



# LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES VASCOS

---

Segundo trimestre de 2020



**LABORAL**  
kutxa

# ÍNDICE: CONTENIDOS Y RESULTADOS

Cambio de escenario: el impacto del covid-19.....	3
Evolución de la Confianza del Consumidor Vasco .....	7
Componentes de la Confianza del Consumidor Vasco.....	11
Las decisiones de compra del Consumidor Vasco.....	17
Anexo – Índices .....	23
Anexo – Metodología .....	27
Ficha Técnica .....	30

# CAMBIO DE ESCENARIO: EL IMPACTO DEL COVID-19

---

- una situación excepcional
- tres gráficos para ilustrar el paisaje del primer impacto del covid-19
- la crisis de covid-19 y la crisis de 2008: algunas diferencias



## a | una situación excepcional

El año 2020 será recordado por la detección de los primeros contagios del covid-19, la aprobación del primer decreto del estado de alarma (15 de marzo) y la paralización de las actividades no esenciales (29 de marzo), que han supuesto un periodo de ocho semanas de confinamiento de la población y de interrupción de la movilidad de las personas sin precedente.

Los efectos económicos y sociales van aflorando, destacando la pérdida de empleo y el repunte de la tasa de paro, el hundimiento completo de sectores de actividad (comercio minoristas, turismo, hostelería, actividades artísticas y culturales, etc.), el recurso al teletrabajo para todas aquellas actividades en las que es posible y/o la puesta en marcha de medidas de apoyo público para la contención del impacto económico de este frenazo abrupto de la actividad, a lo que se suman los distintos escenarios de impacto en el crecimiento económico de 2020 y 2021.

El Índice de Confianza del Consumidor vasco se genera en este caldo de cultivo y muestra, sin paliativos, el grado de deterioro de su percepción de la realidad con un resultado de -24 puntos, que es claramente pesimista y vuelve a valores similares a los registrados en la crisis de 2008 (III trimestre, -25 puntos). Ahora bien, que este perfil pesimista se mantenga dependerá de cómo sea la salida de esta crisis en comparación con lo que ocurrió con la de 2008.

### Confianza del consumidor. CAPV. Crisis 2008 y crisis covid-19

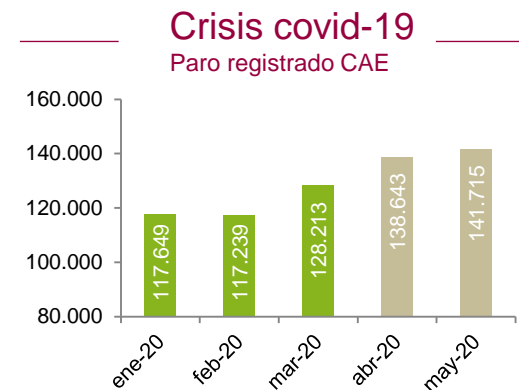
	<u>Crisis de 2008</u>				<u>Crisis covid-19</u>
	<u>III-08</u>	<u>IV-08</u>	<u>I-09</u>	<u>II-09</u>	<u>II T-20</u>
Índice de confianza del consumidor	-25	-29	-30	-33	-24

Fuente: FCVN (hasta 2012) y Laboral Kutxa

## b | dos gráficos para ilustrar el paisaje

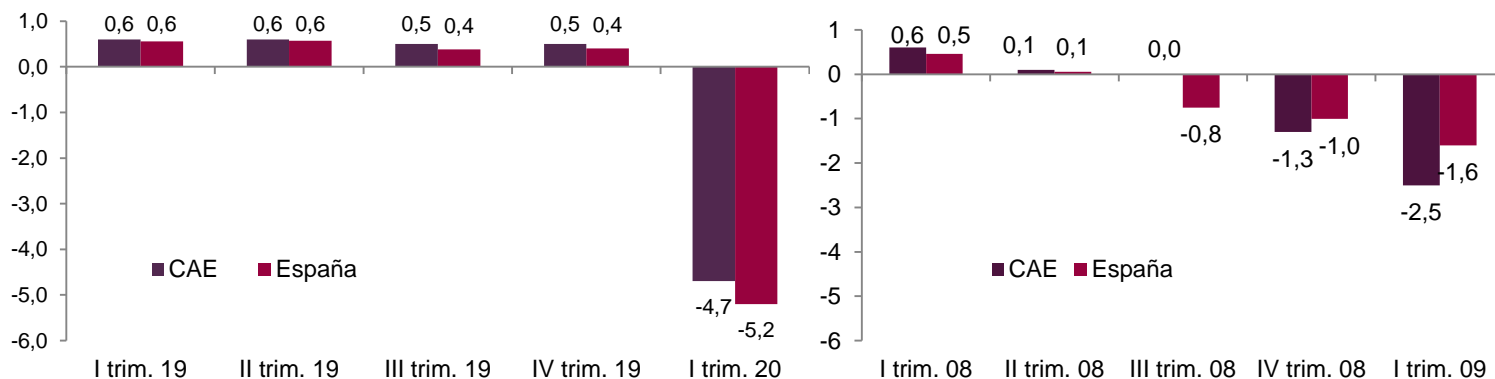
El descalabro en la confianza de las personas con respecto de la situación actual y la que se anticipa a corto plazo queda patente en los gráficos siguientes:

- El repunte de las personas en desempleo en la CAE, que, al cierre de mayo asciende a 141.715 (24. 064 personas más que en febrero, antes del covid-19), pero todavía alejado de las cifras máximas de 2013 (175.413, en promedio anual).
- El descenso en la actividad (PIB) de la CAE (-4,7%) y España (-5,2%), con un perfil de pérdida se mantendrá en los siguientes trimestres y que ya es, en principio, superior al registrado en la crisis de 2008. La clave es cuánto de rápida será la recuperación.



### Crisis covid-19 y crisis 2008

Evolución del PIB; tasa intertrimestral. España y CAE.



Fuente: INE, Eustat y SEPE

## c | la crisis de covid-19 y la crisis de 2008: algunas diferencias

La experiencia reciente de las personas se retrotrae a la crisis de 2008 que se alargó hasta entrado 2014, pero que se diferencia de la actual en cuanto que:

- El origen es diferente: el punto de arranque de la crisis de 2008 fue eminentemente financiera e inmobiliaria. En este caso, se trata de un shock de demanda, que no precisa (a priori) de ajustes estructurales sino de “vuelta a la normalidad”.
- La situación financiera de las familias y las empresas es sensiblemente más saneada. La crisis de 2008 surge en un momento de importante endeudamiento de casi todos los agentes, especialmente las familias que, a día de hoy, es menor después de una década caracterizada por el fuerte desapalancamiento.
- La unidad en la respuesta. Uno de los factores que condicionó la crisis de 2008 y su alargamiento hasta bien entrado 2013 fue la falta de una respuesta institucional coordinada, sobre todo a nivel europeo, y de defensa de los países más afectados.

En este momento, en la crisis de covid-19, parece que esta posición estaría mejor resuelta, debido a la importante extensión de países afectados simultáneamente (crisis mundial), la disponibilidad de herramientas que ya han probado su eficacia (compra de Deuda, MEDES etc.) junto con el acuerdo político con respecto de la disponibilidad de fondos de apoyo.

Sin ánimo de restar relevancia a la crisis actual, estos indicios apuntan a un potencial mejor desempeño en la resolución de la crisis actual: estos argumentos justifican que, en general, las previsiones fuertemente negativas de 2020 fuertemente negativas se acompañen de recuperaciones relevantes para 2021. No obstante, parece que el nivel alcanzado en 2019 no se recuperará hasta 2022.

# EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR VASCO

---

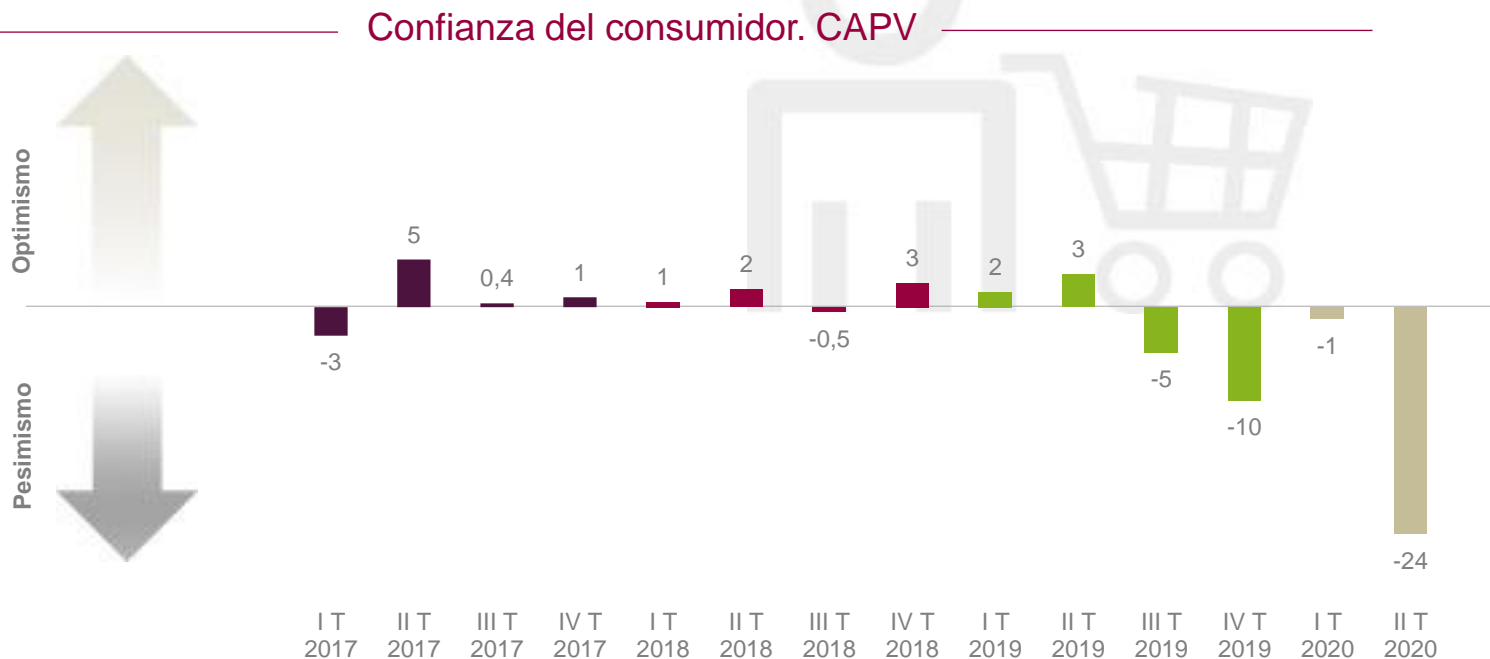
- la confianza de los hogares vascos se desploma
- con comportamiento compartido con los hogares del entorno
- y con parecido perfil frente a Francia, Alemania y Reino Unido



# 1 la confianza de los hogares vascos se desploma

El segundo trimestre de 2020 muestra con rotundidad el impacto de la crisis del covid-19 en la confianza de los hogares vascos. El gráfico adjunto muestra la pérdida de confianza registrada, que deja a este indicador en un valor de -24, claramente negativo y alejado de los registros que venía mostrando en los últimos años.

Para ver este dato en perspectiva y calibrar la relevancia de esta debacle en la confianza de las familias vascas, basta recordar que registró los valores de -25 hasta -33, entre el tercer trimestre de 2008 y de 2009. Es decir, aunque la situación vaya “volviendo a la normalidad”, es esperable que la confianza se mantenga en valores negativos en los próximos trimestres.

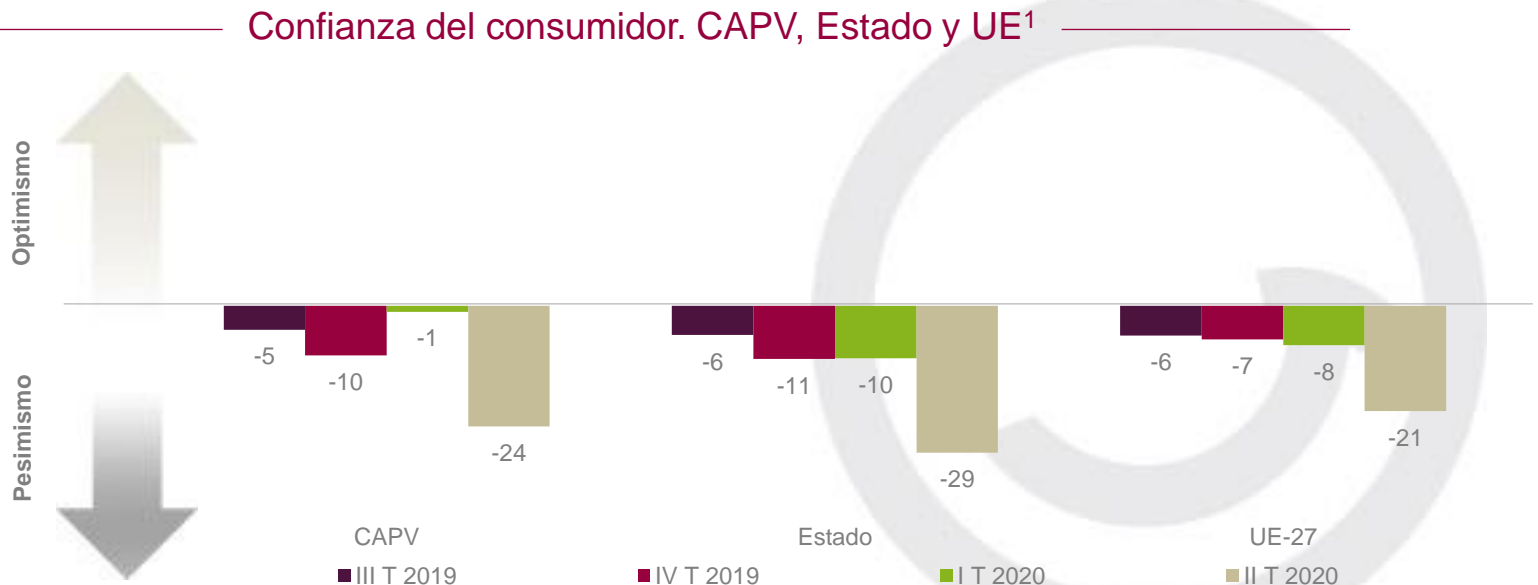




## 2 | con comportamiento compartido con los hogares del entorno

El importante descenso registrado en la confianza de los hogares vascos les acerca a los resultados obtenidos por parte de los hogares del entorno. Lo cierto es que, en este segundo trimestre, los hogares vascos son tan pesimistas como los del Estado (-29) y los del conjunto e la UE-27 (-21).

En este sentido, los tres grupos de hogares comparten el perfil de pérdida de confianza que ya se venía anticipando desde los trimestres anteriores y que la crisis de covid-19 ha profundizado.

