



# LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES VASCOS

---

Tercer 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

# LA INCERTIDUMBRE CONDICIONA LA “VUELTA A LA NORMALIDAD”

---

- la evolución reciente de la expansión e incidencia del covid-19
- si la situación de crisis no remite, prevalecerá la falta de confianza
- se confirma la profundidad del frenazo económico registrado

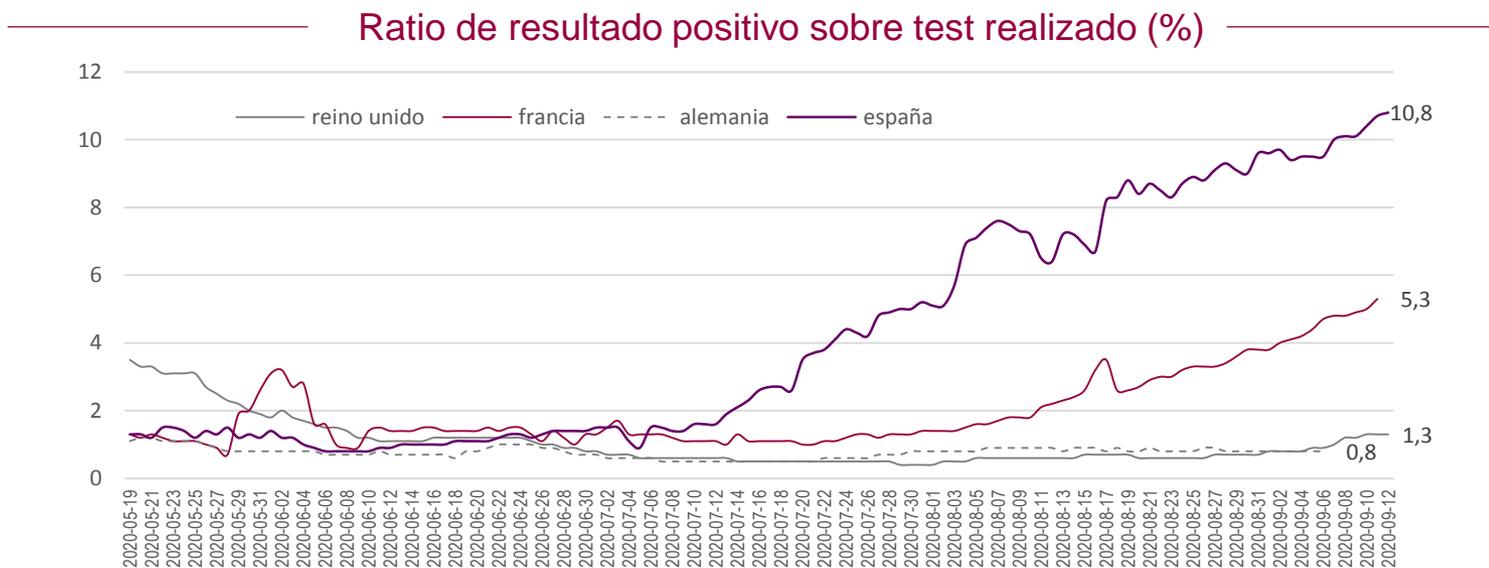


## a | la evolución reciente de la expansión e incidencia del covid-19

La trayectoria de la tasa de resultados positivos por covid-19 sobre los test realizados muestra que España (10,8%) registra peores resultados que Francia (5,3%), Reino Unido (1,3%), o Alemania (0,8%), perdiendo la convergencia alcanzada durante el periodo de confinamiento.

Queda patente que, sobre todo, en España, se ha producido una fuerte expansión del contagio del covid-19 durante el periodo de la desescalada y “vuelta a la normalidad”, iniciado en julio. Estos datos perfilan un escenario de alta incidencia de la pandemia, lo que explica la incertidumbre social generada.

*Nota: el impacto de la pandemia debe medirse a la finalización de la misma, ya que todos los países no van al mismo ritmo de contagio, ni están realizando el mismo esfuerzo en la contención. Pero, además, queda pendiente que se aborde un sistema de medición de la extensión e impacto que sea homogéneo.*



Fuente: Our World Data (datos diarios entre el 19/05 y 12/09; excepto para Alemania, que es del 06/09)

## b | si la situación de crisis no remite, prevalecerá la falta de confianza

El periodo estival ha supuesto una cierta “vuelta a la normalidad” que se está viendo complicada por la importante expansión del contagio por covid-19.

En todas las comunidades autónomas se supera ampliamente el umbral del 5% (tasa de test positivos por covid-19) recomendado por la OMS, afrontando situaciones complicadas.

Este escenario de incertidumbre es compartido y determinante en el deterioro de la confianza de los hogares vascos, que se consolida en valores pesimistas (-30) y similares a los registrados en la crisis de 2008 (IV trimestre, -29 puntos).

La recuperación de la confianza de los consumidores depende de la remisión de la crisis sanitaria, como paso previo para la recuperación de la actividad económica y del empleo. La mejora de la situación contribuirá a mejorar la imagen de España y las comunidades autónomas, actualmente en puestos de cabecera europeos en la expansión del covid-19.

Tasa de resultado positivo sobre test realizado (%)	
01/09 a 07/09	
Madrid	19,7
Aragón	16,9
Cast-La Mancha	16,9
Murcia	14,3
Baleares	13,6
Andalucía	11,1
Cas-León	11,0
Cantabria	10,0
Canarias	9,9
C.Valenciana	9,8
Navarra	8,7
Extremadura	8,6
Cataluña	8,4
<b>País Vasco</b>	<b>8,1</b>
La Rioja	7,4
Galicia	6,7
Asturias	2,6

Fuente: Centro de Coordinación de Alertas y Emergencias Sanitarias (11/09/2020)

