

JUAN DIEZ NICOLAS y FRANCISCO ELVIRA

COMO COMPRAN LOS ESPAÑÓLES

Aunque se acercan las Navidades, la demanda permanece estancada



Sólo los bienes de tecnología de vanguardia experimentan una demanda creciente.

LAS mujeres, los hombres de edad madura y las clases altas son los usuarios del crédito por excelencia. La utilización del sistema de pago a crédito aumenta conforme se elevan los niveles de educación y las rentas familiares. Las clases bajas y medias son más conservadoras en el pago de sus compras: primero ahorran y luego pagan al contado.

INTENCION DE COMPRA. Aunque los españoles creen que la crisis económica ha tocado fondo, su intención de compra permanece estancada y no muestra tendencia a aumentar. La disminución real de los salarios y la creencia de que el puesto de trabajo se puede perder en cualquier momento —sostenida por el

22 % de los entrevistados— explican esta congelación de la demanda. Según la encuesta que ha realizado OTR/IS para DINERO, sólo los bienes de alta tecnología, como televisores en color, vídeos o microordenadores despiertan el ánimo comprador de los consumidores españoles.

MAS GASTOS QUE INGRESOS. La crisis económica obligaba en septiembre a un 19 % de los españoles a gastar más de lo que ingresaban. En octubre este porcentaje se había reducido ligeramente —un 15 %—,

según las encuestas realizadas por OTR/IS. En los 2 meses citados, parte de estas personas cubría ese exceso de gasto recurriendo al ahorro acumulado con anterioridad y otra parte endeudándose.

De septiembre a octubre se ha producido un cambio positivo, aunque reducido en su alcance; ha aumentado el número de españoles que gastan menos de lo que ingresan en 8 puntos porcentuales —de 21 % a 29 %—. Los españoles que viven al día se mantienen estables en torno al 55 %.

Estos datos justifican una lectura positiva de la situación económica. El fondo de la crisis económica se habría alcanzado y podría estar produciéndose, o a punto de producirse, la tan esperada reactivación. La reducción de la inflación, que efectivamente se ha producido, permitiría además esperar una pronta reactivación de la demanda.

Sin embargo, los datos de las encuestas de OTR/IS no hacen más que corroborar algo sabido: las **ventas** —la demanda— no ha aumentado o lo ha hecho muy selectivamente. ¿A qué se debe esta situación? **EMPLEOS EN PELIGRO.** En primer lugar, dichas encuestas ponen de relieve que los españoles somos conscientes de que la disminución de la inflación sigue sin ser compensada por un aumento correlativo del aumento de las retribuciones. La comparación entre aumento de los **salarios** e **inflación** sigue siendo favora-

El 89 % de los consumidores pagan en metálico, un 9 % utiliza el crédito y un 2 % los talones.

ble a la inflación o, dicho de otra manera, el poder adquisitivo sigue reduciéndose.

Pero es que, además, ha crecido el sentimiento de inseguridad en el mantenimiento del **puesto de trabajo**, o sea, ha aumentado la probabilidad subjetiva de quedarse sin trabajo en los próximos meses. En septiembre, el 19 % de los entrevistados opinaban que era muy probable o bastante probable que se quedarán sin trabajo en los próximos meses; en octubre el porcentaje pasa al 22 %.

A la vista de estos datos, no sorprende que las intenciones de compra de una serie de bienes apenas hayan variado e incluso, en algunos casos, hayan disminuido.

COMPRAR TECNOLOGIA. Siguen centrándose las intenciones de compra en bienes con alta tecnología, como el TV en color, el vídeo, las cadenas de alta fidelidad y los microordenadores, pero desde un punto de vista global las intenciones de

El mono eléctrico



ESTE continua siendo un país curioso. Eso de todos contra la Administración, intervencionista de por sí y con los socialistas más, es casi un recuerdo. La cosa es por aquello de la bronca en el sector eléctrico. Como digo, nada de atacar a la Administración y mucho de pegarse entre todos y contárselo al ministro del ramo para demostrarle claramente que se está a su lado.

