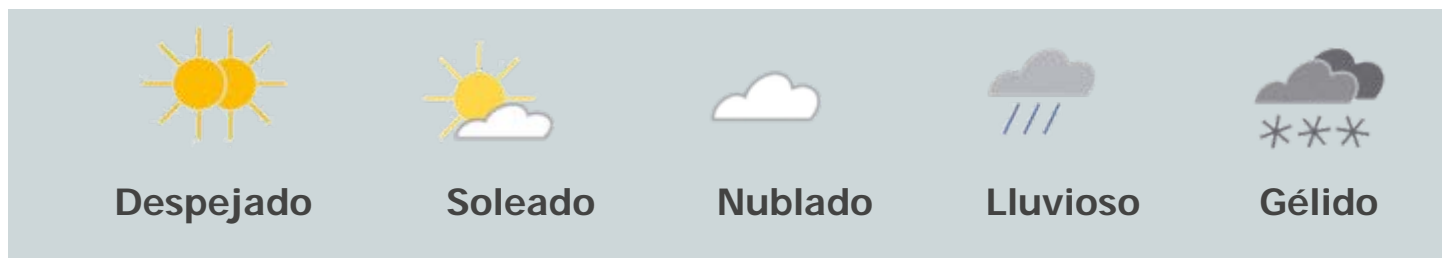
Si desea consultar los indicadores analizados en este estudio, haga clic aquí





