



Informe de resultados mensual

GfK Clima de Consumo

Mayo 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**.



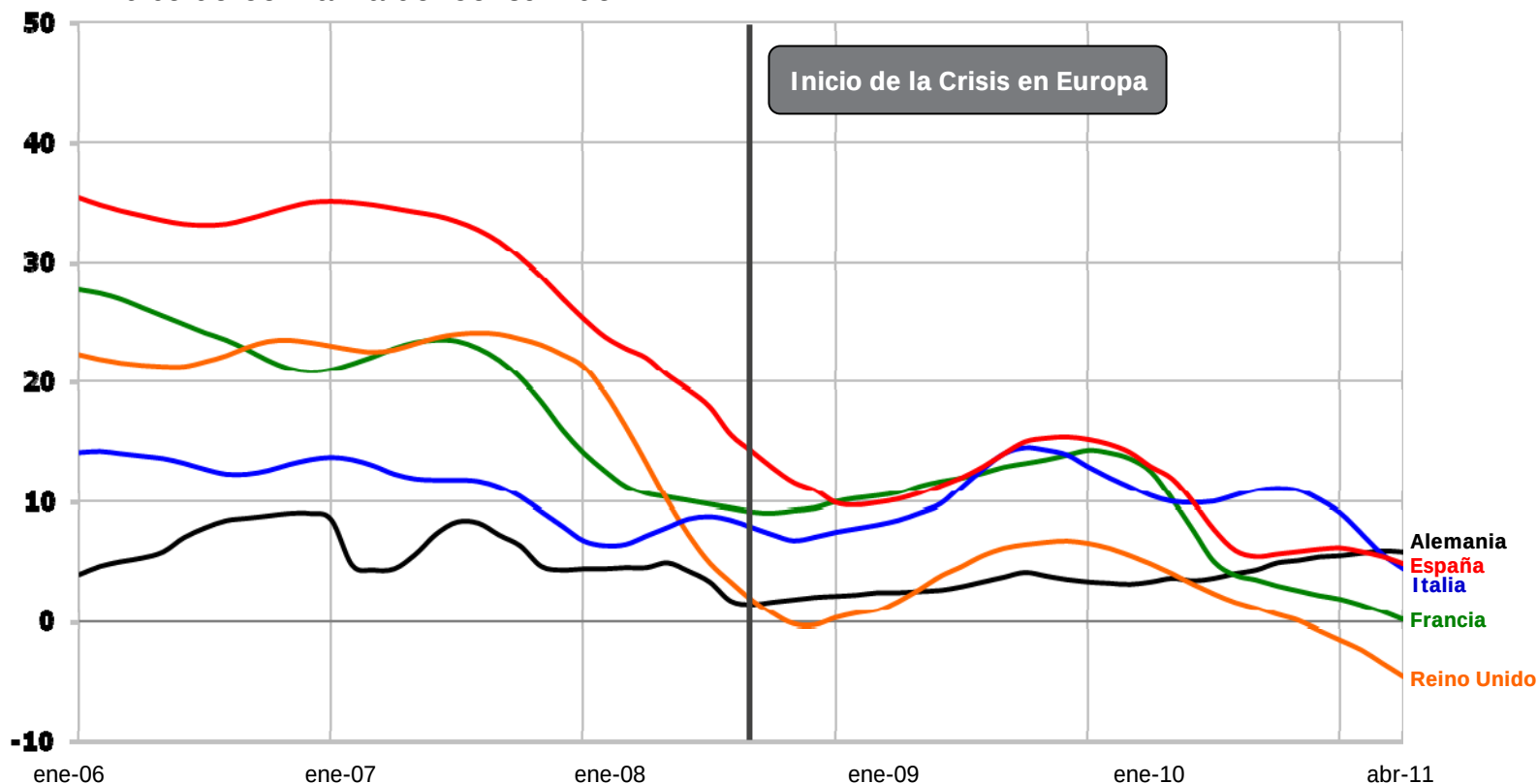
Alemania supera de nuevo las expectativas de crecimiento

- Que Alemania está sorteando mejor la crisis, no hay duda, ya que mientras el resto de países presentan tendencias descendentes en el primer trimestre del año, Alemania es el único país que sostiene un ritmo estable y positivo.
- Reino Unido continúa desde hace más de un año sin mostrar ninguna mejora en la mayoría de parámetros, siendo cada vez más notable su descenso.

- Aunque España no presente valores tan negativos como otras economías menos estables de la eurozona, sólo consigue un ligero crecimiento en dos de sus siete macromagnitudes-situación económica y desempleo- (págs.10 y 14).