### Confianza del consumidor. CAPV. Crisis 2008 y crisis 2020

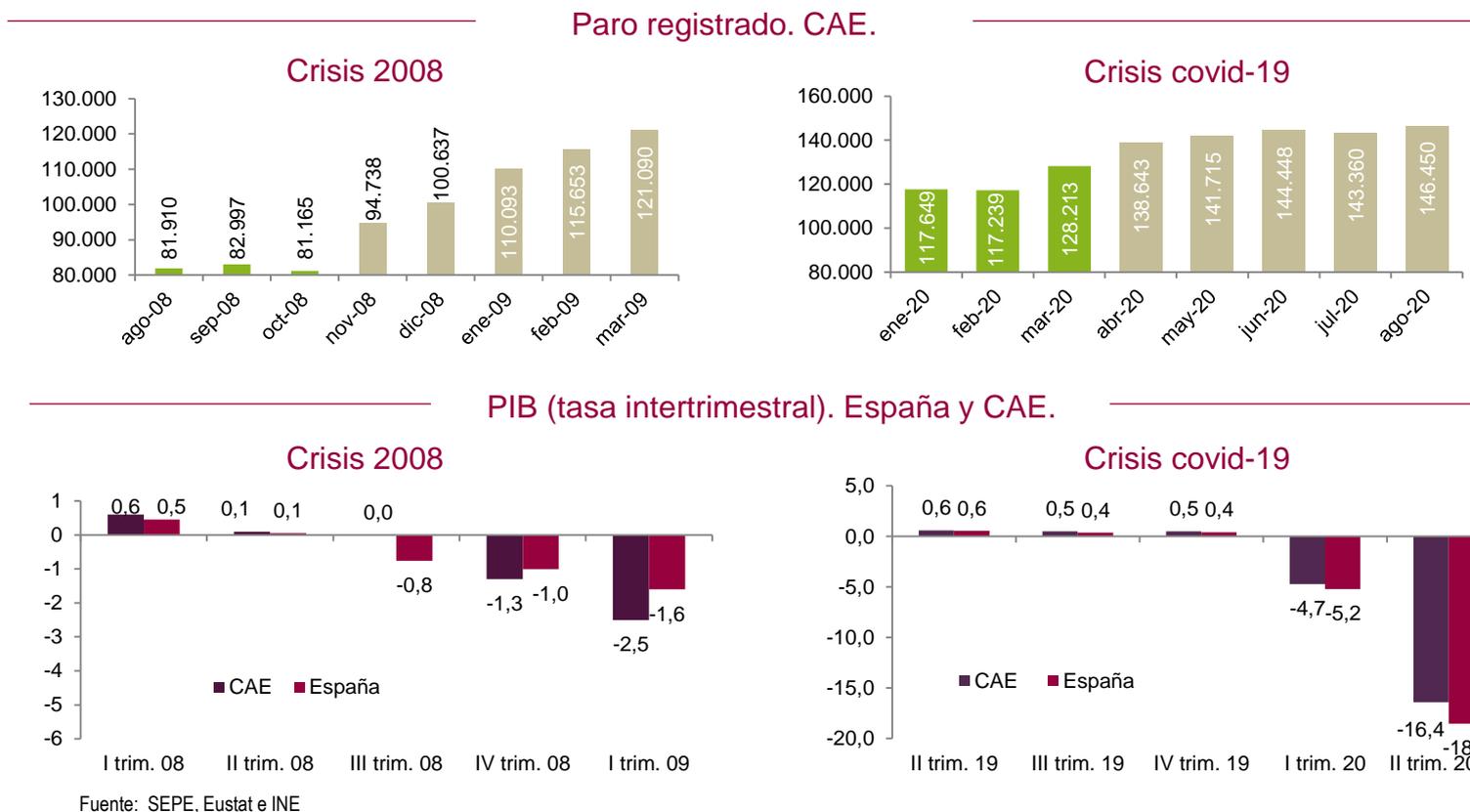
	Crisis de 2008				Crisis covid-19	
	III-08	IV-08	I-09	II-09	II T-20	III T-20
Índice de confianza del consumidor	-25	-29	-30	-33	-24	-30

Fuente: FCVN (hasta 2012) y Laboral Kutxa

## c se confirma la profundidad del frenazo económico registrado

La relevancia de la crisis iniciada por el impacto del covid-19 es evidente:

- Repunte de las personas en desempleo en la CAE: en agosto (146.450 personas) son 29.211 personas más registradas en el paro que en febrero (antes del covid-19).
- El segundo trimestre confirma los retrocesos registrados en el crecimiento económico (PIB) en la CAE (-16,4%) y España (-18,5%), superando los descenso de la crisis de 2008.



# EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR VASCO

---

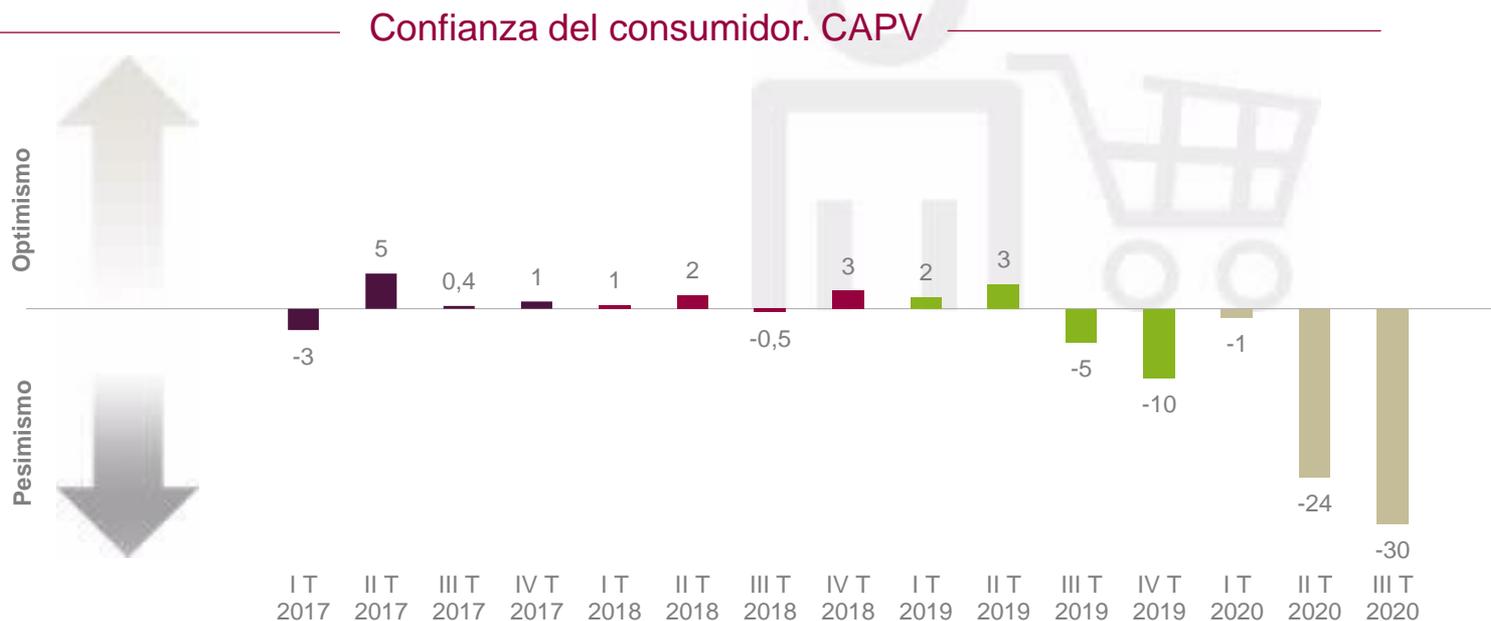
- la confianza de los hogares vascos continua cayendo
- pesimismo compartido con los hogares del entorno
- menor desconfianza en los hogares de Francia, Alemania y Reino Unido



# 1 la confianza de los hogares vascos continua cayendo

En el tercer trimestre de 2020 aumenta la desconfianza de los hogares vascos (-30, -6 puntos), situada en el valor más bajo de los últimos seis años, correspondiente a la etapa de la recuperación posterior a la crisis de 2008.

El pesimismo actual es comparable al registrado entre el tercer trimestre de 2008 (-25) y el segundo de 2009 (-33). De acuerdo con la trayectoria de la crisis anterior, es probable que la confianza de los hogares vascos en el cuarto trimestre de 2020 se mantenga en valores negativos, a la espera de indicios claros en la recuperación de la normalidad económica y social.