Indicadores GfK de Confianza Sectorial en España

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

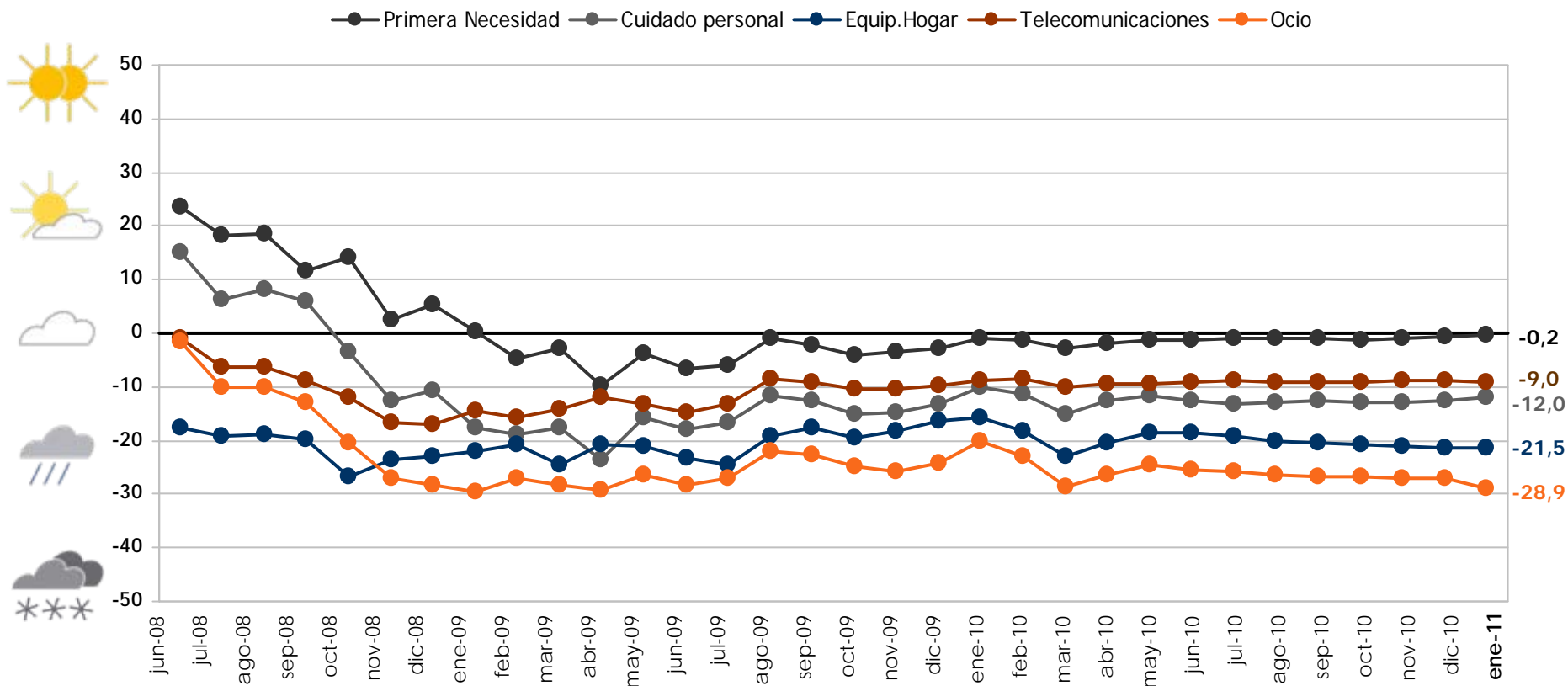


- Todos los índices toman valores entre **-100 y 100**.
- Un **valor negativo** del indicador muestra que el porcentaje de entrevistados que recortarán su presupuesto en el futuro es superior al porcentaje de quienes dedicarán más recursos.
- Un indicador con **valor 0** señala que existe equilibrio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



Las proyecciones de gasto por partidas siguen estabilizadas en valores bajos

• Las sensaciones arrojadas por los consumidores españoles en el mes de enero en cuanto a su proyección de gasto en las principales áreas de consumo reinciden en la estabilidad respecto a meses anteriores. Las líneas que representan cada sector caminan paralelas, y a excepción de ocio, partida que debemos de analizar con cuidado debido al paso de las fiestas de navidad, el resto de los cuatro grandes bloques de gasto parecen continuar en una situación de expectativa continua. Al igual que las proyecciones establecidas para el PIB español en 2011, la confianza del consumidor se mueve décima a décima. Los datos macroeconómicos de voluntad de gasto futuro (página 9) invitan al optimismo moderado, pero el análisis sector a sector habla de un mes más de espera.