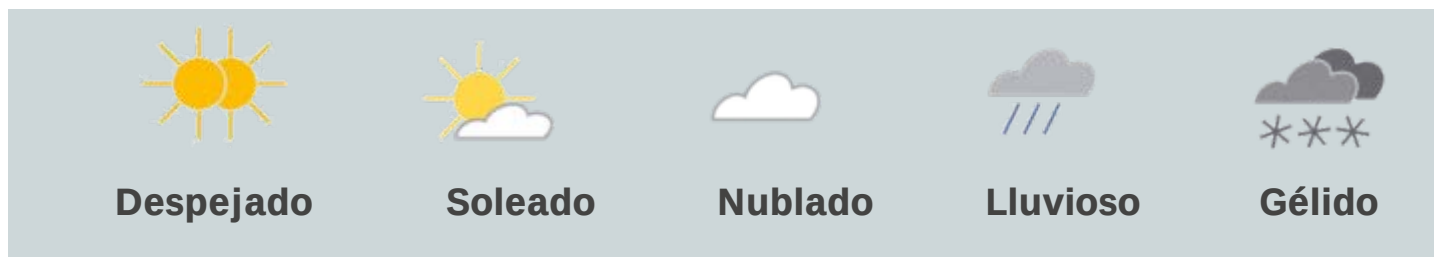
Índice de Confianza del Consumidor





Indicadores GfK de Confianza Sectorial en España

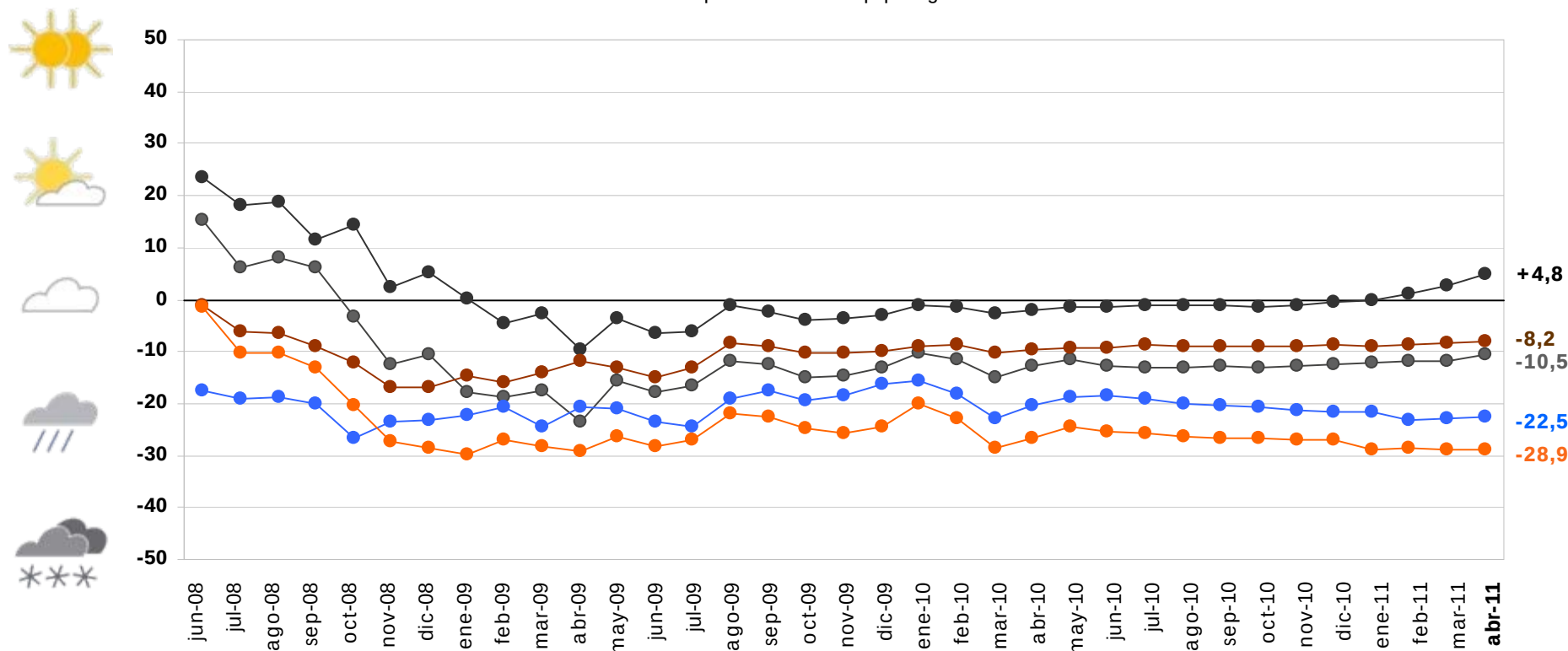
Los símbolos utilizados en los gráficos ilustran las **expectativas de gasto** de los entrevistados para cada uno de los productos y servicios evaluados. Se compara la intención de gasto en su hogar para los próximos 12 meses, en contraste con los últimos 12.