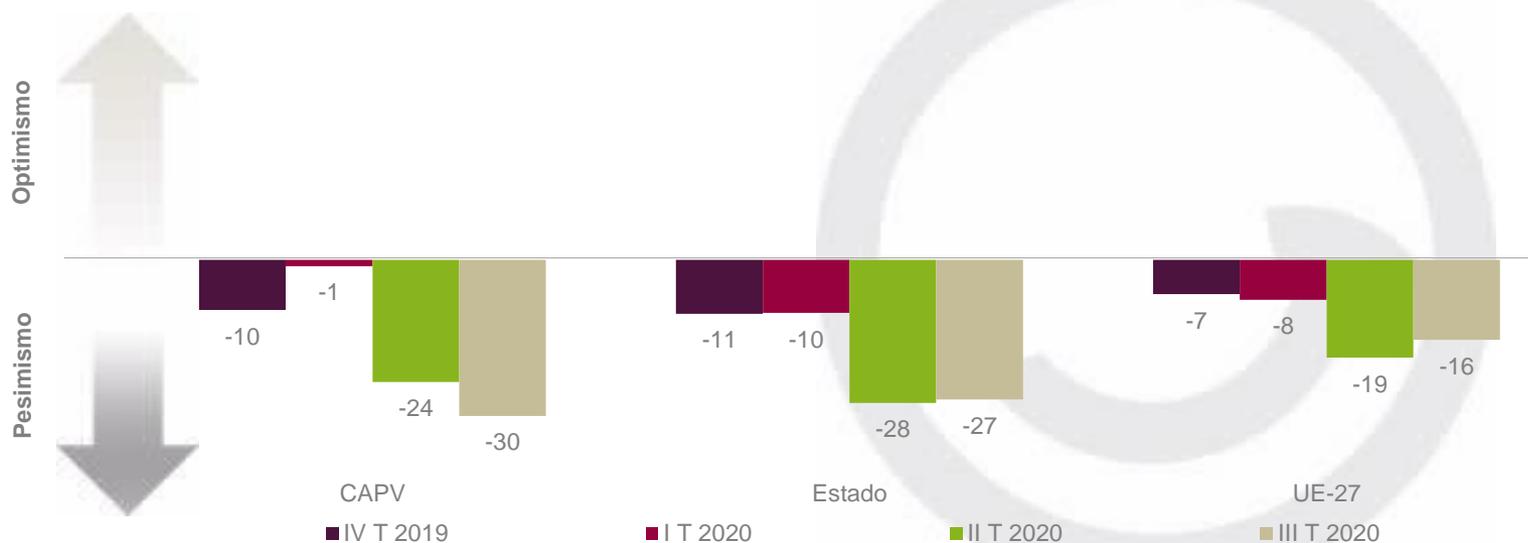
## 2 | pesimismo compartido con los hogares del entorno

Desde el inicio de esta pandemia, los hogares han perdido la confianza: en la UE-27 y en el Estado son pesimistas (-16 y -27) y en valores parecidos en el segundo y tercer trimestre.

La valoración mensual (julio y agosto) de los hogares de la UE apenas varía (-16, en ambos casos) pero se deteriora en España (-26 y -29), de acuerdo con el repunte de los contagios y el fuerte retroceso de ciertas actividades (especialmente, el turismo).

El resultado de la CAE (-30, tercer trimestre) es similar al registrado en el Estado (-29, agosto), momento de realización de ambas consultas.

### Confianza del consumidor. CAPV, Estado y UE



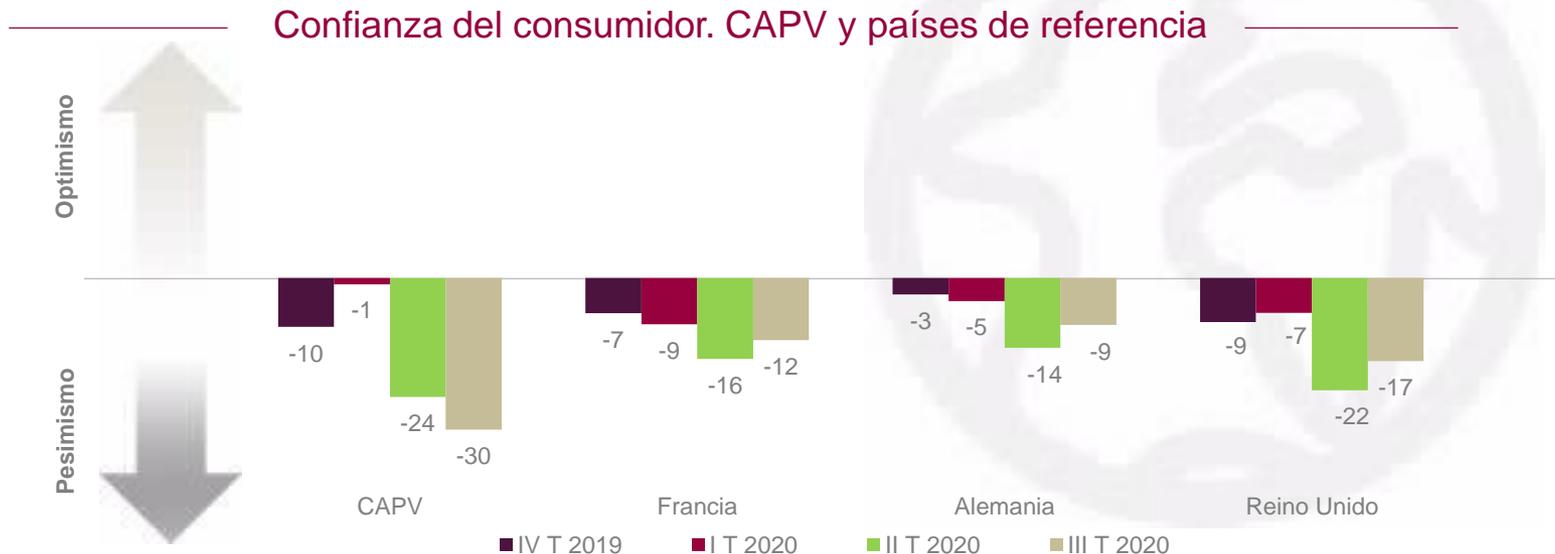
1. Eurostat ha revisado toda la serie relativa a la confianza del consumidor. El dato del IV trimestre corresponde a la UE-28, a partir del I trimestre se corresponde con la UE-27 tras la salida del Reino Unido
2. El dato del III Trimestre 2020 de la UE-27 y España es provisional. Promedio de julio-agosto
3. El dato de la CAE se corresponde con la consulta realizada entre al segunda quincena de agosto)

### 3 menor desconfianza en los hogares de Francia, Alemania y Reino Unido

La confianza de los hogares de Francia (-12), Alemania (-9) y Reino Unido (-17) sigue siendo negativa (pesimismo), pero muestra una cierta mejora con respecto del segundo trimestre (+4, +5 y +5, respectivamente).

Se observa que los hogares vascos son los que, en el tercer trimestre del año, muestran un mayor pesimismo que se agudiza con respecto del trimestre precedente (-6).

*A tener en cuenta: Francia, Alemania o Reino Unido muestran en julio y agosto menores ratio de positividad por covid-19 que España (y el País Vasco).*



1. Eurostat ha revisado toda la serie relativa a la confianza del consumidor. . El dato del IV trimestre corresponde a la UE-28, a partir del I trimestre se corresponde con la UE-27 tras la salida del Reino Unido

2. El dato del III Trimestre 2020 de la UE-27 y España es provisional. Promedio de julio-agosto

# COMPONENTES DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR VASCO

---

- aumenta el pesimismo sobre la evolución de la economía general
- las expectativas sobre el empleo empeoran más y están hundidas
- menor deterioro de las expectativas sobre la economía del hogar
- se mantienen las expectativas sobre el ahorro del hogar
- la percepción de “falta de control” de la pandemia hunde las expectativas

## 4 | aumenta el pesimismo sobre la evolución de la economía general

La crisis del covid-19 ha impactado de lleno en la actividad económica: los datos del segundo trimestre señalan un retroceso intertrimestral del crecimiento económico del -16,4% y -18,5% en la CAE y en España (Eustat e INE-avance), respectivamente.

