

1

**COYUNTURA
DEL CONSUMO**

1. COYUNTURA DEL CONSUMO

1.1 Contexto general del Consumo. Evolución de los últimos meses

El contexto general, referido al consumo, se presenta en tres niveles distintos: el contexto internacional, el contexto español y el contexto de Madrid.

1.1.1 Internacional

Actualmente, el mundo experto en economía está dividido en dos grupos. Quienes ven el final de la crisis, o al menos atisban signos esperanzadores, y quienes se mueven en un entorno sombrío de previsiones desalentadoras. El FMI pertenece a este último grupo, y su informe de primavera de este año es una mala noticia. De acuerdo con él, el PIB mundial caerá un 1,4%, empeorando las estimaciones anteriores y augura un crecimiento mundial del 1,9% para 2010, “flojo en comparación con otras recuperaciones”, según apostilla el documento. Se dará un deterioro de la riqueza mundial pese a las medidas tomadas para restablecer la salud del sistema financiero y al uso continuo de medidas de política macroeconómica para apoyar la demanda. En otras palabras: ni los apoyos a la banca suponen una recuperación del aliento del sistema financiero, ni una mayor intervención pública va a servir de mucho hasta ahora. El mensaje está claro: a pesar de algunos indicios positivos, todavía queda mucha crisis por delante.

Los indicadores contruidos con las opiniones de los ciudadanos apuntan en la dirección de leves mejorías en medio de cifras negativas.

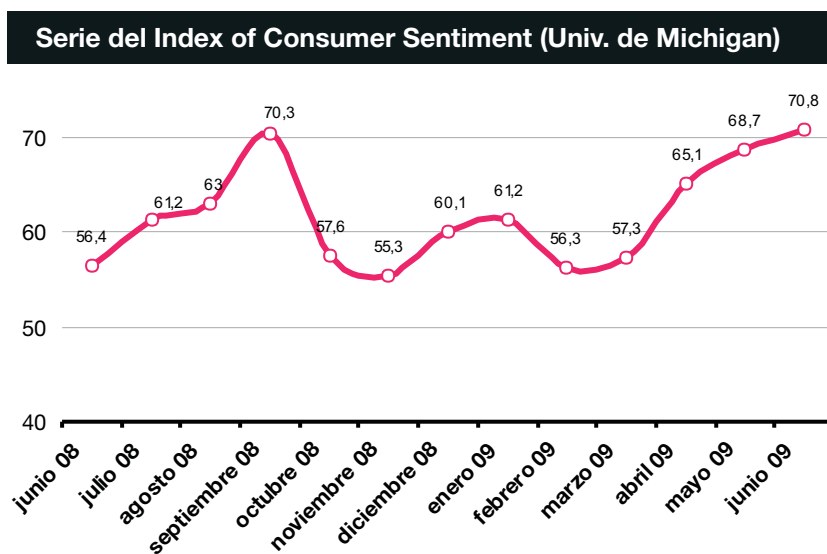
El ciudadano, como consumidor, es uno de los rostros de la crisis, en el que confluyen el paro, las perspectivas y expectativas de la economía de su hogar y de la macroeconomía, los miedos y los deseos, las políticas de ahorro y las reducciones de gasto. Se le pregunta por su situación y sus respuestas son una mezcla de datos objetivos y sensaciones subjetivas. Los indicadores que se construyen con sus opiniones apuntan en la dirección de leves mejorías en medio de cifras negativas. Cuando contesta mayoritariamente en todas esas encuestas en que se le pide la opinión que todo va a seguir igual, se sospecha que el nivel de ese igual es muy bajo, está ya muy deteriorado, como si pensase, y desease, que no se puede ir a peor. Y es que estas respuestas no

se pueden evadir de los mensajes y cifras del FMI, de los de los bancos centrales o gobiernos respectivos.

Sigue operando la crisis financiera, la incertidumbre no se desvanece a pesar de las cantidades ingentes de dinero inyectadas al sistema, el fantasma de la recesión planea y se está instalando en algunas economías, el patrimonio de los hogares sigue reduciéndose, se está generando una abrupta caída de los precios de los activos, todo parece estar conjurado para seguir presionando a la baja al consumo. Además, el importante nivel de incertidumbre que todo esto trae aparejado lleva a los hogares y a las empresas a aplazar gastos, lo cual reduce la demanda de bienes de consumo y de capital, supone reducción de actividad, cierre de empresas, paro y nuevo debilitamiento de la demanda. Las restricciones del crédito siguen ahogando el gasto de los hogares y contrayendo la producción y el comercio. En consecuencia, el consumo se reduce. Y esta espiral se romperá cuando retorne al sistema la confianza, el crédito, la certidumbre.

Concretamente, de los dos índices de consumo más importante de Estados Unidos uno, el elaborado por The Conference Board Consumer Confidence Index, apunta una bajada de julio con respecto a junio (46,6 frente a 49,3). El índice que valora la situación presente bajó de 25,0 en junio a 23,4 en julio; el índice que mide las expectativas pasó de 65,5 a 62,0. Desde el cuatrimestre anterior las expectativas han mejorado sus cifras, en marzo el índice de las expectativas marcaba un 27,3, pero las valoraciones que se hacen del presente apenas se han movido de un mismo entorno (en marzo el índice de la situación presente puntuaba 21,5); es la discordancia entre los deseos que se plasman en las expectativas y los hechos que expresan la realidad.

El otro índice es el que lleva a cabo la Universidad de Michigan y que apunta en dirección contraria, pero del que se pueden hacer comentarios similares.



En junio, el Index of Consumer Sentiment (Universidad de Michigan) mejoró en 14,4 puntos el índice de junio pasado. El promedio del índice en los seis últimos meses se ha situado en torno al 63,2. Desde febrero pasado el sentimiento del consumidor americano ha ido mejorando la percepción de la situación, y ya ha superado la cota de hace quince meses.

Fuente: Index of Consumer Sentiment (Universidad de Michigan)

En junio, el Index of Consumer Sentiment, de la Universidad de Michigan, se situó en 70,8 y superó en 2,1 puntos al alcanzado en el mes de mayo (68,7), mejorando los 56,4 de junio del año pasado. El promedio del índice en los seis últimos meses se ha posicionado en torno al 63,2, frente al 58,0 en que estaba el cuatrimestre anterior. Desde febrero pasado el sentimiento del consumidor americano ha ido mejorando su percepción de la situación, y ya se ha superado la cota de hace quince meses. No obstante, a pesar de esta mejoría, hay que hablar de una situación endeble, mientras los indicadores de empleo no se recuperen.

Por otro lado, las cifras para junio del Economic Sentiment Indicator (ESI) señalan un sentido semejante, ya que los indicadores, tanto de los Estados Unidos como de la zona euro, han mejorado con respecto al mes pasado, aunque siguen por debajo de los valores de junio del año pasado. España ofrece unas cifras ligeramente mejores que las de ambas áreas económicas y la distancia con respecto a la cifra que ofrecía hace un año se ha recortado de manera notable.

En lo que se refiere a la confianza del consumidor español, si se le compara con el consumidor de la zona euro, se puede decir que ha mejorado ostensiblemente; donde había 21 puntos de distancia, con respecto a la media, en su contra, el indicador del mes de junio señala que se sitúa por encima de la media europea, a una distancia de 3 puntos.

Indicador de sentimiento económico (ESI)

	Junio 2008	Mayo 2009	Junio 2009
Estados Unidos	96,0	67,9	71,1
Zona euro	95,9	70,2	73,3
España	80,5	73,6	75,1

Fuente: European Commission: Directorate-General for Economic and Financial Affairs. Business and Consumer Survey Results. Junio 2009

En el caso de la economía americana y de la zona euro, suben con respecto al mes pasado 3,2 puntos y 3,1 puntos, respectivamente, colocándose en niveles correspondientes a los meses de noviembre y diciembre pasados. El indicador de la economía de Estados Unidos, en los últimos 12 meses, ha descendido un -25,9%; en el caso de la zona euro ha sido un -23,6%; en el caso de España la caída ha sido del -6,7%.

Indicador de confianza del consumidor

	Junio 2008	Mayo 2009	Junio 2009
Zona euro	-17	-28	-25
España	-38	-25	-22

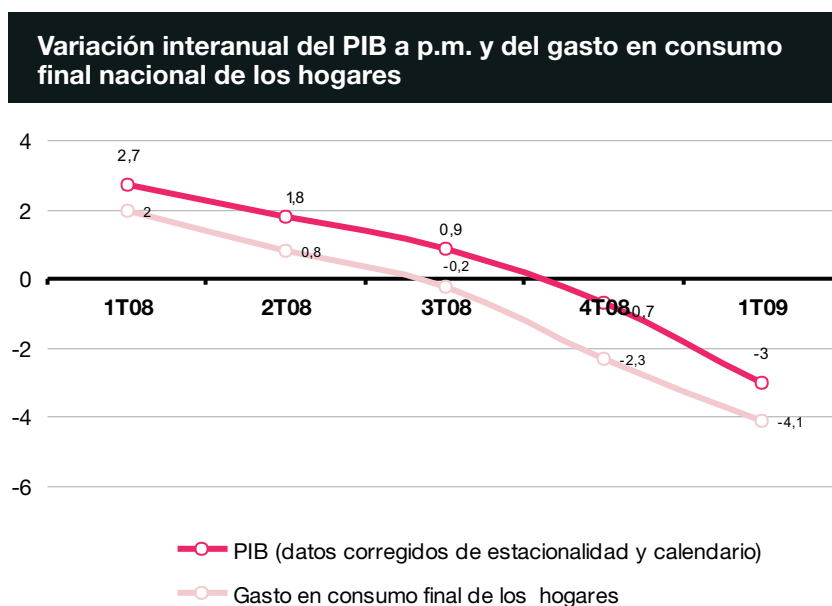
Fuente: European Commission: Directorate-General for Economic and Financial Affairs. Business and Consumer Survey Results. Junio 2009

En lo que se refiere a la confianza del consumidor español, si se le compara con el consumidor de la zona euro, se puede decir que ha mejorado ostensiblemente; donde había 21 puntos de distancia con respecto en su contra, el indicador del mes de junio señala que se sitúa por encima de la media europea, a una distancia de 3 puntos.

