

Situación Consumo

Segundo Semestre 2013
Análisis Económico

- **El consumo privado, principalmente de bienes duraderos,** ha mostrado los primeros síntomas de recuperación debido a la mejora de sus determinantes.
- **La evolución favorable de la financiación al consumo** ha permitido apuntalar el progreso de la demanda interna.
- **El envejecimiento previsto de la población española podría tener repercusiones positivas sobre el consumo** por hogar durante las décadas venideras.
- **La adopción deficitaria de nuevas tecnologías por parte de las empresas** limita la expansión del comercio electrónico en España.

Índice

1. Editorial.....	3
2. Perspectivas de crecimiento de la economía española.....	5
Recuadro 1. Consecuencias del envejecimiento sobre el consumo del hogar: un análisis de cohortes	8
3. Coyuntura de los bienes duraderos.....	15
Recuadro 2. Adopción de nuevas tecnologías: una cuestión de supervivencia empresarial	24
4. Financiación al consumo	29
5. Análisis de la situación económica del comercio al por menor mediante la encuesta BBVA de tendencias de negocio. Segundo semestre del 2013	33

Fecha de cierre: 13 de diciembre de 2013

1. Editorial

Las perspectivas de crecimiento de la economía española apenas han variado desde la publicación del anterior número de Situación Consumo¹. En línea con lo esperado hace seis meses, la economía española comenzó a crecer en el tercer trimestre, pero a una tasa (0,1%) todavía insuficiente para crear empleo. Detrás de este avance de la actividad está la consolidación de las tendencias que se venían observando desde la primera mitad del 2013. En primer lugar, la disminución de la incertidumbre ha contribuido a la normalización de la entrada de flujos de capital, a la revalorización generalizada de las cotizaciones bursátiles y a la reducción de las primas de riesgo, incluso más de lo previsto hace seis meses. En segundo lugar, la demanda externa ha continuado aumentando, favorecida por una mejor percepción sobre la economía europea. Por último, la demanda interna ha manifestado los primeros síntomas de recuperación, alentada por la suavización de la senda de ajuste presupuestario. El escenario hacia delante se mantiene y se espera que el PIB termine el 2013 con una caída promedio del -1,3%, y que en el 2014 crezca el 0,9%.

Los datos de Contabilidad Nacional correspondientes al tercer trimestre del 2013 confirmaron el repunte del consumo privado sugerido por los indicadores parciales de demanda, especialmente de bienes duraderos. El gasto de los hogares aumentó el 0,4% t/t en el 3T13 -más de lo esperado- como consecuencia del progreso de su renta disponible, el avance de la riqueza financiera neta, la mejora de la confianza y la vigencia del Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente (PIVE). Con todo, sus fundamentos continúan débiles, por lo que no se prevé una aceleración del crecimiento del consumo privado en el corto plazo.

Uno de los factores que ha contribuido a la recuperación de la demanda de bienes duraderos ha sido el aumento de la financiación al consumo. Las nuevas operaciones de crédito al consumo han crecido a tasas de dos dígitos durante el segundo semestre del 2013, impulsadas por el aumento de la financiación a medio (entre 1 y 5 años) y largo plazo (más de 5 años). En todo caso, en un contexto de desapalancamiento de los hogares, el stock de crédito al consumo ha seguido disminuyendo hasta situarse en el 6,1% del PIB en octubre, en línea con el promedio europeo. **Los datos de la Encuesta BBVA de Tendencias de Negocio (ETN) correspondiente al segundo semestre del 2013 confirman estos resultados.** Los participantes en la ETN percibieron un aumento de la demanda de crédito y una relajación de las condiciones de financiación en el 2S13 que ha contribuido a incrementar la oferta agregada de crédito al consumo más de lo previsto en junio. Los encuestados opinan que la financiación ha evolucionado favorablemente en todas las ramas de actividad que integran el comercio minorista, y que lo continuará haciendo durante el primer semestre del 2014, lo que permitiría apuntalar la mejora prevista de la actividad económica.

Los automóviles son el bien que más ha contribuido al dinamismo reciente del consumo de duraderos en España. Los planes de achatarramiento (PIVE-3 y PIVE-4) han tenido efectos positivos sobre la demanda de turismos, especialmente en el canal particular. Desde la entrada en vigor de la primera convocatoria del PIVE en octubre del pasado año, las matriculaciones de turismos se han incrementado el 35,0% cvec² hasta noviembre (el 13,5% cvec en el 2013), lo que ha compensado una parte del efecto negativo y permanente que el aumento del IVA en septiembre de 2012 ha tenido sobre el consumo de turismos.

La vigencia del PIVE asegura un leve ascenso de las matriculaciones en el 2013. Si la demanda en diciembre se comporta según lo previsto, las ventas de turismos se situarían en torno a las 720.000 unidades en el conjunto del año. Las cifras de 2014 estarán condicionadas por el mantenimiento o la desaparición de la bonificación. Al respecto, se estima que el número de automóviles matriculados aumentaría en torno al 7,5% en el 2014 si el PIVE se prorroga; por el contrario, si finaliza, la mejora de los determinantes del consumo de turismos (entre ellos, la renta per cápita, el precio relativo de los carburantes, la tasa de desempleo y los tipos de interés del crédito al consumo) podría compensar el efecto contractivo.

1: Véase BBVA Research (2013): Situación Consumo. Primer semestre 2012. BBVA. Madrid. Disponible en: http://www.bbva-research.com/KETD/fbin/mult/1306_Situacionconsumo_tcm346-391486.pdf?ts=12122013

2: Datos corregidos de variaciones estacionales y efecto calendario.

Al igual que el de turismos, el mercado de motocicletas podría haber alcanzado su mínimo durante el 2013 tras siete años de descensos, tan sólo interrumpidos por el efecto del Plan Moto-E entre junio y noviembre del 2009. Así, las ventas iniciaron una senda ascendente en el 2T13 que se ha acelerado durante la segunda mitad del año. Con todo, el 2013 se cerrará por debajo de las 97.000 motocicletas matriculadas, en línea con lo esperado, frente a las 101.600 del 2012. **En el 2014**, la mejora prevista de los determinantes de la demanda de motocicletas permitirá compensar las repercusiones negativas de los cambios regulatorios adoptados desde el 2009, por lo que **las matriculaciones podrían superar las 105.000 unidades**.

Por su parte, **la facturación del sector del mueble aumentó durante el tercer trimestre del año** en curso tras el retroceso observado en el primer semestre. La caída de la inversión residencial ha continuado afectando a la actividad del sector en la segunda mitad del 2013, pero con una intensidad menor que la padecida durante los últimos años. Al respecto, las previsiones de BBVA Research indican que la demanda de vivienda en España comenzará a recuperarse a mediados del próximo año, lo que debería estimular el consumo de muebles durante el primer semestre del 2015.

Como en el sector del mueble, **el ajuste inmobiliario ha seguido afectando a la demanda de electrodomésticos en el 2S13**. Según los datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Electrodomésticos de Línea Blanca, el número de unidades vendidas cayó el 6,9%, y la facturación, el 7,4% en los diez primeros meses del 2013 en relación con el mismo periodo del año anterior. **También el gasto en artículos de línea marrón ha continuado anémico** tras el efecto contractivo de la subida del IVA en el 2012. A pesar del leve repunte de las ventas en el 3T13, tanto la demanda de electrónica de consumo como la de equipamiento TIC disminuirán en el 2013. La reducción de los precios, característica del sector, no se ha traducido en un incremento generalizado de la tasa de penetración en los hogares españoles de los artículos de línea marrón. De hecho, la encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC indica que sólo el teléfono móvil y las tabletas han aumentado su presencia en el hogar durante el último año.

A pesar de su difusión durante los últimos años, la utilización de TIC en España es sustancialmente menor que en otros países de referencia. La adopción deficitaria de nuevas tecnologías es especialmente relevante entre las empresas. Como indica el **Recuadro 2**, la mayoría de las empresas españolas no dispone de medios tecnológicos para analizar el comportamiento de la demanda con la finalidad de adecuar sus procesos, productos y servicios a las necesidades de sus clientes potenciales. Como factor subyacente a la escasa implantación de las TIC en la empresa española destaca la percepción de que el producto no se adecúa al comercio electrónico. Sin embargo, esta apreciación no se ajusta a la realidad empresarial de otros países. Así, cuando se comparan las cifras de comercio electrónico por sectores, se obtiene que, para una misma actividad económica, el porcentaje de empresas españolas que realiza ventas *online* es menor que el de otras economías avanzadas.

Las perspectivas a corto plazo indican que el consumo privado retrocederá en torno al 2,6% en el 2013, si bien los avances registrados durante el 2S13 introducen un riesgo al alza en la previsión para el conjunto del año. **En el 2014, el gasto en consumo crecerá por la mejora de sus fundamentos**. Así, el cambio de ciclo en el mercado de trabajo provocará que las secuelas de la destrucción de empleo sobre el componente salarial de la renta bruta disponible desaparezcan. Asimismo, el aumento esperado de la riqueza financiera neta, el mantenimiento de la tasa de ahorro de los hogares en niveles históricamente reducidos, la expectativa de que los tipos de interés oficiales permanezcan inalterados y la ausencia de presiones inflacionistas de demanda, suavizarán la presión a la baja sobre el gasto privado.

A largo plazo, la evolución del consumo de los hogares españoles estará condicionada por las tendencias demográficas, en particular, por el envejecimiento ininterrumpido de la población. Como se demuestra **en el Recuadro 1, el envejecimiento previsto de la población española podría tener repercusiones positivas sobre el gasto por hogar** durante las décadas venideras tanto porque la preferencia por consumir crece con la edad de los individuos, como porque las cohortes hoy jóvenes presentan niveles de consumo estructuralmente más elevados que los de las generaciones predecesoras producto de su mayor renta permanente. Ambos factores podrían compensar los efectos negativos de la pérdida esperada de población para los próximos 40 años.

2. Perspectivas de crecimiento de la economía española

España inicia la fase expansiva del ciclo

Durante los últimos seis meses, **la economía española ha continuado cosechando los frutos de las decisiones de política económica** emprendidas a partir del 2012³. En particular, se ha consolidado la relajación de las tensiones financieras, a pesar de la aparición de nuevos factores que amenazaban con revertir este escenario de mayor estabilidad, como la incertidumbre sobre el futuro de la política fiscal y monetaria en EE.UU.⁴, la inestabilidad política en algunos países europeos, la desaceleración de la actividad en ciertas economías emergentes o el cambio de flujos de inversión que se observó a partir del incremento de los tipos de interés en las desarrolladas⁵. Así, la contención de la volatilidad sigue contribuyendo a la normalización de la entrada de flujos de capital en España, a la revalorización generalizada de las cotizaciones bursátiles y a la disminución de las primas de riesgo, incluso más de lo que se esperaba hace seis meses. Asimismo, las perspectivas de una moderada recuperación en Europa aseguran que los tipos de interés libres de riesgo se mantendrán bajos por un tiempo prolongado⁶. En todo caso, **el proceso de fragmentación del sector financiero europeo** continúa obstaculizando el mecanismo de transmisión de la política monetaria, lo que **encarece la financiación de empresas y familias en países como España**.

En lo que respecta a la economía real, la actividad en los principales socios del país durante los últimos meses arrojó señales mixtas. Así, **la mayor contribución de las economías desarrolladas al crecimiento previsto compensará la ralentización de las emergentes, lo que debería favorecer al sector exportador español**.

Por el lado doméstico, **la evolución reciente de la actividad ha estado en línea con lo que apuntaban las expectativas de BBVA Research. Tras rozar el punto de inflexión en el segundo trimestre del año, la economía española inició la fase expansiva del ciclo en el tercero (0,1% t/t)**, y dejó atrás el periodo más intenso de destrucción de empleo. Lo anterior sería resultado de la relajación de las tensiones financieras, de un menor esfuerzo fiscal que el realizado en el 2012 y, finalmente, del crecimiento de las exportaciones, a pesar de su desaceleración. Dichos factores han comenzado a incidir en la **recuperación de la demanda doméstica (principalmente, la privada) que, tras tres años consecutivos en números rojos, volvió a contribuir positivamente al crecimiento en el 3T13** (véase el Gráfico 1). **De cara al cuarto trimestre del 2013, la información conocida a la fecha de cierre de este informe sugiere una continuidad del tono expansivo de la actividad**, todavía anémico en comparación con las anteriores fases expansivas (MICA-BBVA: 0,3% t/t) (véase el Gráfico 2)⁷.

3: Destacan el programa Transacciones Monetarias Directas (OMT por sus siglas en inglés) del BCE, el acuerdo de ayuda financiera rubricado por Europa y España para reforzar la solvencia del sistema financiero español, el paquete de medidas fiscales anunciado por el Gobierno español para realinear la senda de ajuste de las cuentas públicas con los objetivos acordados con la Unión Europea y, finalmente, las acciones más recientes del BCE para avalar la estabilidad financiera y apuntalar la recuperación económica.

4: Para más información, véase la revista Situación Estados Unidos correspondiente al cuarto trimestre de 2013, disponible en http://www.bbvarsearch.com/KETD/fbin/mult/1311_SituacionEEUU_4T13_tcm346-411630.pdf?ts=10122013.

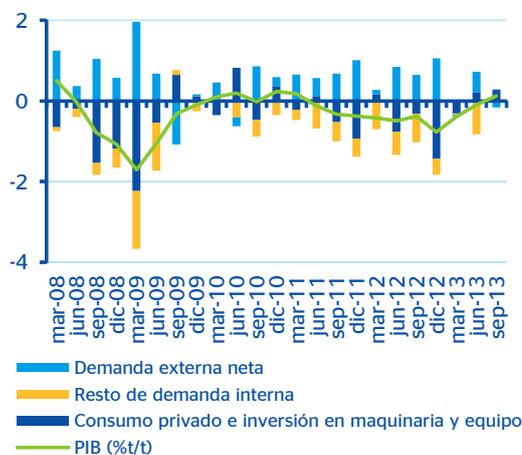
5: Para más información, véase la revista Situación Global correspondiente al cuarto trimestre de 2013, disponible en: http://www.bbvarsearch.com/KETD/fbin/mult/1311_Situacionglobal_tcm346-410420.pdf?ts=10122013.

6: Para más información, véase la revista Situación Europa correspondiente al cuarto trimestre de 2013, disponible en: http://www.bbvarsearch.com/KETD/fbin/mult/SituacionEuropa_nov-13_e_tcm346-410556.pdf?ts=10122013.

7: Para más detalles sobre el modelo MICA-BBVA, véase Camacho, M. y R. Doménech (2010): "MICA-BBVA: A Factor Model of Economic and Financial Indicators for Short-term GDP Forecasting", BBVA WP 10/21, disponible en: http://www.bbvarsearch.com/KETD/fbin/mult/WP_1021_tcm348-231736.pdf?ts=2542012.

Gráfico 1

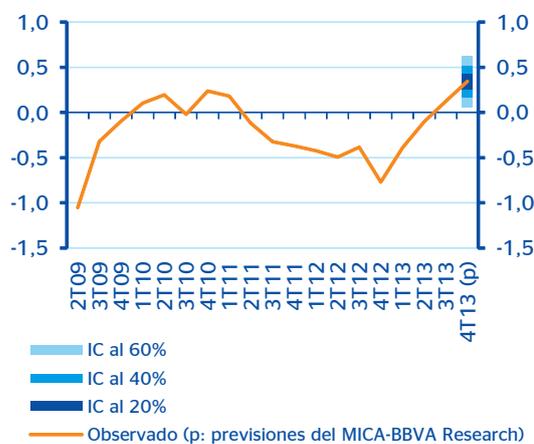
España: contribuciones al crecimiento trimestral del PIB (%)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 2

España: crecimiento observado del PIB y previsiones del Modelo MICA-BBVA (%t/t)



Fuente: BBVA Research

Para el conjunto del 2013, se espera que la economía española registre una caída similar a la observada en el 2012 (en torno al -1,3%). **En el 2014 la actividad crecerá el 0,9% (véase el Cuadro 1), dada la mejora prevista del entorno internacional, el menor tono contractivo de la política fiscal y el grado de avance de algunos de los procesos de ajuste internos.** Si bien estas cifras no suponen cambios significativos respecto a las previsiones de crecimiento adelantadas en la anterior edición de esta publicación, cabe notar que incorporan una ligera revisión a la baja de la demanda externa neta (consecuencia del menor crecimiento global previsto) y al alza de la demanda doméstica (resultado de la menor debilidad que durante el 2013 han mostrado sus componentes). Con todo, **se mantiene el diagnóstico sobre la evolución subyacente de la economía española: la recesión ha tocado fondo en el 2013, y dará paso a un patrón clásico de recuperación de la actividad en el 2014.**

En todo caso, **la recuperación prevista sigue estando supeditada a varios factores.** En primer lugar, **al proceso de reformas estructurales y al ajuste fiscal,** tanto en Europa como en España. En segundo lugar, **al ritmo de expansión de las economías emergentes,** que paulatinamente han aumentado su importancia en los mercados de exportación de la economía española. Finalmente, a la reducción de la incertidumbre sobre el curso de la política fiscal en EE.UU. en el largo plazo, así como a la hoja de ruta que se adoptará en dicho país para la retirada de los estímulos monetarios.

En lo que respecta a la composición del crecimiento, los factores contemplados en el escenario económico implican que, a pesar de su recuperación gradual, la demanda doméstica todavía contribuirá negativamente al crecimiento en el 2013. En contrapartida, la demanda externa lo hará positivamente a pesar de la desaceleración reciente de las exportaciones y el aumento de las importaciones. **En el 2014, las exportaciones netas continuarán contribuyendo positivamente, mientras que la demanda doméstica apenas drenará crecimiento. El consumo privado retrocederá en torno al 2,6% en el 2013** debido a los efectos contractivos del aumento de la imposición indirecta el pasado año y del deterioro de la renta disponible de los hogares, **si bien los avances registrados durante el 2013 introducen un riesgo al alza en la previsión para el conjunto del año. En el 2014, el gasto en consumo crecerá por la mejora de sus fundamentos.** Así, el cambio de ciclo en el mercado de trabajo provocará que las secuelas de la destrucción de empleo sobre el componente salarial de la renta bruta disponible desaparezcan el año próximo. Asimismo, las repercusiones negativas del incremento del IVA sobre el crecimiento se agotarán. Por su parte, el aumento esperado de la riqueza financiera neta, el mantenimiento de la tasa de ahorro de los hogares en niveles históricamente reducidos⁸, la expectativa de que

8: Véase el Recuadro 2 de la revista Situación Consumo correspondiente al primer semestre del 2013 para un análisis detallado de los determinantes de la tasa de ahorro de los hogares en España durante las últimas cuatro décadas.

los tipos de interés oficiales permanezcan inalterados y, finalmente, la ausencia de presiones inflacionistas de demanda, suavizarán la presión a la baja sobre el gasto privado.