En este escenario, las expectativas de los hogares vascos sobre la recuperación de la actividad económica son francamente pesimistas (-45). Y, además, entre el segundo y el tercer trimestre su preocupación ha aumentado y dichas expectativas han empeorado (-13 puntos).

El valor medio de los tres primeros trimestres muestra el creciente pesimismo de las expectativas de los hogares vascos sobre la economía general en 2018, 2019 y 2020 (3, -1 y -28, respectivamente).

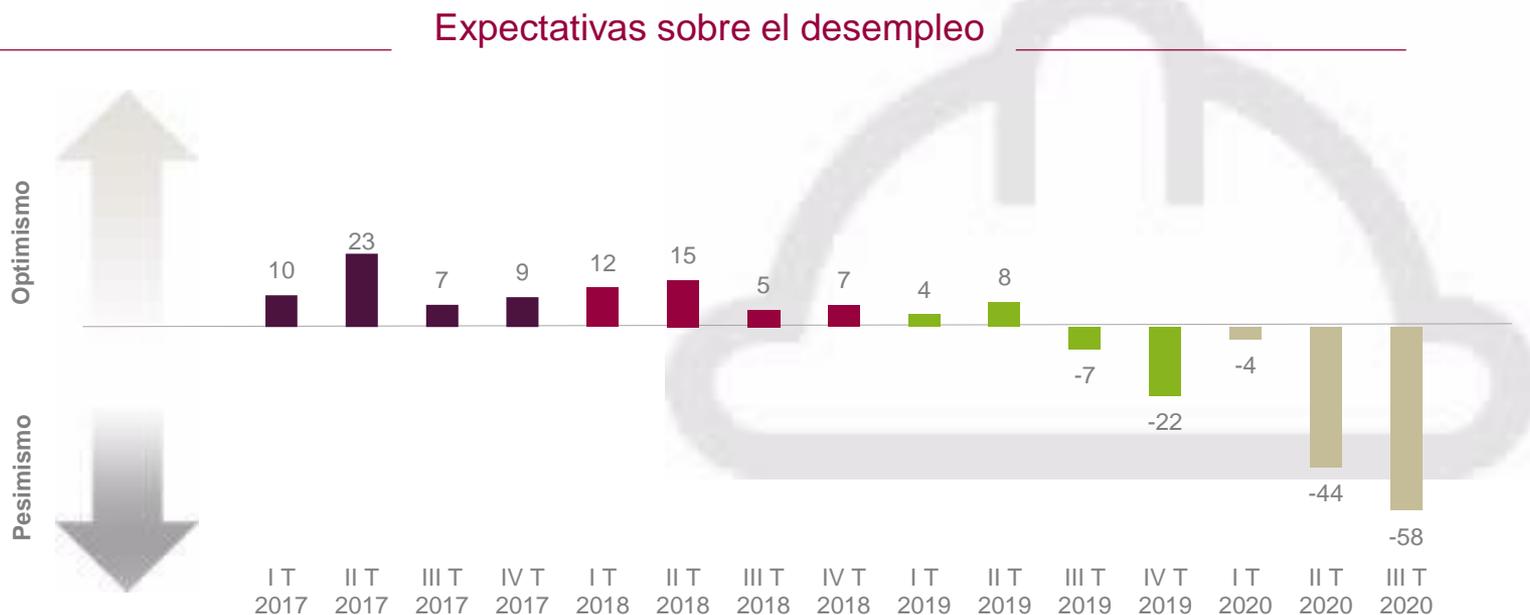


## 5 | las expectativas sobre el empleo empeoran más y están hundidas

Las expectativas de los hogares vascos con respecto de la evolución del desempleo se han hundido (-58) y han empeorado fuertemente (-14 puntos) con respecto del segundo trimestre.

Este pesimismo es el resultado de que siete de cada diez personas estiman que el desempleo aumentará -mucho (49%) o poco (29%)- en los próximos doce meses y sólo tres de cada diez personas señalan que seguirá igual o disminuirá con respecto de la situación actual. Es decir, la mayoría de las personas no anticipan una mejoría, sino que creen que, dentro de un año, el desempleo será mayor que en la actualidad.

Estas expectativas se nutren –entre otros factores- de resultados como el aumento del paro registrado en la CAE, que en agosto sumó 29.211 personas más que en febrero.



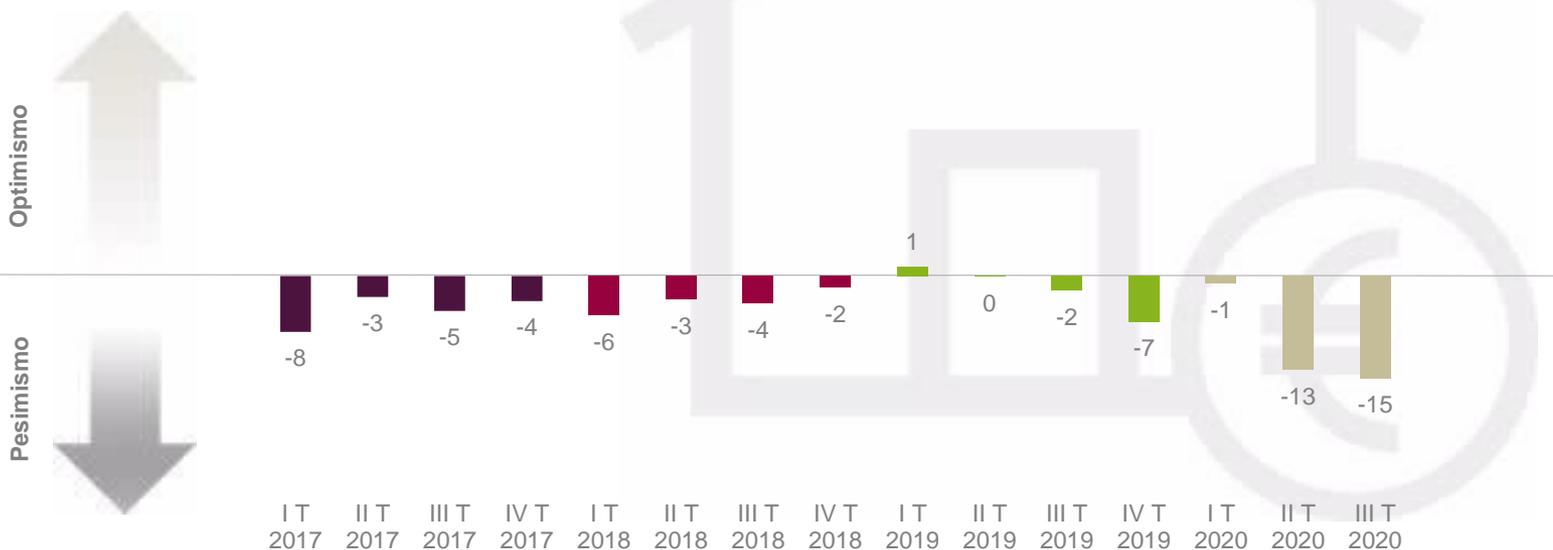
## 6 menor deterioro de las expectativas sobre la economía del hogar

Los hogares vascos mantienen sus expectativas con respecto de la marcha de la economía del hogar en los próximos doce meses (-15) en valores parecidos a los del segundo trimestre (-13). Hay que señalar que son negativas, pero mucho menos pesimistas que las referidas a la economía general (-45) o el desempleo (-58).