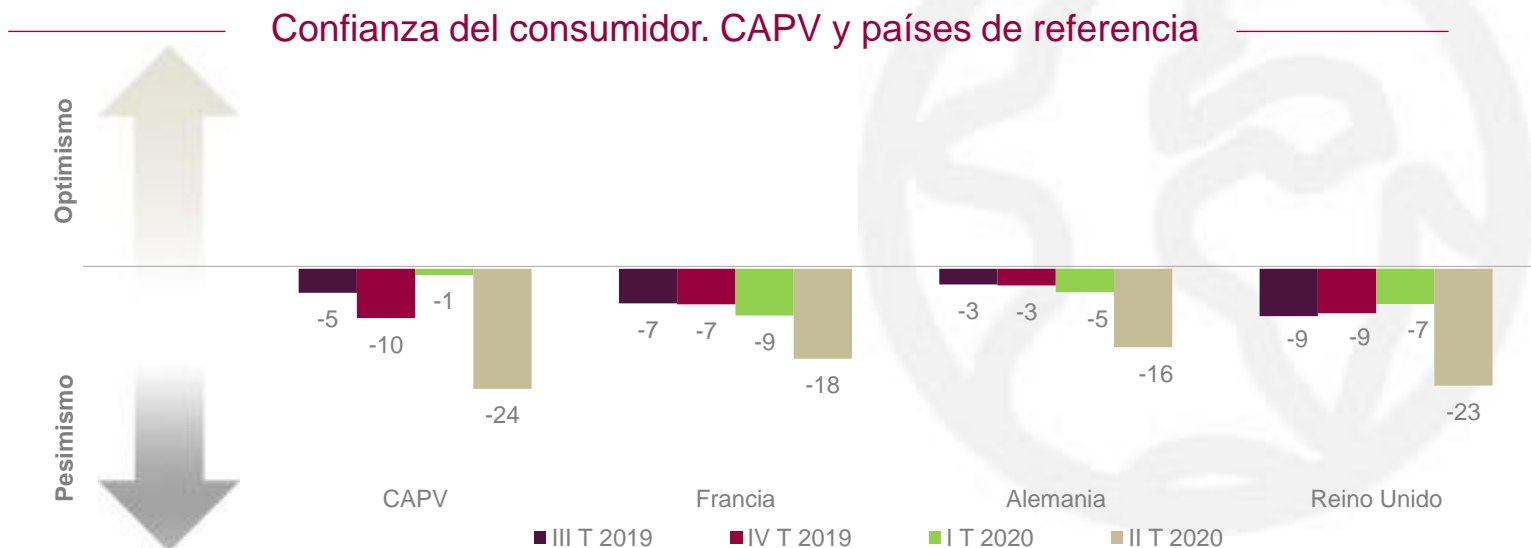


Nota: Eurostat ha revisado toda la serie relativa a la confianza del consumidor. El dato del I y II trimestre de la UE-28, se corresponde con la UE-27 tras la salida del Reino Unido  
El dato del II Trimestre 2020 de la UE-27 y España es provisional. Promedio de abril-mayo

### 3 y con parecido perfil frente a Francia, Alemania y Reino Unido

En el segundo trimestre de 2020, la opinión de los hogares de Francia (-18), Alemania (-13) y Reino Unido (-23) registra el mismo rango de pérdida de confianza y en los tres casos, se hunde; tan sólo señalar que el grado de desconfianza en Francia y Alemania es algo menor que el registrado en el Reino Unido y la CAE (en valores muy próximos a España, -29).

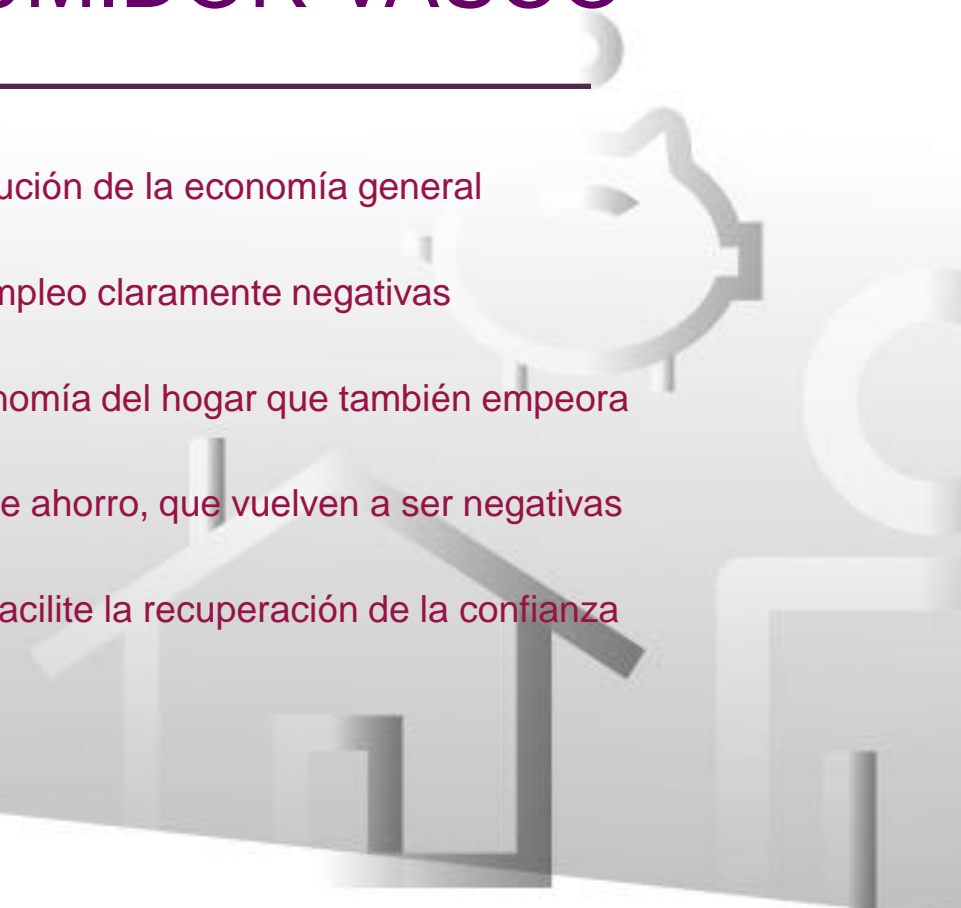
La construcción de la confianza de los consumidores estará alineada con el impacto y la gestión de la crisis sanitaria, las medidas puestas en marcha y el grado de afectada que empiece a estar cada economía. Resulta ilustrativo que, a 9 de mayo, el número de contagios<sup>1</sup> es de 281.661, 240.660, 184.742 y 151.671, en el Reino Unido, España, Alemania y Francia, respectivamente.



Nota: Eurostat ha revisado toda la serie relativa a la confianza del consumidor. El dato del I y II trimestre de la UE-28, se corresponde con la UE-27 tras la salida del Reino Unido  
El dato del II Trimestre 2020 de la UE-27 y España es provisional. Promedio de abril-mayo  
1. Josh Hopkins University.