1.1.2 España

Si el mensaje del FMI no es nada favorable cuando se refiere a la economía mundial, lo es todavía menos cuando habla de la economía española. Para este año augura una caída del PIB en torno a un 4% y para 2010 del 0,8%. Por lo tanto, esa “rara avis” de hace apenas dos años que era la economía española está despertando de un sueño a una cruda realidad. Y así lo corroboran también los índices y estadísticas, como es el caso de la evolución del PIB y del Gasto en consumo final de los hogares durante los últimos cinco trimestres.

El FMI augura que la economía española en 2009 caerá en torno al 4% y en 2010 lo hará en torno al 0,8%.



Fuente: Contabilidad trimestral de España. Base 2000. Instituto Nacional de Estadística.

Si en el primer trimestre de 2008 el PIB de la economía española crecía un 2,7%, en el primer trimestre de 2009 ha cambiado de signo, pasando a -3,0%. Y lo mismo se puede indicar del gasto en consumo final de los hogares: si en el primer trimestre de 2008 creció un 2,0%, en el primer trimestre de 2009 ofrece una cifra tan desalentadora como es un -4,1%. La desaceleración de la economía española sigue su marcha, y las perspectivas a corto plazo siguen siendo preocupantes.

Las cifras que siguen dibujan un cuadro del panorama de la economía nacional en aspectos que se refieren al consumo. El cuadro recoge datos referidos a los dos últimos meses y a hace un año con el fin de mostrar la tendencia en la que está implicada la economía española en cada uno de los apartados que se presentan.

Los principales indicadores de la economía española se siguen moviendo en número negativos, especialmente en el área del empleo, a pesar de las leves mejoras. Habrá que esperar a los datos de los próximos meses para ver si se consolidan los cambios de tendencia que en algunos indicadores se observan.

Indicadores de la economía española		Junio 2008	Mayo 2009	Junio 2009
Índices y valores				
Encuestas de opinión	Índice de confianza del consumidor ¹	-38,0	-25,0	-22,0
	Situación económica general:	-38,0	-23,0	-23,0
	Situación económica de los hogares:	-25,0	-12,0	-10,0
Comercio al por menor	Índice de confianza del comercio minorista ¹	-25,0	-22,0	-22,0
	Índice general deflactado (variación anual) ²	-7,3	-6,5	-4,3
	Grandes superficies (variación anual) ²	-10,4	-6,8	0,5
Automóvil	Matriculaciones (variación anual) ³	-30,5	-38,8	-15,7
	Para uso privado (variación anual) ³	-33,5	-33,0	-7,9
	Ventas estimadas (variación anual) ³	-30,8	-38,7	-15,9
Precios	Índice de precios al consumo ²	5,0	-0,9	-1,0
Tipos de interés	Euribor a tres meses ⁴	4,9	1,3	1,2
	Préstamos y créditos a los hogares (TAE) ⁴	6,5	4,5	
Empleo	Paro registrado (en miles) ⁵	2.390	3.620	3.565
	Incremento del paro registrado ⁵	21,6	53,8	49,1

Fuente: 1: Comisión Europea. 2: INE. 3: ANFAC. 4: Banco de España 5: INEM

Los indicadores de junio que se derivan de la Encuesta de Opinión que realiza la Comisión Europea, aunque siguen en cifras negativas, mejoran levemente o se mantienen con respecto a las cifras de mayo, y son algo mejores que las de junio de 2008. Se va recuperando la confianza del consumidor (del -38 de hace un año pasa al -22) y tanto la tendencia que se prevé para la situación económica general (de -38 pasa a -23 en el lapso de un año), como la de los hogares (de -25 pasa a -10 en doce meses) van subiendo. Sin embargo la confianza del comercio minorista, aunque ha mejorado ligeramente (de -25 a -22) es más reticente a mejorar sus cifras, y su perspectiva es importante, porque en el fondo tiene una visión más completa de la situación de la que pueda tener cada consumidor.

El índice general deflactado de ventas del comercio al por menor asciende en el lapso de un año al pasar de un -7,3 a un -4,3, aunque sigue en números negativos; sin embargo, la cifra del índice de las grandes superficies ha cambiado de signo, cuando hace un año estaba 3,1 puntos por debajo del índice general.

Por lo que se refiere al indicador de matriculaciones de automóviles, indicador muy significativo en lo que al consumo se refiere por tratarse de un bien duradero, se ha registrado un cambio de tendencia, debido sin duda, al programa de incentivos a la compra de automóviles (Plan 2000E), puesto en marcha por el Gobierno, que ha hecho reaccionar al mercado automovilístico en junio, alcanzando la cifra de 96.706 matriculaciones y que se espera permita mejorar las cifras de ventas en julio frente a las del mismo mes de 2008, que alcanzaron las 121.437 matriculaciones

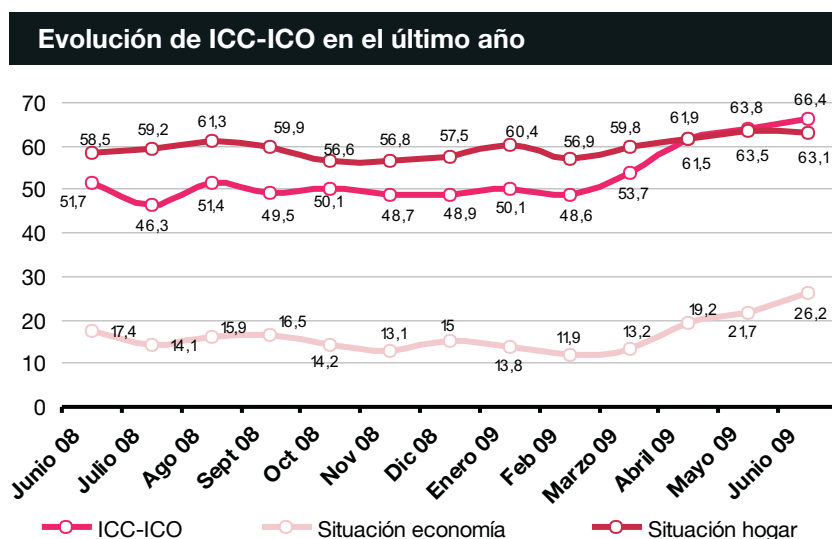
El índice de precios al consumo se ha instalado en las cifras negativas cuando hace un año estaba en el 5% interanual. Esto que puede parecer una buena noticia para el consumidor; pero en un contexto como en el que se encuentra la economía, y dada la debilidad que en términos generales muestra la demanda, agudiza el riesgo de que se pueda dar un des-

censo prolongado de los precios, tasas de crecimiento negativo y que la economía entre en un período de deflación. Son muchos los efectos perversos de una situación como ésta, entre los que se puede señalar el descenso del precio de los activos, lo que supone una reducción del valor de las garantías de los préstamos y un aumento del valor real de la deuda, con lo que se incrementa el número de impagados y el nivel de morosidad; todo ello conduce a un crecimiento de la prima de riesgo y, por lo tanto, del precio de los préstamos bancarios, con lo que se restringe la oferta crediticia y se agrava la recesión.

Los tipos de interés también siguen una senda descendente. El Euribor a tres meses se ha situado en junio en 1,23, lejos de las cifras de tiempos pasados; como es lógico, el tipo de interés sintético para hogares también se ha situado en cotas bajas, 4,53, cuando hace 15 meses estaba en 6,21. Aunque también le suene bien al consumidor esta noticia, el hecho es que la situación de deflación puede esterilizar los efectos positivos de la política monetaria y del bajo precio del dinero.

A esto se suma otro de los fenómenos económicos más negros: el paro, que en España adquiere tintes más preocupantes que en el resto de los países del mundo desarrollado. En el plazo de un año, el paro registrado ha registrado un incremento de 1.174.465 empleos, es decir, un incremento del 49,1%. Sus efectos directos sobre el consumo y los derivados en lo que se refiere al estado de ánimo de la población son determinantes para realimentar una situación muy negativa.

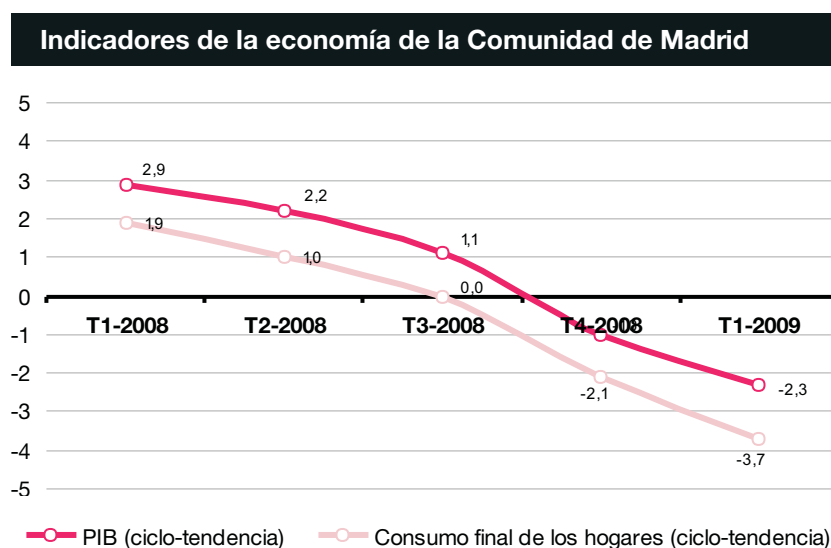
Un indicador parecido al que se ofrece en este Barómetro de Consumo es el Indicador de Confianza del Consumidor que elabora el ICO (Instituto de Crédito Oficial); el índice general del mes de junio creció 2,6 puntos respecto a mayo y ya supera en 14,7 puntos al mismo índice de hace un año, siendo la cifra más alta desde marzo de 2008. La valoración de la situación económica del país avanza 4,5 puntos con respecto al mes anterior y 8,8 puntos con respecto al mismo mes de 2008. La situación de los hogares ha empeorado 4 décimas con respecto al mes de mayo, pero han mejorado 4,6 puntos con en las perspectivas sobre el año que viene.



Un indicador parecido al que se ofrece en este Barómetro de Consumo es el Indicador de Confianza del Consumidor que elabora el ICO (Instituto de Crédito Oficial); el índice general del mes de junio creció 2,6 puntos respecto a mayo y ya supera en 14,7 puntos al mismo índice de hace un año, siendo la cifra más alta desde marzo de 2008.