- 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.

Comportamiento sectorial desigual

- La evolución del indicador de confianza sectorial continúa caracterizada por un crecimiento débil y sostenido. Si bien la totalidad del consumo privado se mantuvo estable durante la segunda mitad del pasado año, todavía encontramos fuertes divergencias entre los grandes sectores de consumo.
- Mientras la expectativa de gasto en bienes de primera necesidad parece haber dejado de lado los valores negativos de sus dos años anteriores, la demanda interna de duraderos y el gasto destinado a ocio se han visto especialmente afectados dada su mayor sensibilidad ante cambios en los precios (incremento del IVA) y en la renta de los hogares.



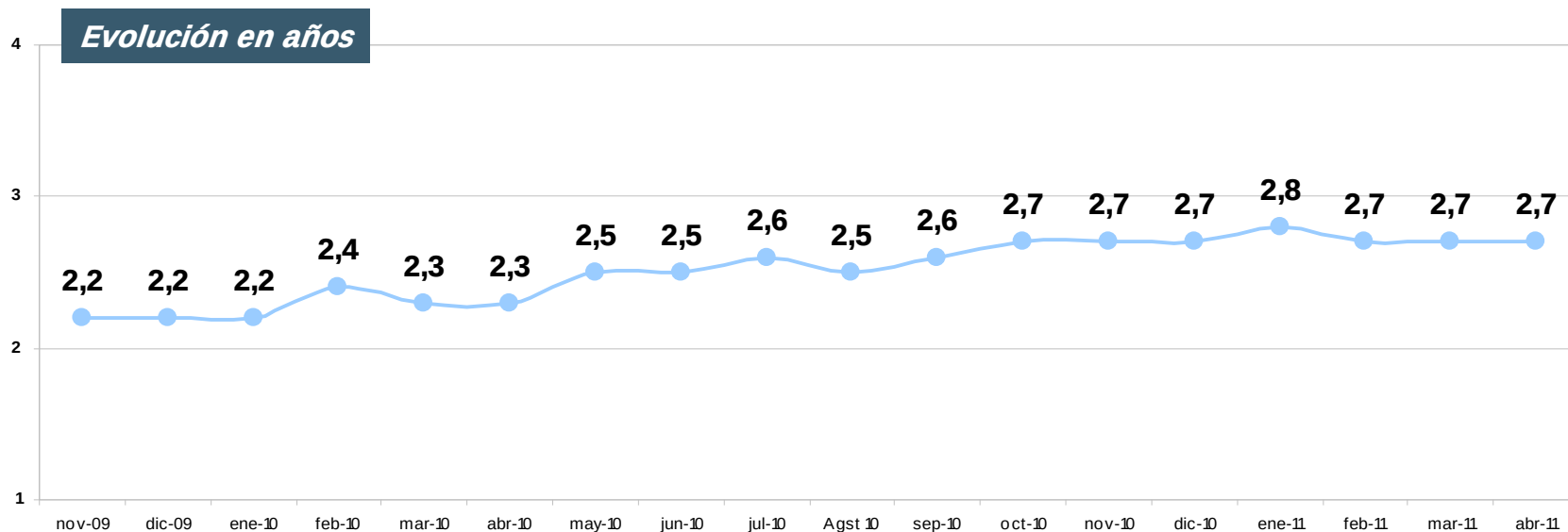
* **Primera necesidad:** alimentación y droguería; **Cuidado personal:** ropa y cosmética; **Equipamiento del Hogar:** electrodomésticos, equipos electrónicos y mobiliario; **IT y Telecomunicación:** internet, telefonía móvil y telefonía fija; **Ocio:** viajes, restaurantes, asistencia a espectáculos.



Percepción del fin de la crisis

- Todavía seguimos sin poner fecha de caducidad al largo periodo de estancamiento económico y de caída continuada del empleo. Teniendo en cuenta los datos de confianza de algunos sectores y los niveles de paro en los que nos manejamos, parece que los consumidores no confían en una rápida recuperación de la economía.
- Aunque se dice que “las crisis son cíclicas” y que se generan por movimientos de la actividad económica, nuestra percepción para el final de la crisis se está convirtiendo en una constante difícilmente amovible.