# COMPONENTES DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR VASCO

---

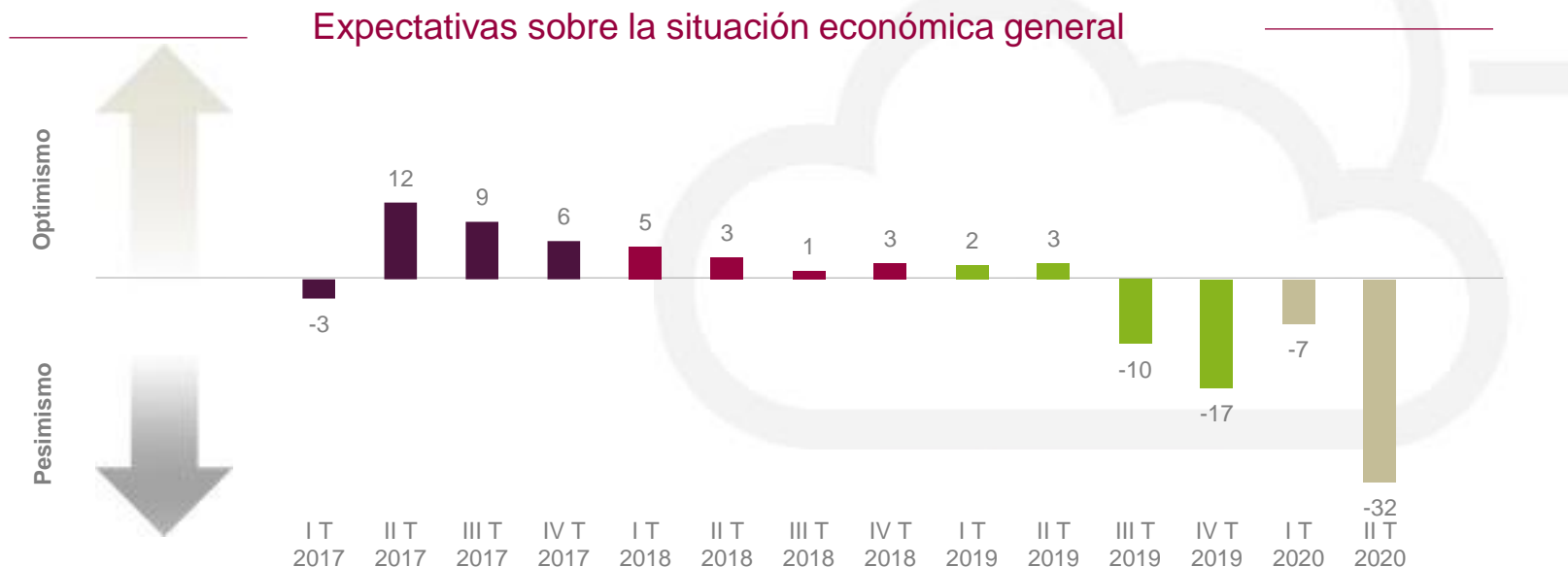
- cunde el pesimismo sobre la evolución de la economía general
  - con unas expectativas sobre el empleo claramente negativas
  - con una expectativa sobre la economía del hogar que también empeora
  - que condiciona las expectativas de ahorro, que vuelven a ser negativas
  - es posible que una salida rápida facilite la recuperación de la confianza
- 

## 4 cunde el pesimismo sobre la evolución de la economía general

El impacto de la crisis del covid-19 ha impreso un frenazo brusco en la actividad económica: los datos del primer trimestre de 2020 apuntan un retroceso inter-trimestral de la actividad del -4,7% y -5,2% en la CAE y España (Eustat e INE-avance), respectivamente.

En este escenario, de franca preocupación, la percepción de los hogares vascos se alinean con los pronósticos que aplazan la recuperación a 2021 y auguran un 2020 que será (todavía) más negativo en el segundo y tercer trimestre. En consecuencia, la confianza de los hogares vascos en relación con la evolución de la actividad económica en los próximos doce meses se ha hundido y, con -32 puntos, es claramente pesimista.

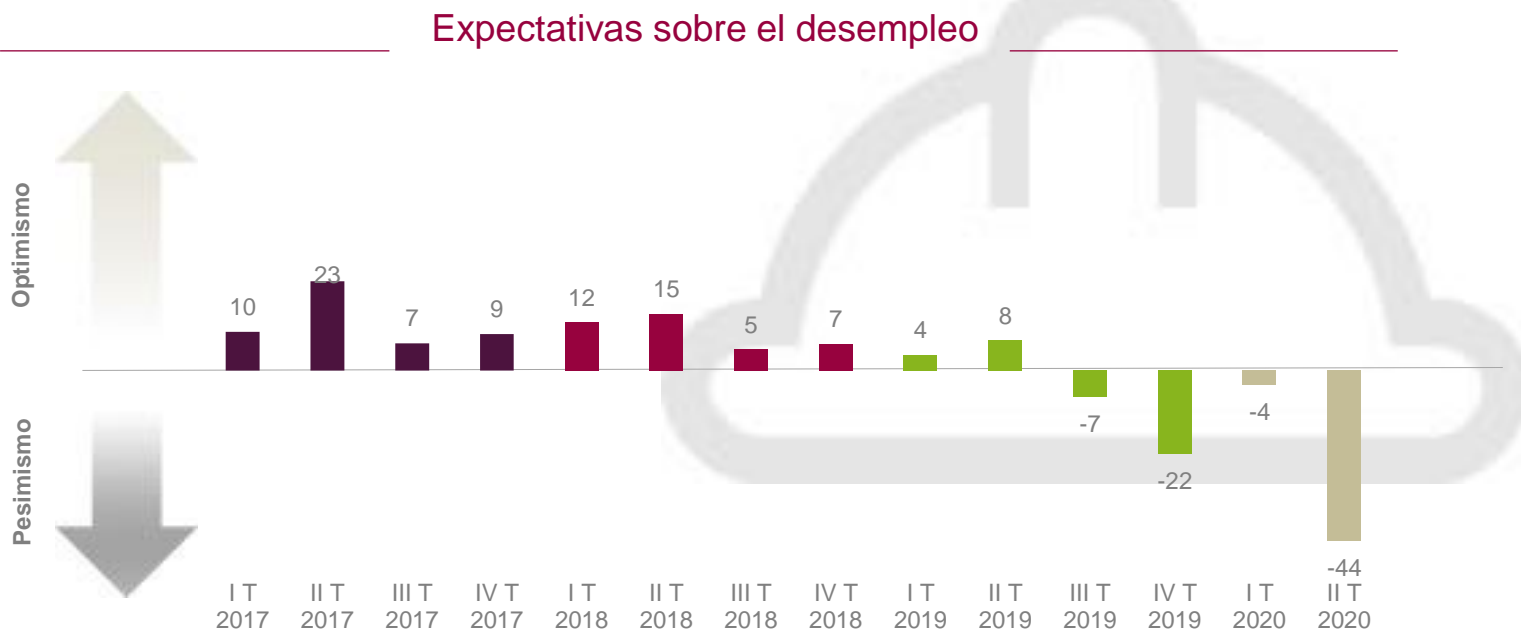
*A tener en cuenta: la crisis del covid-19 se superpone sobre unas expectativas que ya se venían deteriorando y que mostraban valores negativos en los tres trimestres anteriores.*



## 5 con unas expectativas sobre el empleo claramente negativas

El segundo trimestre de 2020 muestra el fuerte deterioro de las expectativas de los hogares vascos con respecto de la marcha del mercado laboral. De esta forma, el índice pasa de tener un valor de -4 a -44 (con un descenso de 40 puntos) y el fuerte empeoramiento registrado agudiza el deterioro que ya se venía anticipando en los tres trimestres precedentes.

