



LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES VASCOS

Segundo Trimestre 2014

Índice: contenidos y resultados

a. presentación	3
b. evolución de la confianza del consumidor vasco	7
c. componentes de la confianza del consumidor vasco	11
d. decisiones de compra del consumidor vasco	17
e. anexo	23

<i>Ficha técnica</i>	<i>27</i>
----------------------------	-----------

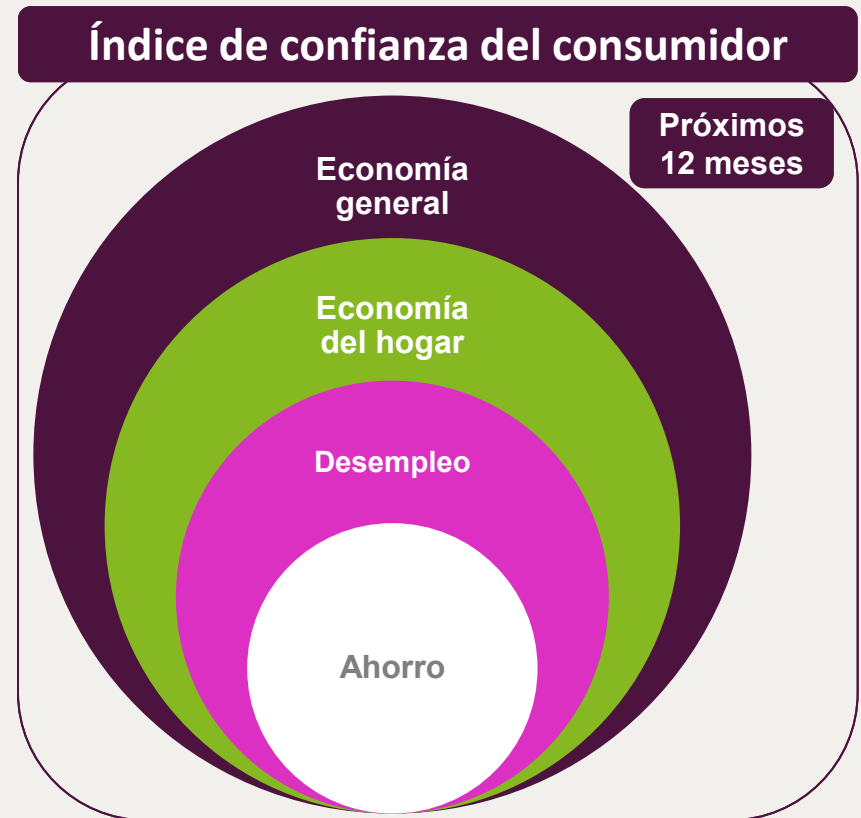
a) presentación

- 1. índice de confianza de los consumidores: ¿qué es?4**
 - 2. ¿qué significa la evolución del índice?5**
 - 3. contenidos6**
-

1. Índice de confianza de los consumidores: ¿qué es?

El Índice de confianza del consumidor u hogar es un indicador que resume la valoración de las personas con respecto de la evolución en los próximos doce meses de:

- 1) la situación de la economía general
- 2) la situación de la economía de su hogar
- 3) la evolución del desempleo
- 4) la capacidad de ahorrar en su hogar



El Índice de confianza de las personas en los hogares vascos¹ se realiza de acuerdo con la metodología de la Comisión Europea (diseño de las preguntas y cálculo de los índices).

¹ *Consumer Confidence Indicator* que en este documento se referencia como índice de confianza de los hogares para aglutinar la opinión de los y las consumidoras.

2. ¿qué significa la evolución del índice?

El índice de confianza se construye con la opinión de las personas, que valoran la situación de la economía general, del hogar, ahorro y paro dentro de un año con respecto de la situación actual.

Esta opinión se gradúa en cinco niveles (desde mucho peor hasta mucho mejor).

- El tratamiento agregado de las respuestas obtenidas en cada uno de los ámbitos señalados es un índice parcial.
- Y, el índice de confianza de los hogares, es el valor medio de estos cuatro índices obtenidos (componentes de la confianza del consumidor).

Componentes: índice de confianza

Índices parciales de

- *economía general*
- *economía del hogar,*
- *capacidad de ahorro*
- *evolución del desempleo*

¿Cómo se interpretan los resultados obtenidos?

- Valores positivos (hasta 100): la mayoría de los hogares cree que la situación mejorará.
- Valores negativos (hasta -100): la mayoría de los hogares cree que la situación empeorará.



Pesimismo
↓

3. contenidos

Los contenidos de este informe se ordenan en tres bloques, además de este primero, de presentación del informe.

Índice de Confianza

La evolución del Índice de Confianza de los hogares y la comparación de resultados relativos al Estado y la UE, así como otros países de referencia.

Componentes de la confianza

Componentes de la confianza de los hogares. Evolución de los resultados con relación a los índices parciales relativos a la economía general, del hogar, la capacidad de ahorro y la evolución del desempleo.

Decisiones de compra

Cuestiones complementarias que ilustran con respecto de la situación de las personas ante las decisiones de consumo e inversión.

Incluye la valoración de la posible evolución de los precios, de la idoneidad del momento de compra (de forma general) y la expectativa sobre la realización de compras significativas (más de 300 €) para el hogar, de vivienda o automóvil.