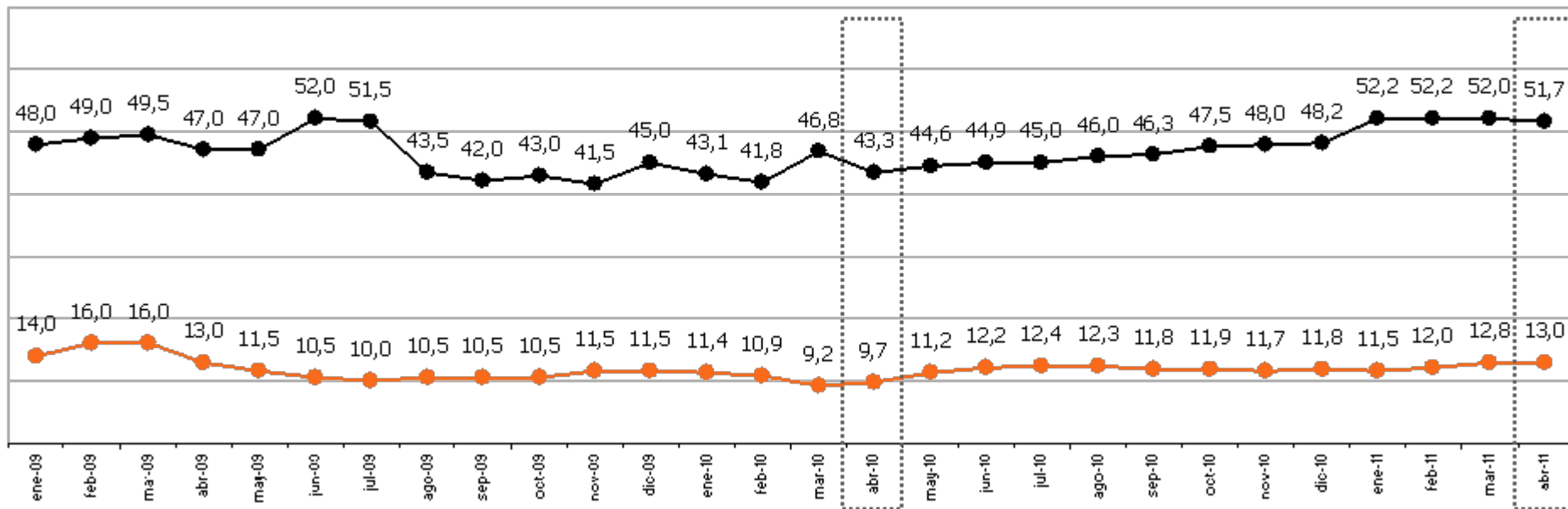
¿Cuándo cree que la economía volverá a despegar en España?





El paro disminuye en abril y frena la tendencia de subidas de los últimos tres meses

- Quizá la variable más significativa en una recesión económica sea el desempleo. A pesar del nuevo récord alcanzado durante el primer trimestre del 2011 según la EPA, que situó la tasa de paro por encima de la registrada hace un año en el mismo período, los datos para el mes de Abril parecen dar un respiro.
- Con respecto a las perspectivas registradas por el barómetro de GfK entre los colectivos de trabajadores y desempleados, apenas muestran desviaciones en relación a los datos del primer trimestre del año.



● **Parados/buscando primer empleo:** Personalmente ¿cree que durante los próximos doce meses es muy probable, bastante, poco o nada probable que encuentre trabajo?

● **Población Ocupada:** Personalmente ¿cree que durante los próximos doce meses es muy probable, bastante, poco o nada probable que pierda su actual empleo?