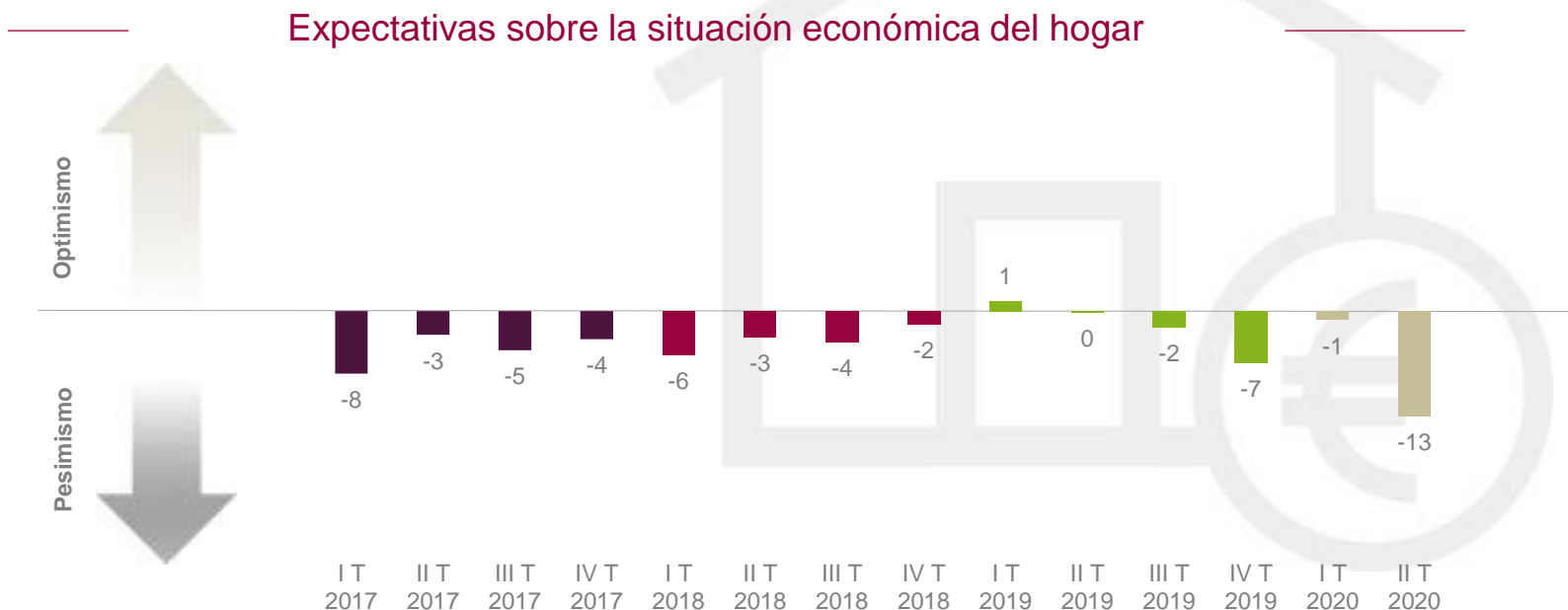
El valor del índice resultante es claramente negativo y resume la opinión de las personas: siete de cada diez personas estiman que en los próximos doce meses el desempleo aumentará mucho (42%) o poco (27%) frente a tres de cada diez que señalan que seguirá igual o disminuirá. Estas perspectivas se generan en un contexto en el que los datos que se van conociendo del impacto de la crisis del covid-19 remarcan el aumento del paro registrado en la CAE (en mayo ya son 24.064 personas más que en febrero).



## 6 | con una expectativa sobre la economía del hogar que también empeora

Las expectativas de los hogares vascos con respecto de la economía del hogar para los próximos doce meses comparten el perfil de deterioro señalado para los otros dos índices. En este segundo trimestre de 2020 son negativas (-13, -12 puntos) pero ciertamente, tanto en valor (-32 y -44, para la economía general y el desempleo) como en deterioro (con caídas de 25 y 40 puntos, respectivamente), se puede decir que son menos negativas.

En el resultado del índice compendia el balance global (externo e interno) que hacen los hogares de forma que, para cinco de cada diez hogares (52%), "la economía de mi hogar va a seguir como hasta ahora" pero uno de cada tres (35%) ya anticipa que será peor.

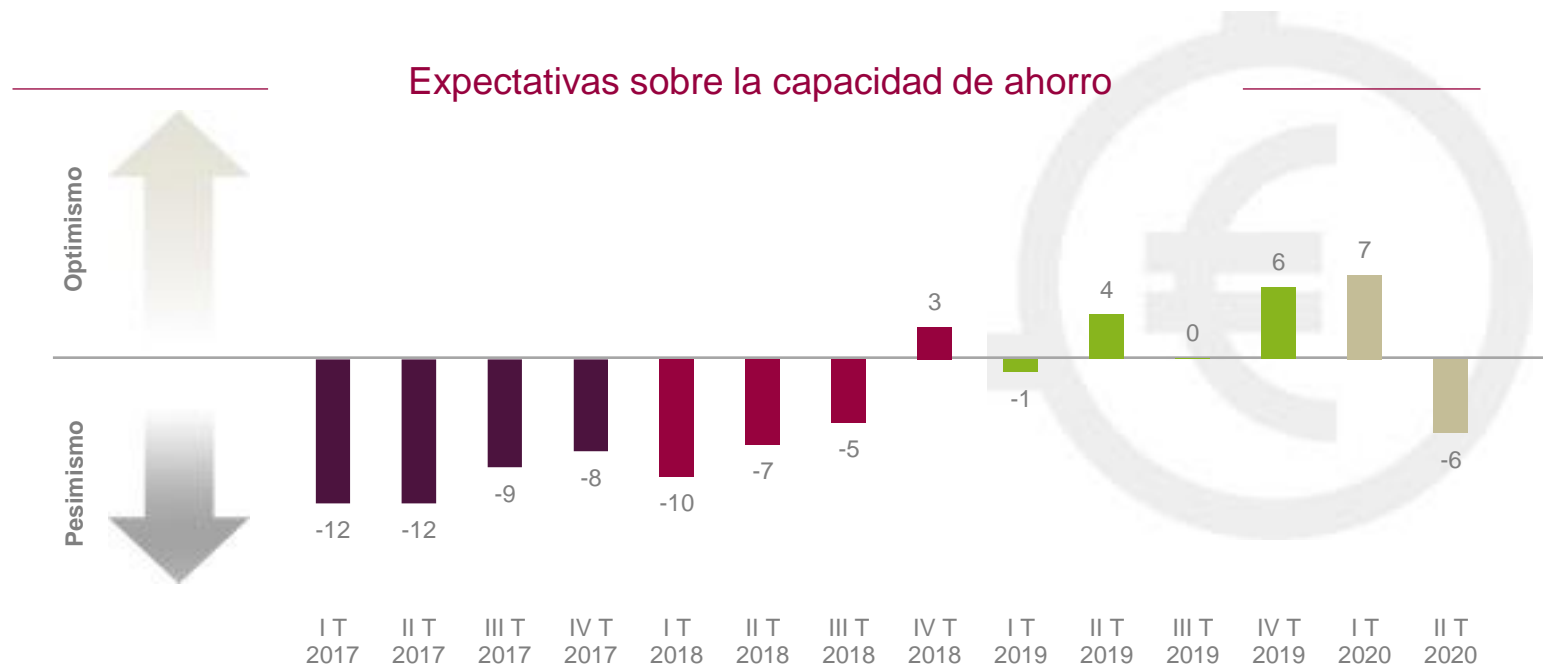


## 7 | que condicionan las expectativas del ahorro, que vuelven a ser negativas

El índice de expectativa del ahorro de los hogares recoge la valoración de cómo será su ahorro (próximos doce meses) con respecto del que ya han realizado (últimos doce meses).

Los resultados del segundo trimestre de 2020 reflejan el deterioro de la situación generada por el impacto del covid-19: después de cuatro trimestres en los que se anticipaba la mejora en la realización de ahorro, este segundo trimestre supone la vuelta a los valores negativos (-6).

Esta valoración anticipa la pérdida de rentas y la necesidad de utilizar el ahorro para otros fines: la mitad de los hogares señala que ahorrará o probablemente lo hará (51%) frente a la otra mitad que considera que probablemente no lo hará (23%) o no lo hará con seguridad (25%) .



## 8 | es posible que una salida rápida facilite la recuperación de la confianza

El segundo trimestre de 2020 aflora el pesimismo que se ha instalado entre los consumidores vascos derivado del escenario de alerta sanitaria y crisis económica y del empleo que ha desatado a nivel mundial el covid-19.

El descenso en la confianza (-23 puntos) se debe al fuerte deterioro de las expectativas con respecto de la economía general (-32, -25 puntos) y del empleo (-44, -40 puntos), que prácticamente se han hundido. A estos resultados se suma el empeoramiento de las expectativas de la economía del hogar (-12 puntos) y del ahorro (-13 puntos), que también se sitúan en valores negativos (-13 y -6) pero más moderados.