Fuente: Indicador de confianza del consumidor. ICO. Junio 2009.

Madrid tampoco es ajeno al clima nacional e internacional y los datos macroeconómicos de 2008 así lo confirman.



Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid

El índice del PIB ciclo-tendencia ha sufrido un proceso de desaceleración, para terminar invirtiendo su tendencia. De hecho, la tasa de variación anual ha sufrido el siguiente proceso a lo largo de ese período, pasando de un crecimiento intermensual de 2,9 a un crecimiento negativo de -2,3.

Las cifras de la EPA para Madrid referidas al segundo trimestre de este año arrojan una tasa de paro que se sitúa en el 13,6% de la población activa, lo que supone un aumento de 0,1 puntos respecto al trimestre anterior y un aumento de 6,1 puntos respecto al mismo trimestre del año anterior.

Indicadores de la economía de la Comunidad de Madrid

	T2-2008	T3-2008	T4-2008	T1-2009	T2-2009
Tasa de paro (EPA)	8,8	8,4	10,2	13,5	13,6

Fuente: Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid

Visto desde el punto de vista de la demanda, y más en concreto, exclusivamente desde el gasto en consumo final de los hogares (ciclo-tendencia), los índices de variación anual de los trimestres de 2008 han pasado de 1,9 a -3,7. Como se puede observar, el deterioro en este punto de la economía madrileña ha sido más rápido que otros capítulos de la demanda.

Las cifras de la EPA para Madrid referidas al segundo trimestre de este año arrojan una tasa de paro que se sitúa en el 13,6% de la población activa, lo que supone un aumento de 0,1 puntos respecto al trimestre anterior y un aumento de 4,8 puntos respecto al mismo trimestre del año anterior.

Indicadores de la economía de la Comunidad de Madrid

	Junio 2008	Mayo 2009	Junio 2009
Índice de comercio al por menor deflactado	-9,1	-9,3	-6,0
Índice de precios al consumo	4,7	-0,7	-0,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Por otro lado, el índice de Comercio al por menor de Madrid, a precios constantes, ha evolucionado desde una tasa interanual de -9,1 en junio de 2008 a -6,0 en este junio, mejorando ligeramente los datos de mayo. Es decir, el comercio minorista, que es una atalaya privilegiada de observación del consumo, muestra con crudeza la realidad de una situación que sigue siendo mala, aun cuando entre un mes y otro se puedan atisbar mejoras, que sólo adquieren la categoría de estructural cuando se mantienen en el tiempo.

En este contexto, el índice de precios de Madrid sigue la senda de la economía nacional, un poco por encima, pero con idéntica tónica. Entre mayo y junio se mantiene en el mismo nivel interanual (-0,7), pero lejos del 4,7 de hace una año.

Indicadores de la economía de la Ciudad de Madrid

	Junio 2008	Mayo 2009	Junio 2009
Paro registrado (tasa anual)	19,70	54,10	53,00
Paro registrado	126.732	193.157	193.911
Matriculaciones	8.038	3.347	4.996

	T2-2008	T3-2008	T4-2008	T1-2008	T2-2009
Afiliados a la Seguridad Social	1.908.286	1.885.520	1.866.454	1.827.995	1.781.447
EPA (Tasa de paro)	8,3	7,5	9,8	11,4	11,7

Fuente: INEM, ANFAC, Seguridad Social, INE

La Ciudad de Madrid ha pasado desde junio de 2008 de una tasa de variación anual de paro registrado del 19,7% a una tasa del 53,0%; aunque el crecimiento ha bajado ligeramente con respecto al mes anterior en 1,1 puntos porcentuales.

Por otro lado, el número de afiliados a la Seguridad Social (afiliados a cuentas de cotización de empresas ubicadas en la Ciudad de Madrid) indica que ha caído en el transcurso de un año un 6,6% y la tasa de paro del segundo trimestre, según la EPA, se ha situado en el 11,7% de la población activa, 3,4 puntos porcentuales por encima del mismo trimestre en el 2008.

La Ciudad de Madrid ha pasado desde junio de 2008 de una tasa de variación anual de paro registrado del 19,7% a una tasa del 53,0%; aunque el crecimiento ha bajado ligeramente con respecto al mes anterior en 1,1 puntos porcentuales.

Por otra parte, el número de matriculaciones de automóviles parece recuperarse, pero está muy lejos de la cifra de hace un año, con una bajada del -27,5%.

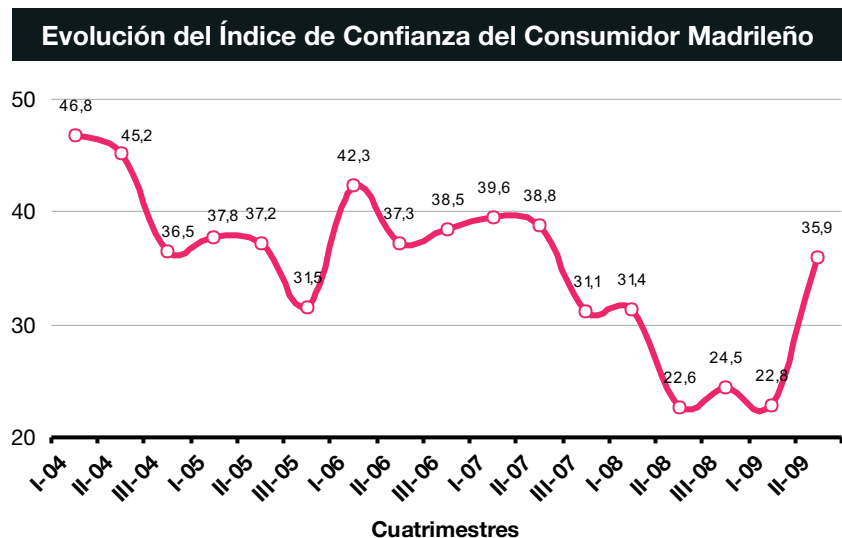
1.2 La Confianza del Consumidor Madrileño

El índice de confianza del Consumidor Madrileño sintetiza la opinión que los madrileños tienen en torno a la economía de sus hogares y a la economía nacional, a partir de los datos que se obtienen en la “Encuesta sobre consumo en la ciudad de Madrid” (a partir de ahora ECCM) y que se dirige a una muestra de hogares madrileños, de donde se extrae la información con la que elaborar tal índice.

1.2.1 Índice de confianza del Consumidor Madrileño

El índice de este segundo cuatrimestre ha evolucionado positivamente con respecto no sólo al cuatrimestre anterior, sino a los inmediatamente anteriores, hasta alcanzar valores medios del año de 2007. ¿Indica esta evolución que se ha iniciado la senda de la recuperación, aunque sea desde un punto de vista psicológico, de la confianza del consumidor, con lo que empezará a cebar la demanda privada? ¿O es un espejismo estacional, por lo que hay que esperar a que este dato se consolide para aceptar el cambio de tendencia que anuncia? Tal vez la respuesta se sitúe entre las respuestas afirmativas a ambas preguntas. Lo que sí parece es que se ha tocado fondo; la cuestión ahora reside en cuánto tiempo se tardará en retomar el vuelo.

El índice de este segundo cuatrimestre ha evolucionado positivamente con respecto no sólo al cuatrimestre anterior, sino a los inmediatamente anteriores, hasta alcanzar valores medios del año de 2007, en línea con la de otros índices de características similares, tanto nacionales como extranjeros.

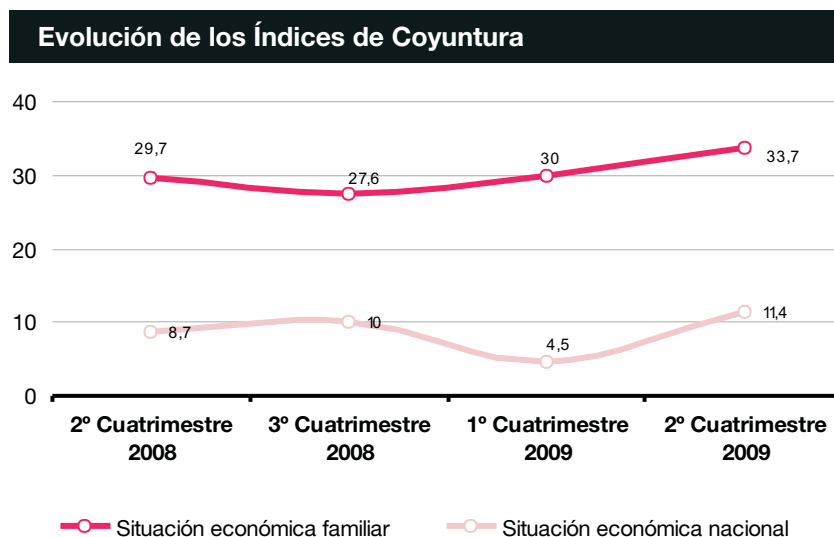


Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Tras haber alcanzado la cifra más baja de toda la serie en el cuatrimestre anterior, el índice asciende 13,1 puntos, la mayor subida de toda su historia.

Tal vez lo importante de este valor sea la ruptura de una tendencia que difícilmente podía caer más, por lo que las comparaciones de estos meses se hacen con respecto a una economía muy deteriorada. Y es que estos datos siempre hay que contextualizarlos en el momento del ciclo en que se obtienen; resulta fácil encontrar elementos positivos cuando se está en niveles muy bajos, así como encontrar elementos comparativos negativos cuando se está en niveles altos del ciclo.

El índice sintético se construye con tres componentes: los índices de coyuntura que miden la valoración de los hogares encuestados sobre su situación económica presente comparada con la que tenían hace un año, así como la valoración que hacen de la situación actual de la economía nacional frente a la que según ellos tenía hace un año. En segundo lugar los índices de expectativas que miden las perspectivas para los cuatro próximos meses tanto de la economía del hogar, como de la economía nacional. Finalmente, como tercer componente, se incorpora la valoración de los hogares sobre si son tiempos oportunos para realizar compras de bienes duraderos (automóviles, electrodomésticos, etc.)



Los resultados mejoran con respecto al cuatrimestre pasado tanto en la percepción que los hogares tienen de su situación económica, que se incrementa en 3,7 puntos, como de la que tienen de la situación económica nacional, que gana 6,9 puntos.