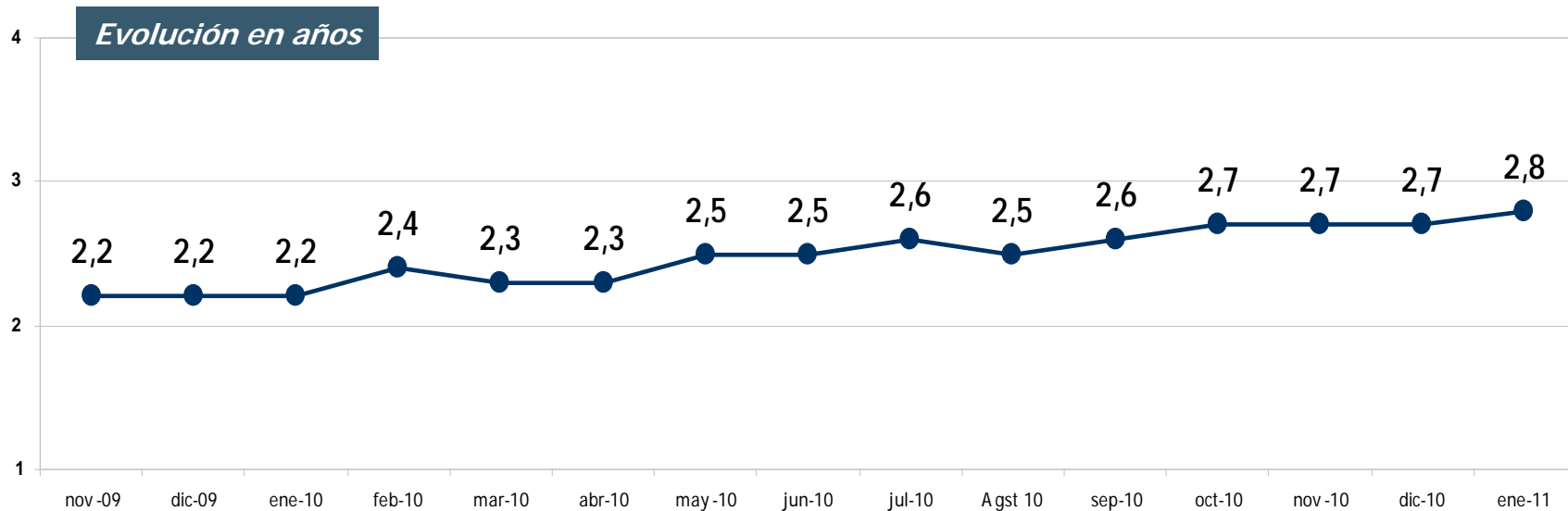




Percepción del fin de la crisis

• Las proyecciones económicas realizadas por organismos como el FMI, BCE, o el propio gobierno, sitúan los indicadores de España en crecimientos que oscilan entre el 0,2% y el 0,8%. El número de empresas creadas, el incremento de las exportaciones y el turismo no son suficientes para convencer al consumidor de que lo peor ha pasado. El mes de enero supuso un nuevo record de la tasa de paro y parece que este hecho es el que aleja cada vez más el principio del fin. La evolución del mercado para el consumidor parece venir determinada de una manera importante por el empleo y esta parcela todavía emite mensajes muy negativos.

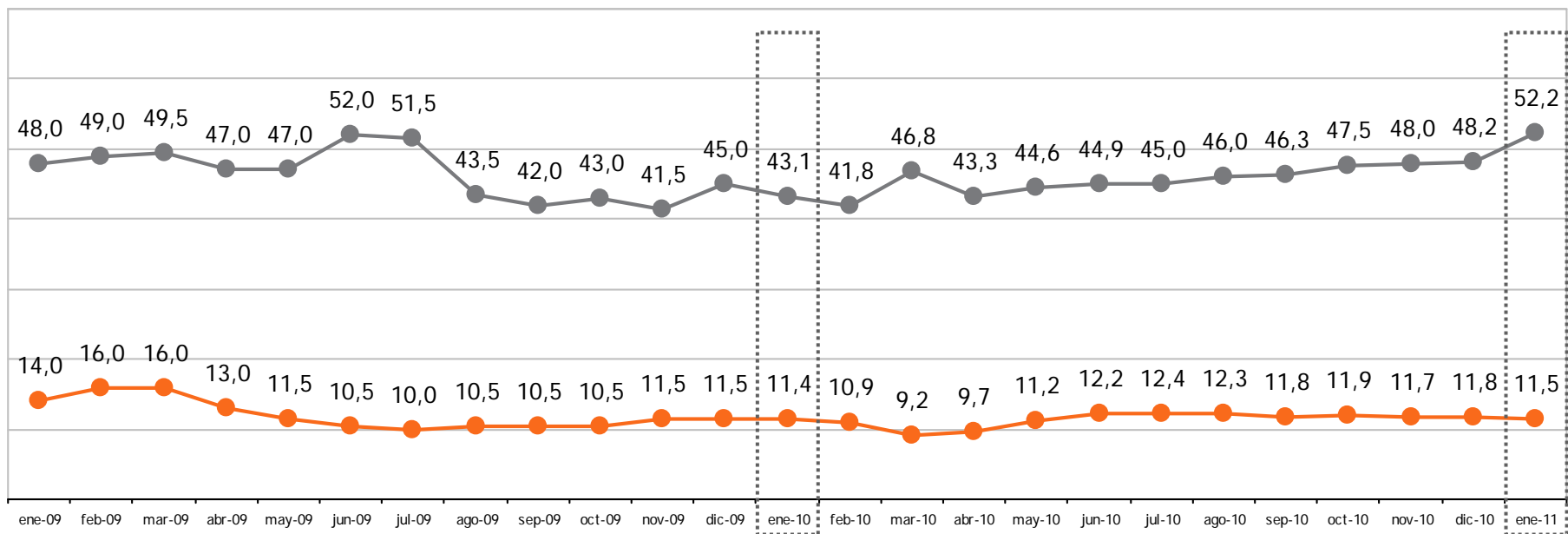
¿Cuándo cree que la economía volverá a despegar en España?