Los hogares vascos muestran unos niveles de pesimismo o parecidos a los registrados en el tercer trimestre de 2008. Ahora bien, que se recupere, se mantenga o empeore va a depender de la rapidez y eficacia con la que se salga de esta crisis.

### Índice de confianza de los hogares y sus componentes. CAPV

Índice de....	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>IIIT-19</u>	<u>IVT-19</u>	<u>IT-20</u>	<u>IIT-20</u>	<u>Diferencia</u>	
Confianza de los Hogares	1	1	-2	-5	-10	-1	-24	-23	▼
Economía general	6	3	-6	-10	-17	-7	-32	-25	▼
Economía del hogar	-5	-4	-2	-2	-7	-1	-13	-12	▼
Evolución del desempleo	12	10	-4	-7	-22	-4	-44	-40	▼
Capacidad de ahorro	-10	-5	2	0	6	7	-6	-13	▼

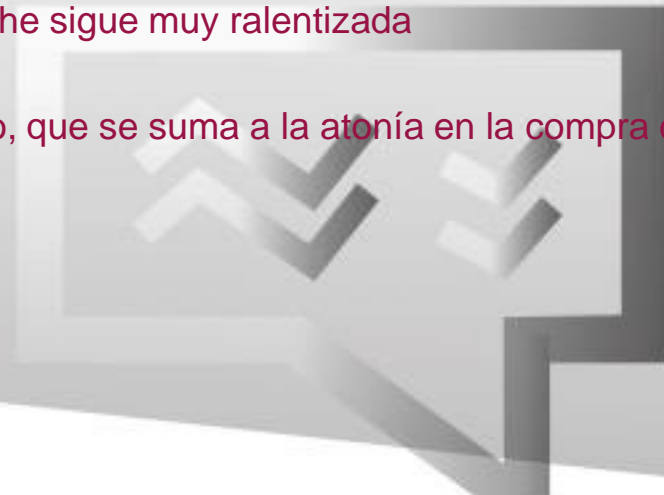
↔ (±2 puntos de diferencia)



# LAS DECISIONES DE COMPRA DEL CONSUMIDOR VASCO

---

- los hogares vascos anticipan una subida de precios
- empeora la valoración del momento de compra
- y se deteriora la expectativa de realización de “grandes compras”
- la intención de comprar de vivienda o coche sigue muy ralentizada
- contracción de la expectativa de consumo, que se suma a la atonía en la compra de vivienda y automóvil

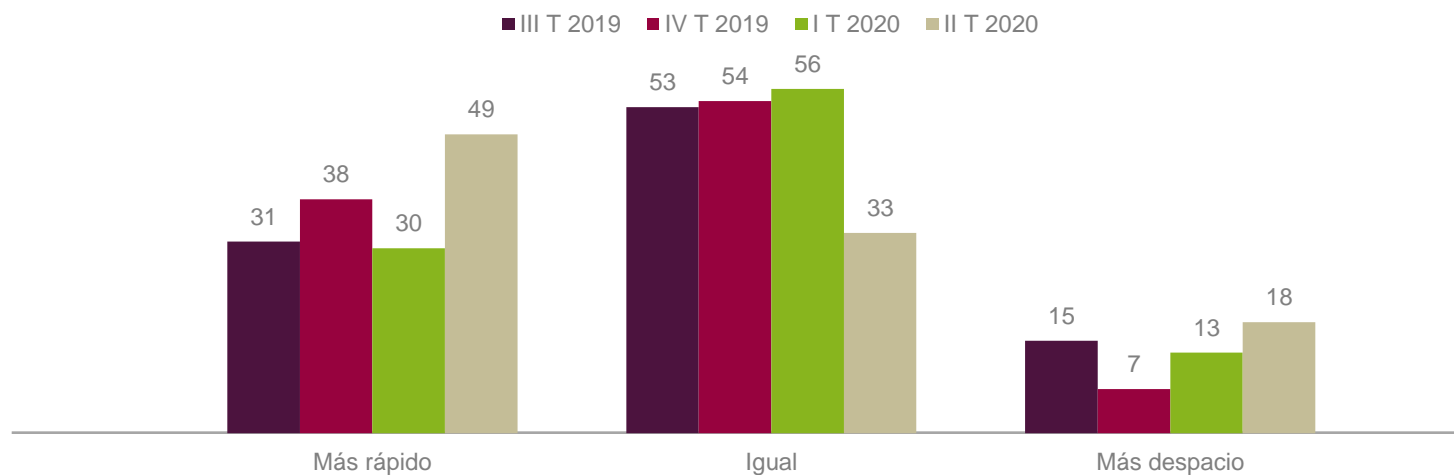


## 9 | los hogares vascos anticipan una subida de precios

Hasta el trimestre pasado, uno de cada dos hogares consideraba que los precios aumentarían de forma similar a los últimos doce meses (53%, 54% y 56%). Pero, en el segundo trimestre de 2020 esta proporción se ha reducido a uno de cada tres (33%) y, sobre todo, aumenta notoriamente (del 30% a la 49%) el grupo de hogares que considera que los precios aumentarán más rápido.

Así, la expectativa sobre la evolución de los precios es claramente negativa (-30,8) con un muy importante repunte con respecto del primer trimestre del año (-14). En este resultado habría influido la evolución de los precios en marzo y abril, especialmente en productos de alimentación y bebidas no alcohólicas (+2,7% y +3,9%) –que ha sido determinante en el gasto de unos hogares confinados– ya que el conjunto de los precios (IPC) apenas lo ha hecho (+0,1% y -0,5%).

Cómo cree que aumentarán los precios en los próximos 12 meses<sup>1</sup> (% personas)



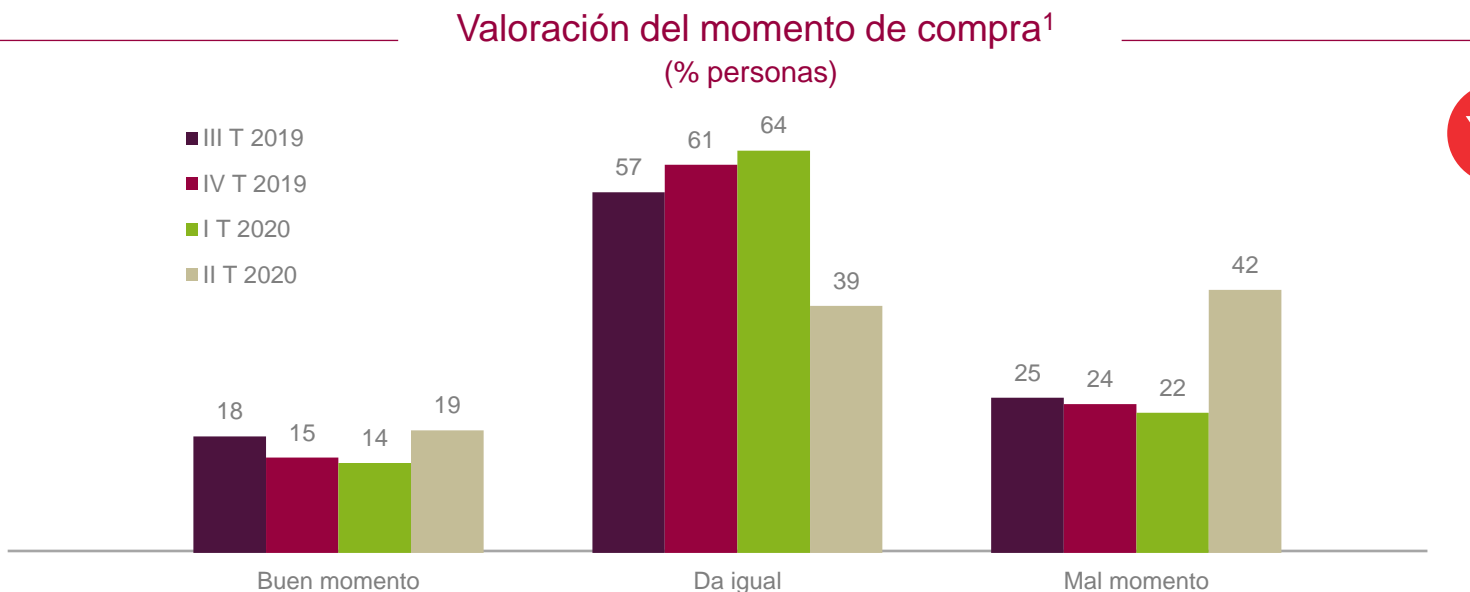
<sup>1</sup> Con respecto de los últimos 12 meses.