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



Indicador GfK de Clima de Consumo en Europa

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

Indicadores GfK de Confianza Sectorial en España

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

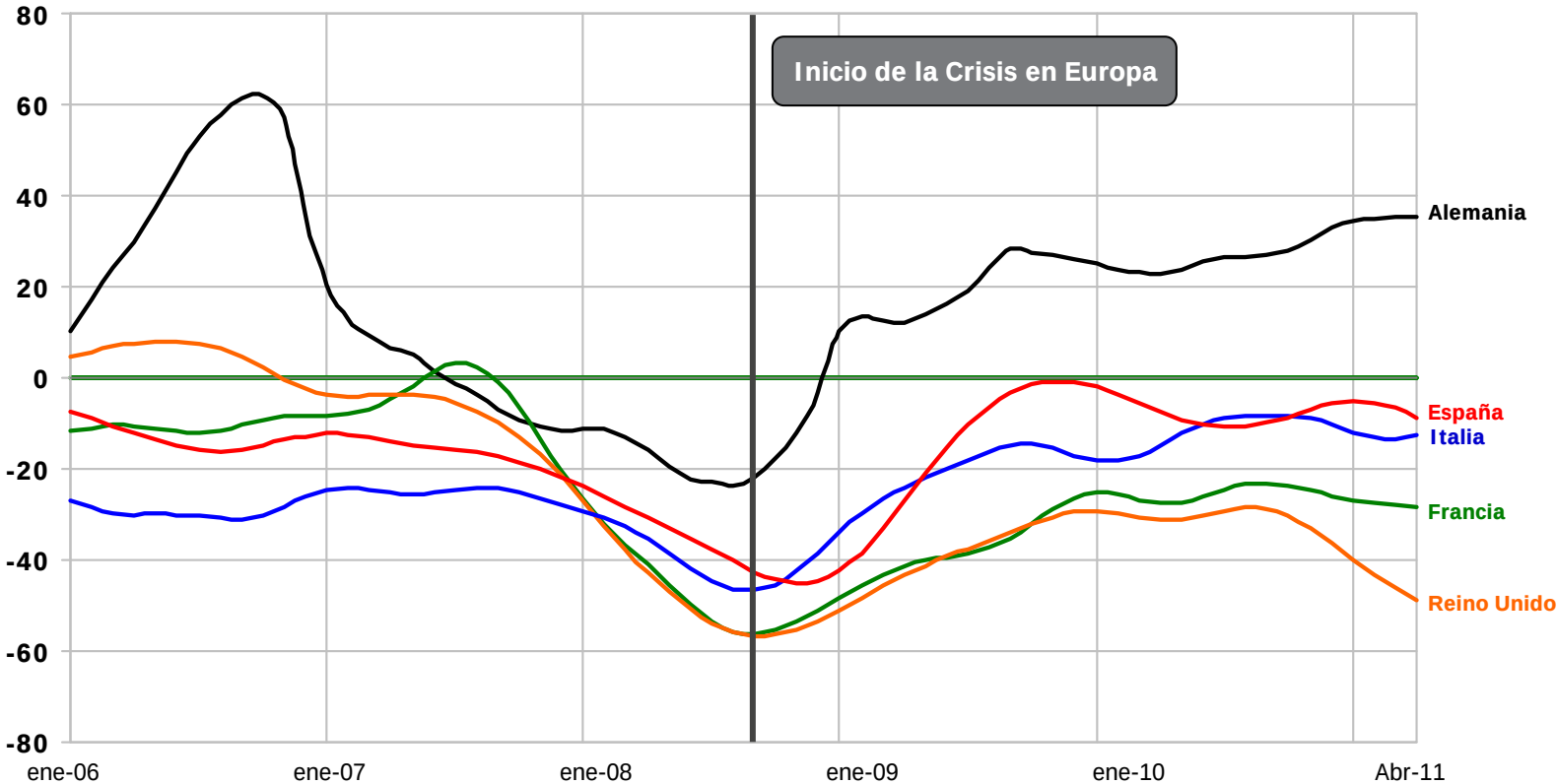
Fechas de realización del trabajo de campo

Del 4 al 11 de Abril de 2011



Indicador GfK EURO-Clima

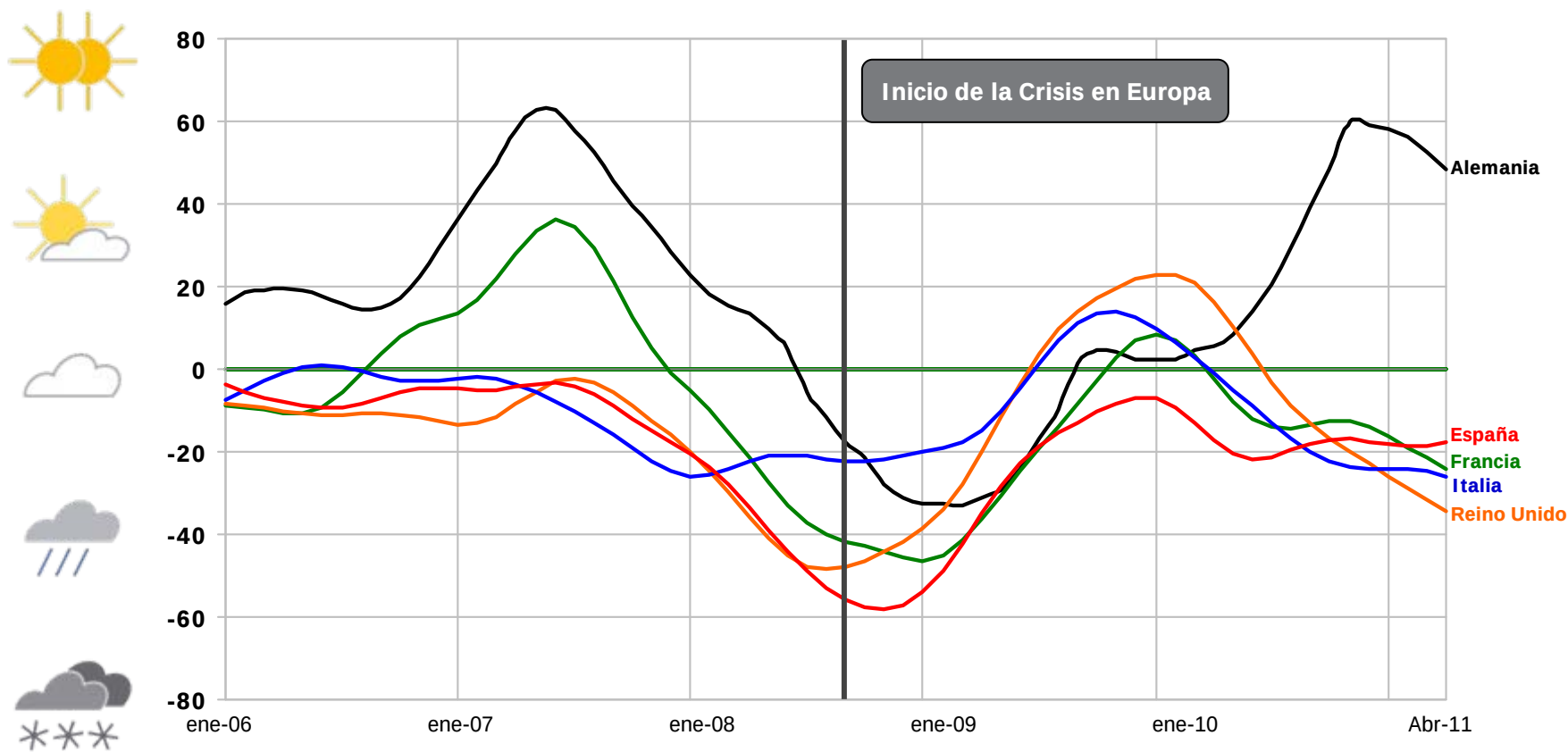
Expectativas de Gasto Actual





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de la Situación Económica



04/11

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

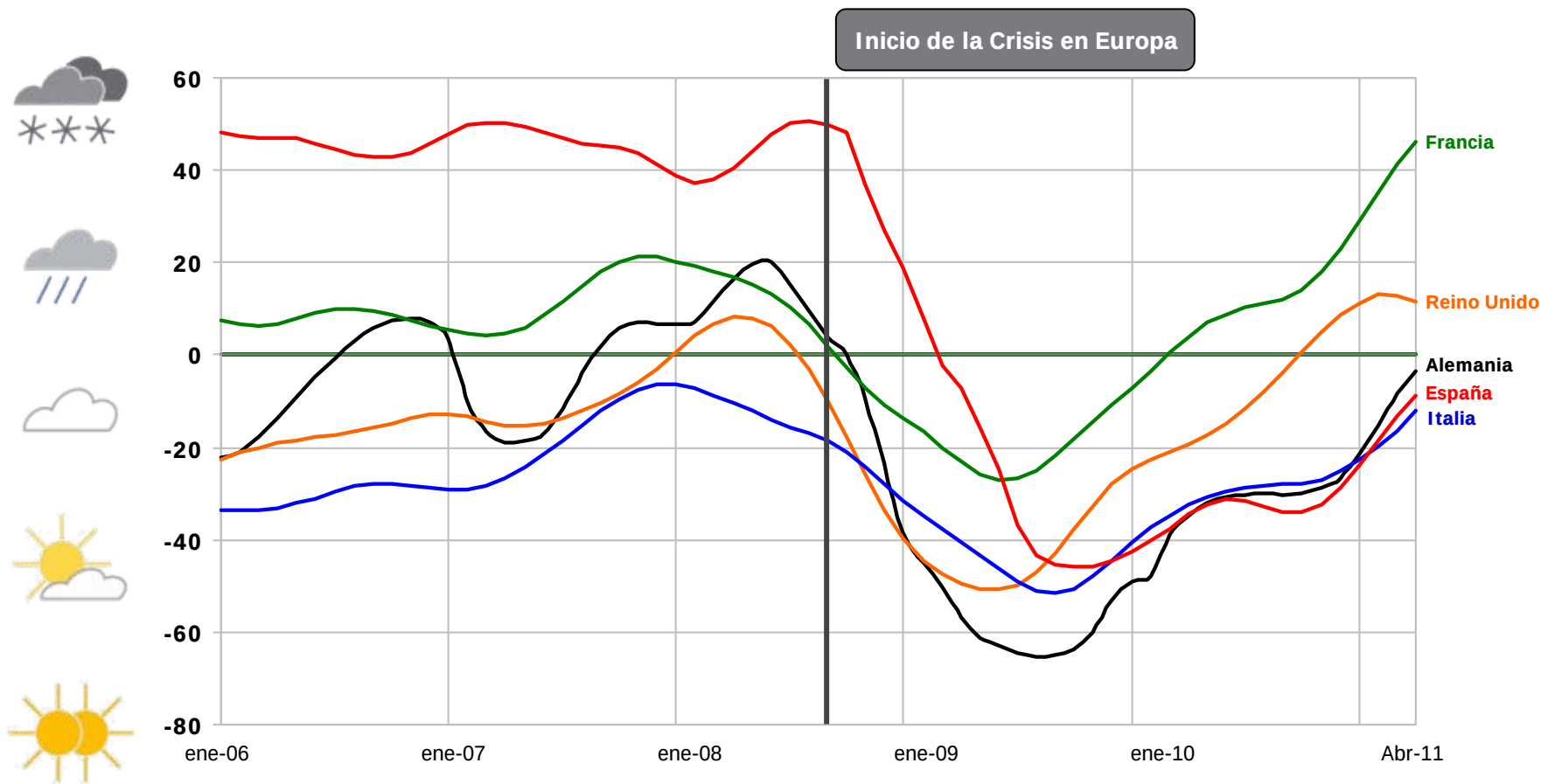