Se vuelve a confirmar que la percepción de los hogares vascos es más negativa con respecto de la evolución del entorno (economía general o empleo, o ambas) que sobre su situación personal-familiar (rentas o empleo). De hecho, dos tercios de los hogares consideran que seguirán igual (o mejor) y un tercio alude a que estará un poco (22%) o mucho (8%) peor.

*A tener en cuenta: las personas conocen “la economía de su hogar” de forma directa, pero el conocimiento y la evolución del entorno la construyen a partir de las noticias que se difunden.*

### Expectativas sobre la situación económica del hogar

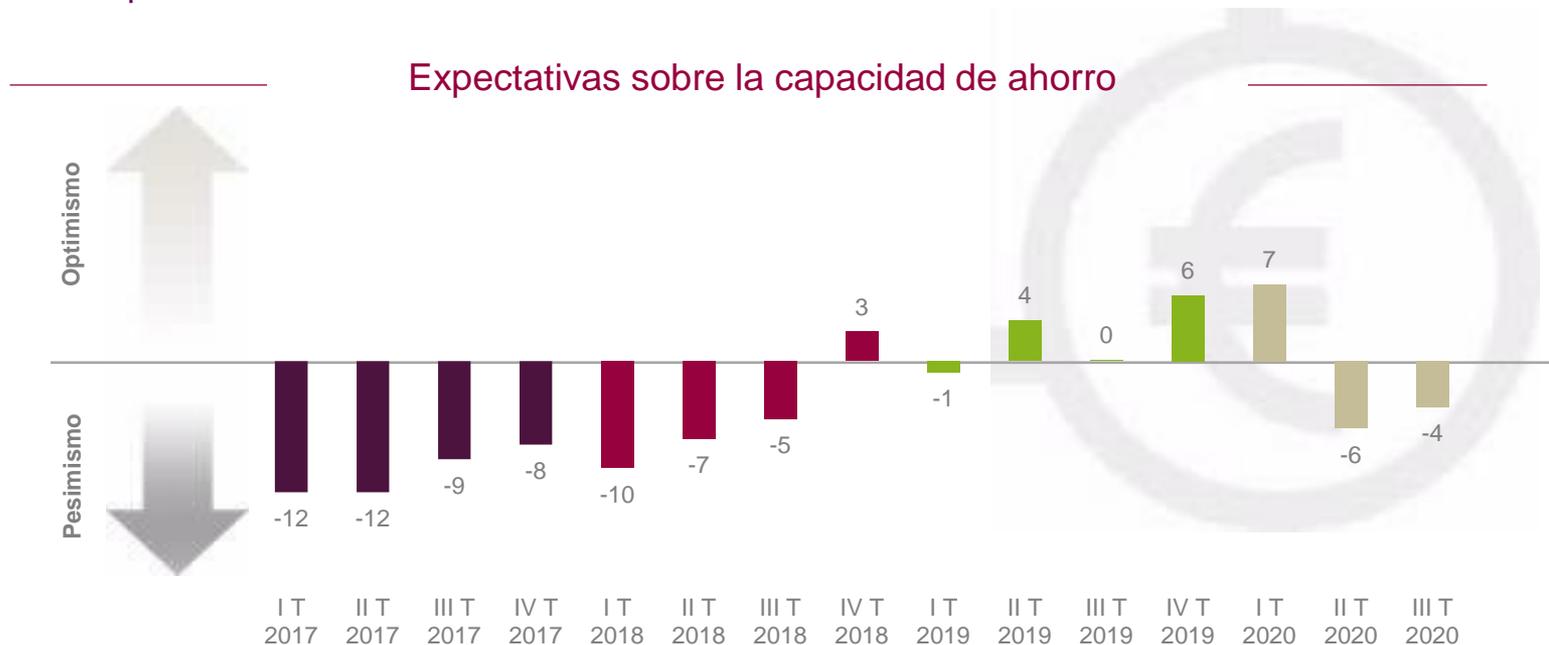


## 7 | se mantienen las expectativas sobre el ahorro del hogar

El índice de expectativa del ahorro de los hogares recoge la valoración de la capacidad de ahorro futuro (próximos doce meses) con respecto del ya realizado (últimos doce meses). Los resultados del tercer trimestre reflejan que las expectativas sobre el ahorro se mantienen (-4) y están en valores muy ligeramente negativos y/o casi neutros.

Esta valoración sintetiza la componente de hogares ahorradores<sup>1</sup> y previsores<sup>2</sup>: la mitad de los hogares señala que ahorrará con seguridad (16%) o probablemente lo hará (35%) frente a la otra mitad que considera que probablemente no lo hará (23%) o no lo hará con seguridad (26%).

En definitiva, en un escenario de incertidumbre, los hogares seguirán sosteniendo o reforzando sus posiciones de ahorro.



1. En todas las consultas, trimestre a trimestre, al menos un 10% de los hogares consultados señala que ahorrarán con seguridad en los próximos 12 meses
2. Que ajusta sus decisiones de consumo y ahorro, presente y futuro ("probablemente lo hará").

## 8 | la percepción de “falta de control” de la pandemia hunde las expectativas

El tercer trimestre de 2020 consolida la senda de pesimismo en la que han entrado los hogares vascos: la evolución de la pandemia en los meses de verano ha suscitado una importante incertidumbre con respecto de lo que ocurra en otoño e invierno.

Las expectativas de la economía general (-45) y del empleo (-58) son pesimistas y han empeorado, debido al aumento del colectivo de consumidores que consideran que la situación en los próximos doce meses será peor que en la actualidad.

Las expectativas de su hogar (-15) o de la capacidad de ahorro (-4) son menos negativas que sobre la economía general o el desempleo y se mantienen con respecto del segundo trimestre.

En definitiva: los hogares manifiestan su temor a que el deterioro de la actividad económica y del empleo se agudice y se prolongue como consecuencia de la crisis del covid-19 y la falta de control de la pandemia generada (aumento de contagios, de medidas de confinamiento, etc.).