El peor mes de los últimos 13 años

- El mes de enero supuso un nuevo record en nuestro mercado de trabajo, 4,2 millones de desempleados. El barómetro de GfK marca también un nuevo techo en la preocupación del desempleado. El 52,2%, cuatro puntos más que en diciembre, consideran muy poco probable incorporarse al mercado laboral. Este escepticismo, de crecimiento sostenido y significativo en el mes de enero, no tiene como contrapartida la tranquilidad del que todavía lo conserva, ya que un 11,5% considera que lo perderá en un futuro próximo.



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

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



Indicador GfK de Clima de Consumo en Europa

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

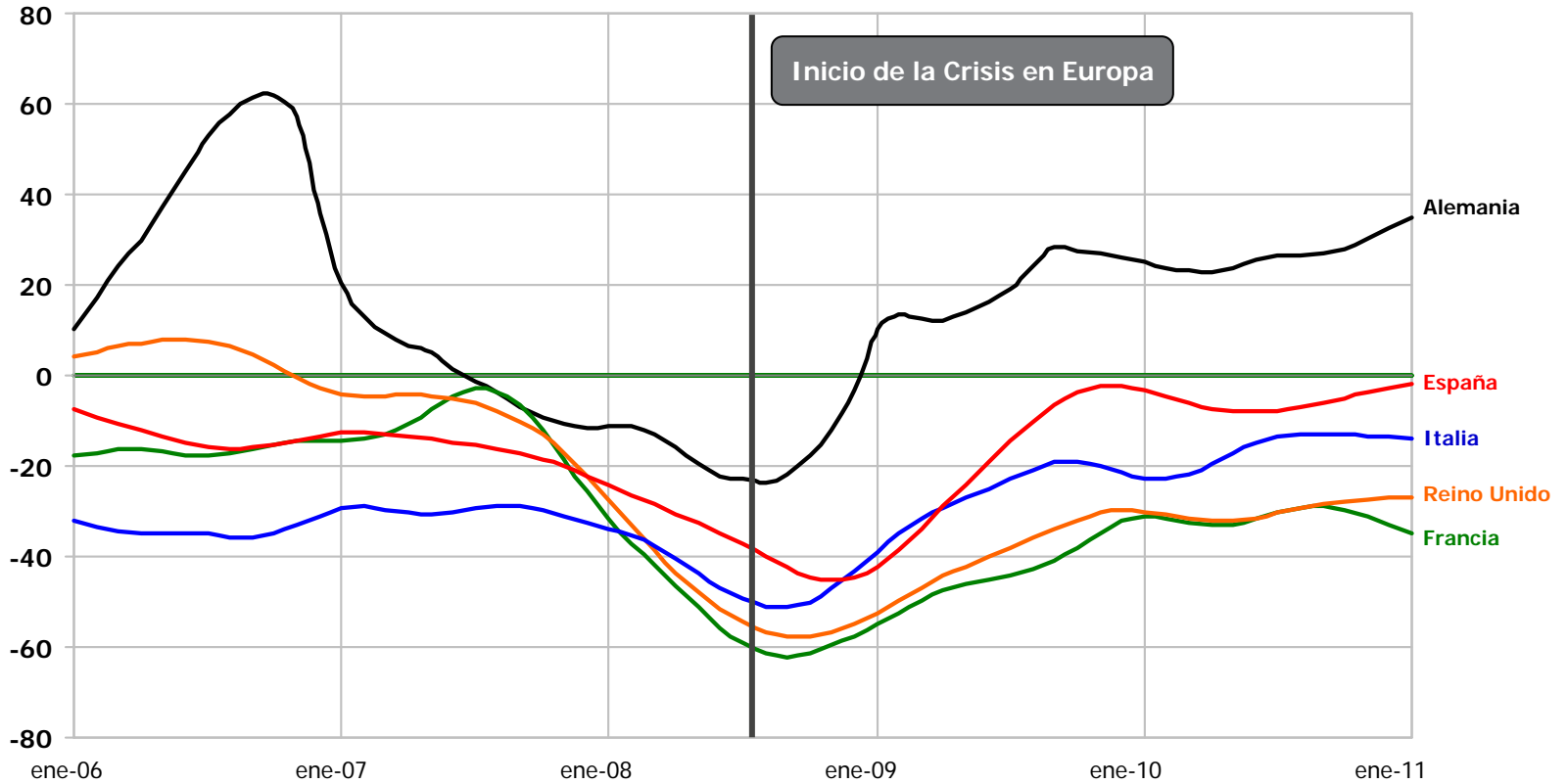
Indicadores GfK de Confianza Sectorial en España