El señor **Gómez**, que está a lo suyo, o sea, a evitar pagar las compensaciones que le adjudicaron y con las que obviamente no está de acuerdo, y a que le reconozcan debidamente el agujero de Lemoniz y, de paso a ver si se lo pagan.

Hasta aquí, todo correcto. Lo que ocurre es que en el proceloso mundo eléctrico hay que remover mucho el agua para que se note. El señor **De Pablos**, que va a lo suyo, ha conseguido unanimidad: todos a por él, o sea, ya saben, el mono es **Manolo**. Y todo por defender lo suyo, es decir, la empresa que le paga y a la que tanto debe. La verdad es que hay deudas que matan.

AQUI lo que pasa es que Iberduero es la protagonista. No está nada de acuerdo con las compensaciones y quiere que le paguen Lemoniz, pero —y es un pero como un mazazo— es el potencial mayor comprador de activos de las otras empresas del sector. Por si fuera poco, Iberduero va bien, que esa es otra.

El segundo protagonista de la batalla es el presidente del Hidrola, **José María de Oriol**. Desde su silla de ruedas es capaz de en-

tenderse a las mil maravillas con «la niña», por más señas, **Carmen Mestre**. Y ahora como el que no corre, vuela, ahora le tira los tejos a la señorita **Paulina**. **Beato** por concretar.

LA banca, verdadero interés en el tema desde la más profunda oscuridad, se lo toma muy en serio, y no es para menos, algo más del 20 % de su negocio viene del sector eléctrico, bien por la vía directa, bien por la indirecta.

Escámez, muy interesado en Fecsa, ha cogido por banda a **Luis Magaña** y le ha puesto de asesor. No le dio el máximo puesto ejecutivo en Cepsa, que mantuvo para sí, pero le ha nombrado asesor aúlico para la cosa de kilowatio.

El Bilbao es el rigor de la contradicción. A **Sánchez Asiaín** le correspondía por turno la presidencia de Iberduero, pero el consenso fue en favor de **Manuel Gómez de Pablos**. Ahora ha tenido que nombrar su propio asesor aúlico, cargo que ha recaído en el señor **Rosón** —no confundir con el ministro—, también vinculado al Bilbao. Queda claro que **Manolo** no se ha casado con nadie aprovechando que Bilbao y Vizcaya están en Iberduero pero sin que el poder real decante en favor de ninguno. ¿Entienden?

MIENTRAS tanto, el señor ministro de Industria y Energía sueña, desde la soledad de su despacho, con la presidencia del INH. **Carlos Solchaga** procede del Vizcaya.

ALFONSO PAJUELO

compra permanecen estacionarias, a pesar de la cercanía de las Navidades.

En octubre, el momento actual era calificado como malo para comprar por un 68 % de los españoles y sólo un 13 % pensaban que era un buen momento. Las razones que normalmente se señalan para evaluar el momento de compra como malo son, en esencia, la falta de dinero, la falta de necesidad de comprar y los precios muy altos.

A la vista de estos datos es difícil esperar una reactivación de las ventas a través de un incremento de la demanda de bienes. Sobre todo si se tiene en cuenta que, aunque las personas con unos ingresos más altos sienten —y así lo declaran en las encuestas— en menor medida la pérdida del poder adquisitivo y menor inseguridad en el trabajo, sin embargo, califican de malo el momento de compra, al igual que las personas de ingresos medios o bajos, y además por las mismas razones.

AUMENTO DE IMPUESTOS. Dos datos más ayudan a comprender la situación, siempre desde la óptica del consumidor español. De una parte, el increíble aumento de los impuestos, del que es perfectamente consciente el consumidor que, además, también sabe que el año que viene será peor —aumento de recargos y disminución de deducciones—. De otra, la forma de pago normalmente utilizada por los españoles.

El 89 % de los entrevistados pagan directamente con dinero o en metálico, un 9 % utiliza el crédito y un 2 % suele utilizar los talones. Estas cifras revelan un hecho muy concreto; no sólo el número de tarjetas de crédito en manos de los españoles es bastante más reducido que en otros países europeos, aunque evidentemente haya aumentado en los últimos años, sino que además la utilización de las mismas es muy baja. Muchos españoles parecen tener tarjetas de crédito, pero sólo para imprevistos —viajes, situaciones no previsibles— y no para las compras normales.

De ese 9 % de españoles que utilizan el crédito en sus compras a nivel global, sólo un 55 % utiliza tarjetas de crédito, existiendo un

Intención de compra manifestada

	Septiembre	Octubre
1.ª vivienda	1,6	1,1
2.ª vivienda	0,3	0,1
Automóvil	2,2	1,7
2.º automóvil	0,3	0,2
Lavavajillas	0,9	1,3
TV color	2,1	2,2
Vídeo	2,5	2,6
Hi-Fi	1,2	1,4
E. Filmación	0,3	0,3
A. acondicionado	0,3	—
Microordenador	1,5	1,4
Seguro de vida	0,8	1

17 % que lo deja a deber y un 28 % que utiliza la compra a plazos.

TARJETAS DE CREDITO. El 55 % del 9 % se traduce en aproximadamente un millón cuatrocientas mil personas que utilizan tarjetas de crédito en sus compras habituales. Esta utilización del crédito se da sobre todo entre las mujeres, los jóvenes, y la gente madura, y naturalmente las personas de ingresos altos.

La utilización del análisis de segmentación permite saber con mayor exactitud qué parte de la población utiliza en mayor medida el crédito y también, naturalmente, quiénes lo utilizan menos.

Los españoles con un nivel de educación alto, es decir, con estudios superiores al Bachillerato Unificado Polivalente, mayores de 30 años y que manifiestan en octubre su intención de votar al PSOE o CDS de haber elecciones, es el grupo donde un mayor número de personas —el 31 %— utilizan el crédito.

CONFIANZA EN EL FUTURO. La variable política parece indicar una cierta confianza en el futuro, confianza que tendría un impacto directo en el endeudamiento debido precisamente a esa confianza que los votantes de otros partidos probablemente no tienen. Por su parte, las variables educación y edad se explican por sí mismas. El crédito implica siempre un cierto nivel de conocimientos necesarios y la edad está relacionada con los ingresos y las necesidades.

El segundo segmento de la población española que arroja un porcentaje mayor de utilización del crédito está definido por la unión de personas con nivel de educación medio o bajo, es decir, inferior al BUP y residentes en ciudades. Principalmente en las comunidades autónomas del País Vasco, Comunidad Valen-



El 22 % de los españoles creen que pueden perder su empleo. En consecuencia, no consumen.

Cómo suele pagar sus compras

	Dinero	Talón	Crédito	Otros	*Tarjeta	A plazos	Deber
Total	89 %	2 %	9 %	—	55	28	17
Sexo							
Hombre	87	2	10	1	47	37	16
Mujer	90	1	8	1	65	18	17
Edad							
18-29	93	1	6	—	68	11	21
30-49	84	2	13	1	60	30	10
50 y +	90	1	7	1	39	36	25
Ingresos							
Bajos	90	1	8	1	24	47	29
Medios	89	1	10	—	59	25	16
Altos	78	4	17	1	95	5	—
C. autónoma							
Galicia	89	—	11	—	59	41	—
P. Vasco	87	8	5	1	64	—	36
Cataluña	91	2	7	—	77	15	8
Madrid	91	—	9	—	55	28	16
P. Valenciano	91	1	8	—	78	22	—
Andalucía	82	2	16	—	41	27	32
Castilla/León	93	1	5	1	75	25	—
Resto	89	1	8	1	45	39	16
Hábitat							
Urbano	87	2	10	1	65	24	11
Rural	91	1	7	—	33	38	30

(*) La base la forman los que utilizan crédito en sus compras habituales, es decir, el 9 % de la muestra.

ciana, Madrid, Rioja, Navarra, Baleares, Canarias, Asturias, Castilla-León, Aragón, Murcia, Extremadura, Castilla-La Mancha y Cantabria. Es decir, todas menos Cataluña, Galicia y Andalucía. En este grupo un 24 % utiliza normalmente el crédito.