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

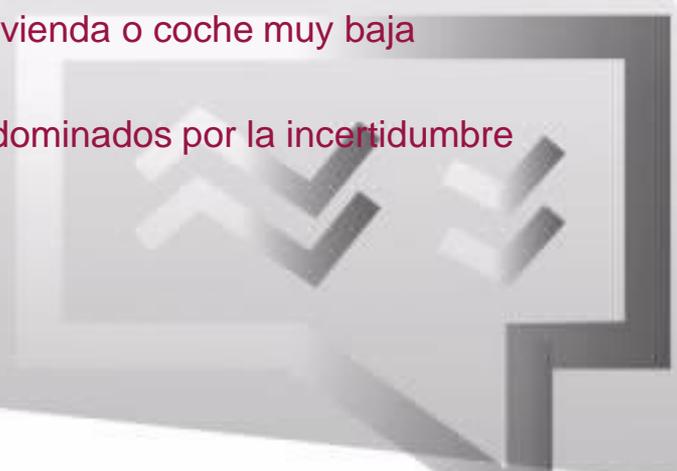
Índice de....	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>IVT-19</u>	<u>IT-20</u>	<u>IIT-20</u>	<u>IIIT-20</u>	<u>Diferencia</u>	
Confianza de los Hogares	1	1	-2	-10	-1	-24	-30	-6	▼
Economía general	6	3	-6	-17	-7	-32	-45	-13	▼
Economía del hogar	-5	-4	-2	-7	-1	-13	-15	-2	▶
Evolución del desempleo	12	10	-4	-22	-4	-44	-58	-14	▼
Capacidad de ahorro	-10	-5	2	6	7	-6	-4	+2	▶

↔ (±2 puntos de diferencia)

# LAS DECISIONES DE COMPRA DEL CONSUMIDOR VASCO

---

- los hogares vascos rebajan su expectativa de crecimiento de los precios
- aún siendo negativa, mejora la valoración del momento de compra
- la expectativa de realización de “grandes compras” empeora
- con una intención de compra de vivienda o coche muy baja
- consumo e inversión ralentizado, dominados por la incertidumbre

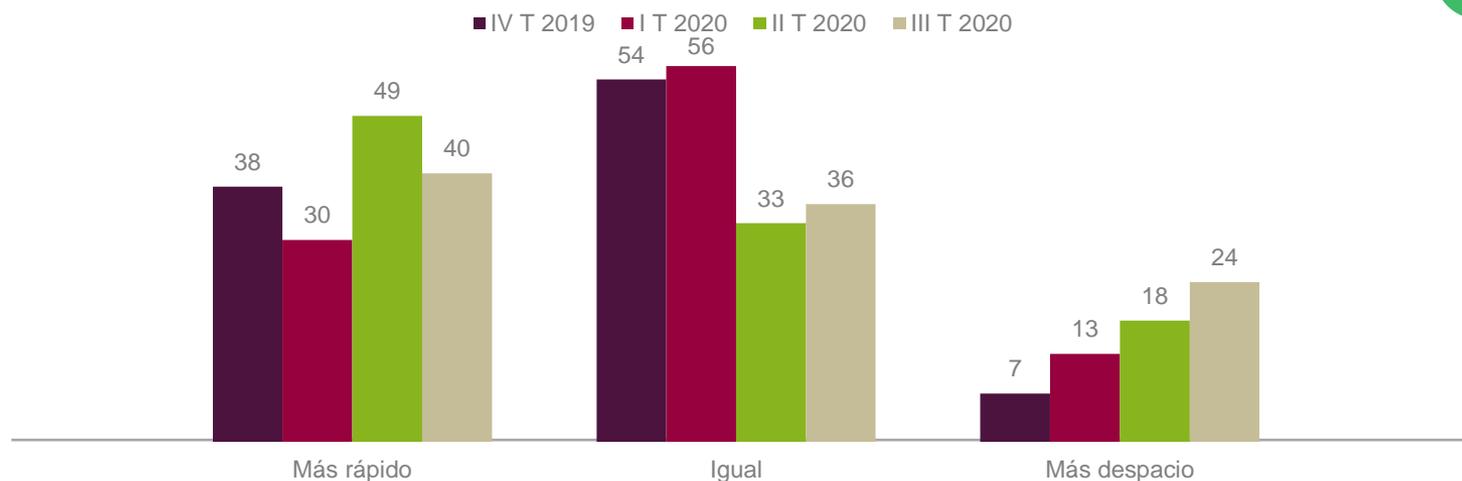


## 9 | los hogares vascos rebajan su expectativa de crecimiento de los precios

En el segundo y tercer trimestre de 2020, tres de cada diez consumidores (33% y 36%) estima que los precios aumentarán de forma similar a los últimos doce meses; aumenta ligeramente el grupo que estima que lo harán más despacio (del 18% al 24%, +6pp), compensando el descenso del grupo que aludía a que lo harán más rápido (del 49% al 40%, -9pp).

Así, la expectativa sobre la evolución de los precios, aunque sigue siendo negativa (-15), mejora sensiblemente con respecto del trimestre precedente (-30). Este resultado muestra una expectativa de un crecimiento en los precios más lento y confirmado por la evolución del IPC que registra un tasa interanual negativa desde abril.

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



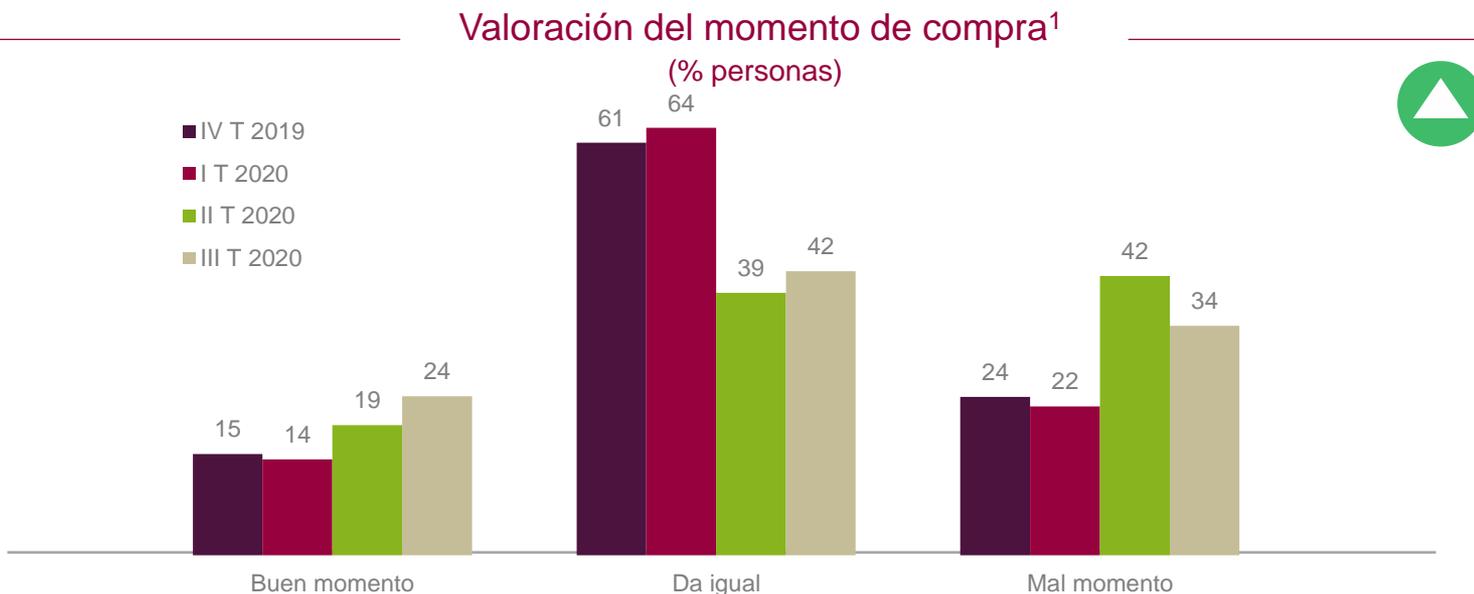
<sup>1</sup> Con respecto de los últimos 12 meses.