Universo:	Población española de 15 o más años
Ámbito:	Nacional, incluidas Canarias y Baleares
Tamaño muestral:	1.000 entrevistas mensuales
Metodología:	CAPI (Encuestas personales en hogares, asistidas por ordenador)
Error muestral:	$\pm 3,11\%$, con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de $p=q=0,5$.
Periodo de campo:	10 al 17 de enero



Indicador GfK EURO-Clima

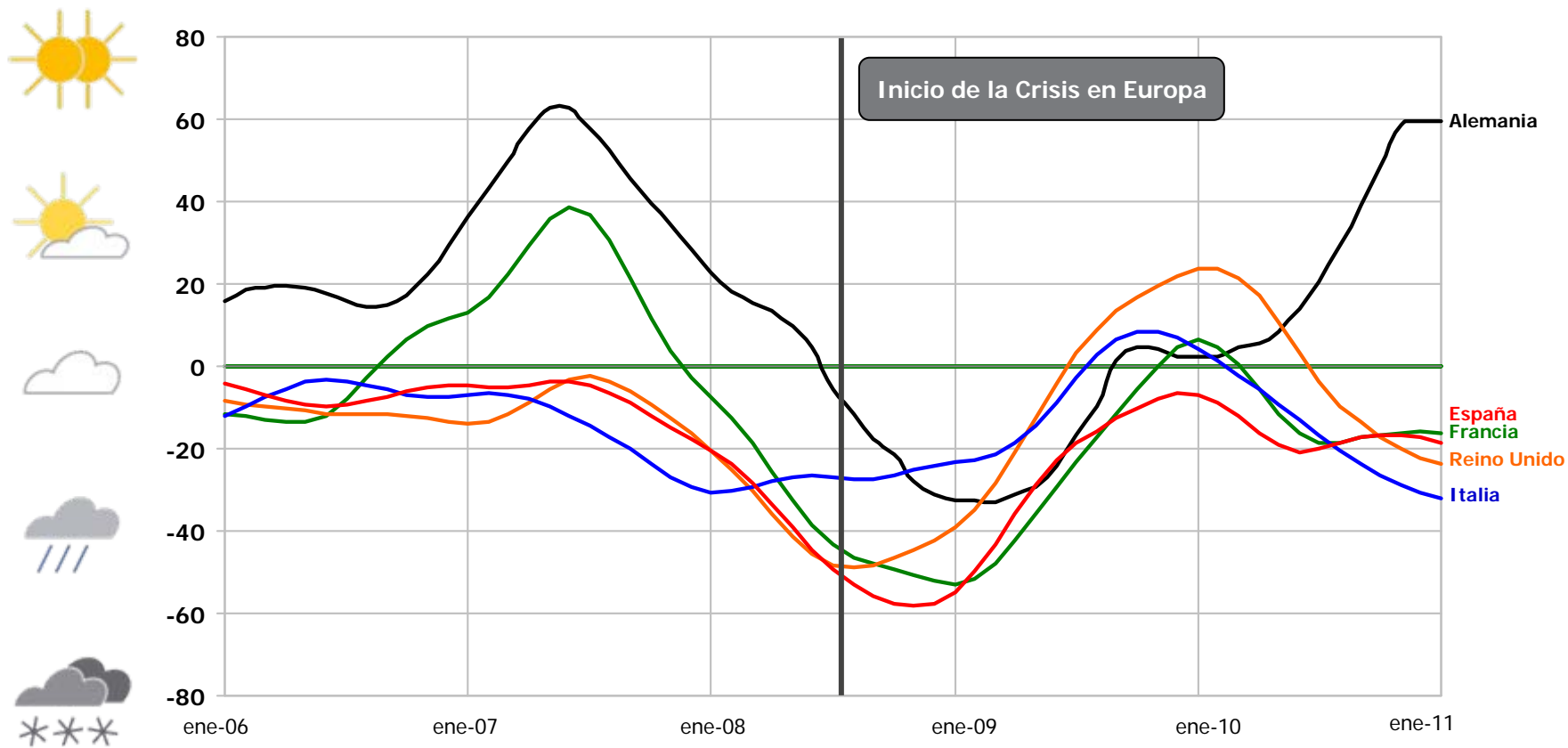
Expectativas de Gasto Actual