Respecto al último de los factores mencionados, cabe resaltar que **las expectativas de inflación se mantendrán ancladas por debajo del 2,0%**. Tras el agotamiento del efecto base provocado por los cambios tributarios, el aumento de los precios regulados y el repunte de la energía en el 2S12, **se espera que la inflación continúe en niveles reducidos, al menos durante lo que resta de 2013 y el primer semestre del 2014**. Así, aunque la incertidumbre sobre la inflación importada (precios de las materias primas) es elevada, **se prevé que la inflación media de este año se sitúe en torno al 1,5% (1,1% en el 2014)**, lo que contribuirá a que el diferencial medio de inflación respecto a la zona euro se cierre este año y se torne favorable a España en el 2014 (-0,3 pp)⁹.

Cuadro 1

España: previsiones macroeconómicas

(% a/a salvo indicación contraria)	2009	2010	2011	2012	2013 (p)	2014 (p)
Gasto en Consumo Final Nacional	-1,8	0,5	-1,0	-3,3	-2,3	-0,3
G.C.F Privado	-3,7	0,2	-1,2	-2,8	-2,6	0,1
G.C.F Hogares	-3,8	0,1	-1,2	-2,8	-2,6	0,1
G.C.F AA.PP	3,7	1,5	-0,5	-4,8	-1,7	-1,6
Formación Bruta de Capital	-18,3	-4,2	-5,6	-6,9	-6,3	0,6
Formación Bruta de Capital Fijo	-18,0	-5,5	-5,4	-7,0	-6,4	0,7
Activos Fijos Materiales	-18,5	-6,4	-6,3	-7,8	-6,9	0,4
Equipo, Maquinaria y Activos Cultivados	-23,9	4,3	5,3	-3,9	1,0	6,5
Equipo y Maquinaria	-24,5	5,0	5,5	-3,9	1,1	6,5
Construcción	-16,6	-9,9	-10,8	-9,7	-11,0	-3,2
Vivienda	-20,4	-11,4	-12,5	-8,7	-9,0	-0,7
Otros edificios y Otras Construcciones	-12,2	-8,4	-9,2	-10,6	-12,6	-5,3
Variación de existencias (*)	-0,2	0,3	-0,1	0,0	0,0	0,0
Demanda nacional (*)	-6,7	-0,6	-2,1	-4,1	-3,1	-0,1
Exportaciones	-10,0	11,7	7,6	2,1	4,6	6,3
Importaciones	-17,2	9,3	-0,1	-5,7	-1,0	3,4
Saldo exterior (*)	2,9	0,4	2,1	2,5	1,8	1,1
PIB real pm	-3,8	-0,2	0,1	-1,6	-1,3	0,9
PIB nominal pm	-3,8	-0,1	0,1	-1,7	-0,4	1,8
Pro-memoria						
PIB sin inversión en vivienda	-1,8	0,8	1,0	-1,2	-0,9	1,0
PIB sin construcción	-0,6	1,8	2,0	-0,4	0,0	1,4
Empleo total (EPA)	-6,8	-2,3	-1,9	-4,5	-3,1	0,0
Empleo total (e.t.c.)	-6,2	-2,3	-2,2	-4,8	-3,3	-0,1
Renta Disp. Hogares real (% crec.)	1,6	-4,4	-2,5	-5,2	-2,5	-2,2
Renta Disp. Hogares nominal (% crec.)	0,5	-2,5	0,0	-2,8	-1,1	-1,0
Tasa de Ahorro Familias (% renta)	17,8	13,9	12,7	10,5	10,8	8,7
Saldo por cuenta corriente (%PIB)	-4,8	-4,5	-3,8	-1,1	1,2	1,8
Deuda Pública (% PIB)	54,0	61,7	70,4	85,9	94,4	98,4
Saldo de las AA.PP. (% PIB)	-11,1	-9,6	-9,1	-6,8	-6,8	-5,8
IPC (media periodo)	-0,3	1,8	3,2	2,4	1,5	1,1
IPC (fin de periodo)	0,8	3,0	2,4	2,9	0,6	1,3

(*) contribuciones al crecimiento

(p) previsiones

Fuente: BBVA Research a partir de INE y BdE

9: Para más información véase la revista Situación España correspondiente al cuarto trimestre de 2013, disponible en: http://www.bbva-research.com/KETD/fbin/mult/1306_Situacionconsumo_tcm346-391486.pdf?ts=10122013.

Recuadro 1. Consecuencias del envejecimiento sobre el consumo del hogar: un análisis de cohortes

La población española ha envejecido durante las últimas cuatro décadas y lo continuará haciendo durante las próximas. La tasa de dependencia –entendida como el número de mayores de 64 años por cada persona en edad de trabajar– se ha multiplicado por 1,6 desde 1973 hasta alcanzar el 26,7% en 2013, y las últimas proyecciones demográficas elaboradas por el INE¹⁰ indican que continuará aumentando hasta el 72,4% en 2050 (véase el Gráfico 3). **¿Qué consecuencias tendrá el envejecimiento ininterrumpido de la población sobre el gasto en consumo de los hogares españoles?**

Los resultados del análisis realizado en este recuadro indican que el consumo es una función creciente y cóncava de la edad. Cuando se desvinculan las repercusiones del envejecimiento sobre el gasto por hogar de los efectos de las restantes variables que condicionan su preferencia por consumir hoy o hacerlo en el futuro (su tamaño y composición, el nivel educativo de sus miembros, la incertidumbre, etc.), de su renta permanente y del ciclo económico, se observa que el consumo aumenta con la edad, si bien la velocidad de crecimiento se modera a medida que el hogar envejece. **Este resultado**, unido al hecho de que cada generación tiende a registrar un nivel de gasto estructuralmente más elevado que las precedentes, **permitirá atenuar las secuelas que el declive demográfico tendrá en el consumo agregado durante las próximas décadas.**

Por el contrario, las implicaciones del envejecimiento sobre el consumo de bienes duraderos¹¹ son menos halagüeñas. A diferencia de los restantes productos, el efecto marginal de la edad sobre el gasto en duraderos por hogar se vuelve negativo a partir de los 40 años. Con todo, las estimaciones realizadas muestran que las consecuencias negativas del envejecimiento sobre el consumo de bienes duraderos **se podrían compensar con una mejora generalizada del nivel educativo de la población y, sobre todo, con la disminución de la incertidumbre asociada al mercado de trabajo.**

Consumo y ciclo vital: del hogar a la cohorte

El punto de partida para el análisis de la evolución del gasto en consumo de los hogares es la teoría del ciclo vital¹², según la cual los individuos tratan de suavizar el gasto a lo largo de su vida con la finalidad de mantener constante la utilidad marginal descontada de su consumo. Por tanto, los hogares procuran ahorrar durante su vida

activa con el objetivo de acumular un patrimonio que les permita mantener un cierto nivel de consumo en su vida inactiva. Mientras que el nivel de gasto en cada periodo viene determinado por la renta permanente del hogar, su evolución depende de la estructura de preferencias (intertemporales), que se explica, entre otras características, por la estructura del hogar, el nivel educativo de sus miembros, su situación laboral, etc. En consecuencia, para analizar la evolución del consumo de los hogares a lo largo de su ciclo vital **es necesario disponer de datos longitudinales que permitan conocer su gasto en cada momento del tiempo.**

La utilización de datos de corte transversal¹³ para elaborar perfiles de consumo por edad no es una alternativa adecuada ya que el efecto composición puede inducir errores en la interpretación de las repercusiones del envejecimiento sobre el gasto. Por ejemplo, un individuo de 30 años de edad no tendrá dentro de 20 años el mismo nivel de consumo real que otro de 50 años hoy ya que ambos pertenecen a cohortes de población distintas, con preferencias, dotaciones de capital humano y niveles de renta y riqueza diferentes.

Si las cohortes más jóvenes disponen de una renta permanente mayor que las de edad avanzada –debido, entre otros motivos, a una productividad más elevada– la utilización de una sección cruzada para analizar la trayectoria del consumo a lo largo del ciclo vital de un hogar resultará en un perfil de gasto en forma de U invertida (véase el Gráfico 4). Sin embargo, este resultado no sería un efecto del envejecimiento, sino de las diferencias en dotaciones y preferencias entre cohortes. Por tanto, para aislar el efecto de la edad sobre el consumo de los hogares es necesario tener en cuenta:

- Las diferencias entre cohortes, que reflejan no solo discrepancias en la renta permanente, sino también en el grado de aversión al riesgo y en la propensión a ahorrar.
- La diversidad de preferencias no capturadas por la edad. Al respecto, la consideración de la estructura familiar permite analizar la posible existencia de economías de escala en el hogar. Del mismo modo, el nivel educativo de sus miembros y la relación con el mercado de trabajo pueden condicionar el perfil de consumo del hogar a lo largo de su ciclo vital.
- Los efectos del ciclo económico, comunes al conjunto de hogares en cada periodo¹⁴.

10: Véanse <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft20%2Fp269&file=inebase&L=0> y <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft20%2Fp251&file=inebase&L=0>.

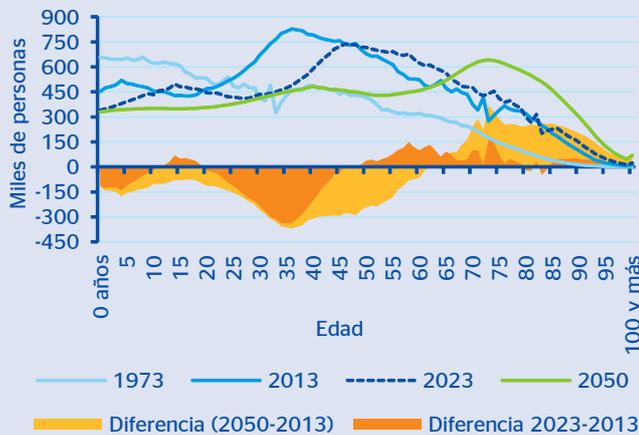
11: El grupo de bienes duraderos incluye el mobiliario, los electrodomésticos, los automóviles, motocicletas y ciclomotores y los artículos de línea marrón.

12: Una revisión de la literatura sobre las características, implicaciones y limitaciones de la teoría del ciclo vital se puede encontrar en Modigliani (1986) y Attanasio (1999).

13: Los datos de corte transversal (o de sección cruzada) recopilan información de distintas unidades (individuos, hogares, regiones, etc.) en un mismo periodo de tiempo.

14: Que el efecto cíclico afecte a todos los hogares no significa que su magnitud sea la misma para todos ellos.

Gráfico 3
España: evolución demográfica por edad 1973-2050

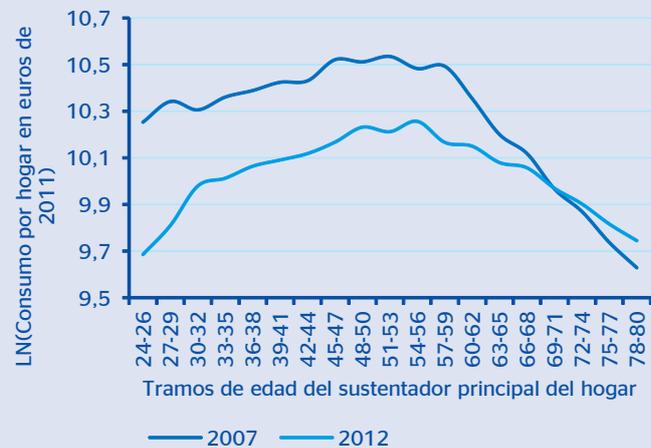


Fuente: BBVA Research a partir de INE

Para caracterizar el perfil por edades del gasto en consumo sería deseable contar con datos longitudinales de cada hogar durante su ciclo vital. Desafortunadamente, **en España no existe una base de datos que permita seguir los hábitos de consumo de un mismo hogar a lo largo del tiempo. Una alternativa**, adoptada en numerosos estudios¹⁵, **consiste en elaborar cohortes sintéticas de hogares** que enlazan la información proporcionada por encuestas sucesivas de corte transversal. El procedimiento consiste en agrupar a los hogares en celdas definidas por el año de nacimiento del sustentador principal y por el momento de realización de la encuesta, y promediar las variables objeto de análisis para el conjunto de hogares de cada celda¹⁶.

Si el periodo para el que se observa cada cohorte es lo suficientemente prolongado, se puede estudiar la evolución temporal de su gasto medio. Esto permitiría diferenciar las consecuencias del envejecimiento sobre el consumo de las repercusiones de las restantes variables que definen las preferencias intertemporales del hogar 'sintético' y de las diferencias en renta permanente entre cohortes.

Gráfico 4
España: consumo medio por hogar según edad del sustentador principal. Años 2007 y 2012



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Los datos: ECPF vs EPF

Para la elaboración de este recuadro se han enlazado los microdatos de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) entre 1998 y 2005 con los de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) entre 2006 y 2012¹⁷. Las observaciones de la muestra enlazada se han distribuido en **cohortes definidas a partir del año de nacimiento del sustentador principal del hogar**. Para asegurar que el tamaño muestral de cada cohorte fuese representativo, **se ha optado por agrupar los años de nacimiento en grupos trienales** y excluir las cohortes extremas, es decir, los nacidos antes de 1920 y después de 1973. Como resultado se han obtenido 18 cohortes: desde los nacidos entre 1920 y 1922, hasta los nacidos entre 1971 y 1973¹⁸.

El Gráfico 5 muestra la evolución del gasto en consumo de cada una de las 18 cohortes sintéticas entre 1998 y 2012. El eje de abscisas refleja la edad de cada generación en cada año de la muestra enlazada. Así, por ejemplo, la cohorte de los nacidos entre 1971 y 1973 -situada a la izquierda del gráfico- se observa desde los 25-27 años en 1998 hasta los 39-41 en 2012. Excepto para los grupos de edad avanzada, la trayectoria por edades del consumo de cada cohorte se solapa durante 12 años con las cohortes adyacentes.

15: Véanse Browning, Deaton y Irish (1985), Attanasio y Browning (1995) y Japelli (1999), entre otros. Una aplicación para España se puede encontrar en Alegre y Pou (2008).

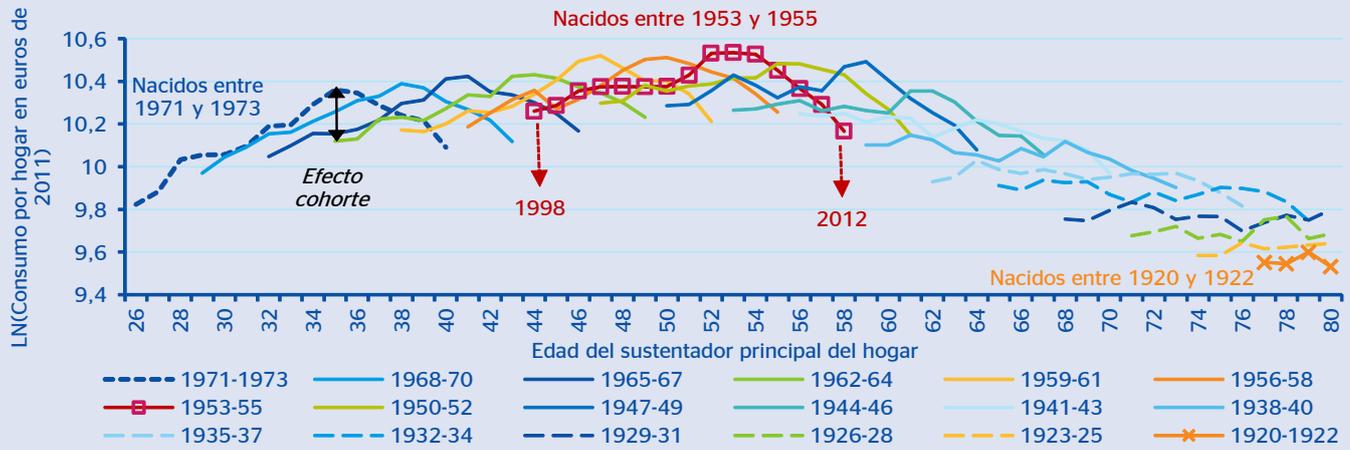
16: De este modo, el tamaño muestral viene dado por el producto del número de cohortes por el número de periodos de realización de las encuestas de corte transversal.
17: La ECPF base 1997, elaborada trimestralmente por el INE entre 1997 y 2005, contiene información microeconómica sobre las características sociodemográficas de los hogares y sobre el gasto que realizan en cada bien y servicio. En 2006 fue sustituida por la EPF, de periodicidad anual. Las diferencias entre ambas encuestas se pueden consultar aquí: <http://www.ine.es/metodologia/t25/t2530p458.pdf>.

Una nota técnica sobre el enlace entre la ECPF y la EPF está disponible en: http://www.ine.es/daco/daco42/daco4213/notas_enlace06.pdf.

18: La definición de cada cohorte, el periodo de análisis y el tamaño muestral promedio se pueden consultar en el Cuadro A.1 del Anexo.

Gráfico 5

España: consumo medio por hogar, cohorte y edad del sustentador principal entre 1998 y 2012 (Euros de 2011)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

¿Qué resultados se pueden obtener de la información expuesta en el Gráfico 5? En primer lugar, se observa que si bien el consumo por hogar de las cohortes más jóvenes es menor que el de las centrales, su cuantía en cada edad ha aumentado con el paso del tiempo. **La mayor parte de las generaciones presentan un nivel de gasto por hogar mayor que el de las precedentes para una misma edad.** Por ejemplo, a los 35 años, el consumo real de los nacidos entre 1965 y 1967 fue un 3,5% mayor que el de la cohorte inmediatamente anterior (la de los nacidos entre 1962 y 1964), pero un 10,3% menor que el de la cohorte posterior (la de los nacidos entre 1968 y 1970) y un 20,7% más bajo que el de la cohorte más joven (1971-1973).

En segundo lugar, **se advierte que el gasto por hogar aumenta con la edad para todas las cohortes** –excepto quizás para las más envejecidas– **entre 1998 y 2007-2008, y disminuye desde entonces.** El ritmo de crecimiento del consumo es mayor entre las cohortes más jóvenes, lo que insinúa que la preferencia por consumir aumenta con la edad, pero lo hace más lentamente entre los hogares de edad avanzada.

Por último, la similitud entre los perfiles de consumo para las generaciones que se encuentran en la etapa activa de su vida laboral indica la **existencia de un componente cíclico común para el conjunto de cohortes en cada año.**

Modelo, variables y resultados

El hecho de que la trayectoria del gasto por hogar sea creciente hasta 2007 para casi todas las cohortes sugiere que **el retroceso del consumo desde los 60 años, ilustrado en el Gráfico 4, podría estar causado por la presencia de cohortes de edad avanzada,** caracterizadas por un nivel de consumo comparativamente reducido, **y no tanto por un efecto negativo y generalizado del**

envejecimiento. Para confirmar este indicio y, en general, disociar los efectos de la edad, la generación y el ciclo económico sobre el consumo de los hogares españoles, **se estima un modelo en el que el gasto real de cada cohorte en cada periodo se explica por:**

- Su preferencia intertemporal por consumir o ahorrar, que depende de la edad, la estructura del hogar, el nivel educativo del sustentador principal y la incertidumbre, aproximada por el número de desempleados del hogar.
- Su renta permanente, capturada por las variables que delimitan cada cohorte.
- El ciclo económico, medido a través de la tasa de desempleo agregada.

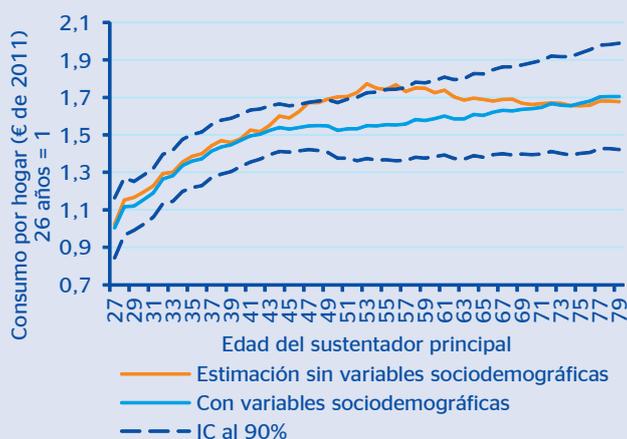
Los resultados muestran que el consumo es una función creciente y cóncava de la edad. Como indica el Gráfico 6, cuando se aísla el efecto del envejecimiento sobre el gasto del hogar de las consecuencias de las restantes variables, se obtiene que el consumo se incrementa con la edad, pero el ritmo de crecimiento disminuye cuando el individuo envejece. Así, el gasto real por hogar aumenta en torno al 4,1% por año hasta que el sustentador principal cumple los 35 años. Entre los 36 y los 45, la tasa de crecimiento promedio se reduce hasta el 2,1% anual. Desde los 46 años, el crecimiento anual se sitúa en el 0,5%.

A diferencia de la edad, el efecto marginal de la cohorte de nacimiento decrece a medida que nos alejamos en el tiempo del momento actual. Así, las cohortes más jóvenes, con una renta permanente comparativamente elevada, tienen una propensión mayor a consumir. Los resultados del Gráfico 7 muestran que el nivel de gasto de los nacidos entre 1968 y 1970 es un 31,6% más elevado que el de la generación de 1938-1940 y un 68,7% mayor que el de los nacidos entre 1920 y 1922.

Ambos efectos (nivel de gasto creciente con la edad y estructuralmente mayor entre las cohortes más jóvenes) señalan que el envejecimiento podría tener consecuencias favorables sobre el consumo real por hogar en España. De hecho, el mayor gasto que resultará

de los efectos edad y cohorte compensaría, al menos en parte, el menor consumo agregado provocado por la posible disminución prevista de la población española durante las próximas décadas¹⁹.

Gráfico 6
España: consumo relativo del hogar por edades (26 años = 1)



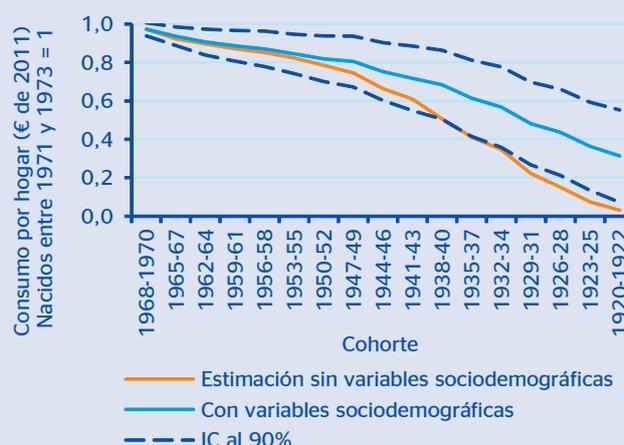
Fuente: BBVA Research a partir de INE

Respecto al resto de variables que afectan al consumo sobresalen los efectos positivos de la educación y del tamaño del hogar²⁰. En concreto, un incremento de 10 puntos en el porcentaje de sustentadores principales con estudios secundarios, acompañado por una reducción del número de hogares con estudios primarios o inferiores de la misma magnitud, elevaría el gasto real por hogar un 4,3%. El crecimiento alcanzaría el 8,7% en el caso de un aumento de la proporción de hogares con estudios universitarios²¹.

Por su parte, si el número de miembros del hogar aumenta un 10%, el consumo por hogar crecería el 6,1%²². Pero este resultado tiene que ser corregido por el efecto negativo que la presencia de menores de edad tiene en el gasto familiar. Así, un incremento del 10% del número de menores reduciría el consumo por hogar un 4,9%. En consecuencia, que el gasto por hogar crezca con el tamaño pero disminuya con el número de menores sugiere la existencia de economías de escala en el consumo.

Por último, tanto la incertidumbre macroeconómica -aproximada por la tasa de desempleo- como la

Gráfico 7
España: consumo relativo del hogar por cohortes (cohorte 1971-1973 = 1)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

microeconómica -medida a través del número de miembros del hogar en paro- limitan el gasto en consumo. Los resultados indican que un aumento de 10 puntos de la tasa de desempleo mermaría el gasto real por hogar un 8,5%, mientras que un crecimiento del 10% del número de parados en el hogar lo reduciría un 2,8%.

Duraderos vs no duraderos

Cuando se diferencia por tipo de producto, se observa que los resultados de la estimación se mantienen para el grupo de bienes no duraderos y servicios, pero no para el de bienes duraderos. Como ilustra el Gráfico 8, el efecto marginal de la edad sobre el consumo real por hogar de duraderos tiene forma de U invertida: crece hasta el entorno de los 40 años y disminuye a continuación. Esto revela un patrón de gasto estrechamente relacionado con la formación del hogar. Por ejemplo, el consumo en bienes duraderos de un hogar cuyo sustentador principal tiene 38 años es un 80,3% mayor que el de otro con un sustentador de 26 años, y multiplica por 2,1 el del hogar de mayor edad (79 años).

19: Las últimas proyecciones demográficas de largo plazo, elaboradas por el INE, apuntan un retroceso significativo de la población española durante las próximas cuatro décadas. Entre 2013 y 2050, España perderá casi 5 millones de habitantes hasta situarse en los 41,5 millones. Véase: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=paxis&path=%2Ft20%2Fp251&file=inebase&L=0>

20: Las estimaciones detalladas se encuentran en el Cuadro A.2 del Anexo.

21: De hecho, los datos indican que el nivel educativo disminuye con la antigüedad de la cohorte. Así, entre 1998 y 2012, la proporción de hogares cuyo sustentador principal tenía estudios universitarios alcanzó el 68,1% en la cohorte de 1968-1970; este porcentaje se reduce monótonamente hasta situarse en el 11,9% para los nacidos entre 1920 y 1922.

22: El tamaño medio del hogar en la muestra completa es de 2,8 miembros, por lo que un incremento del 10% supondría alcanzar los 3,1, que es el tamaño medio de la cohorte nacida entre 1968 y 1970.

A diferencia de lo estimado para el total y para el grupo de no duraderos, no se detecta un efecto marginal significativo de la cohorte de nacimiento sobre el gasto por hogar en bienes duraderos. Al respecto, el Gráfico 9 muestra que su consumo apenas decrece con la antigüedad de la cohorte²³.

Por tanto, la estimación de los efectos edad y cohorte sugieren que el envejecimiento tendrá repercusiones contraproducentes a largo plazo sobre el gasto real por hogar en bienes duraderos. En contraste con el resto de productos, no se percibe una mayor propensión a adquirir bienes duraderos por parte de las cohortes más jóvenes que compense el descenso de su consumo con la edad.

En relación con el resto de variables que determinan el consumo por hogar por tipo de producto destacan:

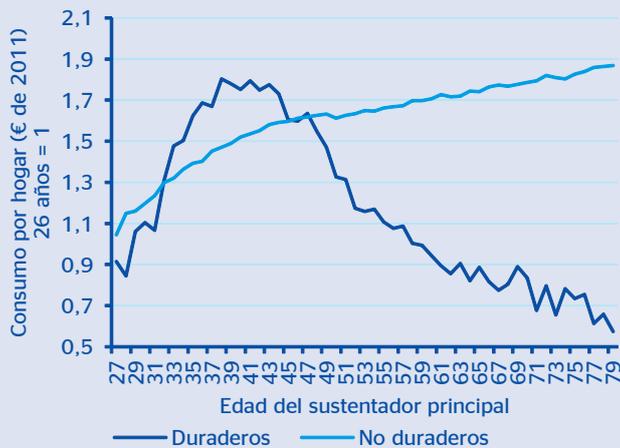
- **La importancia del nivel educativo.** Si la proporción

de sustentadores principales del hogar con estudios primarios se redujese en 10 puntos y aumentase la de titulados universitarios, el consumo de bienes duraderos por hogar crecería un 12,3%.

- **La no significatividad del tamaño del hogar y del número de miembros desempleados** para explicar el gasto en bienes duraderos cuando se incorpora el número de menores de edad. De hecho, el efecto de un incremento marginal del número de menores en el consumo por hogar de duraderos es 3,6 veces mayor que sobre el conjunto de no duraderos.
- **La relevancia del ciclo económico.** Una disminución de 10 puntos de la tasa de desempleo agregada elevaría el gasto por hogar en bienes duraderos un 23,8% frente al aumento del 8,1% del consumo de no duraderos.

Gráfico 8

España: consumo relativo del hogar por edades y tipo de producto (26 años = 1)

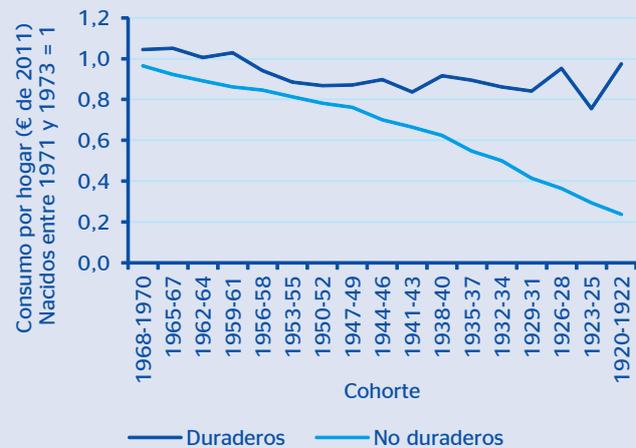


Fuente: BBVA Research a partir de INE

En síntesis, el envejecimiento previsto de la población española podría tener repercusiones positivas sobre el gasto por hogar durante las décadas venideras tanto porque la preferencia por consumir crece con la edad de los individuos, como porque las cohortes hoy jóvenes presentan niveles de consumo estructuralmente más elevados que los de las generaciones predecesoras producto de su mayor renta permanente. Ambos factores podrían compensar los efectos negativos de la pérdida de población esperada para los próximos 40 años. Sin embargo, las perspectivas a largo plazo para el consumo

Gráfico 9

España: consumo relativo por cohorte y tipo de producto (cohorte 1971-1973 = 1)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

de bienes duraderos son menos favorables debido a que el impacto del envejecimiento sobre el gasto por hogar es negativo desde los 40 años de edad.

Finalmente, cabe destacar que la edad y la cohorte de nacimiento no son los únicos determinantes de la evolución del consumo. Un incremento del nivel educativo y, sobre todo, una reducción de la incertidumbre macroeconómica asociada al mercado de trabajo tendrían efectos positivos notables sobre el gasto por hogar, especialmente en bienes duraderos.

23: El menor tamaño muestral, la infrecuencia de compra y la imposibilidad de controlar por el stock de duraderos en el hogar dificultan la estimación de los efectos edad y cohorte.

Referencias

Alegre, J. y Pou, L.I. (2008): "El consumo y la tasa de ahorro privados de los hogares españoles: una descomposición de los efectos edad y cohorte", *Investigaciones Económicas*, XXXII (1), 87-121.

Attanasio, O. P. y M. Browning (1995): "Consumption over the Life Cycle and over the Business Cycle", *American Economic Review*, 85 (5), 1118-1137.

Attanasio, O. P. (1999): "Consumption". En Taylor, J. B. y M. Woodford (editors): *Handbook of Macroeconomics. Volume 1. Part B*. North-Holland, Elsevier. Ch. 11, 741-812.

Browning, M., A. Deaton y M. Irish (1985): "A profitable approach to labor supply and commodity demands over the life-cycle", *Econometrica*, 53 (3), 503-543.

Deaton, A. (1997). *The Analysis of Household Surveys: A Microeconomic Approach to Development Policy*. Johns Hopkins University Press, Baltimore, Maryland (World Bank).

Deaton, A. y C. Paxson (1994): "Saving, Growth, and Aging in Taiwan". En D. A. Wise (ed.): *Studies in the Economics of Aging*, University of Chicago Press. 331-362.

Deaton, A. y C. Paxson (2000): "Growth and saving among individuals and households", *Review of Economics and Statistics*, 82 (2), 212-225.

Gourinchas, P.-O. y J. Parker (2002): "Consumption over the life cycle", *Econometrica*, 70, 47-89.

Modigliani, F. (1986): "Life cycle, individual thrift, and the wealth of nations", *American Economic Review*, 76 (3), 297-313.

Japelli, T. (1999): "The age-wealth profile and the life-cycle hypothesis: A cohort analysis with a time series of cross-sections of Italian households", *Review of Income and Wealth*, 45, 54-76.

Anexo

Cuadro A.1

Características de la muestra por año de nacimiento del sustentador principal del hogar

Año de nacimiento de la cohorte	Edad de la cohorte en 1998	Edad de la cohorte en 2012	Período de análisis	Nº de observaciones de la celda (Promedio)			LN(consumo por hogar en € de 2011) (Promedio)		
				Total	Duraderos	No duraderos	Total	Duraderos	No duraderos
1920 - 1922	76 - 78	90 - 92	1998 - 2000	907	243	907	9,61	5,67	9,59
1923 - 1925	73 - 75	87 - 89	1998 - 2003	1329	380	1329	9,62	5,71	9,60
1926 - 1928	70 - 72	84 - 86	1998 - 2006	1317	457	1316	9,69	5,80	9,66
1929 - 1931	67 - 69	81 - 83	1998 - 2009	1324	518	1323	9,77	5,81	9,73
1932 - 1934	64 - 66	78 - 80	1998 - 2012	1483	680	1483	9,88	5,87	9,84
1935 - 1937	61 - 63	75 - 77	1998 - 2012	1498	736	1497	9,95	5,96	9,91
1938 - 1940	58 - 60	72 - 74	1998 - 2012	1272	676	1271	10,05	6,07	10,01
1941 - 1943	55 - 57	69 - 71	1998 - 2012	1435	816	1434	10,17	6,15	10,12
1944 - 1946	52 - 54	66 - 68	1998 - 2012	1660	981	1659	10,25	6,31	10,19
1947 - 1949	49 - 51	63 - 65	1998 - 2012	1632	1029	1631	10,33	6,37	10,27
1950 - 1952	46 - 48	60 - 62	1998 - 2012	1620	1045	1619	10,37	6,42	10,31
1953 - 1955	43 - 45	57 - 59	1998 - 2012	1687	1116	1686	10,38	6,46	10,31
1956 - 1958	40 - 42	54 - 56	1998 - 2012	1762	1191	1761	10,37	6,47	10,30
1959 - 1961	37 - 39	51 - 53	1998 - 2012	1818	1238	1816	10,33	6,53	10,25
1962 - 1964	34 - 36	48 - 50	1998 - 2012	1743	1202	1742	10,29	6,51	10,22
1965 - 1967	31 - 33	45 - 47	1998 - 2012	1553	1086	1552	10,25	6,57	10,17
1968 - 1970	28 - 30	42 - 44	1998 - 2012	1318	946	1316	10,21	6,59	10,13
1971 - 1973	25 - 27	39 - 41	1998 - 2012	969	727	968	10,14	6,53	10,06

Fuente: BBVA Research

Modelo y resultados de las estimaciones

Siguiendo Deaton y Paxson (1994) y Deaton (1997) se denota por C_{ibt} el gasto en consumo observado en el año t de un hogar i cuyo sustentador principal nació en el año b . Según la teoría convencional del ciclo vital, el nivel de consumo de cada hogar es proporcional a su renta permanente (W_{ib}), con un factor de proporcionalidad que depende de su edad ($t-b$):

$$C_{ibt} = f_i(t-b) W_{ib} \quad [1]$$

Dado W_{ib} , el hogar decide cómo distribuir su consumo a lo largo del tiempo de acuerdo a sus preferencias, representadas por la función $f_i(\bullet)$.

Tomando logaritmos en [1] y promediando para el conjunto de hogares pertenecientes a la cohorte nacida en el año b y observada en t , se obtiene:

$$\overline{LNC}_{bt} = \overline{LNf(t-b)} + \overline{LNW}_b \quad [2]$$

El primer sumando de [2] ($\overline{LNf(t-b)}$) captaría las preferencias intertemporales, mientras que el segundo

(\overline{LNW}_b), el nivel de renta permanente de cada cohorte.

La ecuación [2] se puede ampliar para capturar la incertidumbre causada por el ciclo económico²⁴ y separar los efectos del envejecimiento de las restantes características del hogar que configuran sus preferencias. Respecto al ciclo, dado que el año de realización de la encuesta y las variables edad y cohorte son linealmente dependientes, es necesario imponer restricciones para identificar sus efectos marginales. Siguiendo Gourinchas y Parker (2002), en este recuadro se ha optado por parametrizar el efecto cíclico como una función de la tasa de desempleo agregada²⁵.

En relación con las variables que caracterizan la cohorte sintética, se han incluido el nivel educativo del sustentador principal, el tamaño del hogar, el número de menores de edad y el número de parados en el hogar. Los resultados de las estimaciones para el gasto por hogar total y por tipo de producto -realizadas por mínimos cuadrados ponderados²⁶- se muestran en el Cuadro A.2.

Cuadro A.2.

España: determinantes del consumo por hogar y tipo de bien entre 1998 y 2012 (Cohortes sintéticas desde 1920-23 hasta 1971-73)

	Variable dependiente		
	LN (gasto total en € de 2011)	LN (gasto en duraderos en € de 2011)	LN (gasto en no duraderos en € de 2011)
Edad del sustentador principal (ref.: 26 años) (*)	F (53, 163) = 9.23 (0,0000)	F (53, 165) = 1.58 (0,0153)	F (53, 163) = 11.09 (0,0000)
Cohorte (ref.: cohorte 1971-73) (*)	F (17, 163) = 13.83 (0,0000)	F (17, 165) = 1.12 (0,3365)	F (17, 163) = 14.57 (0,0000)
Nivel educativo (ref.: Proporción de sustentadores con estudios primarios) (**)			
Proporción de sustentadores con estudios secundarios (**)	0,0043 (0,0000)	0,0110 (0,0010)	0,0039 (0,0000)
Proporción de sustentadores con estudios universitarios (**)	0,0087 (0,0000)	0,0123 (0,0000)	0,0082 (0,0000)
LN (nº de miembros del hogar)	0,6122 (0,0000)	-	0,5840 (0,0000)
LN (nº de menores de 18 años en el hogar)	-0,4893 (0,0020)	-1,5272 (0,0020)	-0,4246 (0,0070)
LN (nº de parados en el hogar)	-0,2754 (0,0360)	-	-0,2351 (0,0670)
Tasa de desempleo (**)	-0,0085 (0,0000)	-0,0238 (0,0000)	-0,0081 (0,0000)
Constante	9,2481 (0,0000)	6,2932 (0,0000)	9,1491 (0,0000)
# de observaciones	240	240	240
R2	0,9901	0,8824	0,9894
R2 ajustado	0,9855	0,8297	0,9844
RECM	0,0283	0,1334	0,0277
AIC	-969,541	-225,627	-979,1308
BIC	-701,532	35,421	-711,122

p-valor entre paréntesis (salvo indicación en contra)

(*) Test de nulidad conjunta de los indicadores de edad y cohorte. (**) Tanto por cien

Fuente: BBVA Research

24: Nótese que el modelo básico ya incorpora cierto grado de incertidumbre en la medida que los integrantes de cada generación solo pueden predecir correctamente la renta promedio de su cohorte, pero no la suya propia.

25: Véase Deaton y Paxson (1994) para una solución alternativa.

26: Dado que todas las variables son promedios, el término de error es heterocedástico. Para corregir este problema y explicitar la precisión con la que han sido calculados dichos promedios, es necesario ponderar cada dato por el tamaño muestral de cada cohorte en cada periodo.

3. Coyuntura de los bienes duraderos

Tras un segundo trimestre caracterizado por el estancamiento del consumo privado, los datos de Contabilidad Nacional correspondientes al **tercer trimestre del 2013 confirmaron la recuperación** sugerida por los indicadores parciales de demanda, especialmente de bienes duraderos (véase el Cuadro 2). El gasto de los hogares aumentó el 0,4% t/t en el 3T13 -más de lo esperado- como consecuencia del progreso de su renta disponible, el avance de la riqueza financiera neta²⁷, la mejora de la confianza y la vigencia del Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente (PIVE). Con todo, **sus fundamentos continúan débiles, por lo que no se prevé una aceleración del crecimiento del consumo privado en el corto plazo**. Así, el indicador sintético de consumo BBVA (ISC-BBVA) y el modelo de indicadores coincidentes de consumo BBVA (MICC-BBVA) sugieren que **el crecimiento del gasto de los hogares en el 4T13 será similar al registrado en el trimestre precedente** (véase el Gráfico 10)²⁸. En consecuencia, el retroceso del consumo se situará en el entorno del 2,6% en el 2013, entre dos y tres décimas menos que en el 2012.

Cuadro 2

España: selección de indicadores del gasto en consumo privado (Datos CVEC*, % t/t)

% t/t	Disponibilidades de bienes de consumo		Matriculaciones de turismos		Ventas interiores de grandes empresas	Índice de cifra de negocios del sector servicios	Comercio al por menor	Consumo privado CNT
	Totales	Duraderos	Totales	Particulares				
1T10	-1,6	-9,0	-1,7	-5,3	0,9	1,0	0,5	-0,8
2T10	2,6	9,8	2,8	4,4	2,0	2,4	-0,3	1,3
3T10	-5,7	-22,7	-30,0	-46,1	-6,2	-4,2	-1,9	-1,0
4T10	-0,6	-11,7	1,0	-1,3	0,2	-0,4	-0,2	0,6
1T11	2,2	18,0	1,5	-0,7	-0,9	0,6	-2,9	-0,7
2T11	-1,9	-5,4	2,1	-0,3	0,1	-1,6	-1,0	0,2
3T11	0,1	-0,8	-4,7	-6,6	-0,2	0,8	-0,7	-1,0
4T11	2,2	22,2	-3,4	-1,4	-2,0	-2,4	-2,0	-1,2
1T12	-6,3	-12,1	2,9	-2,1	-1,4	-1,0	-1,2	0,3
2T12	-3,3	-20,7	-8,9	-4,9	-3,0	-3,0	-3,4	-1,2
3T12	-1,4	11,1	-7,7	0,8	2,5	-3,6	-1,3	-0,7
4T12	-2,8	-13,0	-8,9	-12,9	-4,8	1,0	-4,5	-2,0
1T13	-1,4	-11,4	16,5	19,8	1,3	-1,2	0,3	-0,6
2T13	2,4	14,6	3,9	9,4	0,9	1,4	0,7	-0,1
3T13	1,5	10,7	-4,4	1,9	0,4	1,0	1,3	0,4

* Datos CVEC: corregidos de variaciones estacionales y efecto calendario

Fuente: BBVA Research a partir de MINECO, ANFAC, AEAT e INE

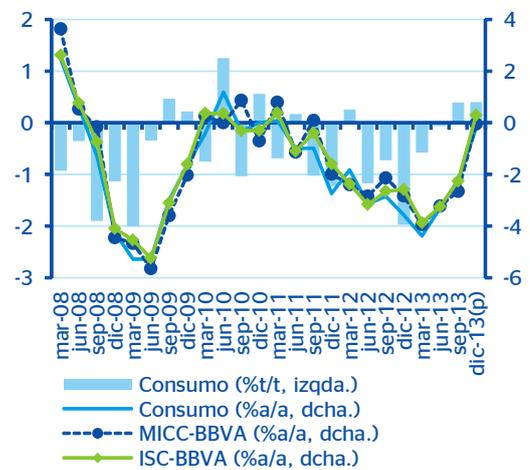
La demanda externa de bienes acompañó a la doméstica y volvió a aumentar en el tercer trimestre del 2013. Las ventas exteriores de duraderos contribuyeron a la recuperación de las exportaciones de bienes, si bien su evolución fue menos enérgica. Como muestra el Gráfico 11, las exportaciones reales de bienes duraderos se incrementaron el 1,5% t/t cvec en el 3T13 a pesar de la atonía de la coyuntura europea, mientras que las del total de bienes lo hicieron el 2,6% t/t cvec. En el conjunto del 2013, la demanda externa de bienes acelerará su crecimiento hasta cifras próximas al 8,0%, mientras que la de duraderos se recuperará tras la caída del 2012 y ascenderá en torno al 7,0%.

27: Se estima que el aumento de la riqueza financiera neta real registrado en el 2T13 (1,4% t/t) contribuyó en 0,1 pp al crecimiento del consumo en 3T13, y lo hará en casi tres décimas durante los próximos cuatro trimestres.

28: Los detalles del MICC-BBVA se pueden encontrar en el Recuadro 1 de la revista Situación Consumo correspondiente al segundo semestre del 2010, disponible en: http://www.bbva-research.com/KETD/ketd/bin/esp/publi/espana/novedades/detalle/Nove346_195714.jsp?id=tc:346-176089-64.

Gráfico 10

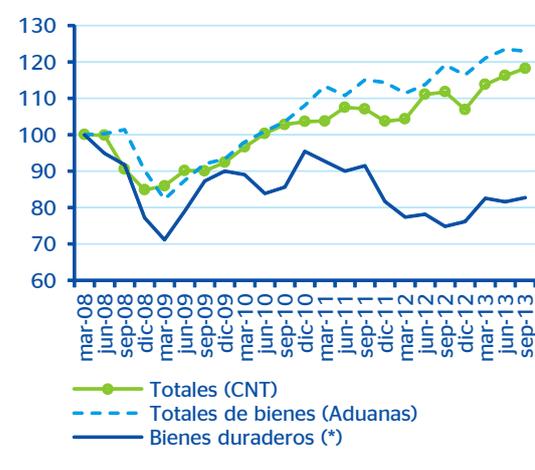
España: datos observados y previsiones en tiempo real del consumo de los hogares



(p): Previsión
Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 11

España: exportaciones reales (Datos CVEC, 1T08 = 100)



(*) Electrodomésticos, electrónica de consumo, equipo informático, mobiliario, motocicletas y turismos
Fuente: BBVA Research a partir de INE y Aduanas

Demanda de turismos

Al igual que en el primer semestre, el PIVE ha marcado la evolución de las matriculaciones de turismos durante el segundo semestre del año en curso, escoltado por el aumento de la demanda de empresas durante el 4T13. El 28 de julio entró en vigor la tercera convocatoria del PIVE. Al igual que los anteriores, el PIVE-3 tenía como objetivo la sustitución de turismos y vehículos comerciales ligeros con más de 10 y 7 años de antigüedad, respectivamente, por modelos energéticamente más eficientes. Dotado con 70 millones de euros -menos de la mitad que el precedente- se prolongó hasta la segunda mitad del mes de octubre, momento en el que se agotaron sus fondos. Debido a sus repercusiones positivas directas en las ventas de turismos e indirectas sobre la actividad y los precios²⁹, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo aprobó una nueva edición del programa (PIVE-4), que está vigente desde el 30 de octubre y que mantiene las mismas características, requisitos y presupuesto que el PIVE-3 (véase el Cuadro 3).

Desde el punto de vista de la demanda, los resultados de ambos planes de achatarramiento han sido positivos, especialmente en el canal particular (véanse los Gráficos 12 y 13). Así, el número de turismos matriculados por particulares creció el 15,8% cvec entre junio y noviembre, mientras que el de empresas y alquiladoras retrocedió en torno al 5,4% cvec. Desde la entrada en vigor del PIVE-1 en octubre del pasado año, las matriculaciones de turismos se han incrementado el 35,0% cvec hasta noviembre (el 13,5% cvec en el 2013), lo que ha compensado una parte del efecto negativo y permanente que el aumento del IVA en sep-12 ha tenido sobre el consumo de turismos³⁰.

La existencia del PIVE asegura un leve ascenso de las matriculaciones en el 2013. Si la demanda en diciembre se comporta en línea con lo previsto, las ventas de turismos se situarían en torno a las 720.000 unidades en el conjunto del año, un 3,1% más que en el 2012. Las cifras de 2014 estarán condicionadas por el mantenimiento o la desaparición de la bonificación. Al respecto, se estima que el número de automóviles matriculados aumentaría en torno al 7,5% en el 2014 si el PIVE se prorrogas; si finaliza, la mejora de los determinantes del consumo de turismos (entre ellos, la renta per cápita, el precio relativo de los carburantes, la tasa de desempleo y los tipos de interés del crédito al consumo) podría compensar el efecto contractivo de la finalización del PIVE³¹.

29: Véase la exposición de motivos del Real Decreto 830/2013, de 25 de octubre, por el que regula la concesión directa de subvenciones del Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente (PIVE-4), disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2013/10/29/pdfs/BOE-A-2013-11304.pdf>.

30: Las estimaciones de BBVA Research indican que el aumento del IVA en septiembre del pasado año habría reducido las matriculaciones de turismos en 252 mil unidades hasta noviembre del 2013 si el PIVE no se hubiese aprobado. Sin embargo, la bonificación del PIVE ha permitido acotar esta caída hasta los 56 mil turismos.

31: Un análisis detallado de los determinantes de la demanda de turismos se encuentra en Recuadro 2 de la revista Situación Consumo correspondiente al primer semestre del 2011, disponible en: http://www.bbvaesearch.com/KETD/fbin/mult/1111_Situacionconsumo_tcm346-281278.pdf?ts=5122012.

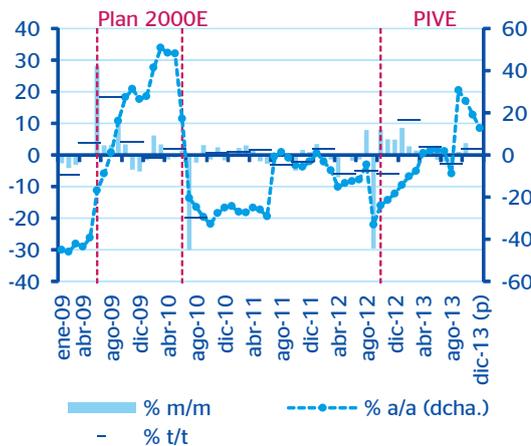
Cuadro 3

Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente: tercera (PIVE-3) y cuarta (PIVE-4) convocatorias

Beneficiarios	Personas físicas, autónomos, microempresas (<10 empleados, cifra de negocios o total activo <2M€ en el último ej contable cerrado), PYMES (<250 empleados, cifra de negocios <50M€ o activo <43M€) Al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la seguridad social VN
Vehículos elegibles	Categorías: M1 (clases A y B, eléctricos puros o propulsados por GLP o Gas natural <160 g de CO2/km, N1 (<160 g de CO2/km o eléctricos puros), M1 y N1 (= <120 g de CO2 y clase energética A, B, C o D) y M1 (familia numerosa, > 5 plazas, clase energética A, B o C) PIVE-4: Vehículos adaptados para personas de movilidad reducida Precio: <=25.000€ antes de impuestos (excepto vehículos eléctricos puros, híbridos enchufables y de autonomía extendida) Precio: <=30.000€ antes de impuestos (para familias numerosas con más de cinco plazas y clase energética A, B o C) -excepto eléctricos puros, híbridos enchufables y de autonomía extendida. PIVE-4: Precio: <=30.000€ antes de impuestos (para personas con discapacidad que acrediten su movilidad reducida y que adquieran un vehículo ya adaptado)
Vehículo achatarrado	Antigüedad >10 años (M1) o > 7 años (N1); matriculado en España
Cuantía mínima de la ayuda	1000€ IDAE + 1000€ fabricante/importador o punto de venta (antes de impuestos) 1500€ IDAE + 1500€ fabricante/importador o punto de venta (familia numerosa, > 5 plazas, clase energética A, B o C) PIVE-4: 1500€ IDAE + 1500€ fabricante/importador o punto de venta (personas con discapacidad que acrediten su movilidad reducida y adquieran un vehículo adaptado)
Calendario	PIVE-3: 28/07/13 - agotamiento de fondos (2ª mitad de oct-13) PIVE-4: 30/10/13 - 30/04/14 o agotamiento de fondos
Dotación presupuestaria	PIVE-3: 70 millones de € (hasta 70 mil vehículos) PIVE-4: 70 millones de € (hasta 70 mil vehículos)

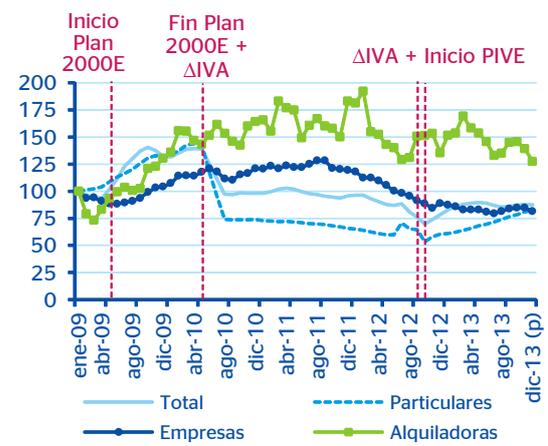
Fuente: BBVA Research a partir de IDEA

Gráfico 12
España: matriculaciones de turismos (Datos CVEC)



(p): Previsión
Fuente: BBVA Research a partir de ANFAC y Ganvam

Gráfico 13
España: matriculaciones de turismos por canal (Datos CVEC, media móvil centrada de orden 3, ene-09 = 100)

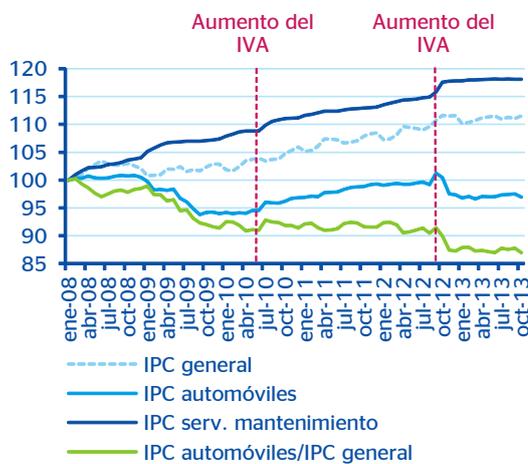


(p): Previsión
Fuente: BBVA Research a partir de ANFAC y Ganvam

La debilidad de la demanda ha contribuido a que la estabilidad de precios observada durante el primer semestre del año se mantuviese durante el segundo. Desde junio, los precios de consumo de los automóviles han evolucionado en línea con el IPC general, por lo que su precio relativo no ha variado (véase el Gráfico 14).

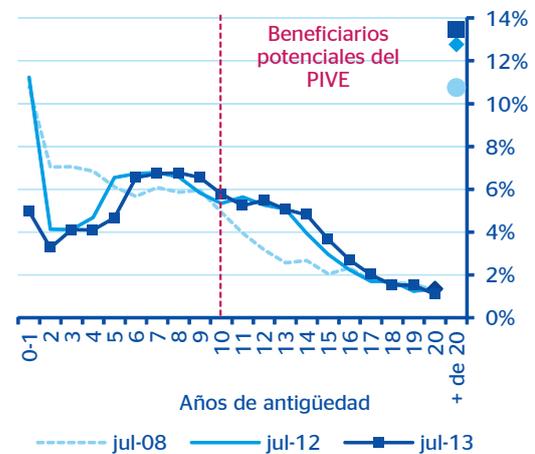
A pesar del PIVE, el parque de turismos ha continuado envejeciendo. El Gráfico 15 muestra cómo la distribución del parque por antigüedad se ha seguido desplazando hacia la derecha durante el 2013, de tal modo que el porcentaje de turismos con diez o más años de antigüedad -i. e., aquellos susceptibles de acogerse el PIVE- ha aumentado 8,5 pp desde julio del pasado año hasta alcanzar el 52,3% del parque total (11,6 millones de turismos).

Gráfico 14
España: precios de consumo de automóviles
(ene-08 = 100)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 15
España: distribución del parque de turismos por antigüedad (% sobre el parque total)

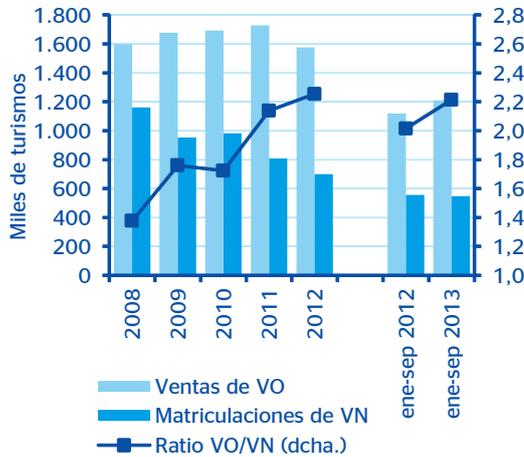


Fuente: BBVA Research a partir de DGT

Frente a la atonía de las adquisiciones de turismos nuevos, las de vehículos de ocasión (VO) han vuelto a crecer en la segunda mitad del 2013. Los datos hasta septiembre indican que las transacciones de VO han aumentado el 8,1% frente al mismo periodo del año anterior, hasta superar las 1,2 millones de operaciones (el 62,2% entre particulares). Dado que las matriculaciones de VN se redujeron el 1,6% entre enero y septiembre, la ratio de VO sobre VN se situó en los 2,2 turismos de ocasión por cada vehículo nuevo, dos décimas más que en los nueve primeros meses del 2012 (véase el Gráfico 16).

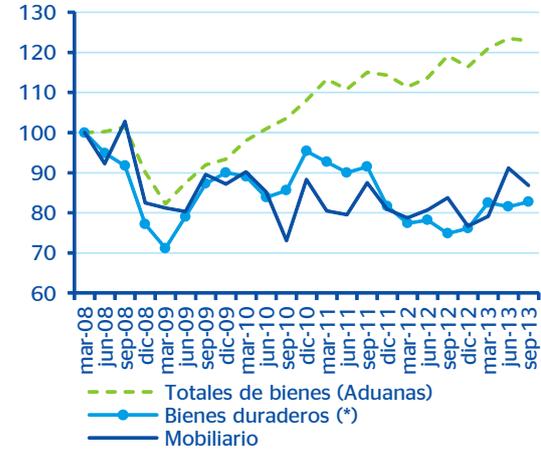
Al igual que la doméstica, la demanda externa de turismos se ha incrementado ligeramente durante los meses transcurridos del segundo semestre. Así, las exportaciones reales de automóviles aumentaron en línea con las del total de bienes duraderos durante el tercer trimestre (véase el Gráfico 17), y se prevé que crezcan en torno al 11,3% en el conjunto del año tras haberse contraído el 13,3% en el 2012.

Gráfico 16
Ventas de turismos en España: VN vs VO



Fuente: BBVA Research a partir de Ganvam

Gráfico 17
España: exportaciones reales de automóviles (Datos CVEC, 1T08 = 100)



(*) Electrodomésticos, electrónica de consumo, equipo informático, mobiliario, motocicletas y turismos
Fuente: BBVA Research a partir de Aduanas

Demanda de motocicletas

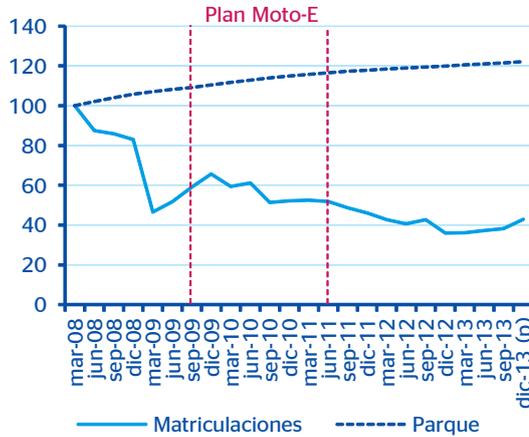
Tras siete años de descensos, tan sólo interrumpidos por el efecto del Plan Moto-E entre junio y noviembre del 2009, las matriculaciones de motocicletas podrían haber alcanzado su mínimo durante el primer semestre del año en curso, arrastradas por el efecto contractivo del aumento del IVA en septiembre del pasado año. Como se puede observar en el Gráfico 18, las ventas iniciaron una senda ascendente en el 2T13 (2,9% t/t cvec), que se ha acelerado durante la segunda mitad del año. Con todo, el 2013 se cerrará por debajo de las 97.000 motocicletas matriculadas, en línea con lo previsto, frente a las 101.600 del 2012.

Las causas del avance reciente del consumo de motocicletas residen, sobre todo, en la mejora de las expectativas de los compradores potenciales, asociada a la finalización del ajuste del mercado de trabajo, y a la necesaria renovación del parque. En 2014, la mejora prevista de los determinantes de la demanda de motocicletas permitirá compensar las repercusiones negativas de los cambios regulatorios adoptados desde el 2009 –en particular, la elevación hasta los 15 años de la edad mínima de obtención del permiso AM y el aumento del coste asociado al nuevo sistema progresivo de licencias³² – por lo que las matriculaciones podrían superar, de nuevo, las 105.000 unidades.

A pesar de la debilidad de las ventas, el precio relativo de los vehículos de dos ruedas (V2R) ha vuelto a crecer durante el 2S13. Como ilustra el Gráfico 19, el precio relativo de las motocicletas se ha encarecido el 0,6% entre junio y octubre. Por su parte, y a diferencia de la demanda doméstica, la externa podría no haber tocado su suelo a lo largo del año en curso debido a la reducción de la capacidad instalada que ha tenido lugar durante los últimos años en España, lo que tendrá consecuencias duraderas sobre la producción (y la exportación) del sector de V2R. El Gráfico 20 muestra que las exportaciones reales de motocicletas y ciclomotores crecieron un 13,2% t/t cvec en el 3T13, lo que permitirá atenuar su caída hasta el 17,3% en el 2013 desde el -23,0% registrado en el 2012.

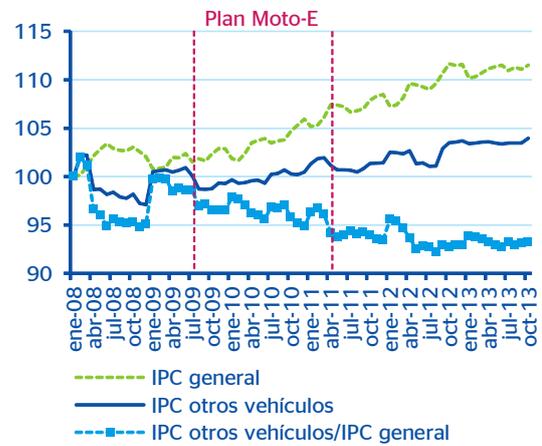
32: Nótese que España fue el primer país de la UE que transpuso la Directiva 2006/126/CE sobre el permiso de conducción mediante la aprobación en 2009 del Real Decreto 818/2009, casi cuatro años antes de lo exigido por las autoridades europeas. Más detalles en: <http://www.boe.es/boe/dias/2009/06/08/pdfs/BOE-A-2009-9481.pdf>.

Gráfico 18
España: matriculaciones de motocicletas
(Datos CVEC, 1T08 = 100)



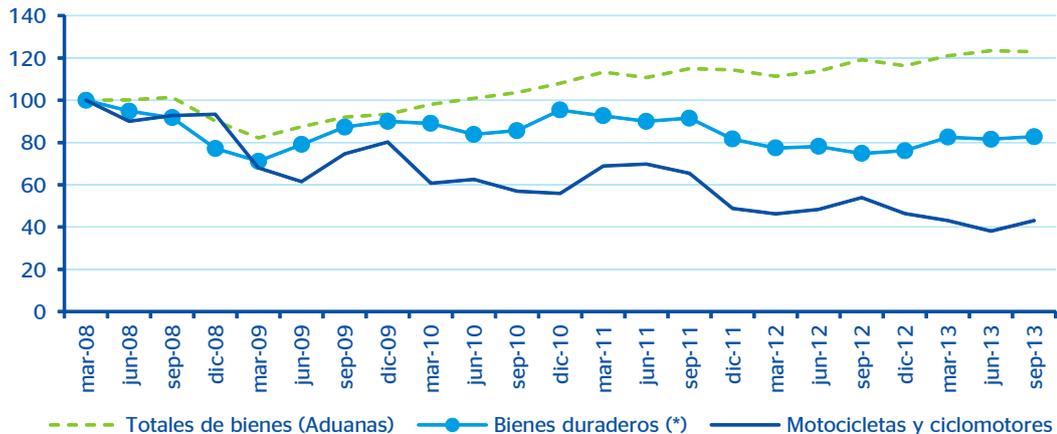
(p): Previsión
Fuente: BBVA Research a partir de DGT y Anesdor

Gráfico 19
España: precios de consumo de ciclomotores y
motocicletas (ene-08 = 100)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 20
España: exportaciones reales de motocicletas y ciclomotores (Datos CVEC, 1T08 = 100)



(*) Electrodomésticos, electrónica de consumo, equipo informático, mobiliario, motocicletas y turismos
Fuente: BBVA Research a partir de Aduanas

Mobiliario

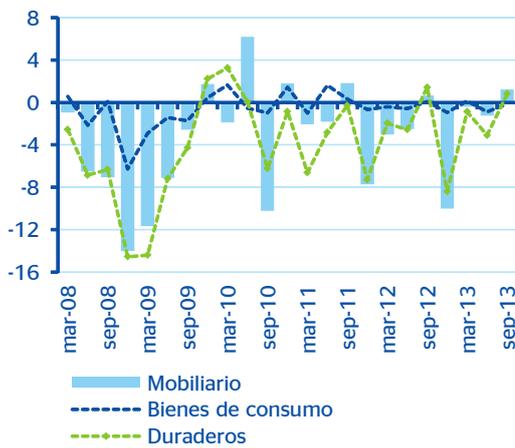
Al igual que la del conjunto bienes duraderos, **la facturación del sector del mueble aumentó durante el tercer trimestre del año en curso tras el retroceso observado en el primer semestre**, causado por el aumento de la imposición indirecta en sep-12 (véase el Gráfico 21). Pero a diferencia de lo sucedido durante los trimestres precedentes, la contribución de la demanda externa al crecimiento de la cifra de negocios del sector fue modesta, como sugieren los Gráficos 22 y 23.

Por su parte, la caída de la inversión residencial ha continuado afectando a la facturación del sector del mueble en la segunda mitad del 2013, pero en menor cuantía³³. Al respecto, las previsiones de BBVA Research indican que la demanda de vivienda en España comenzará a aumentar a mediados del próximo año, lo que debería estimular el consumo de muebles durante el primer semestre del 2015.

33: Las estimaciones de BBVA Research muestran que una disminución puntual de las exportaciones nominales de muebles en un 1% t/t provoca -ceteris paribus- una caída de la cifra de negocios en torno al 0,7% t/t. El efecto acumulado de una reducción de la inversión nominal en vivienda en un 1% t/t sobre la facturación del sector del mueble es ligeramente inferior (un 0,6% t/t).

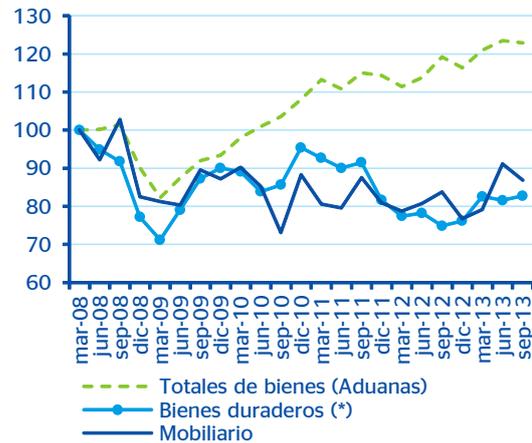
A diferencia de lo observado en el sector de V2R, **el precio de los muebles ha descendido más que la inflación general durante los últimos meses del 2013**, por lo que su precio relativo se ha reducido el 0,9% desde junio tras haberse encarecido el 0,5% en el 1S13 (véase el Gráfico 24).

Gráfico 21
España: cifra de negocios (Datos CVEC, % t/t)



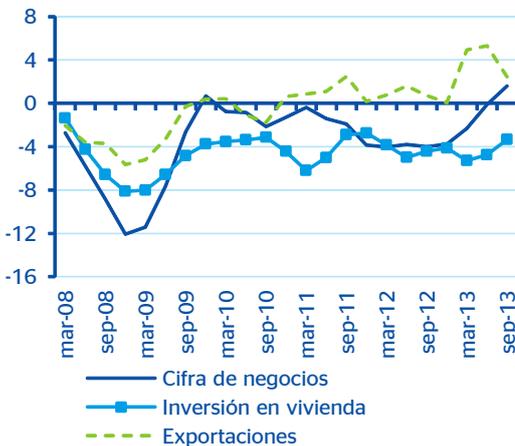
Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 22
España: exportaciones reales de mobiliario (Datos CVEC, 1T08 = 100)



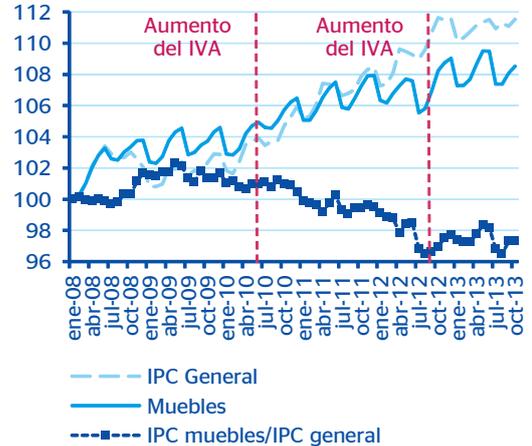
(*) Electrodomésticos, electrónica de consumo, equipo informático, mobiliario, motocicletas y turismos
Fuente: BBVA Research a partir de Aduanas

Gráfico 23
España: inversión en vivienda, cifra de negocios y exportaciones en el sector del mueble (Datos nominales, % t/t de la tendencia)



Fuente: BBVA Research a partir de INE y Aduanas

Gráfico 24
España: precios de consumo de muebles (ene-08 = 100)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

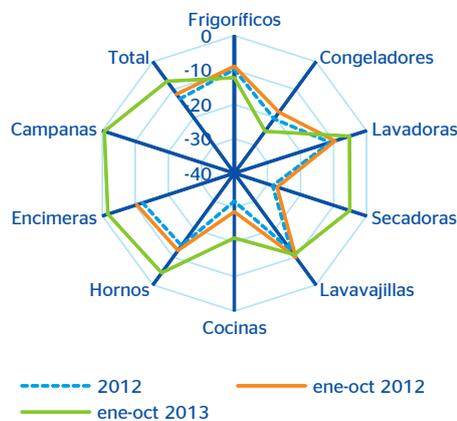
Línea blanca

Como en el sector del mueble, **la prolongación del ajuste inmobiliario ha continuado repercutiendo diferencialmente sobre el consumo de electrodomésticos**. Según los datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Electrodomésticos de Línea Blanca (ANFEL), el número de unidades vendidas disminuyó el 6,9% y la facturación el 7,4% en los diez primeros meses del 2013 en relación con el mismo periodo del año anterior, tras haberse reducido el 13,3% y el 13,9%, respectivamente, en el 2012. Todas las familias de electrodomésticos vieron mermadas sus ventas hasta octubre, si bien lavadoras (-5,2%), secadoras (-5,1%), hornos (-4,3%), encimeras (-1,7%) y campanas extractoras (-0,6%) registraron una contracción inferior al promedio (véase el Gráfico 25).

La debilidad del consumo de artículos de línea blanca se ha materializado en una disminución generalizada de sus precios en el 2S13, mayor que la experimentada por el IPC general. De hecho, el precio de los electrodomésticos en relación con el resto de productos de consumo se redujo el 1,6% entre junio y octubre. El abaratamiento hubiese sido mayor si el precio de la postventa hubiese acompañado. Sin embargo, el precio de los servicios de reparación se estancó (0,1%) durante los últimos cuatro meses (véase el Gráfico 26).

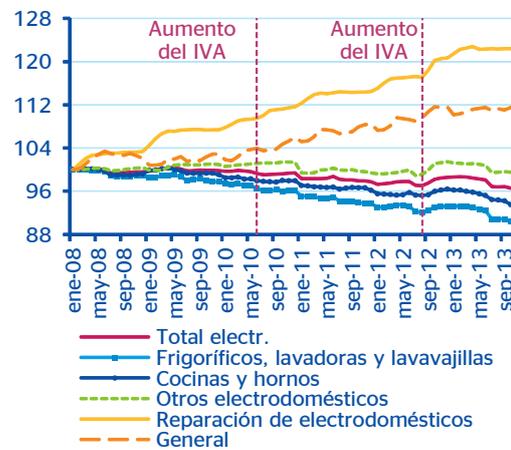
A pesar del traspies del 3T13, la demanda externa de electrodomésticos ha evolucionado favorablemente a lo largo del año en curso (véase el Gráfico 27). En el conjunto del 2013, se prevé que las exportaciones reales de artículos de línea blanca aumenten el 5,7%, tras un 2012 aciago en el que las ventas al exterior se redujeron el 13,0%.

Gráfico 25
España: ventas de electrodomésticos por familia (% a/a del número de unidades)



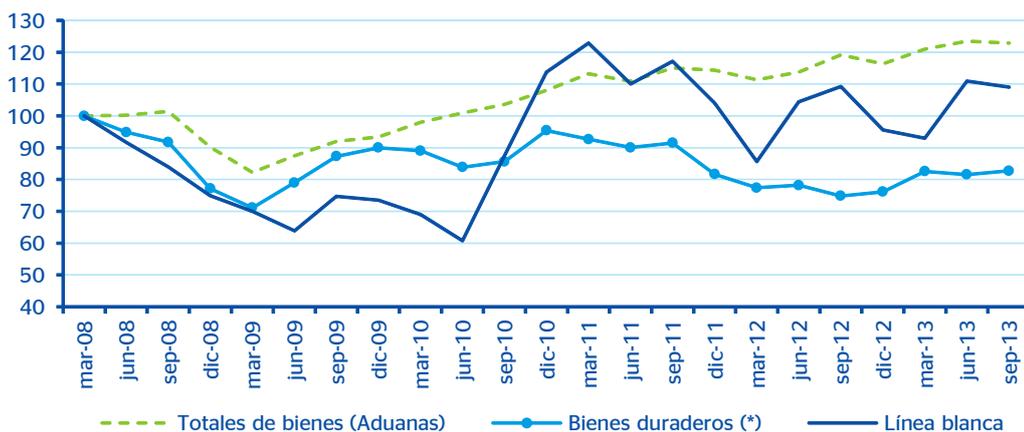
Fuente: BBVA Research a partir de ANFEL

Gráfico 26
España: precios de consumo de electrodomésticos (ene-08 = 100)



Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 27
España: exportaciones reales de electrodomésticos (Datos CVEC, 1T08=100)



(*) Electrodomésticos, electrónica de consumo, equipo informático, mobiliario, motocicletas y turismos
Fuente: BBVA Research a partir de Aduanas

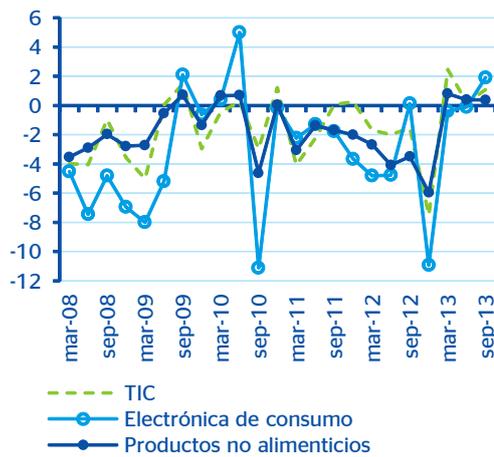
Línea marrón

El gasto en artículos de línea marrón continúa anémico tras el efecto contractivo de la subida del IVA en 2012. El Gráfico 28 muestra que después de haber disminuido durante el 1S13, las ventas reales al por menor de electrónica de consumo crecieron el 1,9% t/t cvec en el 3T13, lo que no impedirá un nuevo retroceso del consumo en el conjunto del año (-9,4%). La evolución del gasto en equipamiento TIC ha sido menos desfavorable, por lo que su contracción en 2013 será menor (-4,3%).

La apatía del consumo ha contribuido a reducir aún más los precios en un sector caracterizado por una deflación persistente ocasionada por el progreso tecnológico. Como refleja el Gráfico 29, los precios de todos los productos de electrónica de consumo y equipamiento TIC disminuyeron durante el último semestre, tanto en términos nominales como reales. Con todo, la caída generalizada de los precios no se ha traducido en un incremento de la tasa de penetración de los equipos TIC en los hogares. De hecho, la encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC, realizada por el INE, indica que **sólo el teléfono móvil y las tabletas han aumentado su presencia en el hogar durante el último año**. En el lado opuesto, se encuentran los reproductores de MP3 (-3,4 pp), de vídeo (-3,5 pp) y, sobre todo, de DVD (-4,1 pp) (véase el Gráfico 30).

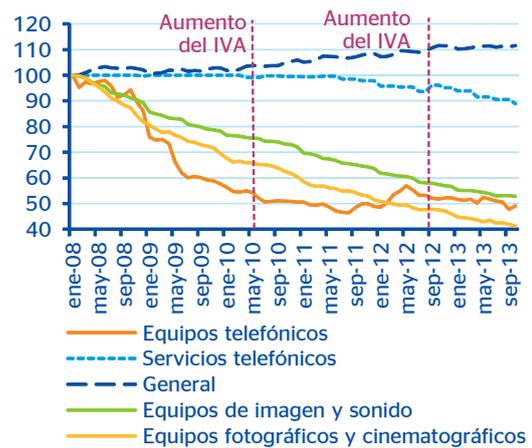
Por último, la demanda externa de artículos de línea marrón registró una evolución heterogénea por tipo de producto. Mientras que las exportaciones reales de electrónica de consumo han tenido un comportamiento errático a lo largo del 2013, las de equipamiento tecnológico han crecido durante los nueve primeros meses del año (véase el Gráfico 31). En consecuencia, las ventas al exterior de electrónica de consumo volverán a caer en el conjunto del 2013 (-17,2%), frente al aumento de las de equipamiento TIC (+10,4%).

Gráfico 28
España: ventas reales al por menor de artículos de línea marrón (Datos CVEC, % t/t)



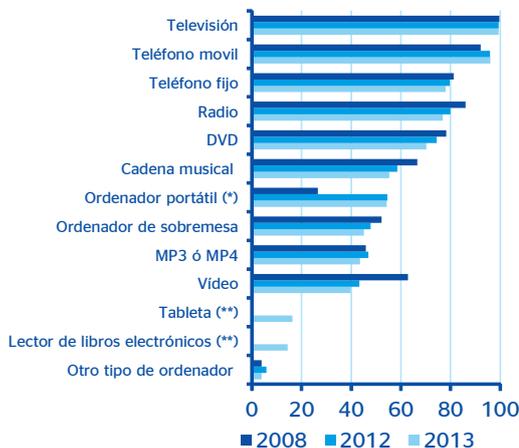
Fuente: BBVA Research a partir de Eurostat

Gráfico 29
España: precios de consumo de artículos de línea marrón (ene-08 = 100)



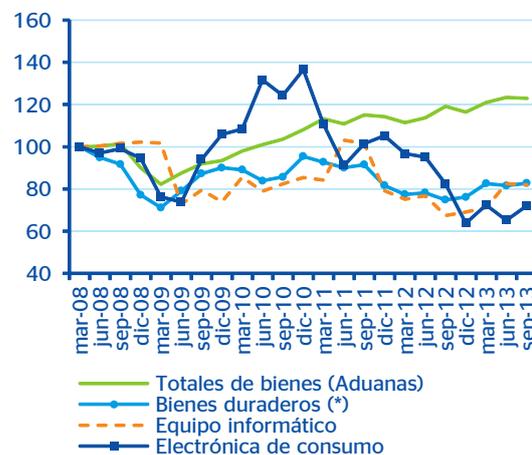
Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 30
España: tasa de penetración del equipamiento TIC en los hogares (% de hogares)



(*) Incluye tabletas hasta 2012
(**) Sólo disponible en la encuesta de 2013
Fuente: BBVA Research a partir de INE

Gráfico 31
España: exportaciones reales de artículos de línea marrón (Datos CVEC, 1T08=100)



(*) Electrodomésticos, electrónica de consumo, equipo informático, mobiliario, motocicletas y turismos
Fuente: BBVA Research a partir de Aduanas

Recuadro 2. Adopción de nuevas tecnologías: una cuestión de supervivencia empresarial

La importancia de las TIC

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han convertido en uno de los avances tecnológicos más importantes de las últimas décadas. Las TIC se desarrollaron inicialmente en el contexto de procesos productivos complejos asociados al sector manufacturero (automatización y computarización). Con el tiempo, las TIC han permeabilizado todos los procesos productivos y los intercambios entre los agentes que conforman las economías modernas. **En este artículo se explora el grado de implantación de las TIC en la economía española, prestando especial atención a la distancia relativa en el uso de las TIC a nivel de empresa entre España y los principales líderes mundiales.** Además, el artículo **identifica los posibles factores subyacentes a la brecha digital de las empresas españolas con el objeto de señalar el ámbito de actuación de la política económica.**

Los efectos económicos de la revolución tecnológica propiciada por las TIC son diversos³⁴. En primer lugar, la inversión en TIC -infraestructura de redes, bienes de equipo o software, entre otros- **eleva el crecimiento a largo plazo de la economía** al incrementar la calidad del factor capital y la eficiencia en el uso combinado de los factores de producción. En segundo lugar, la penetración de las TIC importadas **favorece la aparición de un sector doméstico productor de TIC**, tanto en manufacturas como en servicios. Las externalidades positivas asociadas a la aparición de un sector TIC autóctono son significativas. Al ser un sector de alto valor añadido por hora trabajada contribuye, entre otros aspectos, al aumento de la productividad del factor trabajo del conjunto de la economía y a la creación de empleo de alta cualificación. Además, facilita la accesibilidad de las empresas al desarrollo de aplicaciones TIC adaptadas a sus necesidades específicas, lo que eleva su competitividad. Finalmente, más allá del efecto directo de la inversión en TIC, la diferente intensidad sectorial en su uso **hace que determinados sectores** -en especial, comercio al por menor y distribución, servicios empresariales y servicios financieros- **se vean relativamente más beneficiados vía ganancias de productividad dada su mayor intensidad de uso.**

A nivel microeconómico, la adopción de nuevas tecnologías fomenta la innovación de producto y de proceso dentro de la empresa. En concreto, aumenta la variedad de productos que la empresa sirve al mercado, permite la provisión de un servicio individualizado, mejora la capacidad de respuesta a la demanda (control de inventarios), y promueve cambios organizativos de carácter estructural en los procesos y en el modelo de negocio. El impacto empresarial del uso efectivo de las TIC se traduce en un aumento de la productividad y de la cuota de mercado, en detrimento de las empresas menos competitivas. Asimismo, la implantación de las TIC mejora la eficiencia de mercado dado que, al reducir los costes de búsqueda y de adquisición de información, facilita el enlace entre oferentes y demandantes finales a la vez que aumenta la base de consumidores potenciales.

La implantación deficitaria de las TIC en las empresas españolas

La adopción de TIC por parte de empresas y hogares se enmarca dentro del proceso de transformación de las sociedades modernas en sociedades basadas en el conocimiento, caracterizadas por el acceso constante a contenidos e información en tiempo real. Según el último informe del World Economic Forum³⁵, **el uso de TIC en España, tanto por parte de las empresas como de los individuos, es sustancialmente menor que en otros países de referencia** (véase el Cuadro 4). La reducida utilización de nuevas tecnologías por parte de las empresas, no obstante, contrasta con **su tasa de penetración entre los usuarios individuales³⁶ y, sobre todo, con la expansión del comercio electrónico.** A diferencia del tradicional, el comercio electrónico *Business-to-Consumer* (B2C)³⁷ creció el 13,4% en 2012 hasta alcanzar un volumen de facturación de 12,4 miles de millones de euros según los datos del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI)³⁸.

34: Véase Mas y Stehrer (2012) para una revisión de las repercusiones económicas de la adopción de nuevas tecnologías.

35: Véase WEF (2013).

36: Al respecto, el 13º informe de la Sociedad de la Información en España indica que casi un 70% de la población española es internauta, porcentaje que asciende hasta el 85% en el tramo de edad de 16 a 24 años. Véase Fundación Telefónica (2013).

37: El término B2C hace referencia a la venta de bienes y servicios entre empresa y consumidores finales a través de Internet, usando los medios electrónicos como forma de pago habitual.

38: Véase ONTSI (2013).

Cuadro 4

Subíndices y pilares del Informe Global Sobre Tecnologías de la Información

Índice de Conectividad 2013*	España	Suecia	EE.UU.	Corea	Alemania	Grecia
General	4,5	5,9	5,6	5,5	5,4	3,9
A. Subíndice de entorno	4,5	5,5	5,1	4,7	5,0	3,7
1er Pilar: Entorno político y regulatorio	4,1	5,7	4,9	4,3	5,4	3,3
2º Pilar: Entorno empresarial y de innovación	4,8	5,3	5,3	5,1	4,7	4,2
B. Subíndice de preparación	4,8	6,4	6,2	5,6	5,9	5
3er Pilar: Infraestructura y contenido digital	5,4	6,8	6,8	6,1	6,5	4,6
4º Pilar: Asequibilidad	3,9	6,5	6,3	4,9	5,5	5,1
5º Pilar: Destrezas	5,2	5,8	5,6	5,7	5,6	5,2
C. Subíndice de uso	4,5	6,0	5,5	5,9	5,6	3,7
6º Pilar: Uso individual	5,1	6,5	5,7	6,4	5,9	4,5
7º Pilar: Uso empresas	3,8	5,9	5,4	5,3	5,8	3,1
8º Pilar: Uso gobierno	4,5	5,6	5,5	5,9	5,0	3,3
D. Subíndice de impacto	4,2	5,8	5,4	5,7	5,2	3,3
9º Pilar: Impacto económico	3,9	5,9	5,3	5,2	5,3	3,1
10º Pilar: Impacto social	4,6	5,6	5,5	6,2	5,1	3,5

Nota: *medición en escala 1-7 (de peor a mejor)

Fuente: BBVA Research a partir de World Economic Forum (2013)

¿Qué factores se encuentran detrás de la menor intensidad en el uso de nuevas tecnologías por parte de las empresas en España? Como se observa en el Cuadro 5, las dos principales debilidades de las empresas españolas en

relación con las de los países líderes en el desarrollo e implantación de las TIC son su escasa capacidad de innovación y el menor grado de formación de sus empleados en nuevas tecnologías.

Cuadro 5

Desglose del pilar "uso Empresas" en España y en países de referencia

SUBÍNDICE: USO	España	Suecia	EE.UU.	Corea	Alemania	Grecia
Pilar*: Uso en empresas	3,8	5,9	5,4	5,3	5,8	3,1
Adopción tecnológica a nivel empresa**	5,1	6,3	5,9	6,0	5,9	4,4
Capacidad de innovación	3,5	5,5	5,2	4,5	5,7	2,7
Solicitudes de patentes PTC*** / millón de habitantes	38,0	297,1	134,4	172,1	209,1	8,6
Uso de internet en business-to-business	5,4	6,1	5,6	5,9	5,9	4,7
Uso de internet en business-to-consumer	5,0	5,8	6,0	6,3	5,7	4,3
Grado de formación del personal	3,6	5,2	5,0	4,3	5,0	3,3

Notas: *medición en escala 1-7 (de peor a mejor); **media ponderada 2011-2012 de las respuestas a la pregunta de la Executive Opinion Survey (WEF, 2013) *To what extent do businesses in your country absorb new technology?* [1 = not at all; 7 = aggressively absorb] ***Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT por sus siglas en inglés).

Fuente: BBVA Research a partir de INE (Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas 2012-2013)

La insuficiente digitalización de la empresa española se manifiesta en una escasez de medios para el correcto desarrollo del comercio electrónico. Así, la Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas 2012-2013, elaborada por el INE, revela que apenas un tercio de las empresas españolas (34,4%) cuenta con herramientas informáticas para compartir información comercial con otras áreas de la empresa, y el 34,0% dispone de herramientas para capturar, almacenar y

compartir información sobre clientes. Tan solo el 29,3% cuentan con medios para realizar un análisis de la información que les permita ajustarse a las necesidades de sus demandantes. Más aún, aunque el 71,6% de las empresas españolas posee conexión a internet y página web, sólo el 56,4% de éstas cuentan con un catálogo de productos y precios, y únicamente el 15,2% ofrece la posibilidad de realizar pedidos o reservas *online*. Por último, la gran mayoría de las empresas españolas no

dispone de una web actualizada, dinámica y adaptada a los terminales móviles (teléfonos inteligentes y tabletas), pese a que: 1) el 63,2% de los usuarios de móvil en España tiene un teléfono inteligente, siendo este porcentaje el más alto entre las cinco mayores economías de Europa, y 2) la búsqueda electrónica y a través de móviles se consolidó en 2012 como el medio principal de búsqueda de información y de comparación de precios³⁹.

Además de la falta de medios, **existen otros factores idiosincrásicos que dificultan el comercio electrónico**

de las empresas españolas y limitan su crecimiento.

Según los datos de la Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico, el obstáculo más recurrente que limita la venta *online* es la consideración de que el producto no se adecúa a la comercialización electrónica⁴¹. En segundo lugar, las empresas estiman que los costes de vender *online* son mayores que los beneficios potenciales. Con todo, la percepción de trabas a la venta *online* disminuye con el tamaño de empresa, a excepción de los problemas relativos al marco regulatorio, cuya importancia apenas difiere entre segmentos (véase el Cuadro 6).

Cuadro 6

Problemas que impiden o limitan la venta *online* en España por tamaño de la empresa (%)

	Total	De 10 a 49 trabajadores	50-249	250 o más
Bienes o servicios no adecuados para venta <i>online</i>	58,8	59,1	57,2	55,5
Problemas en las ventas web relacionadas con la logística (bienes o servicios)	13,6	13,7	12,9	11,2
Problemas relacionados con los pagos	11,8	12,1	10,8	7,2
Problemas relacionados con la seguridad TIC o la protección de datos	9,3	9,4	8,6	8,7
Problemas relacionados con el marco legal	6,6	6,6	6,5	7
Altos costes de venta <i>online</i> en comparación con sus beneficios	17,5	18	15,4	12,3

Fuente: BBVA Research a partir de INE (Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas 2012-2013)

Si bien el tamaño empresarial condiciona el nivel de digitalización de las empresas españolas y coarta su presencia *online*, no parece explicar las diferencias con otras economías. Como muestra el Cuadro 7, el porcentaje de empresas que realizan ventas *online* en España, con independencia de su sector o tamaño, es menor que en el conjunto de Europa y está lejos de la prevalencia en los países líderes como Alemania y Suecia. Por sectores, la diferencia es comparativamente elevada en el comercio al por menor, en la venta y reparación de vehículos a

motor y motocicletas y en la industria. Por tamaño, si bien las microempresas (entre 1 y 9 empleados) son las que se hallan relativamente más alejadas de sus homólogas germanas, el déficit de las grandes (250 empleados o más) también es notable. Así, el porcentaje de empresas de 250 empleados o más que facturan *online* más de un 1% de su volumen de negocio alcanza el 31% en España, 11 pp menos que en Alemania y 21 pp menos que en Suecia.

39: Véase Fundación Telefónica (2013)

40: Al respecto, ONTSI (2013) destaca que el cliente español de comercio electrónico es cada vez más experimentado y está más abierto a nuevos productos y propuestas.

Cuadro 7

Porcentaje de empresas que vende por Internet*

	España	Suecia	Alemania	EU-15
TIPO DE EMPRESA				
Todas las empresas (10 o más empleados)	13	27	22	15
Microempresas (1-9 empleados)	2	ND	15	ND
PyMEs (10-249)	13	26	21	14
Empresas pequeñas (10-49)	11	24	19	13
Empresas medianas (50-249)	21	36	28	24
Empresas grandes (250 o más empleados)	31	52	42	38
SECTOR DE LA EMPRESA**				
Manufacturero	13	31	24	15
Alimentación, bebida, tabaco, textil, cuero, madera, papel e imprenta	20	39	27	17
Carbón, petroleos refinados, prod farmacéut. y químicos, goma y plásticos	9	30	25	14
Metales y manufacturas metálicas exc. maquinaria y equipo	6	27	20	11
Equipos eléctricos, ópticos, maquinaria y equipo, motor	10	28	23	14
Electricidad, gas, vapor, aire acondicionado y distrib agua	3	29	16	12
Construcción	4	8	8	5
Venta minorista, reparación de vehículos a motor y motocicletas	16	39	31	21
Transporte y almacenamiento	12	26	14	14
Información y Comunicación	19	34	26	20
Sector Inmobiliario	10	27	19	9
Actividades profesionales, científicas y técnicas	9	12	10	7
Servicios de administración y apoyo	8	18	18	12
Empresas sector TIC	16	36	26	19

ND: No disponible. * Excluido el Sector Financiero. Sólo se incluyen aquellas empresas para las que la venta *online* representa más del 1% de su volumen de negocio **10 o más empleados. Este indicador considera las ventas vía Internet u otras redes telemáticas distintas de Internet en el año previo (se incluyen las realizadas a través del sistema EDI).

Fuente: BBVA Research a partir de Eurostat

La política económica, clave

La política económica juega un papel fundamental en el ámbito de las nuevas tecnologías. Le corresponde la creación de un marco legal adecuado para la implantación generalizada y homogénea de los servicios y aplicaciones digitales que garantice su asequibilidad, velocidad y facilidad de uso, sobre todo, en el ámbito empresarial (véanse los Gráficos 32 y 33). La mejora de la calidad del capital humano en cada etapa educativa y a través de la formación continua dentro de la empresa, así como las políticas de fomento y acceso a la innovación se perfilan claves para abordar la brecha existente a nivel empresarial en España. De igual importancia es la reorientación pro-empresarial del marco institucional para facilitar la rápida creación de empresas y el cumplimiento y resolución eficaz de los contratos particulares.

A nivel europeo, la creación de un marco legal apropiado conllevaría el establecimiento de un mercado único para

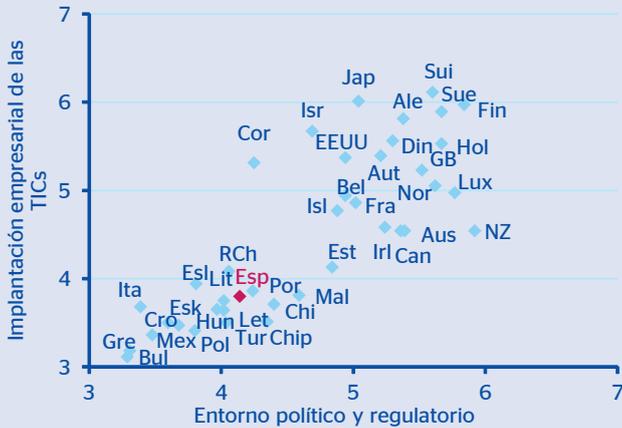
empresas *online*, actualmente fragmentado. Este es el objetivo del *Plan i Innovation for Europe*⁴¹, que considera prioritarias:

- La inversión en redes inteligentes y en banda ancha superrápida, para eliminar la brecha digital norte-sur.
- La reforma de las instituciones comunitarias, para que se conviertan en instigadoras de la innovación.
- La participación de ciudadanos y empresas en la innovación.

La brecha digital entre el sur y los países más digitalizados limita, en la práctica, el acceso de empresas radicadas en unos países miembros a los mercados de otros. Esto restringe considerablemente las posibilidades de rentabilidad y las ganancias en economías de escala y pone a las empresas europeas en desventaja frente a las que operan en mercados integrados como EE.UU.

41: Véase Bravo-Biosca *et al.* (2013).

Gráfico 32
OCDE y UE27: adopción de TIC en las empresas y entorno político y regulatorio



Nota: *medición en escala 1-7 (de peor a mejor)
Fuente: BBVA Research a partir de World Economic Forum (2013)

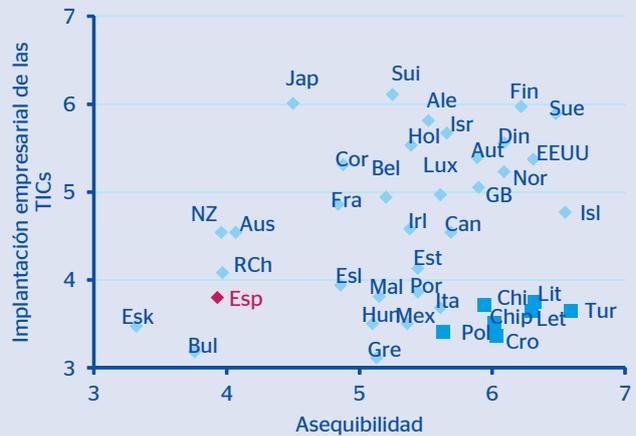
Conclusión

A pesar de las ganancias de productividad y competitividad que proporciona la adopción de nuevas tecnologías a nivel empresa, su nivel de uso en España es limitado. La mayoría de las empresas españolas no dispone de medios tecnológicos para analizar el comportamiento de la demanda con la finalidad de adecuar sus procesos, productos y servicios a las necesidades de sus clientes potenciales. Además, en un contexto donde la búsqueda *online* y a través de dispositivo móvil se ha consolidado como el medio principal de consulta de información y de comparación de precios, la mayoría de las empresas españolas no disponen de una web actualizada, dinámica y adaptada a los terminales móviles. Esta realidad empresarial contrasta con el elevado uso individual de las TIC.

Como factor subyacente a la falta de implantación de las TIC en la empresa española, destaca la percepción de que el producto no se adecúa a la venta *online*. Sin embargo, esta apreciación no se ajusta a la realidad empresarial de otros países. Así, cuando se comparan las cifras de comercio electrónico por sectores, se obtiene que, para una misma actividad económica, el porcentaje de empresas españolas que realiza ventas *online* es sistemáticamente menor que el de otras economías avanzadas. En última instancia, la escasa innovación y el déficit de capital humano podrían explicar la menor explotación de nuevas tecnologías a nivel empresa.

En consecuencia, la mejora de la calidad del capital humano, así como las políticas de fomento y acceso a la innovación, se perfilan claves para abordar la brecha existente. Corresponde a las administraciones públicas nacionales y europeas la creación de un marco regulatorio común y

Gráfico 33
OCDE y UE27: adopción de TIC en las empresas y asequibilidad



Nota: *medición en escala 1-7 (de peor a mejor)
Fuente: BBVA Research a partir de World Economic Forum (2013)

adecuado que permita a las empresas beneficiarse de las economías de escala y operar en un entorno competitivo que estimule la adopción de nuevas tecnologías.

Referencias

Fundación Telefónica (2013): *La Sociedad de la Información en España 2012*. Colección Fundación Telefónica. Ariel. Barcelona. Disponible en: http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie12/aplicacion_sie/ParteA/pdf/SIE_2012.pdf

Bravo-Biosca, A., L. Marston, A. Mettler, G. Mulgan y S. Westlake (2013): "Plan i Innovation for Europe. Delivering Innovation-Led, Digitally-Powered Growth". NESTA/Lisbon Council. Disponible en: <http://www.lisboncouncil.net/publication/publication/99-plan-innovation-for-europe-delivering-innovation-led-digitally-powered-growth.html>

Van Welsum, D., W. Overmeer y B. Van Ark (2013): "Avoiding the Digital Desert". Executive Actions Series. No. 421. The Conference Board, Inc.

ONTSI (2013): *Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2012*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Disponible en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/presentacion_b2c_edicion_2013_4.pdf

Mas, M. y R. Stehrer (eds.) (2012). *Industrial productivity in Europe: Growth and crisis*. Edward Elgar Publishing. Massachussets.

World Economic Forum (2013): *Global Information Technology Report, 2013. Growth and Jobs in a Hyperconnected World*. World Economic Forum e INSEAD. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2013.pdf

4. Financiación al consumo

En los últimos meses, la evolución del crédito al consumo ha estado marcada por factores de signos contrapuestos. Por un lado, la persistencia de niveles de desempleo elevados, el redimensionamiento del sector inmobiliario y la última fase de la reestructuración del sistema financiero español limitan la expansión de la financiación. Por otro, la mejora de la situación de los mercados financieros, el progreso de la renta bruta disponible de las familias y la renovación del Programa de Incentivos al Vehículo Eficiente la incentivan. **La combinación de unos y otros se ha traducido en un incremento del volumen de nuevas operaciones desde julio, lo que ha sido compatible con una disminución del 2,0% del saldo vivo de crédito al consumo.**

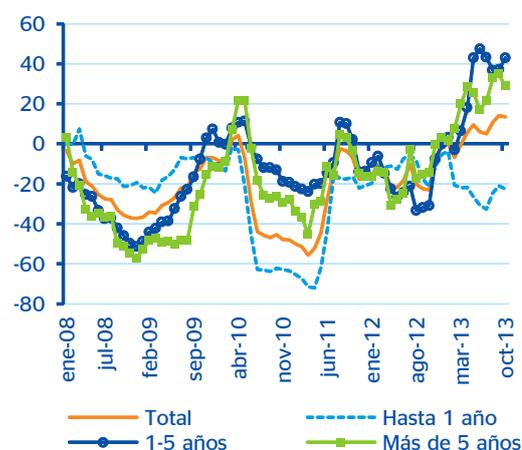
Aunque las nuevas operaciones dan signos positivos, continúa la caída del saldo vivo

El *stock* de crédito al consumo ha continuado con su tendencia descendente durante el segundo semestre del año en curso. Así, el último dato disponible, correspondiente al mes de octubre, indica una caída del 2,0% a/a⁴². Aunque el saldo vivo de crédito todavía no muestra tasas de crecimiento positivas, ya que las amortizaciones continúan siendo mayores que las nuevas operaciones, estas últimas arrojan señales de optimismo. Así, **las nuevas operaciones de financiación al consumo (sin incorporar otras finalidades) han evolucionado favorablemente en el 2013** y, entre julio y octubre, han registrado un crecimiento interanual medio del 13% (véase el Gráfico 34).

Si bien los últimos datos disponibles muestran que el crédito al consumo evoluciona en España de manera algo más favorable que en la UEM, la convergencia de la ratio de endeudamiento sobre PIB alcanzada a finales de 2011 se mantiene (6,1% en oct-2013). Como se observa en el Gráfico 35, **en la actualidad las familias españolas están igual de endeudadas que las europeas por créditos que no sean para adquisición de vivienda.**

Gráfico 34

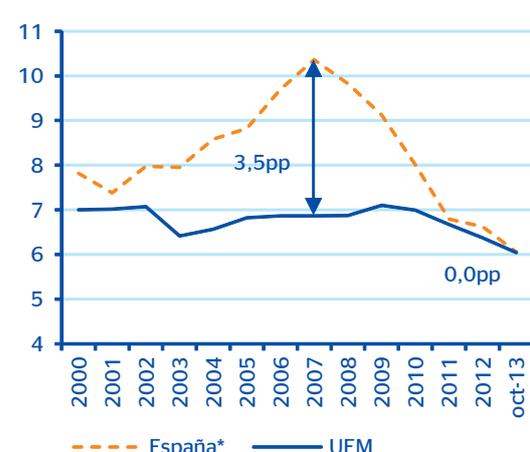
España: evolución de las nuevas operaciones de financiación al consumo (% a/a de la media móvil centrada de orden 3)



Fuente: BBVA Research a partir de BdE

Gráfico 35

Crédito al consumo sobre PIB (%)

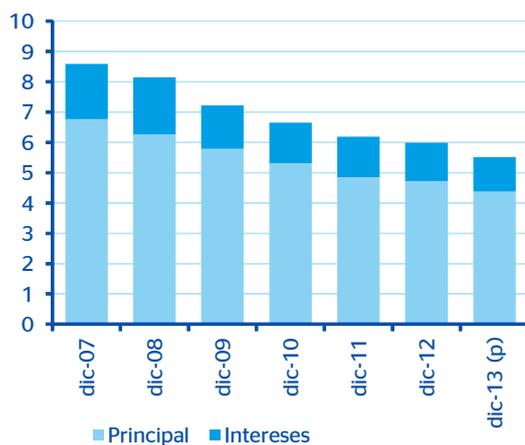


(*) Crédito al consumo gestionado. Incluye titulaciones
Fuente: BBVA Research a partir de BdE, BCE e INE

42: Nótese que en diciembre de 2012 se produjo un cambio en la definición de los agentes que se incluían en la financiación al consumo.

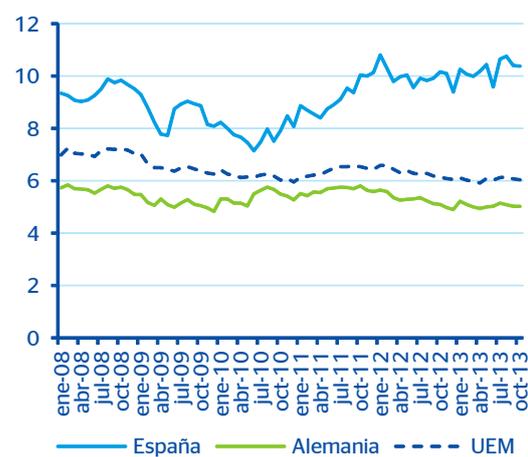
En este contexto, la carga financiera que deben soportar las familias españolas (por financiación no destinada a la adquisición de vivienda) en términos de su renta bruta disponible continúa ajustándose, y en septiembre representó el 5,7%, 3 décimas menos que a finales del 2012 (véase el Gráfico 36). La reducción de la carga financiera se explica por la disminución tanto del principal como de los intereses. Al respecto, **los tipos de interés aplicados a los préstamos no dedicados a la adquisición de vivienda de las familias españolas continúan siendo mayores que los observados en la UEM.** La diferencia se acentúa en los tipos de interés de las nuevas operaciones de préstamo al consumo a más de un año y menos de cinco, que alcanzaron en España el 10,4% en octubre, frente al 5,0% en Alemania y el 6,0% en la zona del euro (véase el Gráfico 37). Cabe destacar que los tipos de interés en los países periféricos están influenciados, entre otros motivos, por el riesgo soberano, y se espera que los aplicados a los préstamos españoles se alineen a los europeos conforme se confirmen los avances hacia la unión bancaria. En la medida que los ajustes en los tipos de nuevas operaciones se trasladan a los de los saldos vivos, la carga financiera por intereses continuará disminuyendo.

Gráfico 36
España: carga financiera de los hogares por crédito al consumo (% de la RBD)



(p): previsión. Últimos datos disponibles hasta septiembre de 2013.
Fuente: BBVA Research a partir de BdE e INE

Gráfico 37
Tipos de interés de las nuevas operaciones de financiación de consumo a plazos superiores a un año e inferiores a cinco años. (%)



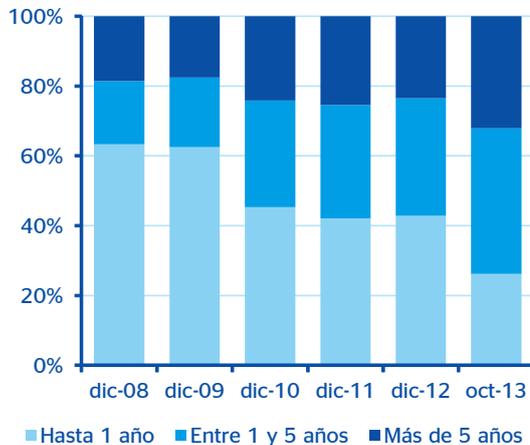
Fuente: BBVA Research a partir de BCE

Los datos de nuevas operaciones indican un cambio en la composición de la financiación al consumo por plazo. El crecimiento de los préstamos con un plazo superior a un año y la reducción de las operaciones a plazos más cortos han provocado que en octubre, 3 de cada 4 euros de financiación al consumo se concediesen a préstamos con un plazo mayor que un año, por tan solo el 37,6% en 2008 (véase el Gráfico 38).

Para el último trimestre del año las entidades que participan en la Encuesta de Préstamos Bancarios (EPB) opinan que la oferta de préstamos al consumo y otras finalidades se mantendrá, mientras que la demanda crecerá por primera vez desde diciembre de 2006. Por tanto, los resultados difieren de los obtenidos a finales del pasado año, cuando las entidades esperaban mantener la oferta y que la demanda cayera, y están en línea con las señales incipientes de recuperación del consumo.

Gráfico 38

España: distribución por plazo de las nuevas operaciones de crédito al consumo



Fuente: BBVA Research a partir de BdE

Gráfico 39

España: Encuesta de Préstamos Bancarios (Préstamo al consumo y otros, saldo de respuestas)



Fuente: BBVA Research a partir de BdE

Crédito al consumo por finalidad: más concesión, pero de menor importe

Dado que no se dispone de estadísticas desagregadas de crédito al consumo por finalidad para el conjunto del sistema financiero, el análisis se realiza con los datos recopilados por la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (Asnef). **Según Asnef, las nuevas operaciones de crédito al consumo aumentaron el 22,1% en el tercer trimestre del 2013 a/a.** Sin embargo, esta cifra está afectada por el efecto base causado por el aumento del IVA en septiembre del año pasado, que repercutió en el consumo y, por tanto, en su financiación. A pesar de su crecimiento, el número de nuevas operaciones del 3T13 todavía se encuentra lejos del observado en el mismo trimestre del año 2011 (un 16% menos). Por componentes, la evolución fue heterogénea: crecieron los préstamos personales (10,8% a/a) y el crédito *revolving*, tanto de tarjetas como de crédito (34,3% a/a), pero se redujo la financiación de bienes de consumo (-3,8% a/a).

La tendencia de reducción del préstamo medio, iniciada al final de 2012, se mantiene. Así, la cuantía del préstamo medio rozó los 2.400 euros, frente a los 3.000 euros de hace un año.

La financiación relacionada con el mercado del automóvil crece con el PIVE

La financiación mediante préstamos para la adquisición de vehículos, tanto de *stocks* (financiación concedida a los concesionarios) como la de automoción (adquisición de cualquier tipo de vehículos por parte de empresas y particulares), se incrementó en el tercer trimestre del 2013. Así, la financiación de *stocks* creció por primera vez desde mediados de 2010 (1,4% a/a), mientras que la de automoción lo hizo por segundo trimestre consecutivo (3,3%). Los componentes de esta última evolucionaron de manera dispar: aumentaron los préstamos para la adquisición de otros vehículos (motocicletas y caravanas, 45,3%), los de turismos nuevos de particulares (14,1%) y los de turismos usados a negocios (20,3%); y disminuyeron los de turismos nuevos de empresas (-13,6%), los de turismos usados de particulares (-14,1%) y los de vehículos comerciales (-79,1%).

El préstamo medio concedido para financiación de *stocks* aumentó el 1,9% a/a hasta acariciar los 25.000 euros. Por su parte, el préstamo medio para la financiación de automoción acumuló dos trimestres de subida. El alza del tercer trimestre fue notable (17,1%) y superó los 14.000 euros, cifra no observada desde marzo de 2011.

Por último, la financiación vía *leasing* de vehículos en el tercer trimestre del año disminuyó el 34% frente al mismo período del año 2012. La caída fue generalizada en todo tipo de vehículos: turismos, vehículos comerciales y otros vehículos. También la financiación media concedida se redujo, desde los casi 26.000 euros en septiembre de 2012 hasta los poco más de 23.000 euros actuales. Con todo, existen diferencias importantes entre las clases de vehículos. Así, la financiación media concedida para vehículos comerciales y otros superó los 40.000 euros, mientras que la de turismos fue de 16.000 euros.

A futuro, en la medida que las matriculaciones de turismos mantengan su senda positiva, la financiación continuará aumentando. En general, **el saldo vivo de crédito al consumo continuará mostrando tasas de crecimiento negativas en el medio y largo plazo**. Aunque las amortizaciones de crédito todavía serán superiores a las nuevas operaciones, la evolución de estas últimas permite ser más positivos que en anteriores ocasiones. Así, **el necesario proceso de desapalancamiento continuará siendo compatible con la concesión de nuevo crédito a la demanda solvente**. Además, los avances en la unión bancaria que lleven a una reducción de la fragmentación financiera existente a nivel europeo contribuirán al ajuste de precios de la financiación.

5. Análisis de la situación económica del comercio al por menor mediante la encuesta BBVA de tendencias de negocio. Segundo semestre del 2013⁴³

En diciembre de 2010, BBVA Research inició la Encuesta de Tendencias de Negocio (ETN) con la finalidad de complementar el análisis de la situación económica del comercio al por menor en España y su interrelación con la oferta y la demanda de crédito. Con periodicidad semestral, la ETN se dirige a los gestores y directores del departamento de *Consumer Finance* de BBVA en España dedicados a la comercialización de préstamos al consumo (canal prescriptor) en los sectores que distribuyen al por menor bienes -principalmente, duraderos- y servicios⁴⁴.

El cuestionario de la ETN se estructura en tres secciones. La primera contiene información sobre el ámbito de actuación del encuestado (comunidad autónoma, provincia y sectores de actividad de sus empresas colaboradoras); en la segunda se pregunta al participante en la encuesta su valoración sobre la situación económica -actual y prevista- de los sectores en los que opera y del conjunto de la economía. En la tercera, los encuestados evalúan el comportamiento presente y futuro de la oferta y de la demanda de crédito en su ámbito de actuación⁴⁵.

A continuación se presentan los resultados de la ETN correspondiente al segundo semestre del 2013, que recoge la valoración de los encuestados sobre la segunda mitad del año en curso y sus expectativas para la primera del 2014.

ETN 2S13: progreso generalizado y expectativas al alza

Por primera vez en los últimos cuatro años, la percepción de los encuestados sobre la situación de la economía española ha mejorado durante el segundo semestre del 2013. Como se observa en el Gráfico 40, la diferencia entre el porcentaje de respuestas que indican un avance de la economía y el porcentaje de las que sugieren un empeoramiento -habitualmente utilizada como un indicador de la situación económica- se ha situado en los 12,8 puntos en el 2S13, 66,9 puntos más que en el semestre precedente. La reducción de las tensiones financieras, el retorno gradual de los flujos de capital, el fin de la fase recesiva y la estabilización del mercado de trabajo continúan mejorando las expectativas de los agentes sobre el panorama de la economía española. Al respecto, los participantes en la ETN esperan que la recuperación se consolide durante la primera mitad del 2014: el 45,1% de los encuestados opina que la situación de la economía mejorará en el 1S14, frente al 6,7% que prevé un retroceso.

A diferencia de lo advertido en el 1S13, el ámbito de actuación del encuestado no ha condicionado la valoración del estado actual y las perspectivas de la economía española. Como muestra el Gráfico 41, **la dispersión del saldo de repuestas entre regiones se ha reducido de forma notable⁴⁶.** Con todo, la mejora de la situación económica declarada por los participantes en

43: Se agradece la participación en las encuestas de los gestores y directores de oficina del departamento de *Consumer Finance* de BBVA.

44: En concreto, las actividades analizadas son las de venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas; el comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones; el de artículos de ferretería, pintura y vidrio; el de aparatos electrodomésticos; el de mobiliario; el de productos cosméticos e higiénicos y el de otros productos cuya venta no se realiza en establecimientos especializados. También se incluyen otras actividades crediticias relacionadas con la concesión de préstamos por instituciones no dedicadas a la intermediación monetaria (en particular, préstamos al consumo).

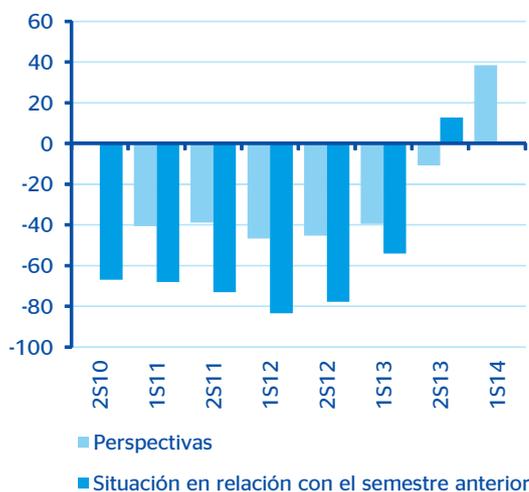
45: Nótese que las preguntas hacen referencia al conjunto del mercado y no a la política seguida por BBVA.

46: Con la finalidad de preservar la confidencialidad de los participantes en la encuesta y evitar problemas de representatividad, se proporcionan resultados agregados para siete grupos de CC.AA. que constituyen Unidades Territoriales Estadísticas de nivel 1 (NUTS1). Estos son: Noroeste (Galicia, Asturias y Cantabria); Noreste (País Vasco, Navarra, Rioja y Aragón); Madrid (Comunidad de Madrid); Centro (Castilla y León, Castilla-La Mancha y Extremadura); Este (Cataluña, Comunidad Valenciana e Islas Baleares); Sur (Andalucía, Murcia, Ceuta y Melilla) y Canarias (Islas Canarias).

la ETN residentes en la región de Madrid y, sobre todo, en la Sur ha sido mayor que la del promedio nacional. Por el contrario, los encuestados de las regiones Norte, Centro y Este han manifestado un avance comparativamente menor. Al igual que en los semestres precedentes, las expectativas para el 1S14 progresan en todas las CC.AA⁴⁷.

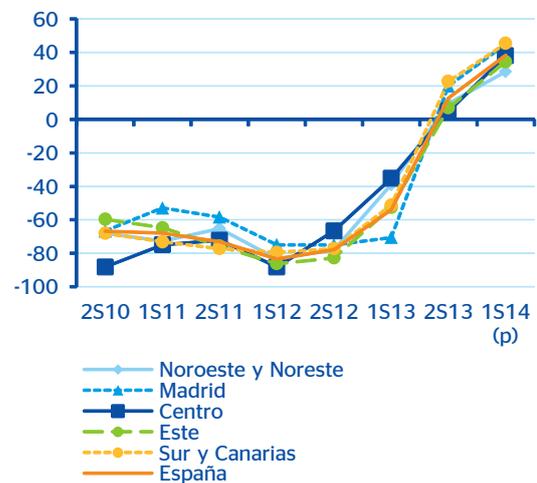
Por sector de actividad, el dinamismo de la situación económica entre julio y diciembre ha sido mayor que el previsto hace seis meses, pero el avance ha sido parco si se compara con los resultados obtenidos para el conjunto de la economía. Entre las actividades analizadas destaca la recuperación del sector de venta y reparación de vehículos de motor, asociada al impulso del PIVE durante todo el 2013. Por el contrario, la percepción sobre el estado del comercio minorista de mobiliario ha continuado deteriorándose en línea con la demanda de vivienda, aunque a un ritmo significativamente menor que el registrado en el 1S13 (véase el Gráfico 42).

Gráfico 40
Percepción sobre la situación de la economía española: saldo de respuestas (un valor <0 indica un empeoramiento)



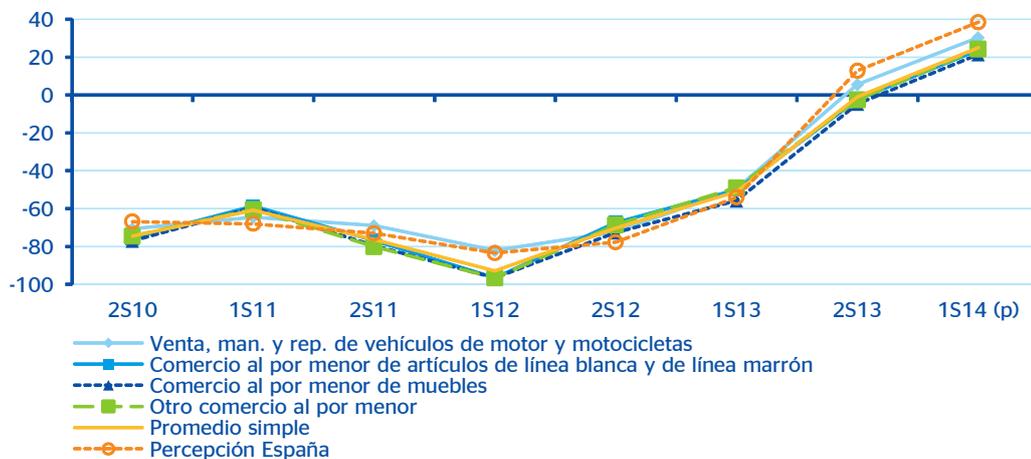
Fuente: BBVA Research (ETN)

Gráfico 41
Percepción sobre la situación de la economía española en cada región: saldo de respuestas (un valor <0 indica un empeoramiento)



(p): perspectivas
Fuente: BBVA Research (ETN)

Gráfico 42
Percepción sobre la situación económica de cada sector: saldo de respuestas (un valor <0 indica un empeoramiento)



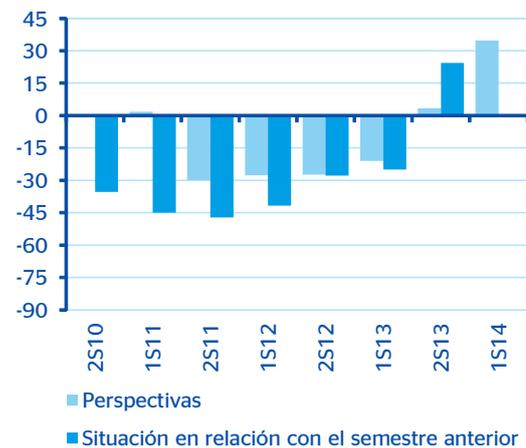
(p): perspectivas
Fuente: BBVA Research (ETN)

47: Si bien la pregunta hace referencia al conjunto de España, los resultados a nivel regional deben ser tomados con cautela porque podrían estar afectados por factores idiosincrásicos.

La **percepción sobre evolución del crédito** concedido por el conjunto de instituciones financieras es un reflejo de la incertidumbre sobre la coyuntura económica apreciada por los encuestados. Al respecto, **los participantes en la ETN consideran que la demanda y, sobre todo, la oferta de crédito en España han aumentado durante la segunda mitad del año en curso**, y lo han hecho más de lo esperado en junio (véanse los Gráficos 43 y 44). En particular, la proporción de encuestados que piensa que la demanda ha crecido entre julio y diciembre alcanzó el 38,4%, 24,2 pp más que en el 1S13. Del mismo modo, el 36,0% de los participantes en la encuesta afirma que la oferta se ha incrementado en el 2S13, 20,4 pp más que en semestre anterior, mientras que tan solo el 11,6% opina que ha disminuido.

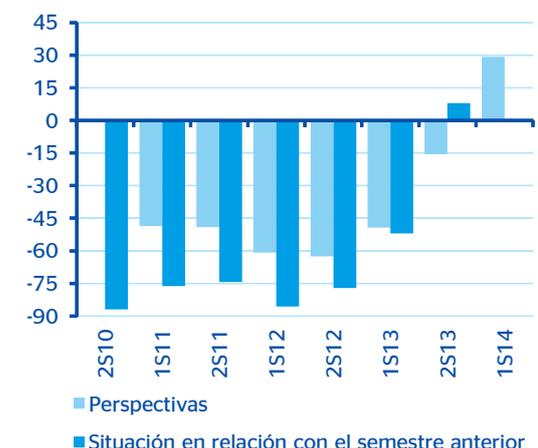
Las perspectivas para el 1S14 son favorables, tanto desde el punto de vista de la oferta agregada de crédito como de la demanda. De hecho, **cuatro de cada diez encuestados piensan que la oferta y la demanda de crédito crecerán durante la primera mitad del año próximo**, mientras que tan solo uno de cada diez considera que volverán a retroceder.

Gráfico 43
Percepción sobre la oferta de crédito: saldo de respuestas (un valor <0 indica un empeoramiento)



Fuente: BBVA Research (ETN)

Gráfico 44
Percepción sobre la demanda de crédito: saldo de respuestas (Un valor <0 indica un empeoramiento)



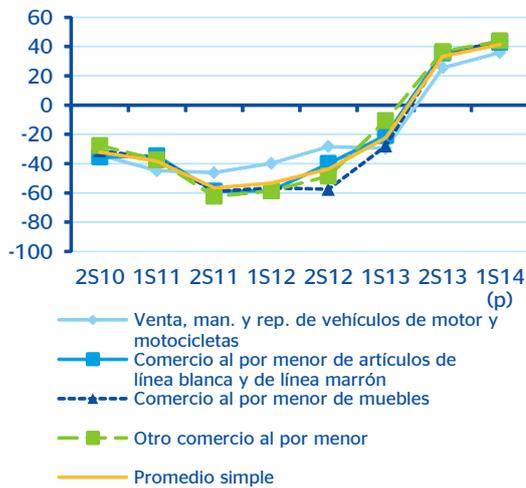
Fuente: BBVA Research (ETN)

El comportamiento del crédito por sectores reproduce el patrón descrito para el agregado -mejora de la oferta y de la demanda en relación con lo observado en el 1S13- **aunque con matices** (véanse los Gráficos 45 y 46). En particular, destaca el menor avance de la oferta y, sobre todo, de la demanda de crédito en el sector de distribución de vehículos de motor y motocicletas en relación con las restantes actividades a pesar de la vigencia del PIVE.

En línea con la mejora generalizada de las perspectivas sectoriales, las expectativas de los participantes en la ETN para el 1S14 indican que la oferta de crédito volverá a crecer en todas las actividades analizadas. A su vez, la demanda también aumentará, pero a tasas inferiores.

Gráfico 45

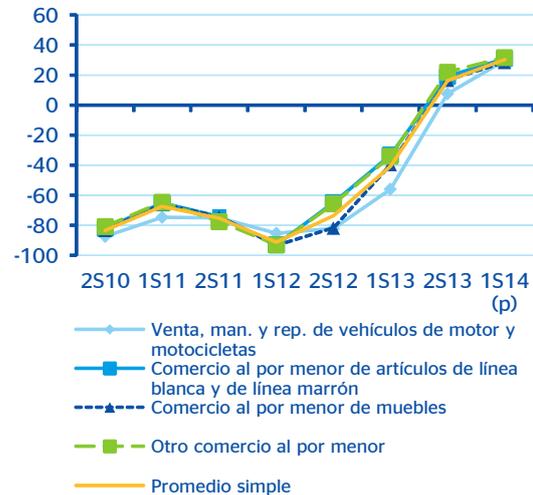
Percepción sobre la oferta de crédito en cada sector: saldo de respuestas (Un valor <0 indica un empeoramiento)



(p): perspectivas
Fuente: BBVA Research (ETN)

Gráfico 46

Percepción sobre la demanda de crédito en cada sector: saldo de respuestas (Un valor <0 indica un empeoramiento)



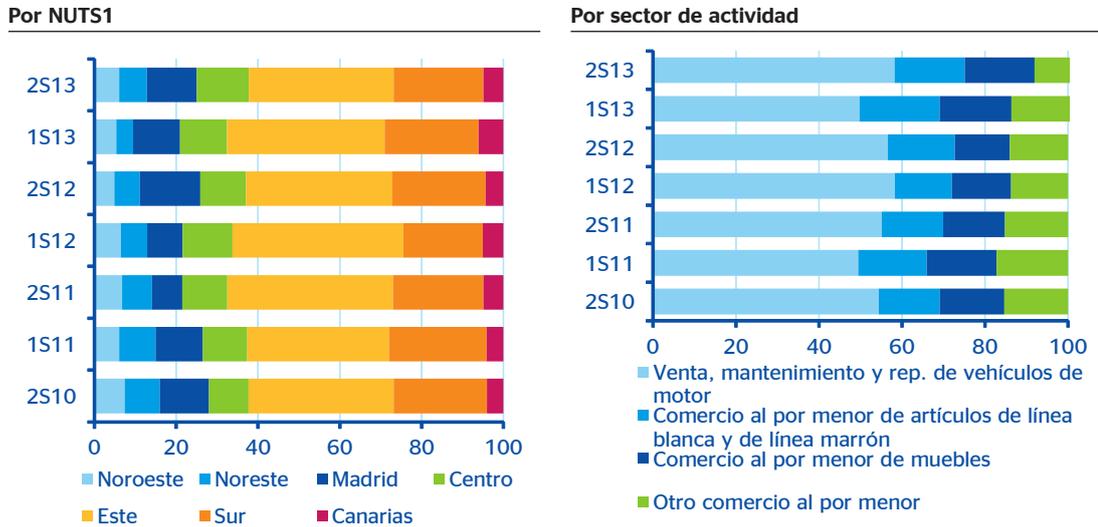
(p): perspectivas
Fuente: BBVA Research (ETN)

En resumen, los resultados de la ETN sugieren que el comercio al por menor ha recuperado sus constantes vitales durante el segundo semestre del 2013, apoyado en la mejora de las condiciones crediticias. A pesar de la debilidad de sus fundamentos, el crecimiento del consumo ha repercutido positivamente sobre la demanda de préstamos, que ha aumentado durante el 2S13. Al mismo tiempo, los participantes en la ETN han percibido una relajación de las condiciones de financiación que ha contribuido a incrementar la oferta agregada de crédito al consumo más de lo previsto en junio. Los encuestados opinan que el crédito ha evolucionado favorablemente en todas ramas de actividad que integran el comercio minorista, y lo continuará haciendo durante el primer semestre del 2014, lo que apuntalará la mejora prevista de la actividad económica.

Anexo

Cuadro A.1.

Encuesta de tendencias de negocio BBVA. Composición de la muestra (%)



NUTS1: Nomenclatura de las Unidades Territoriales Estadísticas de nivel 1. Noroeste: Galicia, Asturias y Cantabria; Noreste: País Vasco, Navarra, Rioja y Aragón; Madrid: Comunidad de Madrid; Centro: Castilla y León, Castilla-La Mancha y Extremadura; Este: Cataluña, Comunidad Valenciana e Islas Baleares; Sur: Andalucía, Murcia, Ceuta y Melilla; Canarias: Islas Canarias

Número de observaciones: 175 en 2S10, 147 en 1S11, 163 en 2S11, 140 en 1S12, 162 en 2S12, 149 en 1S13 y 164 en 2S13
Fuente: BBVA Research

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

Este informe ha sido elaborado por la Unidad de España:

Economista Jefe Economías Desarrolladas

Rafael Doménech
+34 91 537 36 72
r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso
+34 91 374 39 61
miguel.cardoso@bbva.com

Anabel Arador
+34 93 401 40 42
ana.arador@grupobbva.com

Joseba Barandiaran
+34 94 487 67 39
joseba.barandia@bbva.com

Mónica Correa
+34 91 374 64 01
monica.correa@bbva.com

Juan Ramón García
+34 91 374 33 39
juanramon.gj@bbva.com

Laura González
+34 91 807 51 44
laura.gonzalez.trapaga@bbva.com

Félix Lores
+34 91 374 01 82
felix.lores@bbva.com

Antonio Marín
+34 648 600 596
antonio.marin.campos@bbva.com

Myriam Montañez
+34 954 24 74 86
miriam.montanez@bbva.com

Virginia Pou
+34 91 537 77 23
virginia.pou@bbva.com

Juan Ruiz
+34 646 825 405
juan.ruiz2@bbva.com

Pep Ruiz
+34 91 537 55 67
ruiz.aguirre@bbva.com

Amanda Tabanera
+34 91 807 51 44
amanda.tabarena@bbva.com

Camilo Andrés Ulloa
+34 91 537 84 73
camiloandres.ulloa@bbva.com

Con la colaboración de:

Sistemas Financieros
Macarena Ruesta
+34 91 374 33 21
esperanza.ruesta@bbva.com

BBVA Research

Economista Jefe del Grupo

Jorge Sicilia

Economías Emergentes:

Alicia García-Herrero
alicia.garcia-herrero@bbva.com.hk

Análisis Transversal Economías Emergentes

Álvaro Ortiz Vidal-Abarca
alvaro.ortiz@bbva.com

Asia

Stephen Schwartz
stephen.schwartz@bbva.com.hk

México

Carlos Serrano
carlos.serrano@bbva.com

Coordinación Latam

Juan Ruiz
juan.ruiz@bbva.com

Argentina

Gloria Sorensen
gsorensen@bbva.com

Chile

Jorge Selaive
jselaive@bbva.com

Colombia

Juana Téllez
juana.tellez@bbva.com

Perú

Hugo Perea
hperea@bbva.com

Venezuela

Oswaldo López
oswaldo.lopez@bbva.com

Economías Desarrolladas:

Rafael Doménech
r.domenech@bbva.com

España

Miguel Cardoso
miguel.cardoso@bbva.com

Europa

Miguel Jiménez
mjimenezg@bbva.com

Estados Unidos

Nathaniel Karp
nathaniel.karp@bbvacompass.com

Áreas Globales:

Escenarios Económicos

Julián Cubero
juan.cubero@bbva.com

Escenarios Financieros

Sonsoles Castillo
s.castillo@bbva.com

Innovación y Procesos

Clara Barrabés
clara.barrabes@bbva.com

Sistemas Financieros y Regulación:

Santiago Fernández de Lis
sfernandezdelis@grupobbva.com

Sistemas Financieros

Ana Rubio
arubiog@bbva.com

Inclusión Financiera

David Tuesta
david.tuesta@bbva.com

Regulación y Políticas Públicas

María Abascal
maria.abascal@bbva.com

Política de Recuperación y Resolución

José Carlos Pardo
josecarlos.pardo@bbva.com

Coordinación Regulatoria Global

Matías Viola
matias.viola@bbva.com

Interesados dirigirse a:

BBVA Research

Paseo Castellana, 81 - 7ª planta
28046 Madrid (España)
Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00
Fax: +34 91 374 30 25
bbvaresearch@bbva.com
www.bbvaresearch.com