## 10 | aún siendo negativa, mejora la valoración del momento de compra

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

La continuidad del escenario de incertidumbre y una “vuelta a la normalidad” que no lo parece explica la desconfianza de los hogares que siguen evaluando el momento de compra como negativo (-10), si bien en menor medida que en el trimestre precedente (-22).

Este resultado –que dentro de una valoración negativa se ha recuperado algo- se debe al ligero incremento en el grupo de consumidores que considera que es buen momento de compra (24%, +5pp) y la estabilidad de los que consideran que “da igual” (42%, +3pp), junto con el retroceso de los que opinan que es un mal momento (34%, -8pp).



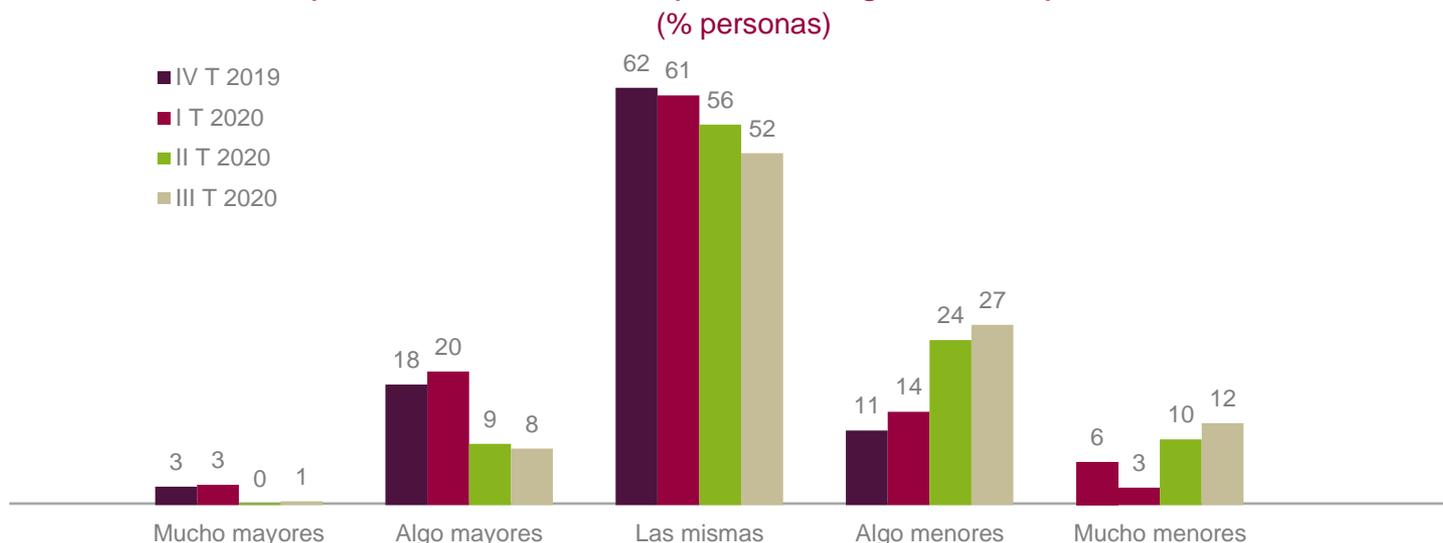
## 11 la expectativa de realización de “grandes compras” empeora

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

La posición de los consumidores vascos sumidos en este escenario de incertidumbre es evidente: disminuye el grupo que estima que sus compras serán las mismas (52%, -4pp) y aumenta el colectivo que considera que serán algo o mucho menores (39%, +5pp), mientras que se mantiene la proporción de los hogares que las aumentará (9%).

De esta forma, el índice de las expectativas de grandes compras del hogar vuelve a los valores negativos (-17 y -21, en el segundo y tercer trimestre, respectivamente) y parecidos a los registrados en los últimos seis años. La falta de indicios sobre el cambio de tendencia en la actividad económica y del empleo, habría hecho reconsiderar las decisiones de grandes compras en el hogar, a la espera de un contexto más claro y positivo.

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



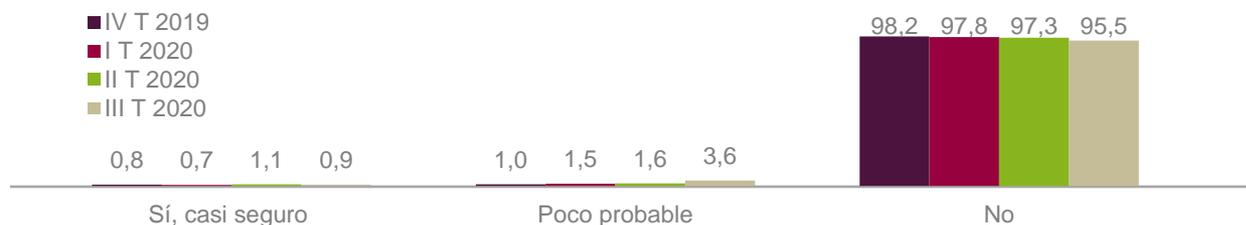
<sup>1</sup> Con respecto de los últimos 12 meses.

## 12 con una intención de compra de vivienda o coche muy baja

Menos del 1% de los hogares vascos podrían adquirir una vivienda<sup>1</sup> en el próximo año, porcentaje parecido al registrado en los trimestres precedentes. Por la tanto, el volumen de hogares con intención de compra de vivienda se mantiene en valores muy reducidos.

### Intención de compra de vivienda

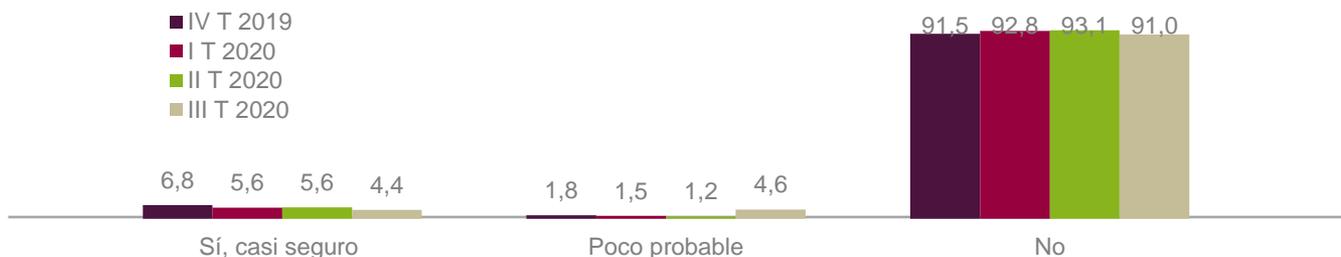
(próximos doce meses) (% personas)



El porcentaje de hogares<sup>1</sup> que alude a tener la intención de compra de un vehículo disminuye ligeramente (4,4%, -1,2pp). La potencial mejora en la intención de compra de vehículo va a depender de la recuperación del empleo y las facilidades para la compra (ayudas públicas).

### Intención de compra de coche

(próximos doce meses) (% personas)



1. Comienzan a entrar en el mercado de vivienda (y del automóvil) las generaciones menos numerosas, nacidas en los 90, que están sufriendo los efectos de dos crisis consecutivas (2008 y 2020), que afectan a su empleabilidad y salarios presentes y futuros y, por ende, a su capacidad de ahorro e inversión.