## 10 | empeora la valoración del momento de compra

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

Lógicamente, este contexto de inestabilidad económica y del empleo, los hogares vascos han resituado su valoración del momento de compra. Así, destaca el fuerte descenso del colectivo de hogares que consideraba que el momento de compra le era indiferente (del 64% al 39%) que pasa a reevaluar la situación actual como de mal momento (del 22% al 42%).

De esta forma, el índice de valoración del momento de compra retrocede (de -8 a -22) y vuelve a valores similares al primer semestre de 2015 (-25).



<sup>1</sup> Con respecto de los últimos 12 meses.

## 11 | y se deteriora la expectativa de realización de “grandes compras”

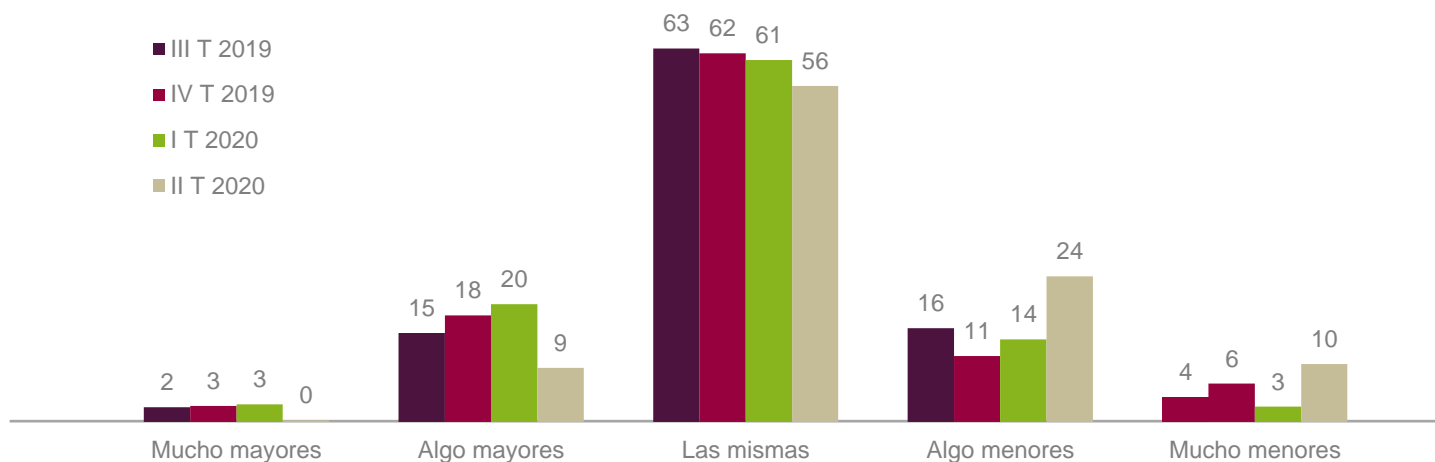
¿Cómo cree que van a ser las compras o gastos del hogar como muebles, electrodomésticos, arreglos de la vivienda, etc. en los próximos 12 meses<sup>1</sup>?

El grupo de hogares que cree que sus grandes compras seguirán igual disminuye (del 61% al 56%) y aumentan de forma notoria los grupos que estiman que éstas será un poco (del 14% al 24%) o mucho menores (del 3% al 10%). Todo ello a costa de la pérdida de hogares que creen que las aumentarán (del 23% al 9%).

El índice de las expectativas de grandes compras del hogar deja de ser positivo (de +3 a -17) y vuelve a los valores negativos en la que ha estado en los últimos seis años. La crisis de 2008 y su dilatada trayectoria es una experiencia muy reciente para una gran parte de los hogares, por lo que, ante el atisbo de emparamiento de la situación se reconsideren el gran consumo.

— Cómo cree que van a ser las compras del hogar en los próximos 12 meses<sup>1</sup> —

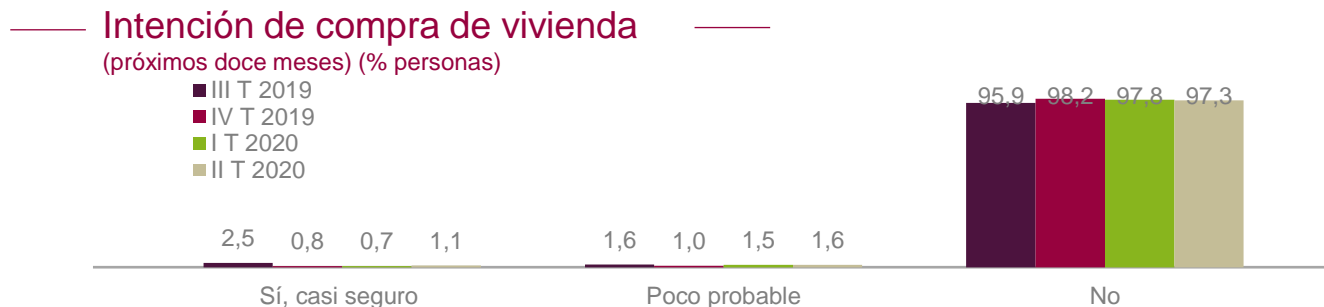
(% personas)



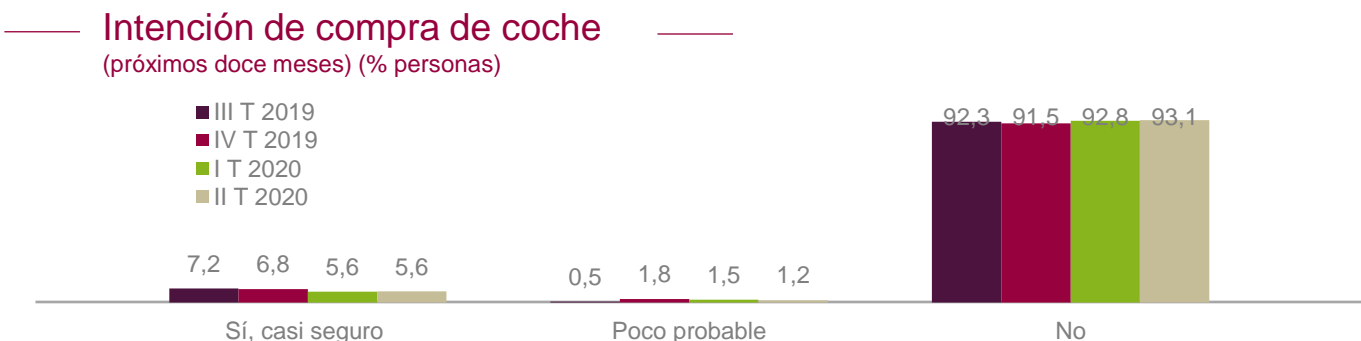
<sup>1</sup> Con respecto de los últimos 12 meses.

## 12 | la intención de comprar de vivienda o coche sigue muy ralentizada

Sólo el 1,1% de los hogares vascos podrían adquirir una vivienda en el próximo año, porcentaje similar al de trimestres precedentes. Este colectivo no parece afectado por la crisis actual, pero es que ya era muy pequeño, por lo que se mantiene la atonía, con escaso viso de mejora.