© by GfK Marktforschung





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Precios



04/11

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

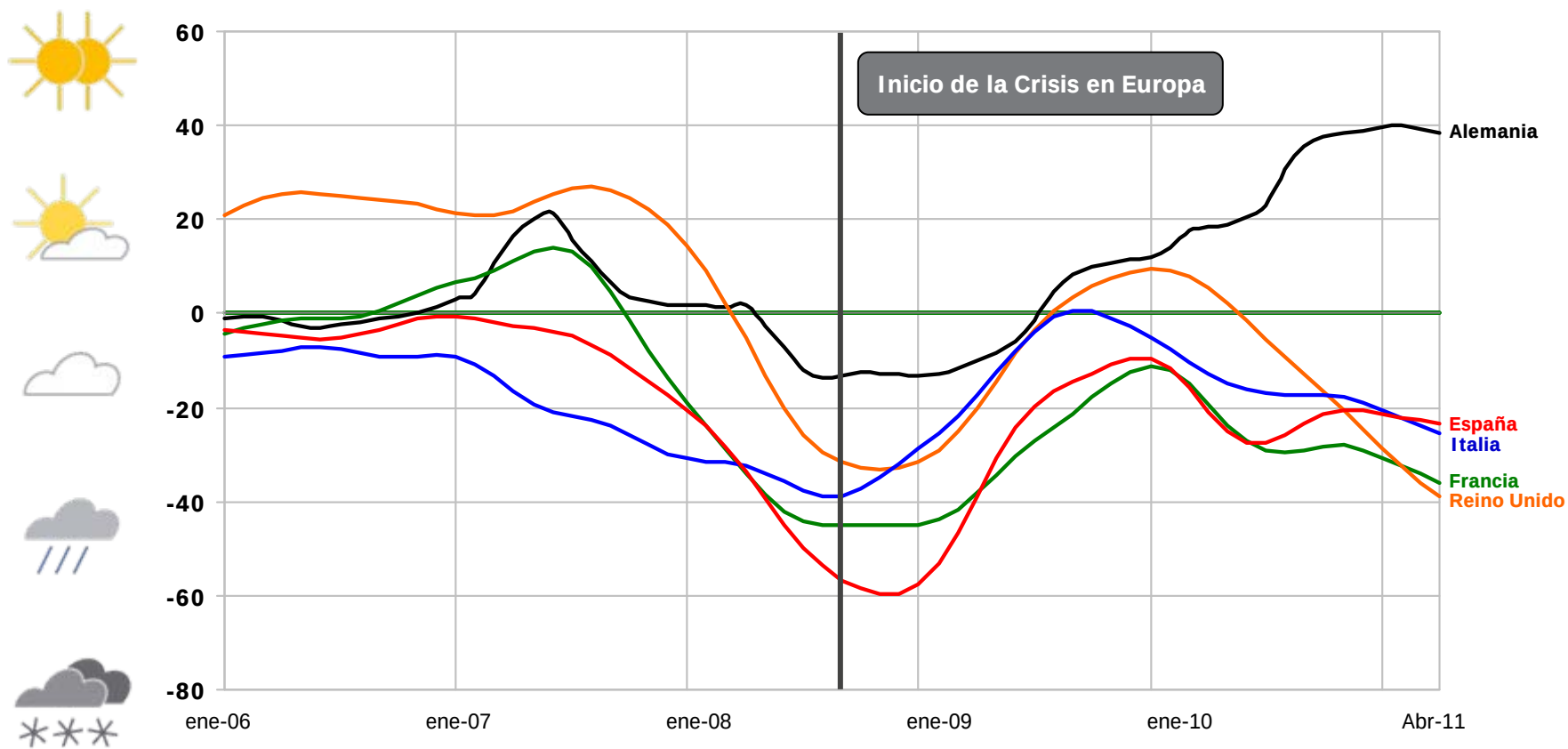
© by GfK Marktforschung





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Renta



04/11

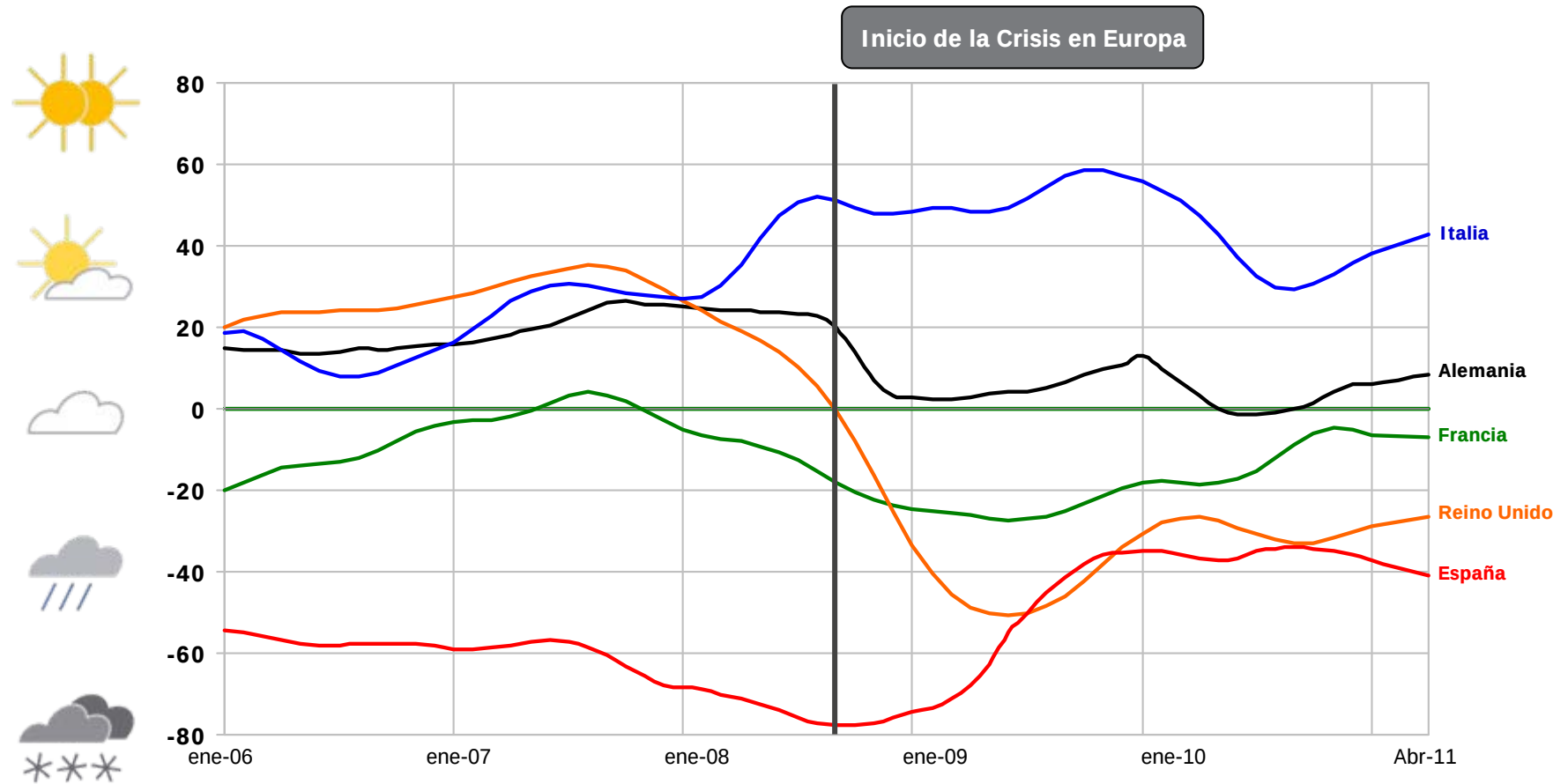
Fuente: Estudios del Consumidor de la Comisión Europea, cálculo de índices GfK Marktforschung

© by GfK Marktforschung



Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Ahorro Actual





Indicador GfK EURO-Clima

Expectativas de Desempleo