En el otro extremo se encuentran tres grupos en donde nadie utiliza el crédito y que se definen por ser hombres y mujeres, residentes en pueblos y en toda España menos Andalucía, con nivel de educación bajo o medio. Entre los tres grupos, constituyen el 18 % del total de consumidores españoles y ninguna de las personas que los componen utiliza el crédito.

ANÁLISIS DE RESULTADOS. El segundo sondeo OTR/IS, correspondiente al mes de octubre, ha confirmado plenamente los datos de septiembre, incluida la tendencia a que disminuya el pesimismo respecto al futuro de la economía personal y del país, lo que refuerza considerablemente la validez y fiabilidad de los indicadores utilizados.

Así, no existen variaciones significativas respecto al mercado de trabajo y paro, y se vuelve a poner de manifiesto que los parados son fundamentalmente varones, menores de 30 años, solteros, hijos de familia, y con nivel educativo de bachi-

ller elemental o superior. No es pues de extrañar que la opinión pública considere equivocadas las medidas del Gobierno para luchar contra el paro juvenil.

Pero, lo más importante del sondeo OTR/IS es que se pone de manifiesto que la demanda privada sigue estacionaria, sin que haya indicios de que vaya a crecer. Mientras los economistas afirman que todos los datos macro-económicos básicos proporcionan las bases para una recuperación de nuestra economía, el consumidor sigue retraído y sin demasiada confianza en el sistema económico, lo que, de continuar, puede ser un obstáculo para la recuperación.

ACTITUDES. Una vez más se pone de relieve que las actitudes subjetivas que condicionan los comportamientos económicos individuales son tan importantes, o más, para el sistema económico nacional, como las propias condiciones objetivas. Los datos del sondeo, en efecto, demuestran que no han variado los indicadores sobre equipamiento de los hogares —lo cual es totalmente lógico por tratarse de sólo un mes de diferencia entre ambos sondeos—, pero también demuestran que la demanda está estancada y que no hay variaciones en las intenciones de compra. Se sigue considerando que

el aumento es malo para comprar —el índice es de 45 en una escala de 0 a 200, en la que 100 es el punto neutro de la escala—, y más de la mitad de los entrevistados dicen que gastan lo que ganan, es decir, viven al día, mientras que sólo una cuarta parte afirma poder ahorrar algo —el resto, naturalmente, vive endeudado de una u otra forma.

A la vista de estos resultados cabe preguntarse: ¿por qué esa apatía en la demanda, en las intenciones de compra del consumidor español? Aunque la respuesta no puede ser única, parece que diferentes datos del sondeo apuntan hacia una explicación bastante coherente: la inseguridad. En efecto, alrededor de un 20 % de los entrevistados que están trabajando actualmente piensan que es probable que pierdan su trabajo. La inseguridad en el empleo crea inseguridad económica, y, por tanto, se vive al día e incluso endeudado; se prefiere el consumo de lo suerfluo —restaurantes, espectáculos, ropa, discos, etcétera— más que el consumo de bienes inmuebles o la inversión —segunda vivienda, muebles, etcétera.

EXPECTATIVAS. Pero, además, el índice del Sentimiento del Consumidor (ISC) presenta una pauta que sigue la tendencia ya indicada en el anterior sondeo OTR/IS. En efecto, el ISC crece 6 puntos sobre su valor de septiembre, pero sigue estando por debajo de 100.

Ahora bien, el sondeo de octubre acentúa la tendencia ya señalada en el de septiembre, en el sentido de que disminuye el pesimismo respecto al futuro, y sobre todo en relación con la economía personal, hasta el punto de que por vez primera hay ya dos grupos de la población que tienen un ISC superior a 100 (en la escala de 0 a 200), los entrevistados de status ocupacional alto y los que tienen ingresos altos.

Pero incluso este optimismo se basa en las expectativas sobre la situación económica personal, pues los grupos citados siguen mostrando expectativas pesimistas respecto a la situación futura de la economía del país.

En resumen, continúa la inseguridad económica de los españoles, la falta de confianza en la situación económica del país y el temor a la pérdida del puesto de trabajo. **D**