Indicador GfK EURO-Clima

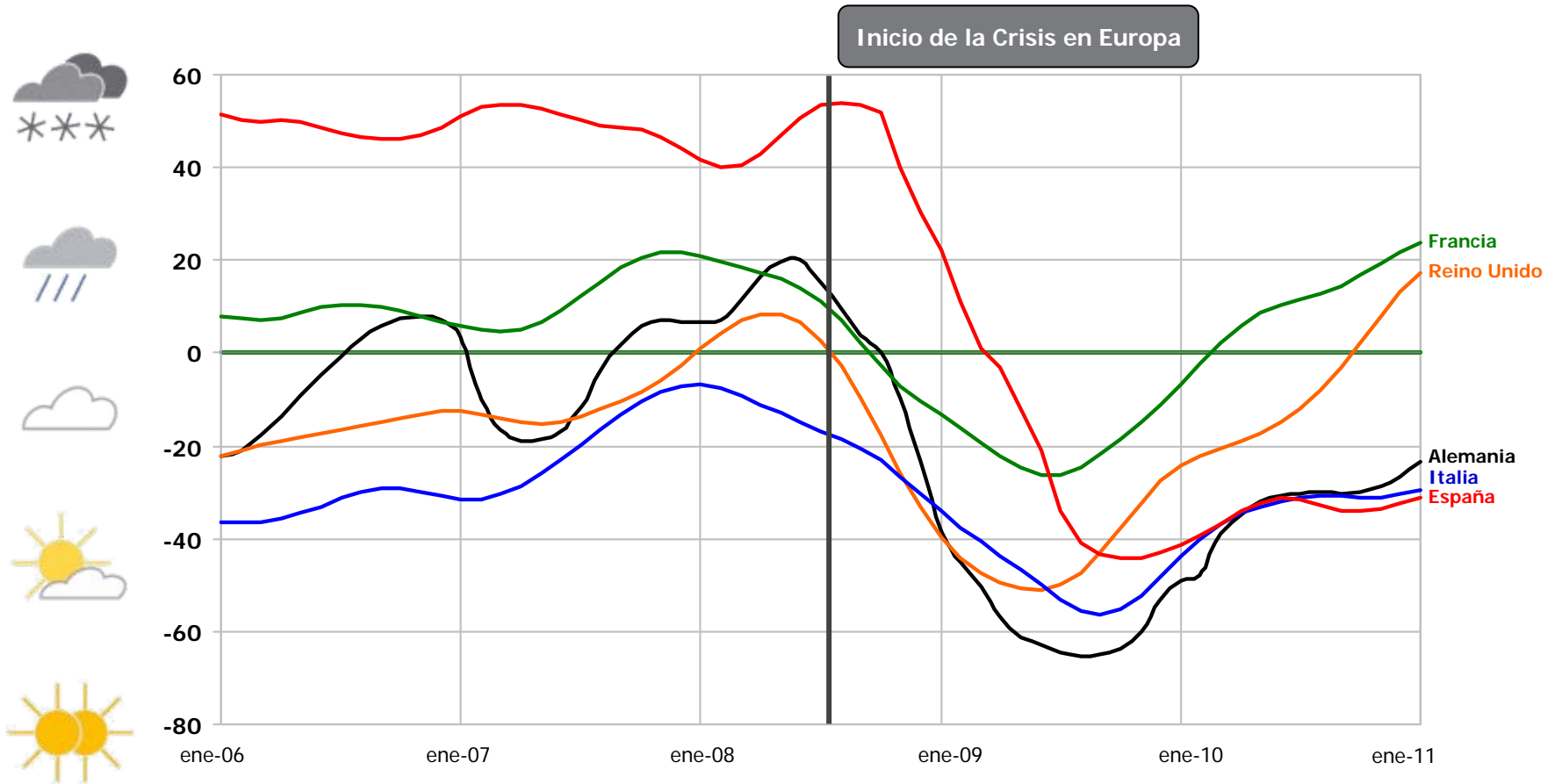
Expectativas de la Situación Económica





Indicador GfK EURO-Clima

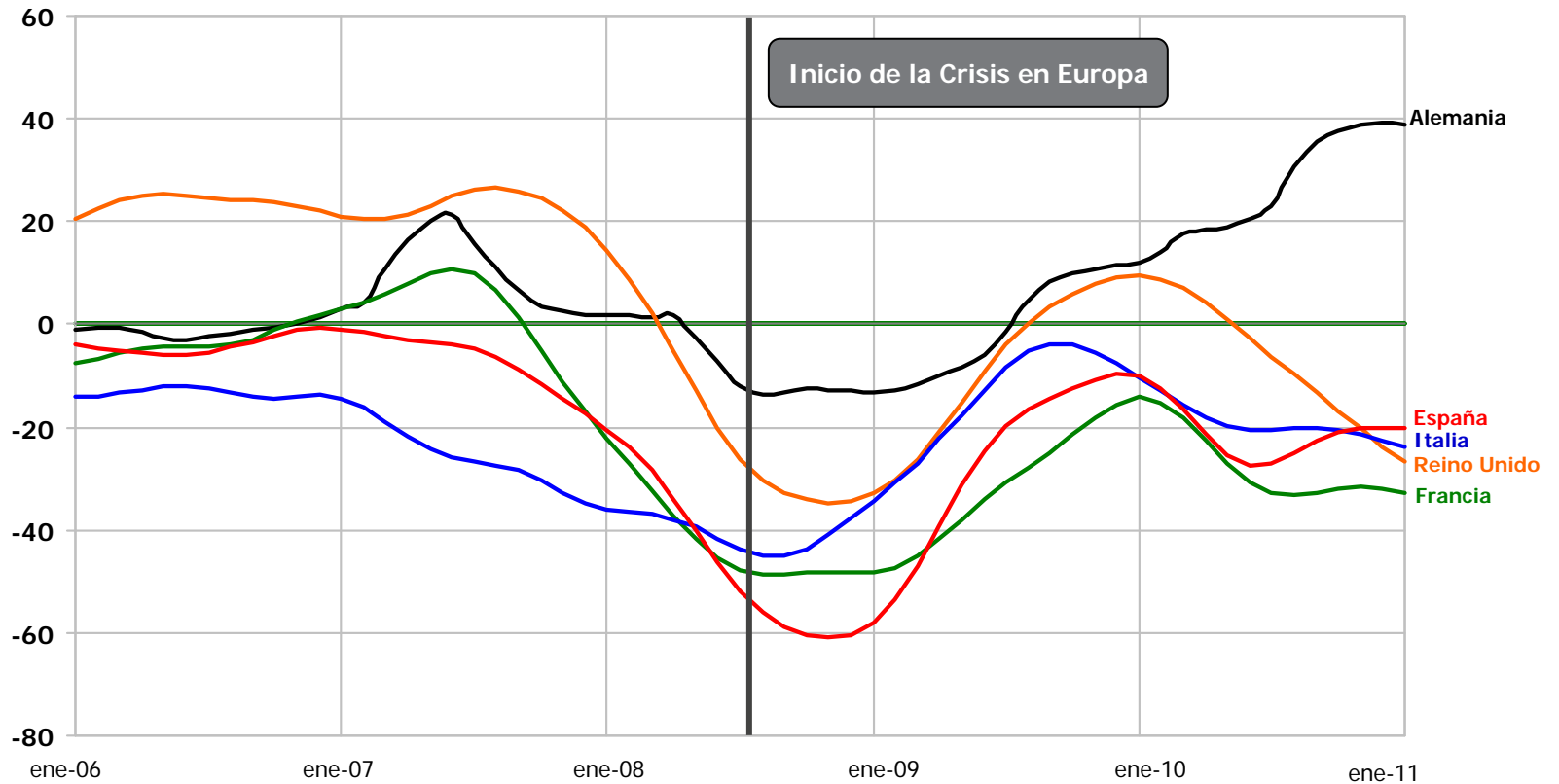
Expectativas de Precios