Se incluye un anexo de resultados

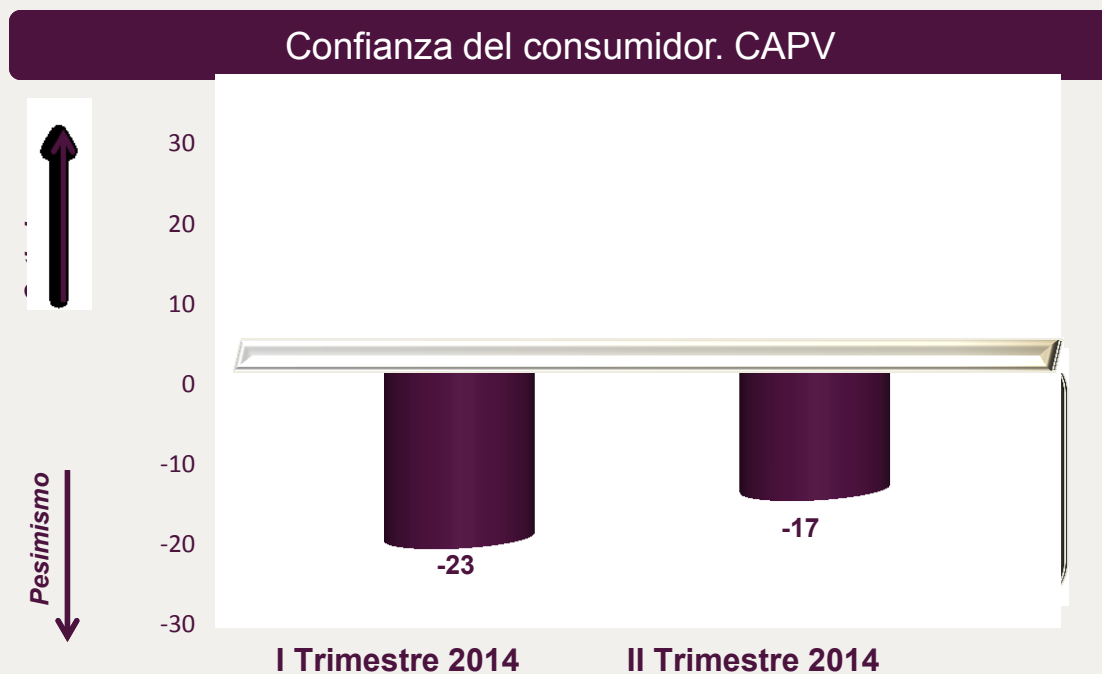
b) evolución de la confianza del consumidor II Trimestre-2014

- 4. ligera mejoría en la confianza del consumidor vasco8**
 - 5. aunque el pesimismo es mayor que en la UE y el Estado....9**
 - 6. ...y también respecto de los países de referencia10**
-

4. ligera mejoría en la confianza del consumidor vasco

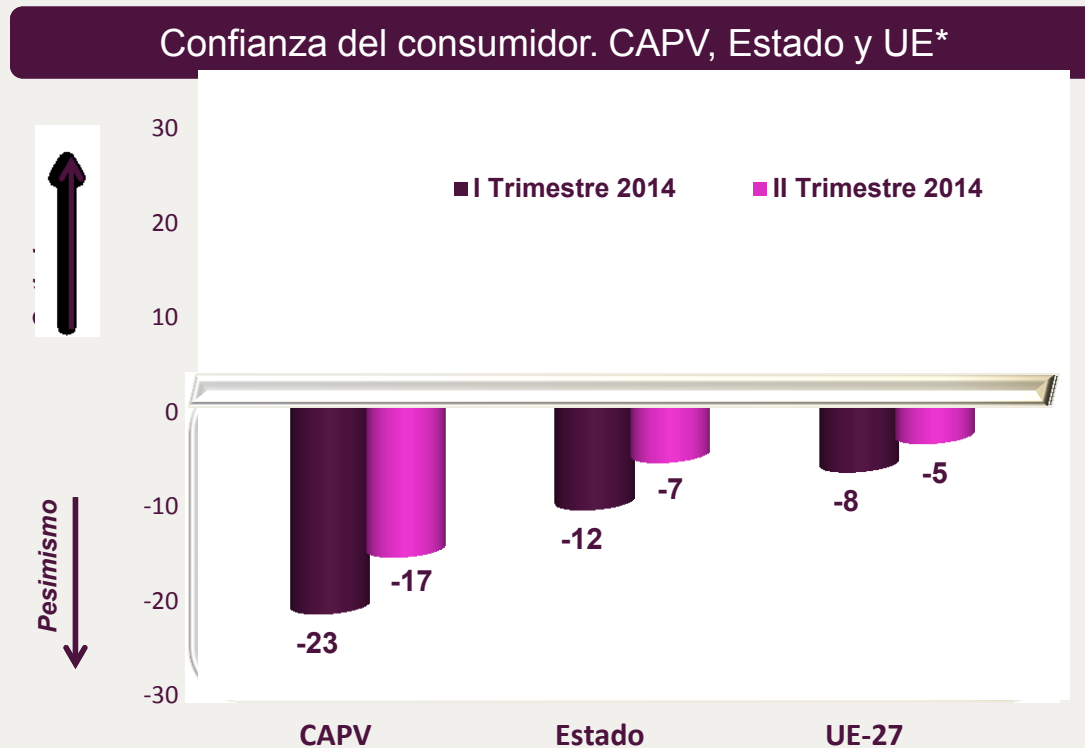
En el segundo trimestre de 2014, la confianza de los hogares vascos sigue estando en valores pesimistas (-17 puntos).

No obstante, y con respecto al dato obtenido en el trimestre precedente (-23), la confianza de los hogares vascos ha mejorado 6 puntos.



5. aunque el pesimismo es mayor que en la UE y el Estado

A pesar de la mejora en los niveles de confianza en el segundo trimestre, los hogares vascos son más pesimistas (-17 puntos) que en el conjunto del Estado (-7 puntos) y la Unión Europea (-5).



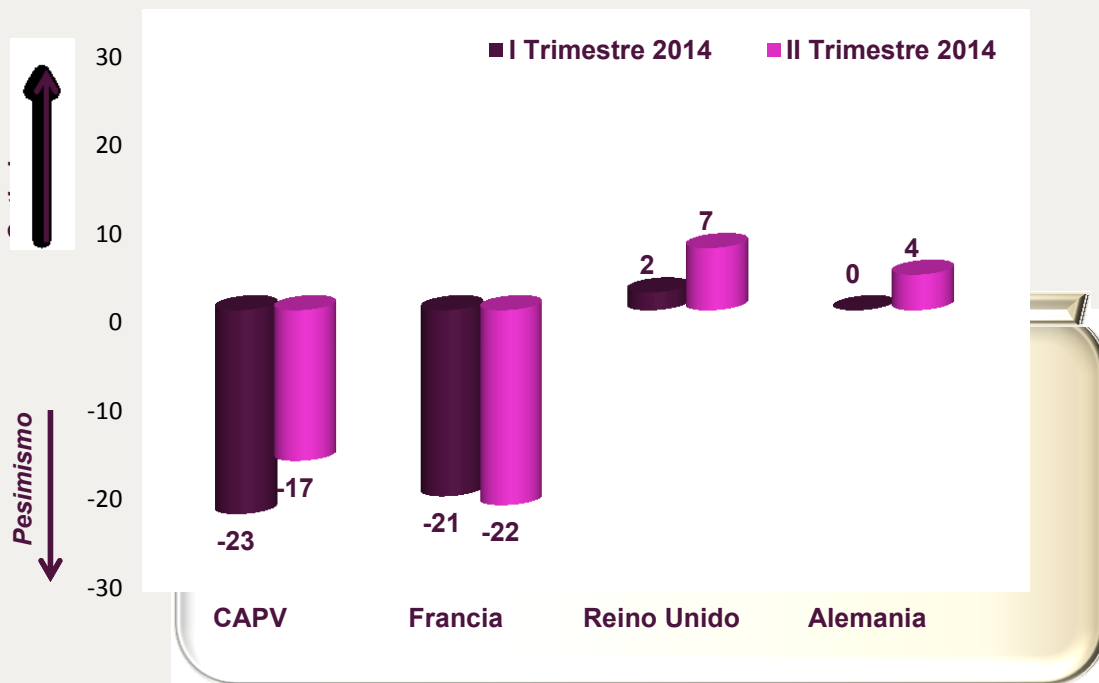
* El dato del II trimestre de la UE y España es provisional y corresponde al promedio de los datos mensuales de abril y mayo.

6. ... y también respecto de los países de referencia

En el segundo trimestre de 2014, los hogares vascos mantienen un ánimo pesimista similar al registrado en Francia (-22 puntos).

En cambio, la confianza de los hogares en Alemania (4) y Reino Unido (7), comienza a ser ligeramente optimista.

Confianza del consumidor. CAPV y países de referencia.



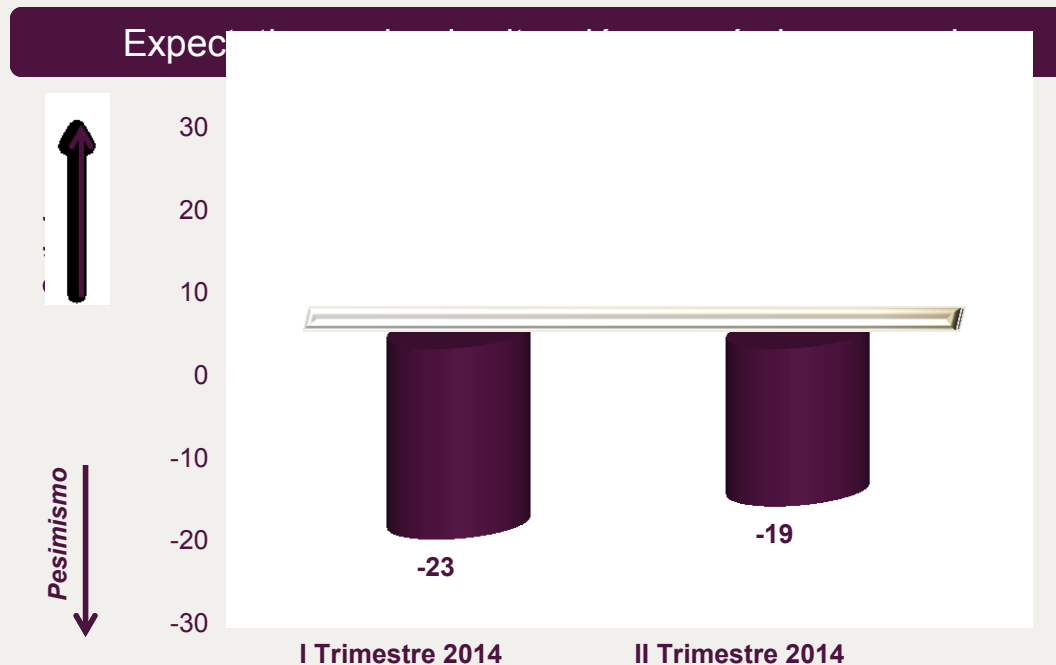
c) componentes de la confianza del consumidor vasco

7. leve mejora en las expectativas sobre la economía general ...	12
8....y en la evolución del desempleo	13
9. mejora la expectativa de la economía del hogar	14
10....y recuperación en la expectativa de ahorro	15
11. en resumen: consumidor algo menos pesimista	16

7. leve mejora en las expectativas sobre la economía general

El índice relativo a la valoración que hacen los hogares sobre la evolución de la economía general es pesimista (-19).

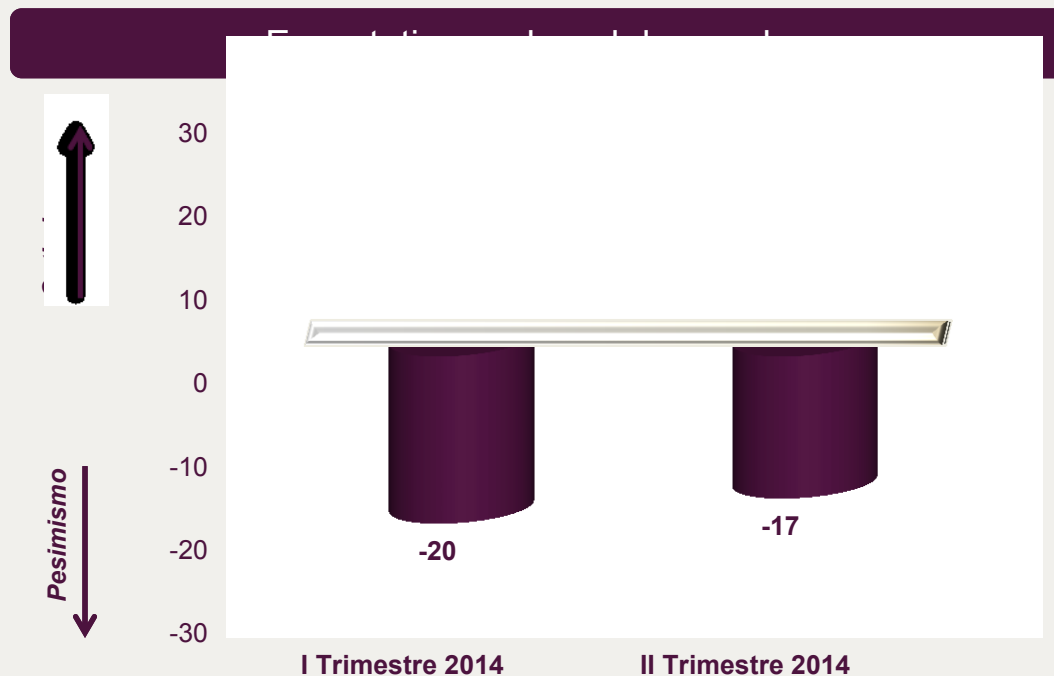
Con todo, en este segundo trimestre de 2014 la valoración de los hogares vascos ha mejorado ligeramente (+4 puntos).



8. ...y en la evolución del desempleo

El índice de expectativas sobre la evolución del desempleo también es pesimista (-17) y similar a la opinión que tienen sobre la evolución de la economía general (-19).

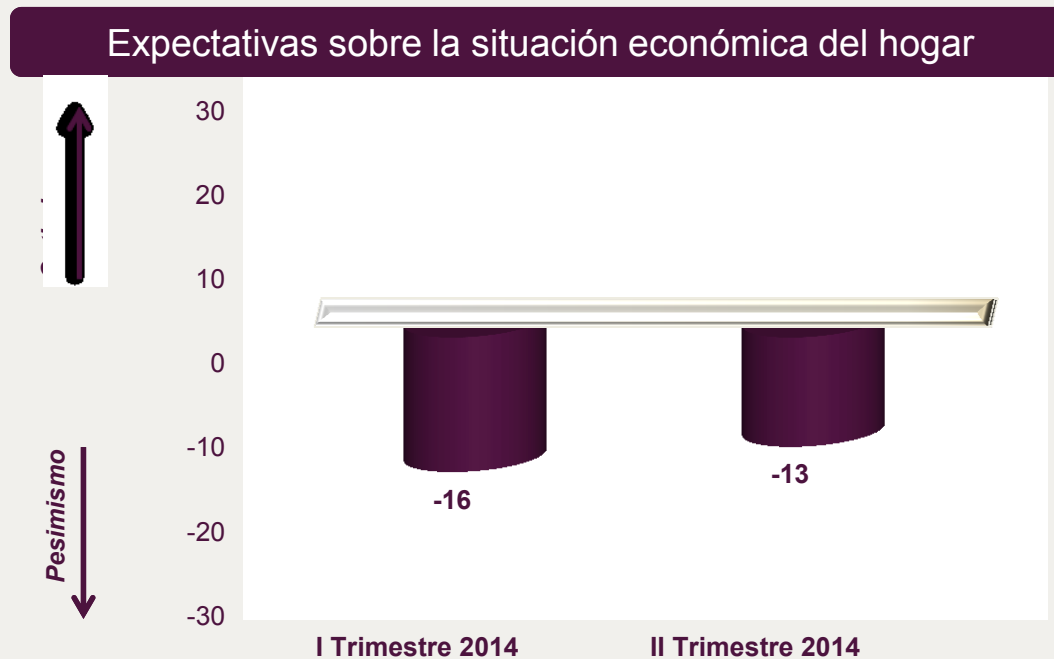
El hecho a destacar es el escaso cambio (+3) en la opinión de los hogares vascos entre el primer y el segundo trimestre del año: en general, prevalece la expectativa de que el desempleo seguirá igual o empeorará.



9. mejora la expectativa de la economía del hogar

El índice de las expectativas con respecto de la evolución de la economía hogar sigue siendo pesimista (-13).

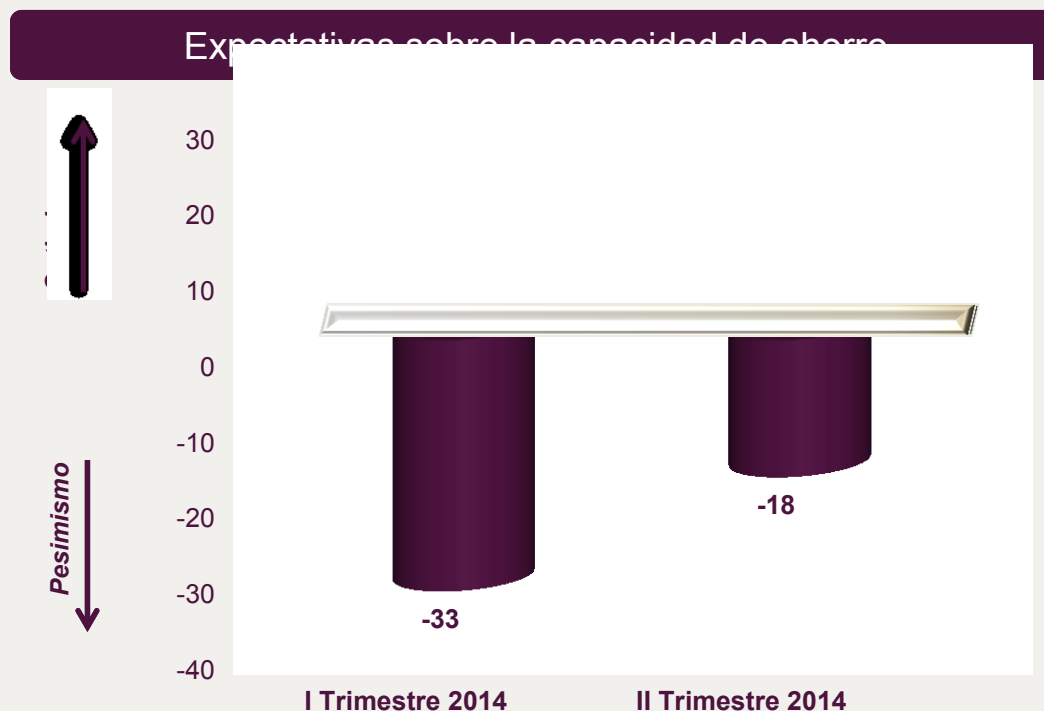
Pero, como en los índices anteriores, entre el primer y segundo trimestre del año, las expectativas de los hogares con respecto de su situación han mejorado ligeramente (+3).



10. ...y recuperación en la expectativa de ahorro

El índice de expectativas de ahorro se sitúa en -18 puntos, manifestando que una parte relevante de las personas considera que, en los próximos meses, no ahorrará o lo hará, pero muy poco.

Pese a ser un resultado negativo, es el índice parcial que ha registrado la mayor mejoría respecto al primer trimestre (+15 puntos).



11. en resumen: consumidor algo menos pesimista

Los resultados del segundo trimestre muestran que, en lo que va de 2014,

- Prevalece el pesimismo entre los hogares vascos: el índice de confianza se mantiene claramente negativo (-17), si bien ha mejorado respecto al primer trimestre del año (+6)
- Mejoría que se debe en gran medida a la recuperación en la expectativa de ahorro (+15) y en menor medida, de los otros tres componentes: la economía en general (+4), del hogar (+3) y de la evolución del desempleo (+3).

Índice de confianza de los hogares y sus componentes. CAPV



	<u>I T- 2014</u>	<u>II T- 2014</u>	<u>Dif.</u>
Ind. Confianza de los Hogares	-23	-17	+6
• Índice de la economía general	-23	-19	+4
• Índice de la evolución del desempleo	-20	-17	+3
• Índice de la economía del hogar	-16	-13	+3
• Índice de la capacidad de ahorro	-33	-18	+15

d) las decisiones de compra del consumidor vasco

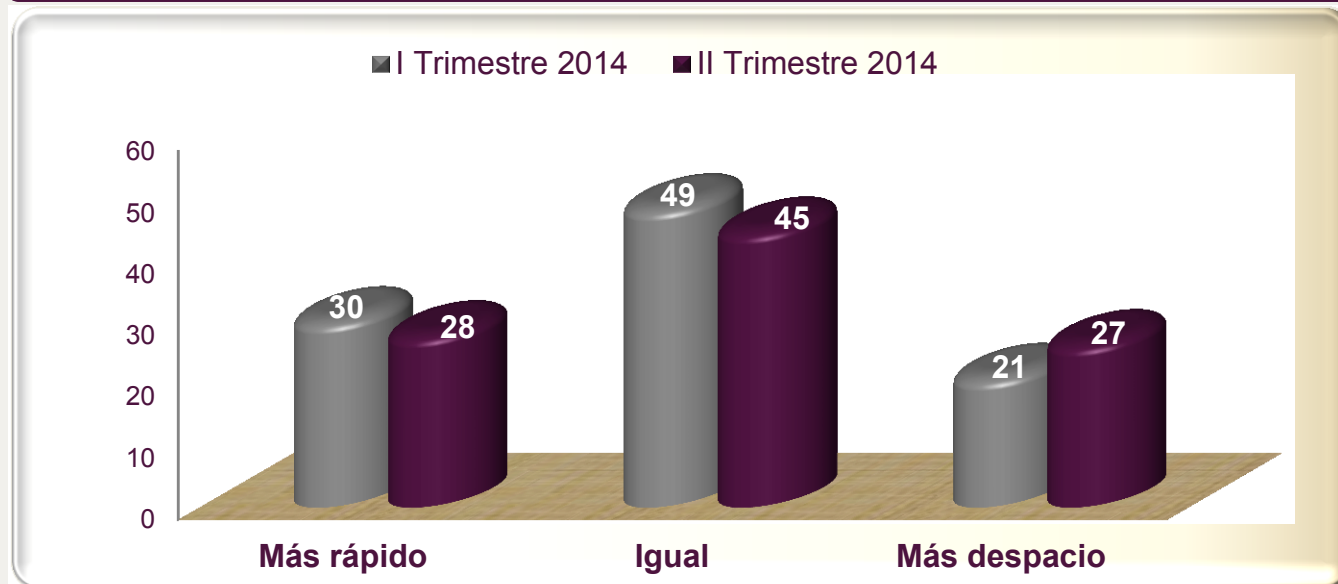
12. no se espera un aumento importante en los precios.....	18
13. todavía no es el momento para las compras del hogar	19
14. la intención de compras para el hogar sigue baja.....	20
15. debilidad de la inversión en vivienda y automóvil	21
12. cautela: atonía en la dinámica de consumo	22

12. no se espera un aumento importante en los precios

El 45% de las personas consultadas en su hogar estima que los precios seguirán creciendo al mismo ritmo que en el último año. El 28% cree que crecerán más rápido, porcentaje que coincide con lo que piensan que el ritmo de inflación será menor (27%).

En los dos primeros trimestres del año, la opinión de los hogares sobre la expectativa de inflación (crecimiento de los precios) ha mejorado.

Cómo cree que aumentarán¹ los precios en los próximos 12 meses
(% personas/hogar)

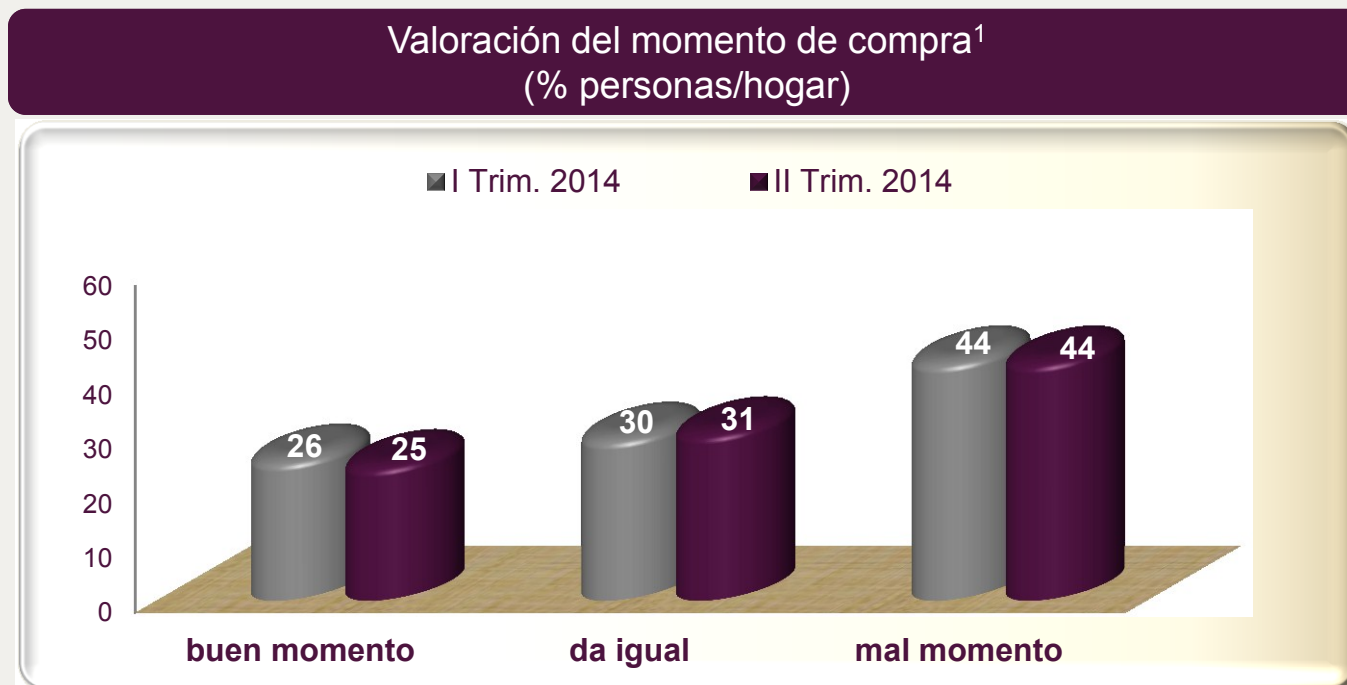


13. todavía no es el momento para las compras del hogar

¿Cómo se valora, en conjunto, el momento actual para comprar artículos para el hogar (muebles, aparatos electrodomésticos, electrónicos,...)?

Cuatro de cada diez personas considera que es un mal momento (40%), a tres de cada diez les resulta indiferente (31%) y una de cada cuatro, que es un buen momento (25%).

En el II trimestre de 2014 no habría un cambio en la opinión en el conjunto de los hogares: prevalece la idea de que no es un buen momento de compra.



14. la intención de compras para el hogar sigue baja

¿Cómo cree que van a ser las compras o gastos del hogar como muebles, electrodomésticos, arreglos de la vivienda, etc. en los próximos 12 meses¹?

La mitad de las personas (53%) considera que las compras para el hogar serán las mismas y algo más de un tercio (37%) las cifra en algo o mucho menores. Menos del 10% de los hogares afirma que aumentarán.

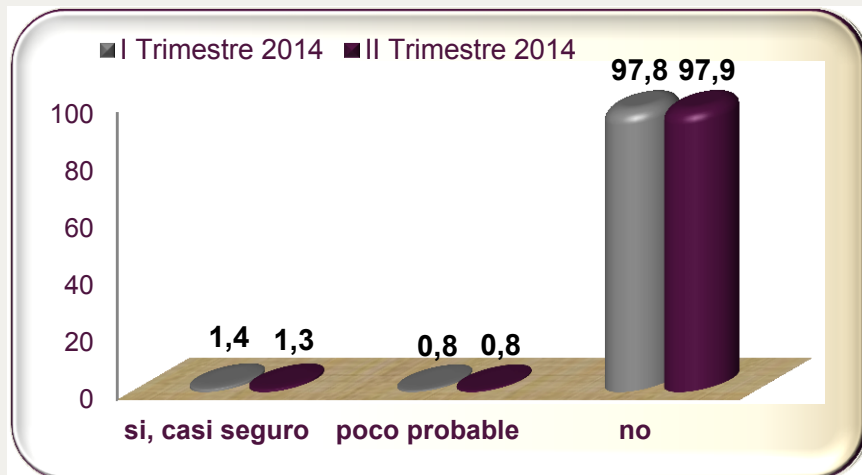
Es decir, y de forma más extendida, se mantiene el perfil bajo en cuanto a la disposición al consumo de bienes y servicios de cierta cuantía y para al hogar.

Cómo cree que van a ser las compras del hogar en los próximos 12 meses¹
(% personas/hogar)



15. debilidad de la demanda de vivienda y automóvil

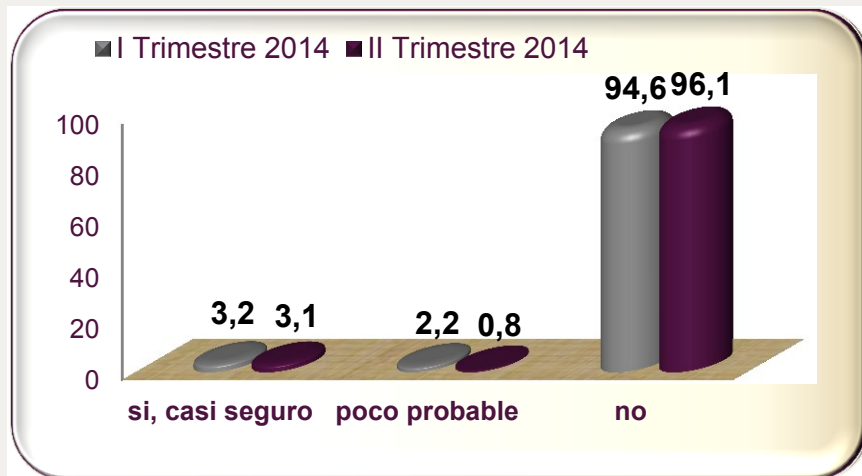
Intención de compra de vivienda (% personas/hogar)



Entre las principales decisiones de compra de las personas destacan la vivienda (principal) y el coche.

En este momento, algo más de 1 de cada 100 personas consultadas (1,3%) están considerando la compra de una vivienda (sea primera vivienda o cambio de la actual). No obstante, la mayoría (98,7%) no tiene intención de comprar vivienda.

Intención de compra de coche (% personas/hogar)



Tres de cada 100 personas (3,1%) considera que comprará un coche en los próximos doce meses. prácticamente la mayoría (96,9%) no lo hará.

En definitiva, se mantiene la debilidad en las decisiones de inversión de los hogares, como son la vivienda y el automóvil.

16. cautela: se mantiene la atonía en la dinámica de consumo

La valoración de las personas desde los hogares para los próximos doce meses, muestra que no espera subidas de precios, de forma que el índice de expectativa de evolución de los precios es casi neutro (-2): “*seguirán como hasta ahora*”.

Por otra parte, prevalece la opinión pesimista sobre la valoración del momento compra, por lo que no hay cambio en este índice (-18 y -19), así como empeora el índice de expectativas de realización de compras para el hogar (de -13 a -23).

Por lo tanto, cautela en la recuperación del consumo más directamente vinculado al hogar (electrodomésticos, muebles, reformas, etc...), en un escenario de baja preocupación con respecto de la subida de precios esperada y una valoración todavía pesimista del momento de compra, en general.

Otros índices de expectativas sobre el consumo

	<u>I Trim. 2014</u>	<u>II Trim. 2014</u>
Expectativas de evolución de precios	-9	-2
Valoración del momento de compra	-18	-19
Expectativa realización de compras	-13	-23



e) anexo

I. Síntesis: Índice de confianza de los hogares

II. Índice de confianza de los hogares vascos, según características

III. Otros indicadores

Síntesis: Índice de confianza de los hogares

I-2014

II-2014

Índice de confianza de los hogares (próx. 12 meses)

- CAPV
- Estado*
- UE*
 - Francia*
 - Alemania*
 - Reino Unido*

-23	-17	
-12	-7	
-8	-5	
-21	-22	
0	4	
2	7	

Componentes: confianza de los hogares. CAPV. (próx. 12 meses)

- Economía general
- Economía del hogar
- Desempleo
- Ahorro

-23	-19	
-16	-13	
-20	-17	
-33	-18	

Otros índices de expectativas de consumo. CAPV. (próx. 12 meses)

- Expectativas de evolución de los precios
- Valoración del momento de compra
- Expectativa de realización de compras

-9	-2	
-18	-19	
-13	-23	

Realización de grandes compras. CAPV (próx. 12 meses)**

- Automóvil
- Vivienda

1,4	1,3	
3,2	3,1	

⇔ (±2 puntos de diferencia)

* Datos del segundo trimestre correspondientes al promedio abril-mayo

** Probabilidad de compra (mucha, bastante o probablemente si)

Confianza de los hogares vascos, según características

I-2014

II-2014

Índice de confianza del consumidor (próx. 12 meses)

- CAPV

-23

-17



Estratos de edad

- 25 a 39 años
- 40 a 54 años
- 55 a 64 años
- 65 a 74 años

-20

-14



-20

-13



-27

-20



-30

-24



Situación laboral

- Con empleo (asalariado/cuenta propia)
- En desempleo
- Inactivo (jubilación, labores hogar, estudiante,...)

-21

-17



-43

-29



-28

-26



Renta mensual de la unidad familiar

- Hasta 1.700 €
- De 1.701 a 2.800 €
- Más de 2.800 €

-38

-31



-23

-21



-11

-11



Otros indicadores	II T. 2013	III T. 2013	IV T.2013	I T.2014	II T.2014(P)	(último disponible)
PIB	0,4	1,1	2,8	-3,7	--	
Consumo de los hogares	0,2	-0,2	0,1	0,2	--	
Afiliación	0,0	-0,8	0,9	-0,7	0,8	mayo
Paro registrado	-0,3	-1,8	-0,2	1,5	0,2	mayo
Índice ventas comercio minorista	-0,8	-1,6	2,0	-0,7	--	
Índice ventas grandes superficies	0,0	-3,9	3,6	-1,9	1,8	abril
Compra venta viviendas	-42,0	10,2	-17,6	40,7	27,5	abril
Matriculación vehículos	9,0	-9,7	23,1	-5,7	2,5	mayo

1. PIB y Consumo de los Hogares. Cuentas Económicas, Eustat. Precios nominales.

2. Afiliación. Tesorería General de la Seguridad Social. Promedio trimestral de datos mensuales.

3. Paro registrado. SEPE. Promedio trimestral de datos mensuales.

4. Índice de ventas comercio minorista. Eustat. Índice trimestral

5. Índice de ventas grandes superficies. Eustat. Promedio trimestral de datos mensuales.

6. Compra venta de viviendas. Estadística de transmisiones patrimoniales, INE. Datos mensuales acumulados

7. Matriculación de vehículos. Faconauto. Datos mensuales acumulados

8. Datos del II Trimestre provisionales

9. En los casos en el dato de referencia es un promedio trimestral, la última variación se calcula con el último dato disponible (sea un mes o dos). En los casos en que el dato de referencia es el acumulado del trimestre, la última variación se calcula sobre el período disponible (último mes sobre el anterior o últimos dos meses, sobre los dos anteriores).

ficha técnica

- Encuesta realizada a 800 personas en la CAPV
- 2ª y 3ª semana de febrero (1 trimestre); 2ª y 3ª semana de mayo (2º trimestre)
- Distribución: sexo, grupos de edad, relación con la actividad y niveles de renta
- 95% confianza, +/- 3% error muestral

metodología

- Índice de confianza del Consumidor
- Comisión Europea http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm

AZTERLANEN DEPARTAMENTUA

LABORAL KUTXA

The background consists of several overlapping geometric shapes. A central horizontal band of dark purple is flanked by bright pink areas. Above and below this purple band are green shapes that form a diagonal pattern across the image. The overall composition is modern and abstract.

Eskerrik Asko