cliente. Nosostros no notamos la crisis económica, pero sí, y mucho, la inseguridad ciudadana por la noche».

Un ministro llamado **Joaquín Almunia** considera que «lo que cabe esperar es un refuerzo importante de la recuperación conyuntural, en la medida en que consoliden los actuales precios energéticos y el equilibrio del sistema monetario internacional. En su opinión, esta recuperación puede y debe transformarse en una mejoría sustancial y estructural del aparato productivo, lo que exige potenciar al máximo la incorporación de nuevas tecnologías. Ello implica necesariamente una adaptación de los distintos factores de producción, sin lo cual es difícil prever una recuperación sostenida del empleo. Y, sin empleo, seguiría existiendo crisis, no económica sino social».

LA JET DE MARBELLA. «Yo creo que ha sido suerte que haya bajado el precio del petróleo; pero en España hay que seguir trabajando aunque se respire optimismo», manifiesta a DINERO, **Alfonso de Hohenloe,** un personaje que vio nacer Marbella, capital de la Costa del Sol, que se desenvuelve como pez en el agua entre sus negocios y la Jet. Aún se recuerdan las estancias en *bermudas* de **Boyer** y **Solchaga** preparando barbacacoas a la orilla del Mediterráneo.

Este afamado hombre de negocios insiste no obstante en que la primavera luciría más si los turistas encontrarán más alicientes. «Tenemos esperanzas si mejoran las comunicaciones», insiste, al tiempo que añora para la Costa del sol el servicio de helicópteros para *VIPS* de que disfrutan en Montecarlo.

En Madrid, un patrono, **Ignacio Briones,** al frente de la *Confederación Nacional de la Construcción,* insiste en que «puede existir un inicio de recuperación pero hay que decirlo con muchas reservas».

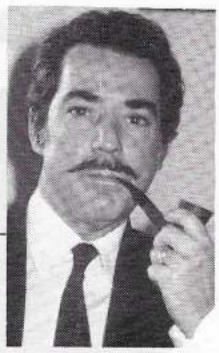
A este empresario legendario —vicepresidente de la *CEOE*— no deja de sorprenderle la disparidad de datos que sobre el sector ofrecen los organismos oficiales. De momento ha visto cómo la baja del precio de los crudos ha hecho bajar el coste de los *asfaltos* para hacer mejores carreteras.

«Quizás sea prematuro echar las campanas al vuelo, sobre todo si nos atenemos a los datos disponibles», confiesa **Fernando Fernandez Tapias,** presidente de *CEIM,* una patronal madrileña que sigue con lupa los cuadros macroeconómicos del *Gobierno* socialista.

Todo un síntoma de cómo los empresarios —al fin y al cabo inversores— siguen siendo un tanto incrédulos. Hasta que el *BOE* no anuncie la primavera los gestores no dejarán su dinero en nuevas aventuras. D

La recuperación económica y el consumo privado

JUAN DIEZ NICOLAS*



RECIENTEMENTE parece haberse desatado cierta euforia sobre la indudable recuperación económica española, que comparten el sector público y en cierta medida el sector privado de la economía.

Sin embargo, el ciudadano medio no parece todavía compartir ese optimismo, y ello no parece necesariamente que pueda ser calificado de contradicción, sino que se debe a la inercia social y al tiempo necesario para la internalización de los cambios sociales.

Todas las investigaciones sociológicas están repletas de ejemplos que demuestran la existencia de un *gap* temporal desde que se inician ciertos cambios sociales estructurales hasta que los individuos toman conciencia de ellos.

Sin necesidad de referirse a que el hombre que vivió el Renacimiento o la Revolucion Industrial no fue consciente de ello, puede ser útil recordar cómo, y muy especialmente en España, el consumidor no fue consciente de la crisis económica inciada en 1973 hasta varios años después. No fue consciente de ella, o prefirió «esconder la cabeza como el avestruz», creyendo que al no reconocer la crisis, ésta no existía. Por ello, el consumo privado no comenzó a disminuir hasta varios años después; la gente comenzó a gastar los ahorros, a reducir ciertos tipos de consumo —no necesariamente los más ostentatorios—, e incluso a endeudarse, antes de plantearse firmemente que tenía que reducir su nivel de vida o al menos estabilizarlo.

AHORA ocurre lo mismo, pero a la inversa. Aunque la tendencia hacia la recuperación económica parece inequívoca, no sólo en Europa, sino también en España, la opinión pública todavía no ha internalizado ese cambio de tendencia por completo. Ello explica que los diferentes indicadores de actitudes hacia el consumo que se utilizan, como el Indice del Sentimiento del Consumidor (ISC), en los sondeos OTR/IS-DINERO, sigan estando por debajo del nivel de *normalidad,* incluso con cierta tendencia a disminuir en los tres últimos meses —probablemente a causa de la entrada en vigor del IVA.

SIN embargo, los datos mensuales del ISC, desde septiembre de 1984 a febrero de 1986, muestran una tendencia bastante clara a la recuperación del optimismo por parte del consumidor —o a que se ha acomodado a la crisis—. Pero esa tendencia se inscribe dentro de un contexto bastante general de pesimismo, que sólo cambiará si la actual situación de recuperación económica se consolida y es percibida por los ciudadanos.

Hay que dejar pasar algún tiempo hasta que los consumidores internalicen la *recuperación,* si ésta se consolida, y actúeen en consonancia con esa nueva percepción de la realidad. Como es lógico, un adecuado proceso de comunicación—información podría reducir ese *gap* temporal.

* Catedrático de Sociología y director de OTR/IS.