Indicador GfK EURO-Clima

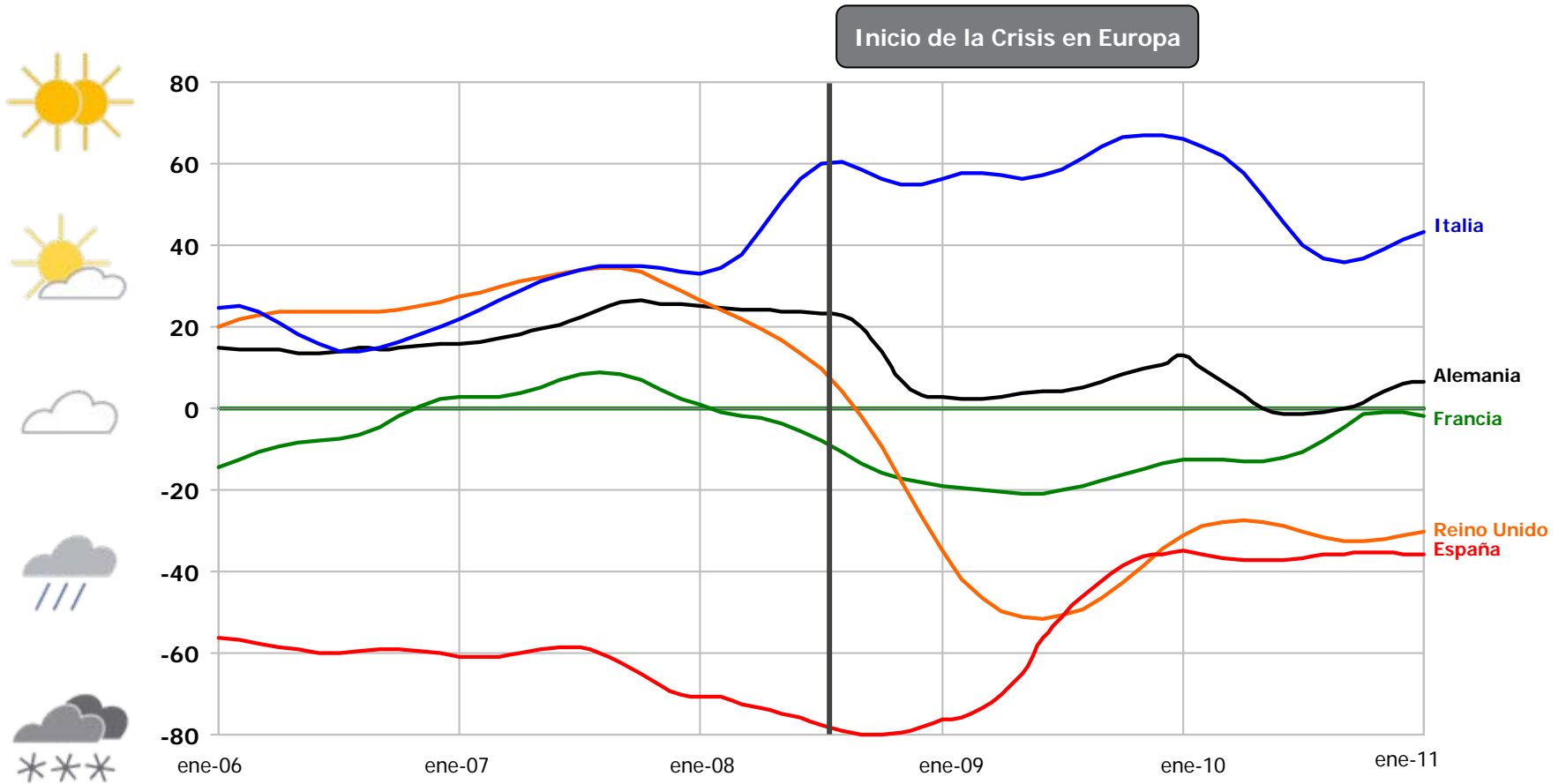
Expectativas de Renta





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Ahorro Actual





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Desempleo