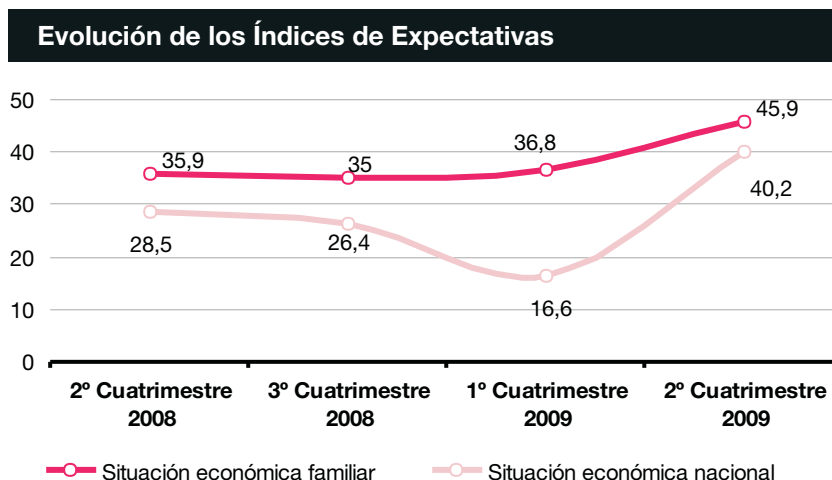
Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Según los datos obtenidos en este cuatrimestre, los resultados mejoran con respecto al cuatrimestre pasado tanto en la percepción que los hogares tienen de su situación económica, que se incrementa en 3,7 puntos, como de la que tienen de la situación económica nacional, que gana 6,9 puntos. Por otro lado, mejoran los datos que arrojaba el mismo cuatrimestre del año pasado, pero en el entorno de una economía enferma que quiere pasar a ser convaleciente. Los hogares siguen valorando mejor su situación económica que la del país, aunque en niveles todavía bajos; en la valoración de ambas realidades probablemente se da una influencia mutua: una situación mejor o igual de la economía del hogar se atempera por la visión de la economía nacional, y en la visión sobre ésta influye la perspectiva que tiene el hogar de su propia economía.

Siguen siendo menos pesimistas las expectativas que los hogares tienen de su economía que las que tienen de la economía nacional, aunque la distancia de la valoración que hacen de ambas se ha reducido con respecto a la del cuatrimestre anterior.

En cuanto a las expectativas de los hogares para los próximos cuatro meses, tanto de su propia economía como de la nacional, con las que se construye el segundo conjunto de índices que recoge el índice de confianza, los índices han evolucionado en un año de la forma que muestra el gráfico.

Hay más optimismo en las expectativas que tienen de su economía los hogares que las que tienen de la economía nacional, pero en este cuatrimestre la distancia entre ambos índices se ha reducido.

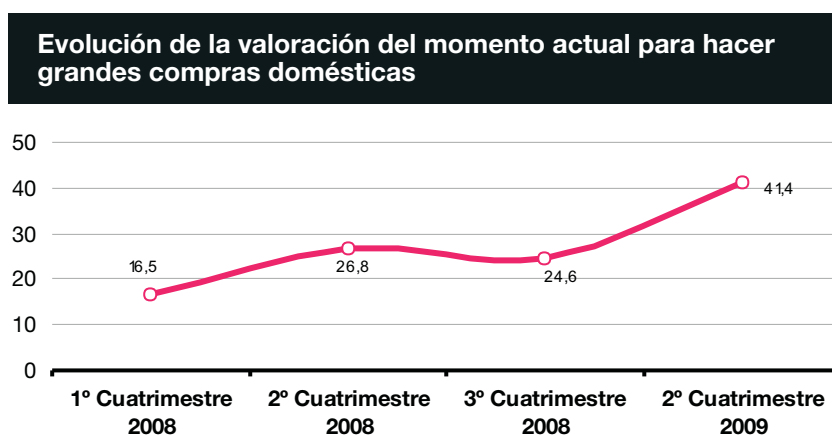


Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Por un lado, los madrileños tienen unas expectativas ligeramente mejores que la valoración que hacen de su situación presente. Las que se refieren a la situación económica del hogar mejoran a las del cuatrimestre anterior (45,9 frente a 36,8), y alcanzan los niveles del primer cuatrimestre del año pasado (45,6). También dan un salto sustancial las expectativas que tienen de la mejora de la economía nacional (40,2 frente a 16,6 del cuatrimestre anterior) situándose también en el nivel que ofrecían los datos en el primer cuatrimestre del año pasado (40,1).

Son más optimistas las perspectivas que tienen los hogares sobre sus economías domésticas que las que tienen sobre la economía nacional, pero en este cuatrimestre la distancia entre ambos índices se ha reducido considerablemente si se compara con la del cuatrimestre anterior, pasando de 20,2 puntos a los 5,7 puntos.

El tercer elemento con el que se elabora el Índice de Confianza se constituye con la valoración que hacen los hogares sobre el momento económico para hacer grandes compras domésticas.

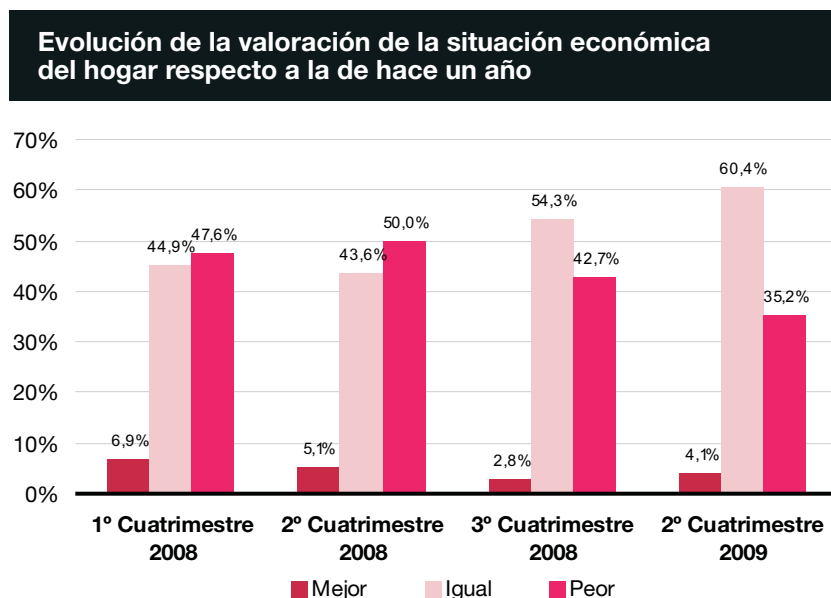


Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En el cuatrimestre anterior se indicaba que probablemente en este asunto chocan dos perspectivas contrapuestas: por un lado se constata que están mejorando las condiciones de adquisición de bienes (bajada de precios, tipos de interés atractivos, etc.) y por otro pesa la actitud de retraimiento propio del estado de ánimo que se ha asentado en la sociedad. Los datos de este cuatrimestre sugieren que empieza a ganar terreno de la opinión de que es buen momento para hacer este tipo de compras.

1.2.2 Valoración de la coyuntura de consumo de los hogares madrileños

Como se ha indicado al tratar de la conformación del Índice de Confianza del consumidor, una parte del mismo se arma con la valoración coyuntural de su situación económica comparada con la que tenía hace un año y con la valoración de la situación de la economía nacional también os aspectos: la que tienen de la economía de su hogar y la que estiman ser la situación de la economía nacional. Ambas perspectivas confluyen en la construcción de sus decisiones de consumo e influyen en sus previsiones de consumo.



El 60,4% de los hogares declaran que su situación es similar a la de hace un año, superando los porcentajes de los cuatrimestres anteriores; el 35,2% afirman que es peor, menor en términos porcentuales que lo que se indicó en los tres cuatrimestres anteriores y sólo un 4,7% indican que han mejorado.

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En cuanto a lo que los hogares piensan de su situación económica se deriva que el 60,4% declaran que su situación es similar a la de hace un año, superando los porcentajes de los trimestres anteriores; el 35,2% afirman que es peor, menor en términos porcentuales que lo que se indicó en los dos cuatrimestres anteriores y sólo un 4,1% indican que han mejorado, por debajo de las cifras de anteriores cuatrimestres. El saldo global es que ha empeorado la situación de los hogares madrileños con respecto al año pasado. No se puede olvidar que entre ambas fechas se ha producido una notable bajada de la actividad e incremento del desempleo y se ha instaurado un estado de ánimo que apoyan estos datos.

Cuanto más complejo es un hogar, lo que no sólo se reduce a su tamaño, sino también, por ejemplo, a la presencia o ausencia de menores y/o de jubilados, peor valoran su situación económica comparada con la de hace un año.

Valoración de la situación económica del hogar respecto a hace un año según tipología del hogar

	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores
Mejor	5,6	9,4	3,5	3,7	3,8	2,8
Igual	66,5	31,3	69,8	55,1	52,2	55,7
Peor	27,9	59,4	26,0	41,2	43,5	41,5
NS/NC	0,0	0,0	0,6	0,0	0,5	0,0
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Atendiendo al tipo de hogar, quienes peor valoran su situación económica comparada con la de hace un año son aquéllos que tienen menores entre sus componentes, especialmente los hogares que lo forman un adulto con menores (59,4%). Por el contrario, los hogares que califican en mayor proporción su situación de igual o mejor son los integrados por un adulto solo (72,1%) o por dos adultos solos (73,3%). Una vez más hay que indicar que cuanto más complejo es un hogar, tanto en términos de tamaño como de componentes (menores, jubilados, etc.), más dificultades y decisiones más restrictivas han tomado de cara al consumo.

Valoración de la situación económica del hogar respecto a hace un año según tamaño del hogar

	1	2	3	4	5 ó más
Mejor	5,6	4,2	3,9	3,7	2,2
Igual	66,5	66,4	52,8	60,0	45,6
Peor	27,9	28,9	42,9	36,3	52,2
NS/NC	0,0	0,5	0,4	0,0	0,0
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Analizando el colectivo de los hogares desde la perspectiva del tamaño, se pueden apreciar las diferencias de valoración de su situación económica que hacen los dos extremos: para los hogares compuestos de una persona sola, el 27,9% indican que su situación ha empeorado, mientras que para los hogares compuestos de cinco o más personas el porcentaje alcanza un 52,2%.

Valoración de la situación económica del hogar respecto a hace un año según nivel de ingresos per capita

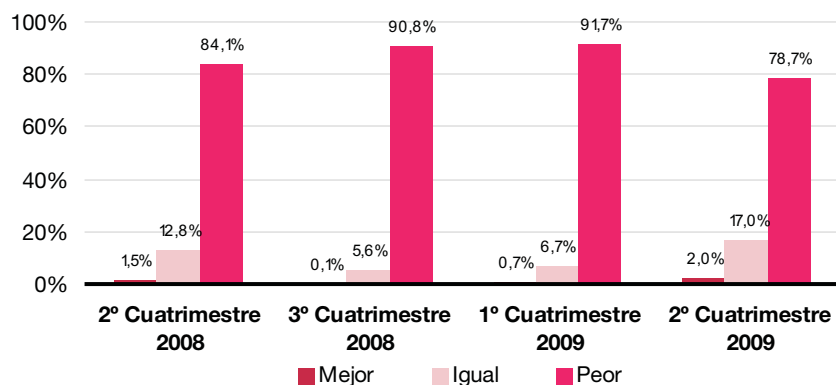
	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899€	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más
Mejor	1,7	2,8	3,1	7,8	7,0
Igual	53,0	55,5	61,7	64,8	69,7
Peor	44,4	41,7	34,9	26,6	23,2
NS/NC	0,9	0,0	0,3	0,8	0,1
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Cuando a los hogares se les clasifica por su nivel de ingresos por miembro se observa, con lógica, que cuanto mayor es dicha cifra, mejor o igual es la percepción que tienen de su economía: un 76,7% del nivel superior frente a un 54,7% del nivel inferior.

La valoración de la economía nacional por parte de los informantes está sujeta a variables diversas, exógenas, que se interiorizan de forma diversa a partir de un estado de opinión creado por informaciones más o menos objetivas, que ponen el acento o el foco en unos aspectos y no en otros, de acuerdo con criterios más o menos partidistas; y a ello se añade la propia experiencia que, de alguna manera, contamina esa misma valoración.

Evolución de la valoración económica del país respecto a la de hace un año



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Sobre esta cuestión sigue habiendo bastante unanimidad entre los informantes, si bien la tendencia ha cambiado de signo con respecto a los cuatrimestres anteriores. De todas formas un 78,7% de hogares piensan que la situación es peor; la explicación sobre el resto se puede buscar bien en que se piensa que se ha llegado a un límite y se están desplazando hacia el igual, bien porque se piensa que lo peor pertenece al pasado reciente. De todas formas, las dudas, en esta cuestión, son mínimas.

Sobre la valoración de la economía nacional sigue habiendo bastante unanimidad entre los informantes, si bien la tendencia ha cambiado de signo con respecto a los cuatrimestres anteriores, pues quienes la ven peor ha bajado a un 78,7% de hogares, lo cual sigue siendo una cifra importante.

Valoración de la situación económica del país respecto a hace un año según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Mejor	0,8	0,7	0,5	1,2	0,0
Igual	9,4	10,1	5,0	3,1	4,7
Peor	88,6	88,1	92,5	95,7	95,3
NS/NC	1,2	1,1	2,0	0,0	0,0
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

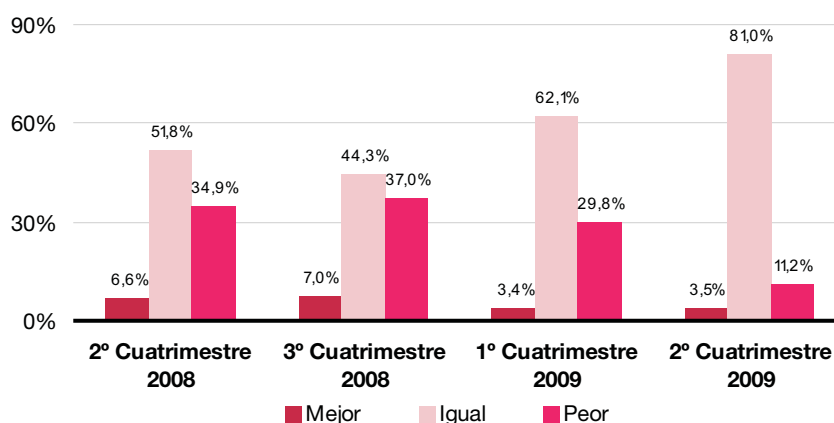
Todos los grupos de hogares, sin excepción, según su nivel de ingresos, hacen una estimación negativa de la situación económica presente frente a la de hace un año; los dos grupos de menores ingresos hacen una valoración algo menos negativa frente a los de ingresos más elevados.

1.2.3 Valoración de las expectativas de consumo de los hogares

La ECCM también recoge información sobre las expectativas que los hogares madrileños tienen de los próximos cuatro meses.

Los hogares piensan mayoritariamente que su situación económica del hogar va a seguir siendo igual (81,0%), porcentaje que ha crecido con respecto a los cuatrimestres anteriores; por su parte, se reduce el porcentaje de quienes piensan que van a empeorar (de 29,8% pasa al 11,2%), y apenas se mueve el porcentaje de hogares que piensan que van a mejorar en los próximos cuatro meses.

Evolución de la valoración de las expectativas de la situación económica del hogar en los próximos cuatro meses



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las cifras indican que mayoritariamente se piensa que la situación económica del hogar va a seguir igual (81,0%), porcentaje que ha crecido con respecto a los cuatrimestres anteriores; por su parte, se reduce el porcentaje de quienes piensan que van a empeorar (de 29,8% pasa al 11,2%), y apenas se mueve el porcentaje de hogares que piensan que van a mejorar en los próximos cuatro meses. Es la fotografía de una sociedad posicionada en un compás de espera, en la que hay cada

vez menos que piensan que vayan a empeorar su situación, pero con una mayoría abrumadora que se decanta por pensar en que a corto plazo todo va a seguir siendo igual, valoración ésta que enmascara una situación económica bastante deteriorada.

Valoración de las expectativas de la situación económica del hogar en los próximos cuatro meses según tamaño del hogar

	1	2	3	4	5 ó más
Mejor	4,0	3,0	1,7	5,8	4,4
Igual	84,3	80,4	81,1	79,5	78,9
Peor	8,1	11,6	12,5	11,6	12,2
NS/NC	3,6	5,0	4,7	3,1	4,5
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Tras la valoración que hacen los distintos grupos de hogares, teniendo en cuenta su tamaño, sobre las expectativas de su situación económica se adivina que la mayoría piensa que las expectativas a muy corto plazo son las mismas del momento presente; los hogares que manifiestan las mejores son aquéllos con un miembro, pero en todos los grupos los que contestan que “peor” siguen estando por encima de los que contestan “mejor”.

Si se confrontan los resultados de las expectativas de los hogares para los próximos cuatro meses con los que salen de la valoración de su situación presente con la de hace un año, su diferencia de alguna manera está midiendo el contraste entre lo que acaba de suceder frente a lo que esperan que va a suceder en el corto plazo.

Diferencia de valoración de las expectativas de la situación económica del hogar en los próximos cuatro meses con respecto a la valoración de los hogares en su comparación con hace un año según tamaño del hogar

	1	2	3	4	5 ó más
Mejor	-3,6	-1,8	-3,4	-1,1	1,1
Igual	-45,7	-49,4	-37,8	-44,2	-28,9
Peor	43,7	49,4	40,3	44,7	26,7
NS/NC	5,6	1,8	0,9	0,6	1,1

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En todos los tipos de hogar, la diferencia de porcentajes entre las expectativas sobre los próximos cuatro meses y la valoración sobre las expectativas reflejadas hace un año, dan como resultado que a lo largo del último año han aumentado los que piensan que van a ir a peor, al tiempo que han disminuido los que dicen que van a ir a mejor o a igual.

En todos los tipos de hogar la diferencia entre los porcentajes de las expectativas y los de la valoración con respecto al año anterior se incrementa el porcentaje de los que piensan que van a ir a peor, disminuyen los que piensan que van a ir a mejor, así como los que piensan que van a quedar igual.

Todos los tipos de hogar arrojan un saldo negativo a sus expectativas para los próximos cuatro meses, aun cuando para todos ellos sea mayoritaria la perspectiva de que a corto plazo su situación va a seguir siendo la misma.

Valoración de las expectativas de la situación económica del hogar en los próximos cuatro meses según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Mejor	2,1	4,2	4,5	4,7	2,0
Igual	76,5	78,6	81,6	84,7	85,4
Peor	15,6	13,0	9,5	8,1	7,9
NS/NC	5,8	4,2	4,4	2,5	4,7
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los tipos de hogar arrojan un saldo negativo a sus expectativas para los próximos cuatro meses, aun cuando para todos ellos sea mayoritaria la perspectiva de que a corto plazo su situación va a seguir siendo la misma, sobre todo para los hogares con mayores niveles de ingresos. Por otro lado, a menor nivel de ingresos son más los hogares que indican que su situación va a empeorar. En casi todos los grupos, con excepción del que sitúa sus ingresos entre 2.000 y 3.000 euros, hay un porcentaje de hogares a tener en cuenta que indica no saber qué va a pasar con su economía en el corto plazo.

Si se comparan las respuestas que dieron los colectivos de hogares según su nivel de ingresos acerca de cual era la valoración que hacían de su situación económica desde hace un año, se puede advertir que todos los grupos han aumentado el porcentaje de hogares que creen que van a empeorar su situación con respecto de lo que les ha pasado hasta ahora.

Diferencia de la valoración de las expectativas de la situación económica del hogar en los próximos cuatro meses según nivel de ingresos del hogar

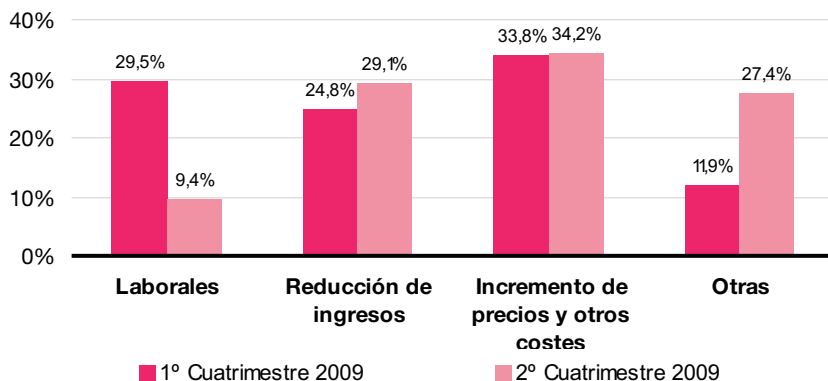
	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Mejor	0,4	-2,9	0,0	-4,3	-4,0
Igual	-40,7	-39,9	-43,0	-46,4	-49,0
Peor	37,0	39,1	41,3	50,6	52,3
NS/NC	3,3	3,7	1,7	0,1	0,7

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Si se compara, como se ha hecho anteriormente con el tamaño de los hogares, con las respuestas que estos colectivos dieron acerca de cual era la valoración que hacían de su situación económica desde hace un año, se puede advertir que también todos los grupos han aumentado el porcentaje de hogares que creen que van a empeorar su situación con respecto de lo que les ha pasado hasta ahora.

Dada la importancia del colectivo de hogares que indica que su economía va a empeorar, es conveniente analizar las razones que invocan para esperar tal resultado.

Razones por las que esperan los hogares que empeore su situación económica



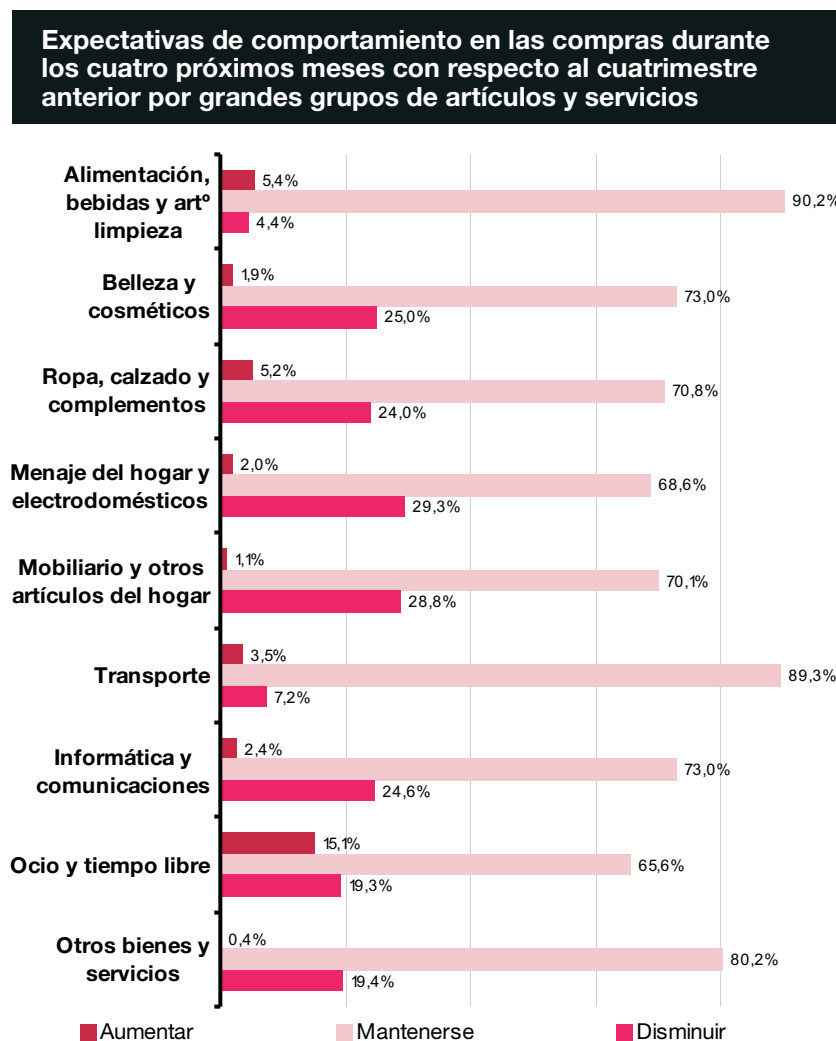
Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las razones que se invocan para tener expectativas de empeorar la situación económica del hogar giran, fundamentalmente, en torno al incremento de precios y otros costes (34,2%), cuyos dos componentes más importante son: incremento de precios (9,4%) y aumento de costes financieros (23,9%); la reducción de ingresos por cambios en la situación de alguno de sus miembros (29,1%) y la situación laboral de alguno de sus miembros (9,4%). Esta cifra baja con respecto al cuatrimestre pasado, tal vez porque a medida que pase el tiempo el peligro del paro puede desaparecer de manera directa y se enmarca en otras razones, entre las que destaca, “por la crisis”, que alcanza al 17,1% de los encuestados, y que representa a ese colectivo que piensa que las razones macroeconómicas pueden afectar a su situación personal.

De manera general se puede indicar que en la mayoría de los capítulos de gasto se da un comportamiento similar: por un lado, sobresale la expectativa de mantener el nivel de gasto, especialmente en alimentación y transporte, donde el 90,2 % y el 89,3%, respectivamente, van a mantenerlos, y por otro, el peso del porcentaje de los que indican que van a disminuir su gasto supera al de los que indican que van a aumentarlo, excepción hecha de alimentación, bebidas y artículos de limpieza del hogar, por ser el epígrafe de gasto que los hogares ven menos apropiado para ejercer sus políticas de ahorro.

Las razones que se invocan para tener expectativas de empeorar la situación económica del hogar giran, fundamentalmente, en torno al incremento de precios y otros costes (34,2%), cuyos dos componentes más importante son: incremento de precios (9,4%) y aumento de costes financieros (23,9%); la reducción de ingresos por cambios en la situación de alguno de sus miembros (29,1%) y la situación laboral de alguno de sus miembros (9,4%).

De manera general se puede indicar que en la mayoría de los capítulos de gasto se da un comportamiento similar: por un lado, sobresale la expectativa de mantener el nivel de gasto, especialmente en alimentación y transporte, donde el 90,2% y el 89,3%, respectivamente, van a mantenerlos, y por otro, el peso del porcentaje de los que indican que van a disminuir su gasto supera al de los que indican que van a aumentarlo, excepción hecha de alimentación, bebidas y artículos de limpieza del hogar, por ser el epígrafe de gasto que los hogares ven menos apropiado para ejercer sus políticas de ahorro.



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El saldo de los que piensan disminuir su gasto frente a quienes piensan incrementarlo es claramente favorable a los primeros en los grupos de Menaje del hogar y electrodomésticos (29,3% frente al 2,0%), Mobiliario y otros artículos del hogar (28,8% frente al 1,1%), Belleza y cosméticos (25,0% frente al 1,9%). Ropa y calzado (24,0% frente al 5,2%) da un saldo menor porque la temporada de rebajas suele ser un momento favorable para aumentar el gasto, y en el caso del Ocio y tiempo libre (19,3% frente al 15,1%) parece éste un momento del año propicio como para que haya una cantidad importante de hogares que se plantee incrementar su gasto. Finalmente, en el caso del transporte, se trata de un capítulo de gasto más rígido, en el que es más fácil mantener el nivel de gasto que se arrastra.

Porcentaje de hogares que “disminuyen” sus gastos por epígrafe según tipología del hogar

	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores
Alimentación, bebidas y artº limpieza	1,5	12,5	3,9	3,7	5,4	8,5
Belleza y cosméticos	19,3	43,8	23,2	26,4	29,3	25,5
Ropa, calzado y complementos	18,8	34,4	23,2	24,5	27,7	25,5
Menaje del hogar y electrodomésticos	23,4	43,8	28,0	32,4	32,6	28,3
Mobiliario y otros artículos del hogar	22,8	46,9	26,7	31,9	32,1	28,3
Transporte	2,5	18,8	6,1	7,9	8,2	12,3
Informática y comunicaciones	23,9	34,4	25,1	25,5	23,9	20,8
Ocio y tiempo libre	15,7	34,4	18,6	19,0	20,7	21,7
Otros bienes y serv.	16,2	34,4	18,6	19,4	20,1	21,7

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los hogares que pertenecen al grupo de un adulto con menores son los que dan una imagen de mayor exigencia a la hora de llevar a cabo restricciones en el gasto; probablemente es el grupo en el que se den mayor número de hogares con más fragilidad económica. En el polo opuesto están los hogares sin menores, y especialmente los hogares de un adulto solo, en los prácticamente todos los porcentajes se sitúan por debajo de la media.

Los hogares que pertenecen al grupo de un adulto con menores son los que dan una imagen de mayor exigencia a la hora de llevar a cabo restricciones en el gasto; probablemente es el grupo en el que se den mayor número de hogares con más fragilidad económica. En el polo opuesto están los hogares sin menores, y especialmente los hogares de un adulto solo, en los prácticamente todos los porcentajes se sitúan por debajo de la media.

Porcentaje de hogares que “disminuyen” sus gastos por epígrafe según ingresos de los hogares

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Alimentación, bebidas y artº limpieza	7,8	2,9	4,5	3,4	2,6
Belleza y cosméticos	34,2	25,2	27,4	21,7	12,6
Ropa, calzado y complementos	29,6	23,1	30,7	20,4	13,9
Menaje del hogar y electrodomésticos	36,2	29,0	34,1	25,5	19,2
Mobiliario y otros artículos del hogar	35,4	27,7	34,1	24,3	20,5
Transporte	11,1	6,3	5,6	6,8	4,6
Informática y comunicaciones	33,3	25,2	29,1	20,4	10,6
Ocio y tiempo libre	27,6	16,4	22,3	18,3	8,6
Otros bienes y serv.	26,7	18,1	21,8	18,3	8,6

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

El entorno de los 2.000 euros de ingresos representa la línea de separación entre los hogares cuyo porcentaje se sitúan por encima y por debajo de la media para cada uno de los epígrafes de gasto.

Las cifras indican, de acuerdo con lo que parece más lógico, que a mayor nivel de ingresos disminuye el porcentaje de hogares que afirman disminuir los gastos en todos los epígrafes de compra o en la mayoría de ellos. De nuevo se constata que el entorno de los 2.000 euros de ingresos representa la línea de separación entre los hogares cuyo porcentaje se sitúan por encima y por debajo de la media para cada uno de esos epígrafes.

Los hogares cuyos ingresos se sitúan en torno a los 600 euros per cápita son la frontera entre los que más y menos disminuyen sus gastos.

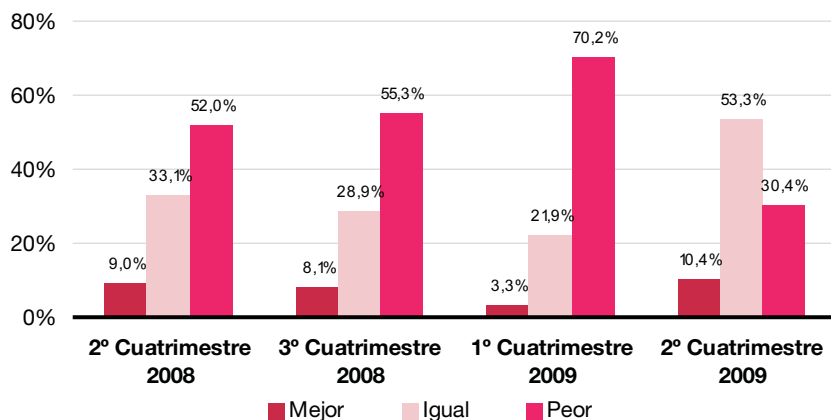
Porcentaje de hogares que “disminuyen” sus gastos por epígrafes según ingresos per capita de los hogares

	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899€	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más
Alimentación, bebidas y artº limpieza	8,5	6,5	3,1	2,3	1,1
Belleza y cosméticos	36,8	33,0	22,6	16,4	11,9
Ropa, calzado y complementos	35,9	29,9	20,7	14,1	16,8
Menaje del hogar y electrodomésticos	40,2	36,3	26,8	20,3	18,9
Mobiliario y otros artículos del hogar	38,5	36,1	25,3	21,1	18,9
Transporte	16,2	10,1	4,6	3,1	2,2
Informática y comunicaciones	32,5	30,1	25,7	18,8	11,4
Ocio y tiempo libre	30,8	23,7	18,0	12,5	10,3
Otros bienes y serv.	28,2	24,8	19,2	11,7	9,2

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Al analizar los hogares según su nivel de ingresos per capita se matizan los comentarios anteriores. En este caso, la frontera entre los hogares que sitúan por encima de la media y por debajo se adivina en los 600 euros per capita. Las mayores diferencias entre los grupos extremos se dan en lo que tiene que ver con los bienes duraderos del hogar (en torno al 40% de las economías más débiles frente al 20% de las más fuertes), Belleza y cosmética (36,8% frente a 11,9%), Ropa y calzado (35,9% frente a 16,8%). Se podría generalizar que la tendencia a reducir su gasto por parte de quienes deciden hacerlo se centra en aquellos productos cuya vida útil se puede alargar, aunque no sean estrictamente bienes duraderos, o resultan superfluos en momentos de penurias, pudiendo prescindir de ellos. Y este comentario vale tanto si se observa a los hogares desde la perspectiva de los ingresos totales o de los ingresos per cápita.

Evolución de la valoración de las expectativas de la situación económica nacional en los próximos cuatro meses



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las expectativas que los hogares madrileños tienen sobre la economía española en los próximos meses siguen siendo negativas, aunque ha modulado su posición frente a cuatrimestres anteriores; frente a una mayoría, el 70,2%, que pensaba en el cuatrimestre anterior que la situación iba a empeorar, en este caso la cifra se ha reducido a un 30,4%, pasando a ser mayoritaria la posición de quienes piensan que va a seguir siendo igual. Continúa siendo relativamente importante el peso de los hogares que no manifiestan una opinión formada sobre cómo va a evolucionar la economía nacional. No se debe olvidar la influencia que puede tener en estas respuestas la propia situación económica de los hogares.

Valoración de las expectativas de la situación económica nacional en los próximos cuatro meses según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Mejor	9,5	10,9	8,9	13,2	8,6
Igual	52,7	48,7	55,9	54,5	57,0
Peor	29,2	30,7	30,7	30,2	31,8
NS/NC	8,6	9,7	4,5	2,1	2,6
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En esta ocasión, cuando los hogares madrileños, vistos por grupos de ingresos, hacen una valoración acerca de las expectativas de la situación económica del país en los próximos cuatro meses, no parece que se establezca una correlación como se mostraba claramente en el cuatrimestre anterior; los porcentajes de cada grupo se mueven en el entorno de la media: los que piensan que va a ir a mejor están entre el

Las expectativas que los hogares madrileños tienen sobre la economía española en los próximos meses siguen siendo negativas, aunque ha modulado su posición frente a cuatrimestres anteriores.

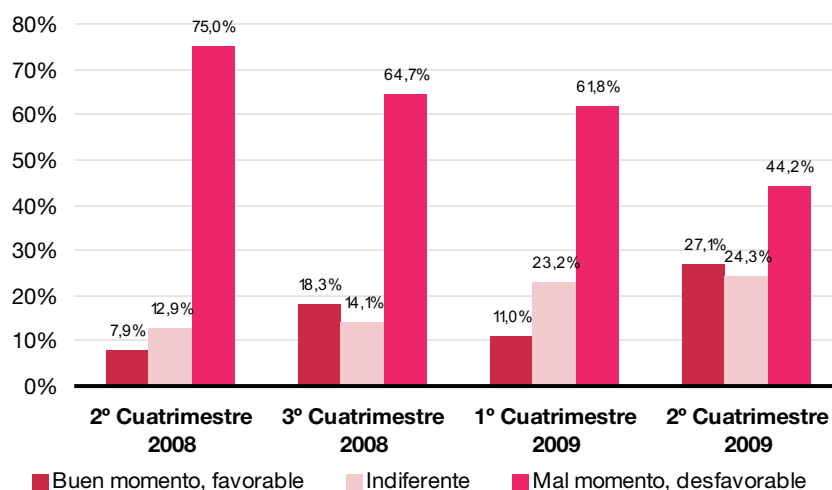
13,2% y el 8,6%, los que piensan que el curso va a ir a peor son entre un 31,8% y un 29,2, por fin, quienes piensan que la situación va a ser semejante se mueven entre el 57% y el 48,7%. Todo esto indica que parece ser que el vuelco de resultados con respecto a la anterior toma de datos ha dado como resultado igualar a los grupos en sus apreciaciones sobre esta cuestión.

1.2.4 Valoración del momento económico para realizar grandes compras domésticas

Una cuestión que suele resultar muy ilustrativa y que sirve para interpretar la situación en que se encuentran los hogares madrileños es la que demanda su opinión acerca de si el momento actual es adecuado o no para hacer determinado tipo de compras domésticas importantes, como serían la adquisición de automóviles, compra de electrodomésticos o muebles.

Las respuestas a la pregunta sobre la valoración del momento actual para hacer compras domésticas importantes inclinan ya a pensar que puede ser un buen momento para hacer este tipo de compras o a pensar todo lo contrario, como con apreciaciones subjetivas con las que se pueden alimentar miedos, precaución, que lo que hacen es profundizar en la negativa a la compra de este tipo de bienes

Evolución de la valoración del momento actual para hacer compras domésticas importantes



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Las respuestas a esta pregunta se construyen tanto con situaciones económicas objetivas de la economía, favorables unas (contención de precios, tipos de interés más asequibles, ofertas y rebajas, etc.), adversas otras (disminución de ingresos reales o previstos por las razones expuestas) que, en principio, inclinan ya a pensar que puede ser un buen momento para hacer este tipo de compras o a pensar todo lo contrario; pero también están las apreciaciones subjetivas con las que se pueden alimentar miedos, precaución, que lo que hacen es profundizar en la negativa a la compra de este tipo de bienes. De todas formas, aunque sigue dominando el colectivo que piensa que es un mal momento, por primera vez desde el año pasado tal colectivo se queda por debajo de la mitad, en un 44,2%. Por otro lado, los que piensan que es un momento favorable (27,1%) supera incluso a los que valoran el momento actual como indiferente (24,3%). Estos resultados, unidos a los obtenidos de otras preguntas, apuntan a un cambio de

tendencia, que en próximas tomas de información se podrán ver si son algo consolidado.

Apreciación de los hogares madrileños sobre el momento actual para hacer compras domésticas importantes según tamaño del hogar

	1	2	3	4	5 ó más
Buen momento, favorable	25,4	28,6	21,5	37,9	16,7
Indiferente	31,5	27,1	21,0	17,4	21,1
Mal momento, desfavorable	36,0	38,7	54,5	41,6	61,1
NS/NC	7,1	5,6	3,0	3,1	1,1
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Los hogares de mayor tamaño, cinco o más miembros, siguen siendo el colectivo que peor ve la situación actual para hacer este tipo de compras (61,1%), por concentrarse en este tipo hogares con más dificultades económicas o con perspectivas más negras de cara al futuro. También hay grupos de tamaño de hogares que se sitúan en el polo opuesto; tales grupos recogen estructuras de hogares más simples (de un solo miembro o de dos miembros), u hogares con estructuras económicas más estables.

Apreciación de los hogares madrileños sobre el momento actual para hacer compras domésticas importantes según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Buen momento	15,2	23,5	24,0	33,2	45,7
Indiferente	28,0	22,7	20,7	24,3	25,2
Mal momento	48,1	48,7	52,5	40,9	25,8
NS/NC	8,7	5,1	2,8	1,6	3,3
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Como resulta lógico, cuanto menor es el nivel de ingresos de los hogares mayor es el porcentaje de hogares que piensa que es un mal momento para la adquisición de este tipo de bienes. Sin embargo hay tipos de hogar que no parecen cumplir estrictamente esta norma lógica; el tercer grupo (de 1500 euros a 1999 euros) da un porcentaje superior a los dos que le preceden, y el salto entre el cuarto y quinto grupo parece excesivo. Esto lleva a considerar que no basta con medir los ingresos del hogar, sino tener en cuenta el número de miembros del mismo.

Apresiasi de los hogares madrileños sobre el momento actual para hacer compras domésticas importantes según nivel de ingresos del hogar per capita

	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899€	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más
Buen momento	15,4	20,0	27,2	34,4	42,7
Indiferente	17,9	23,4	23,0	28,1	29,2
Mal momento	61,5	51,5	44,4	35,2	24,9
NS/NC	5,1	5,1	5,4	2,3	3,2
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

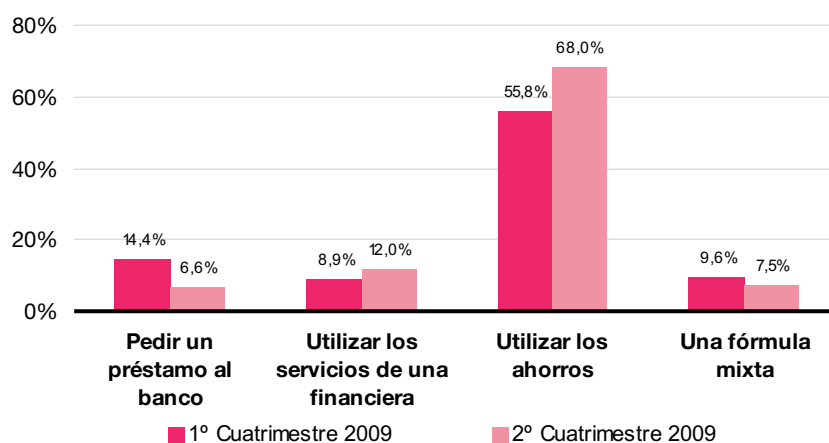
Cuando se tiene en cuenta ambas variables (ingresos y número de miembros del hogar) generando ingresos por cada miembro del hogar, la norma antes invocada se ajusta perfectamente a las contestaciones de los informantes. Y los recorridos de cada estado resultan indicativos de la importancia de la situación económica del hogar con esta perspectiva. La valoración como momento favorable va desde un 15,4%, en el caso de los hogares con menos ingresos por miembro, hasta un 42,7% en el caso de los hogares con más ingresos por miembro del hogar. Por el contrario, el sentido se hace inverso en el caso de la valoración como un mal momento, cuyo recorrido va desde un 24,9% hasta un 61,5%.

1.2.5 El ahorro de los hogares

Cuando los hogares deciden la compra de bienes duraderos, acuden cada vez más a los propios ahorros y menos a la financiación externa, lo que explica su retraimiento para gastar en este tipo de productos por parte de aquellos hogares con dificultades para ahorrar.

Un factor importante que los hogares se plantean a la hora de enfrentarse a determinadas compras, en este caso de bienes duraderos, es la forma de pago; el crédito supone en muchos casos una exigencia y su restricción una barrera, por lo que los criterios y el proceder de las entidades de crédito no son ajenos a las decisiones que tiene que tomar el consumidor.

Forma de pago de los bienes duraderos



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Merece la pena comparar las respuestas de los informantes a esta misma cuestión con la distancia de cuatro meses. Si ya entonces la mayoría decían que para tales compras acuden a los ahorros, cuatro meses después son todavía más mayoría, pasando de un 55,8% a un 68,0% el porcentaje de hogares que optan por esta fórmula. El resto de las fórmulas le siguen de lejos, con algunas variaciones con respecto al cuatrimestre anterior; la solicitud de préstamos a los bancos retrocede 7,8 puntos porcentuales; se incrementa ligeramente el uso de los servicios de financieras (de 8,9% a 12,0%) y recula ligeramente la opción de una fórmula mixta, compuesta de ahorro y crédito. La bajada del no sabe/no contesta indica en el fondo una clarificación de las ideas de quienes, aunque no hayan tenido que hacer frente a una compra de este tipo de bienes; ya saben por qué fórmula optar si se les presentase la ocasión.

Forma de pago de los bienes duraderos según tipo de hogar

	Un adulto sólo	Un adulto con menores	Dos adultos solos	Dos adultos con menores	Tres o más adultos solos	Tres o más adultos con menores
Pedir un préstamo al banco	4,6	9,4	4,5	10,6	4,9	10,4
Utilizar los servicios de una financiera	10,2	18,8	9,3	13,9	13,6	15,1
Utilizar los ahorros	73,1	50,0	73,3	61,1	66,3	65,1
Una fórmula mixta	4,6	9,4	8,0	10,2	7,1	5,7
NS/NC	7,5	12,4	4,9	4,2	8,1	3,7
Total	100	100	100	100	100	100

Los hogares más complejos, tanto por su tamaño o por la presencia de menores, por ejemplo, son los que menos utilizan (o pueden utilizar) los ahorros como fuente de financiación para la compra de bienes duraderos; lógicamente, ellos son los que más se ven abocados a utilizar las fórmulas alternativas.

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Ante estos datos, de nuevo se perfila cómo los hogares más complejos, tanto por su tamaño o por la presencia de menores, por ejemplo, son los que menos utilizan (o pueden utilizar) los ahorros como fuente de financiación para la compra de bienes duraderos (los tres grupos con menores se sitúan por debajo de la media); lógicamente, ellos son los que más se ven abocados a utilizar las fórmulas alternativas.

Forma de pago de los bienes duraderos según nivel de ingresos del hogar

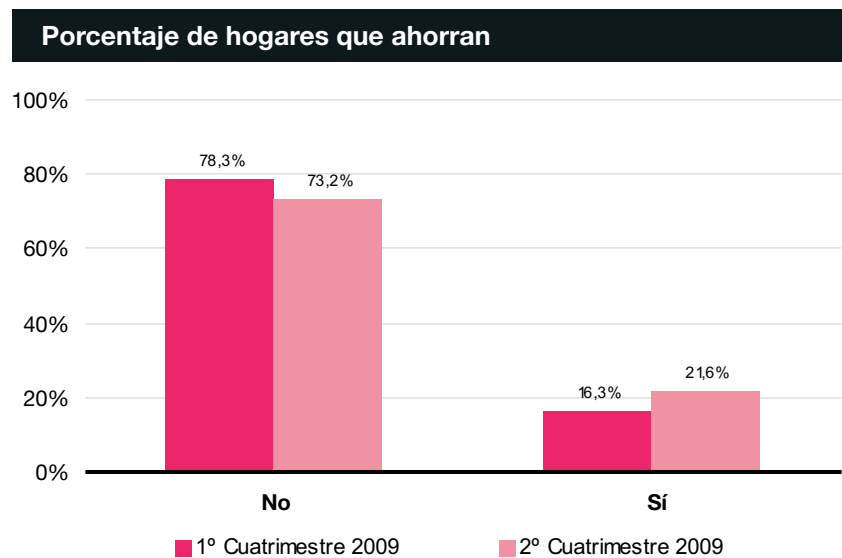
	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999 €	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
Pedir un préstamo al banco	5,8	7,6	10,6	4,7	4,6
Utilizar los servicios de una financiera	9,1	14,3	17,9	10,6	8,6
Utilizar los ahorros	71,2	66,8	59,8	70,2	70,9
Una fórmula mixta	3,7	5,9	5,6	10,2	13,9
NS/NC	10,2	5,4	6,1	4,3	2,0
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Todos los grupos de hogares, según su nivel de ingresos, han interiorizado, o al menos se han convencido, de las dificultades de conseguir créditos, no por sus costes, sino por las exigencias que plantean las entidades financieras. Por lo tanto, todos los grupos siguen la senda que marca la media, siendo los hogares de los rangos 2 y 3 (hogares cuyos ingresos se sitúan entre 1.000 y 2.000 euros) los que presentan menores porcentajes de utilización de los ahorros para la compra de bienes duraderos. Sociológica y económicamente en estos tramos se encuentran los hogares que peor lo están pasando en la actual situación económica: salarios bajos, hogares hipotecados, menores, etc.

Ante una situación económica como la que se está viviendo muchos hogares han reforzado su política de ahorro rebajando el consumo. Los datos nacionales así lo confirman: la tasa de ahorro de los hogares e instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares alcanzó el 7,9% de su renta disponible en el primer trimestre de 2009, 4,8 puntos más que en el mismo periodo de 2008. Es una reacción típica de los hogares, sin olvidar que ahorra quien puede, quien tiene margen para hacerlo.

Ante una situación económica como la que se está viviendo muchos hogares han reforzado su política de ahorro rebajando el consumo. Los datos nacionales así lo confirman, y las cifras de este barómetro indican que entre el cuatrimestre anterior y éste hay un 5,3% de hogares más que dicen ahorrar.



Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

En el transcurso de un cuatrimestre, el porcentaje de hogares que dice haber ahorrado ha pasado del 16,3% al 21,6%.

Porcentaje de hogares que han ahorrado en los últimos cuatro meses según nivel de ingresos del hogar

	Hasta 999 €	De 1.000 € a 1.499 €	De 1.500 € a 1.999€	De 2.000 € a 2.999 €	3.000 € o más
No	88,5	79,8	73,2	66,4	49,0
Si	7,4	14,7	23,5	28,1	43,0
NS/NC	4,1	5,5	3,3	5,5	8,0
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

No puede ser de otra forma. La decisión de ahorrar está constreñida en primera instancia al nivel de los ingresos: cuanto menores son éstos menos margen existe para el ahorro, aun cuando se desee hacerlo. En el otro extremo se observa que, efectivamente, el porcentaje mayor de hogares que ahorran se sitúa en el extremo superior de los ingresos (43,0%). Pero aunque los ingresos lo permitan, entran otros factores que determinan el comportamiento frente al ahorro se refiere; en definitiva, casi la mitad, el 49,0%, de los hogares que dicen ganar por encima de los 3.000 euros declaran que no ahorran.

Porcentaje de hogares que han ahorrado en los últimos cuatro meses según nivel de ingresos per capita del hogar

	Hasta 299 €	De 300 € a 599 €	De 600 € a 899€	De 900 € a 1.199 €	1.200 € o más
No	87,2	82,0	72,8	70,3	50,3
Si	7,7	13,2	21,8	25,0	43,8
NS/NC	5,1	4,8	5,4	4,7	5,9
Total	100	100	100	100	100

Fuente: ECCM. 2º cuatrimestre de 2009. Área de Gobierno de Economía y Empleo. Ayuntamiento de Madrid.

Si se observan los porcentajes de hogares, según sus ingresos por miembro, que han ahorrado refuerzan lo indicado anteriormente. A mayor ingreso per cápita, mayor probabilidad de ahorrar.