## 13 consumo e inversión ralentizado, dominados por la incertidumbre

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

- Anticipan que el crecimiento en los precios en los próximos meses será menor que el registrado en el último año, en consonancia con la atonía del consumo y la falta de recuperación de la actividad económica.
- La valoración del momento de compra sigue siendo negativa (-10), pero ralentiza su empeoramiento con respecto del segundo trimestre.
- La expectativa de realización de grandes compras se ha deteriorado sensiblemente (de -17 a -21) y se aleja de los valores de los últimos años, volviendo a posiciones de contención de este gasto.
- El colectivo de hogares que señala tener la intención de compra de vivienda o de automóvil se mantiene en valores muy reducidos y son menos aún que en el segundo trimestre del año.

En definitiva, la incertidumbre y la cautela dominan la valoración que hacen los hogares con respecto de sus decisiones de compra e inversión, casi paralizadas y a la espera de un escenario que apunte hacia la mejoría pero que, de momento, no anticipan.

### Otros índices de expectativas sobre el consumo

	<u>2017</u>	<u>2018</u>	<u>2019</u>	<u>IVT-19</u>	<u>IT-20</u>	<u>IIT-20</u>	<u>IIIT-20</u>	<u>Diferencia</u>	
Expectativas de evolución de precios	-17	-23	-20	-31	-17	-31	-16	15	▲
Valoración del momento de compra	-2	-9	-5	-8	-8	-22	-10	12	▲
Expectativa realización de compras	-7	-6	0	0	3	-17	-21	-4	▼

# ANEXO – ÍNDICES

---

síntesis: índice de confianza de los hogares

índice de confianza de los hogares vascos, según características

otros indicadores

# I | síntesis: índice de confianza de los hogares

	2018	2019	IV T-19	I T-20	II T-20	III T-20	
Índice confianza de los consumidores							
• CAPV	1	-2	-10	-1	-24	-30	▼
• Estado*	-4	-6	-11	-10	-28	-27	▶
• UE*	-5	-6	-7	-7	-21	-16	▲
○ Francia*	-10	-9	-7	-8	-18	-12	▲
○ Alemania*	0	-2	-3	-3	-16	-9	▲
○ Reino Unido*	-7	-10	-9	-6	-23	-17	▲
Componentes de la confianza .CAPV							
• Economía general	3	-6	-17	-7	-32	-45	▼
• Economía del hogar	-4	-2	-7	-1	-13	-15	▶
• Desempleo	10	-4	-22	-4	-44	-58	▼
• Ahorro	-5	2	6	7	-6	-4	▶
Otros índices. CAPV							
• Expectativas de evolución de los precios	-23	-20	-31	-17	-31	-16	▲
• Valoración del momento de compra	-9	-5	-8	-8	-22	-10	▲
• Expectativa de realización de compras	-6	0	0	3	-17	-21	▼
Realización grandes compras. CAPV**							
• Vivienda	1,8	2,1	0,8	0,7	1,1	0,9	▶
• Automóvil	5,3	6,4	6,8	5,6	5,6	4,4	▶

↔ (±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	IV T-19	I T-20	II T-20	III T-20	
<b>Índice de confianza del consumidor</b>							
• CAPV	1	-2	-10	-1	-24	-30	▼
Estratos de edad							
• 25 a 39 años	6	4	-3	6	-19	-21	▶
• 40 a 54 años	2	-2	-10	-1	-24	-31	▼
• 55 a 64 años	0	-6	-13	-6	-26	-36	▼
• 65 a 74 años	-7	-8	-12	-6	-28	-36	▼
Situación laboral							
• Con empleo (asalariado/cuenta propia)	6	1	-7	3	-22	-26	▼
• En desempleo	-8	-8	-17	-9	-24	-40	▼
• Inactivo (jubilación, hogar, estudiante,...)	-4	-6	-11	-5	-27	-35	▼
Renta mensual de la unidad familiar							
• Hasta 1.700 €	-14	-13	-22	-12	-30	-42	▼
• De 1.701 a 2.800 €	3	0	-6	1	-20	-28	▼
• Más de 2.800 €	12	4	-2	7	-21	-19	▶

⇔ (±2 puntos de diferencia)

### III | otros indicadores

	IIIT – 19	IVT – 19	IT – 20	IIT – 20	IIIT – 20 <sub>p</sub>	(último disponible)
<b>PIB</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>-3,2</b>	<b>-19,5</b>	--	II trim
<b>Consumo de los hogares</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>-4,8</b>	<b>-20,3</b>	--	II trim
<b>Afiliación</b>	<b>-0,6</b>	<b>1,8</b>	<b>-1,0</b>	<b>-2,5</b>	<b>-1,9</b>	agosto
<b>Paro registrado</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>5,8</b>	<b>17,0</b>	<b>26,2</b>	agosto
<b>Índice ventas comercio minorista</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,2</b>	<b>-2,6</b>	<b>-10,5</b>	--	II trim
<b>Compra venta viviendas</b>	<b>-10,1</b>	<b>-6,1</b>	<b>14,0</b>	<b>-29,9</b>	--	II trim.
<b>Matriculación vehículos</b>	<b>-16,6</b>	<b>8,8</b>	<b>-35,6</b>	<b>-24,0</b>	<b>58,4</b>	julio-agosto

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.

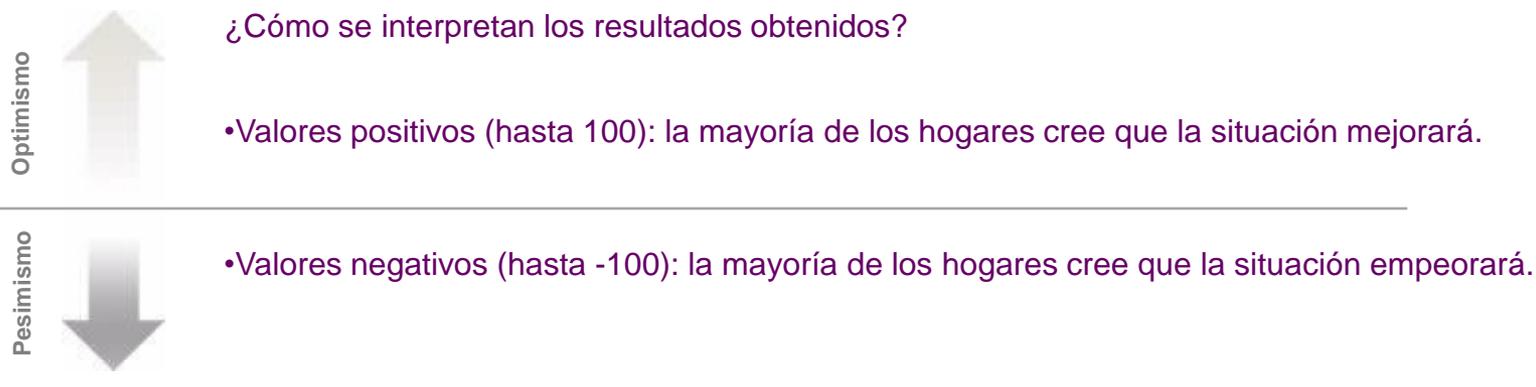
Esta opinión se gradúa en cinco niveles (desde mucho peor hasta mucho mejor).

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).



## Ficha técnica y metodología

---

### **Ficha técnica**

- Encuesta realizada a 800 personas en la CAPV
- Del 24 de agosto al 04 de septiembre de 2020 (III 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)