La intención de compra de un vehículo por parte de los hogares<sup>1</sup> vascos se mantiene en valores parecidos al cierre de 2019, con un 5,6% de hogares que lo hará. Prevalece la contención en la compra y el repunte de las ventas de los próximos meses pudiera deberse a un efecto embalsamiento (ventas decididas y no realizadas) y a los planes de ayudas públicas.



1. Comienzan a entrar en el mercado de vivienda (y del automóvil) las generaciones menos numerosas, nacidas en los 90.

## 13 | **contracción de la expectativa de consumo, que se suma a la atonía en la compra de vivienda y automóvil**

En este segundo trimestre del año 2020, los hogares vascos...

- Anticipan un crecimiento en los precios muy por encima de los registrados en el último año y que se pueden deber a la evolución reciente (alcista) de los precios de los alimentos, especialmente sensibles en el largo periodo de confinamiento, pero que también anticipan en aquellos servicios que van a ver limitado su aforo y, por lo tanto, su rentabilidad.
- Empeora la valoración del momento de compra que vuelve a valores muy negativos y que no se habían registrado desde el primer semestre de 2015.
- En consecuencia, ajustan a la baja la expectativa de realización de grandes compras, índice que vuelve a ser negativo después de haber sido positivo dos trimestres.
- Las expectativas de intención de compra de vivienda o de automóvil (1,1% y 5,6% de los hogares, respectivamente) se mantienen en valores sensiblemente bajos y en un perfil de atonía. Los meses de marzo, abril y mayo van a registrar de los peores registros en estas ventas, con caídas intermensuales espectaculares. Con todo, y de acuerdo con la evolución de los próximos meses, pueden mejorar (también) muy rápido si bien no mejorarán el balance global del año.

### Otros índices de expectativas sobre el consumo

	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>IIIT-19</u>	<u>IVT-19</u>	<u>IT-20</u>	<u>IIT-20</u>	<u>Diferencia</u>	
Expectativas de evolución de precios	-17	-23	-20	-16	-31	-17	-31	-14	▼
Valoración del momento de compra	-2	-9	-5	-6	-8	-8	-22	-14	▼
Expectativa realización de compras	-7	-6	0	-2	0	3	-17	-21	▼

# ANEXO – ÍNDICES

---

síntesis: índice de confianza de los hogares

índice de confianza de los hogares vascos, según características

otros indicadores

A decorative graphic in the bottom right corner of the slide. It features a stylized hand with a white outline and a grey shadow, pointing upwards and to the left towards a white rectangular box with a grey border. The background of the slide is a light grey gradient with a white curved shape at the bottom.

# I | síntesis: índice de confianza de los hogares

	2018	2019	III T-19	IV T-19	I T-20	II T-20	
Índice confianza de los consumidores							
• <b>CAPV</b>	1	-2	-5	-10	-1	-24	▼
• <b>Estado*</b>	-4	-6	-6	-10	-10	-29	▼
• <b>UE*</b>	-5	-6	-7	-7	-7	-21	▼
○ <b>Francia*</b>	-10	-9	-8	-6	-8	-18	▼
○ <b>Alemania*</b>	0	-2	-3	-3	-3	-16	▼
○ <b>Reino Unido*</b>	-7	-10	-9	-10	-6	-23	▼
Componentes de la confianza .CAPV							
• <b>Economía general</b>	3	-6	-10	-17	-7	-32	▼
• <b>Economía del hogar</b>	-4	-2	-2	-7	-1	-13	▼
• <b>Desempleo</b>	10	-4	-7	-22	-4	-44	▼
• <b>Ahorro</b>	-5	2	0	6	7	-6	▼
Otros índices. CAPV							
• <b>Expectativas de evolución de los precios</b>	-23	-20	-16	-31	-17	-31	▼
• <b>Valoración del momento de compra</b>	-9	-5	-6	-8	-8	-22	▼
• <b>Expectativa de realización de compras</b>	-6	0	-2	0	3	-17	▼
Realización grandes compras. CAPV**							
• <b>Vivienda</b>	1,8	2,1	2,5	0,8	0,7	1,1	▶
• <b>Automóvil</b>	5,3	6,4	7,2	6,8	5,6	5,6	▶

↔ (±2 puntos de diferencia)

\* Datos del I trimestre correspondientes al promedio enero-febrero

\*\* Probabilidad de compra (muy, bastante, poco)



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

	2018	2019	III T-19	IV T-19	I T-20	II T-20	
<b>Índice de confianza del consumidor</b>							
• CAPV	1	-2	-5	-10	-1	-24	▼
Estratos de edad							
• 25 a 39 años	6	4	5	-3	6	-19	▼
• 40 a 54 años	2	-2	-5	-10	-1	-24	▼
• 55 a 64 años	0	-6	-10	-13	-6	-26	▼
• 65 a 74 años	-7	-8	-13	-12	-6	-28	▼
Situación laboral							
• Con empleo (asalariado/cuenta propia)	6	1	0	-7	3	-22	▼
• En desempleo	-8	-8	-8	-17	-9	-24	▼
• Inactivo (jubilación, hogar, estudiante,...)	-4	-6	-12	-11	-5	-27	▼
Renta mensual de la unidad familiar							
• Hasta 1.700 €	-14	-13	-15	-22	-12	-30	▼
• De 1.701 a 2.800 €	3	0	-3	-6	1	-20	▼
• Más de 2.800 €	12	4	2	-2	7	-21	▼

⇔ (±2 puntos de diferencia)

### III | otros indicadores

	IIT – 19	IIIT – 19	IVT – 19	IT – 20 <sub>p</sub>	IIT – 20 <sub>p</sub>	(último disponible)
PIB	2,2	2,1	2,2	-3,2	--	I trim
Consumo de los hogares	1,9	1,8	1,5	-4,8	--	I trim
Afiliación	1,3	-0,6	1,8	-1,0	-2,3	mayo
Paro registrado	-4,9	0,6	0,1	5,8	24,5	mayo
Índice ventas comercio minorista	0,2	0,4	-0,2	-2,3	--	I trim
Compra venta viviendas	-7,4	-10,1	-6,1	14,0	--	marzo
Matriculación vehículos	7,3	-16,6	8,8	-35,6	-64,5	mayo

1. PIB y Consumo de los Hogares. Cuentas Económicas, Eustat. Índice de volumen encadenado; tasa interanual.

2. Afiliación. Tesorería General de la Seguridad Social. Promedio trimestral de datos mensuales, variación respecto al trimestre anterior .

3 Paro registrado. SEPE. Promedio trimestral de datos mensuales, variación respecto trimestre anterior.

4. Índice de ventas comercio minorista. Eustat. Tasa intertrimestral.

5. Compra venta de viviendas. Estadística de transmisiones patrimoniales, INE. Tasa intertrimestral.

6. Matriculación de vehículos. Faconauto. Tasa intertrimestral

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).

# ANEXO – METODOLOGÍA

---

índice de confianza de los consumidores: ¿qué es?

¿qué significa la evolución del índice?



# I Índice de confianza de los consumidores: ¿qué es?

El Índice de confianza del consumidor o del 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 vascos<sup>1</sup> se realiza de acuerdo con la metodología de la Comisión Europea (diseño de las preguntas y cálculo de los índices).



<sup>1</sup> *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.

## II | ¿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).

Componentes: índice de confianza

Índices parciales de

- Economía general
- Economía del hogar
- Capacidad de ahorro
- Evolución del desempleo

- 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).



Optimismo

¿Cómo se interpretan los resultados obtenidos?

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



Pesimismo

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

## Ficha técnica y metodología

---

### **Ficha técnica**

- Encuesta realizada a 800 personas en la CAPV
- Del 11 al 22 de mayo de 2020 (II trimestre 2020)
- 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](http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm)