

# EL CIUDADANO EUROPEO ANTE LA CRISIS

Publicis, mayo 2013



Ipsos /CGI - Publicis  
**Informe Global**

# ¿Quién es Publicis?

**Publicis Groupe es uno de los tres mayores grupos de comunicación a nivel global, segundo en compra de medios y primero en el negocio digital.**

**Con actividad en los cinco continentes, Publicis Groupe está presente en 104 países y emplea a más de 45.000 profesionales de la comunicación.**



# ¿Porqué este estudio?

**Vivimos en momento de intenso cambio.**

**Nuestra labor es ayudar a nuestros clientes a conectar con sus consumidores y sentimos la necesidad de tener un pulso real de cómo está cambiando ese consumidor a raíz de la crisis.**

**Por esta razón, en colaboración con IPSOS y CGI, Publicis puso en marcha esta iniciativa en seis mercados clave del entorno europeo.**

**Los resultados de este estudio deben servir para comprender mejor lo que está sucediendo en nuestro entorno y cómo los ciudadanos se van adaptando al mayor cambio que se ha vivido en las últimas décadas.**



# Metodología estudio cuantitativo

Encuesta realizada por



/ CGI para Publicis

## Muestra:

Europa : **6 198 encuestados, incluyendo:**

Francia : **1 021** encuestados

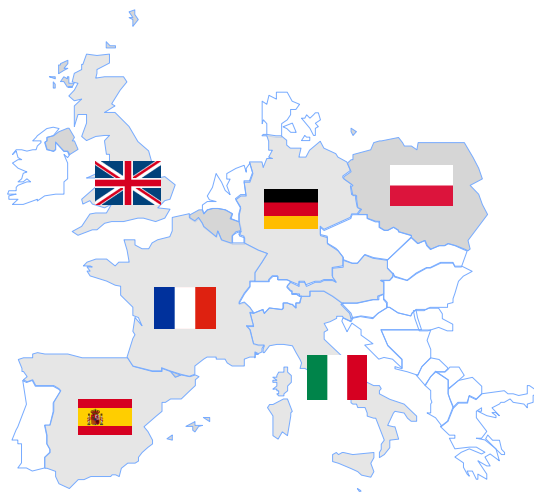
Alemania: **1 013** encuestados

España: **1 059** encuestados

Reino Unido: **1 040** encuestados

Italia: **1 009** encuestados

Polonia: **1 056** encuestados



**Trabajo de campo realizado** desde el 14 de marzo al 7 de abril 2013.

**Método:** Muestras nacionales representativas entrevistados online



# Comentarios generales

**En líneas generales, se comparten las prioridades y preocupaciones principales entre los distintos países.**

**Sin embargo, al entrar en detalle y segundas prioridades es donde más disparidad hay entre países.**

**Tras este estudio queda claro que no sirven recetas únicas ya que la crisis está afectando de maneras distintas a cada uno de los países.**

**En el estudio salen a relucir diferencias importantes en cuanto a lo que los ciudadanos de cada país ven como prioridades a resolver, problemas a afrontar, cambios a acometer, fortalezas a explotar...**



# Clima social y expectativas



# Clima y expectativas

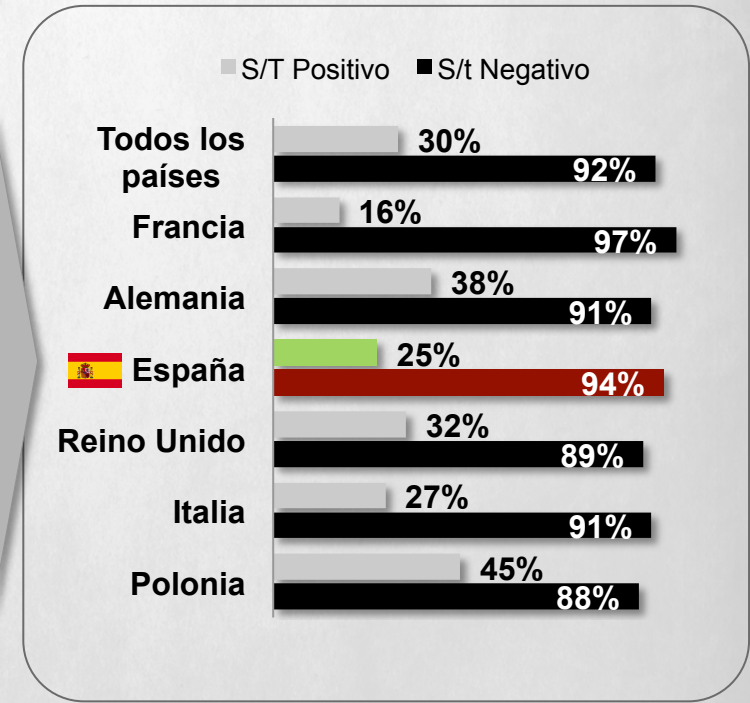
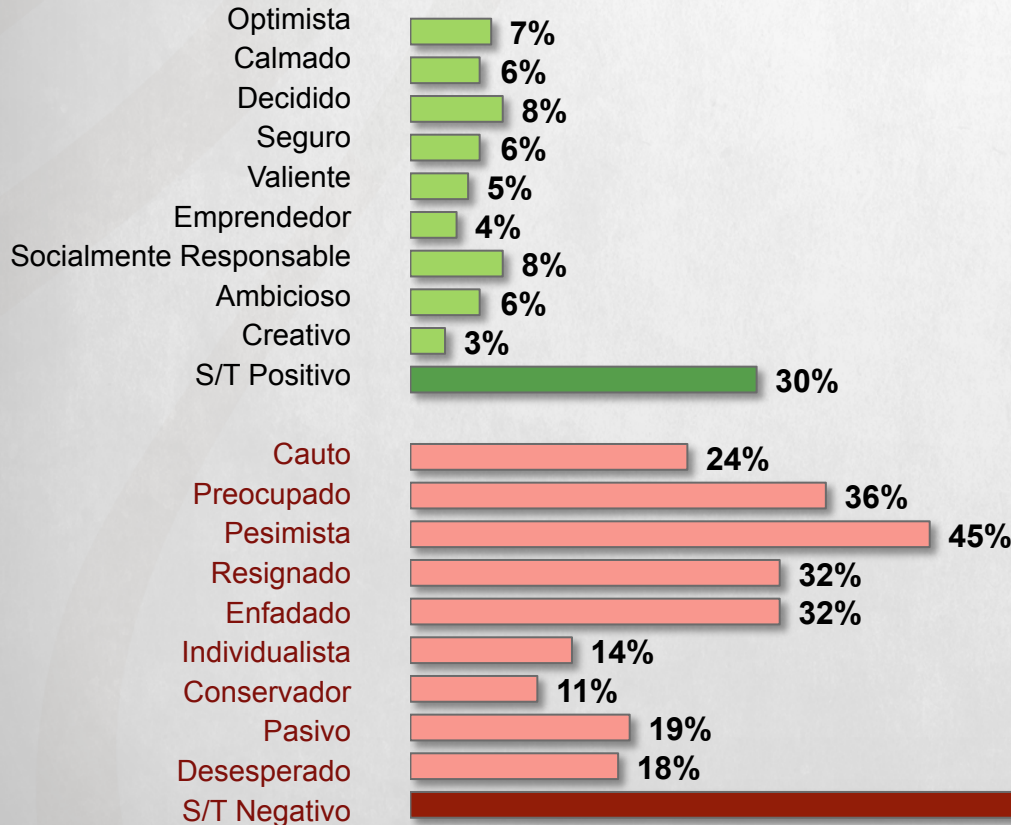
- **Pesimismo generalizado tanto en la situación actual como respecto de una salida de la crisis a corto plazo.**
- **Preocupación por el futuro propio (una vejez digna) y el de nuestros hijos.**
- **El futuro no está en nuestras manos.**
- **Ajustes importantes en consumo y reducida capacidad de ahorro.**
- **Desconfianza ante las reformas.**



# El pesimismo es la nota dominante en el entorno europeo en general con el triple de menciones negativas. Los españoles, menos positivos.

¿que tres adjetivos describen mejor el estado de ánimo más extendido entre sus conciudadanos?

## Para sus conciudadanos

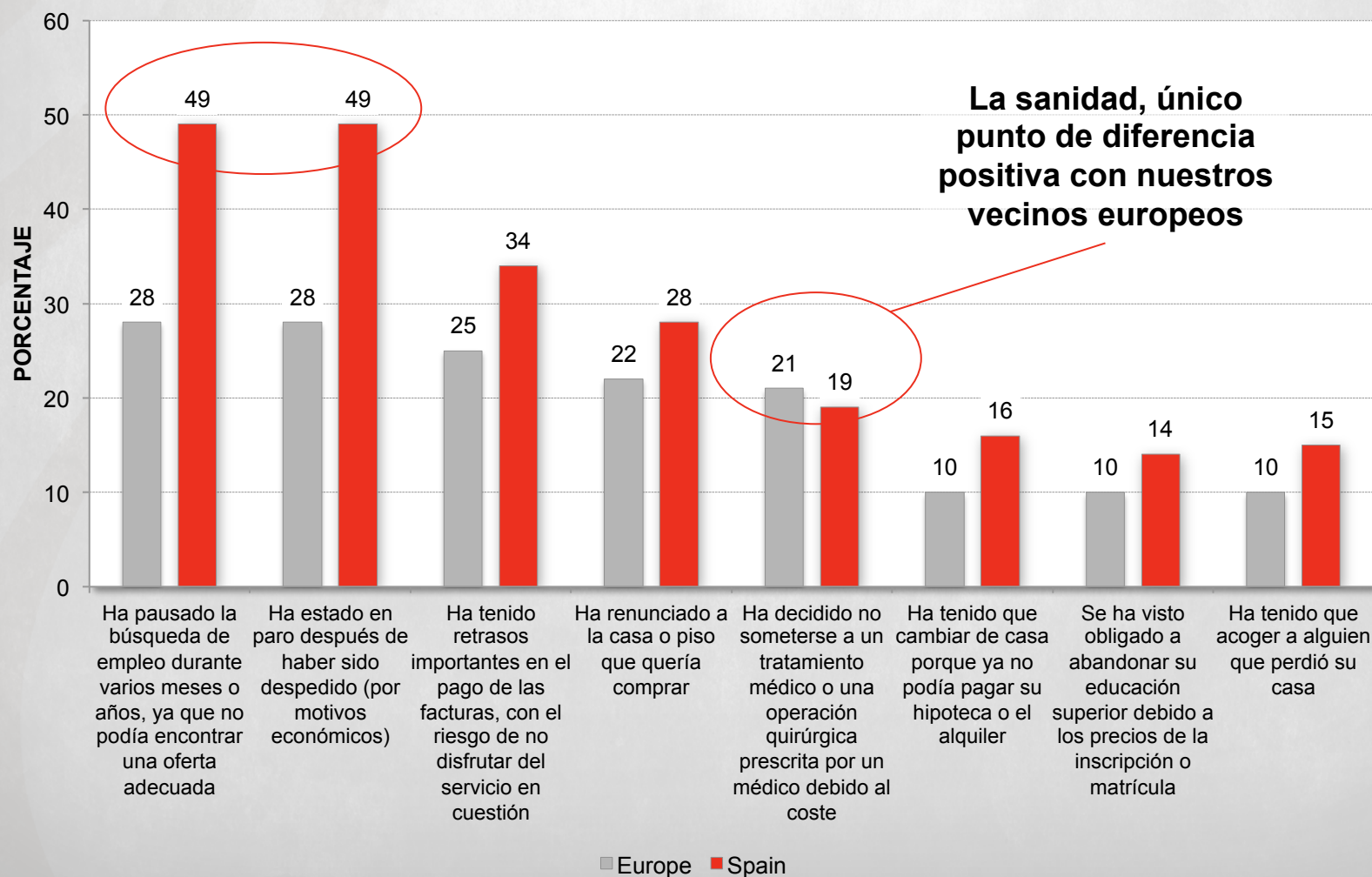


**Con casi un 50% de españoles que han dejado de buscar trabajo, el empleo se muestra como la mayor brecha con el resto de Europa.**



# En todos los indicadores, los hogares españoles sufren más, pero es en lo relacionado con el paro donde casi se doblan las cifras.

Desde 2008 y debido a la crisis yo, o alguien de mi familia ...

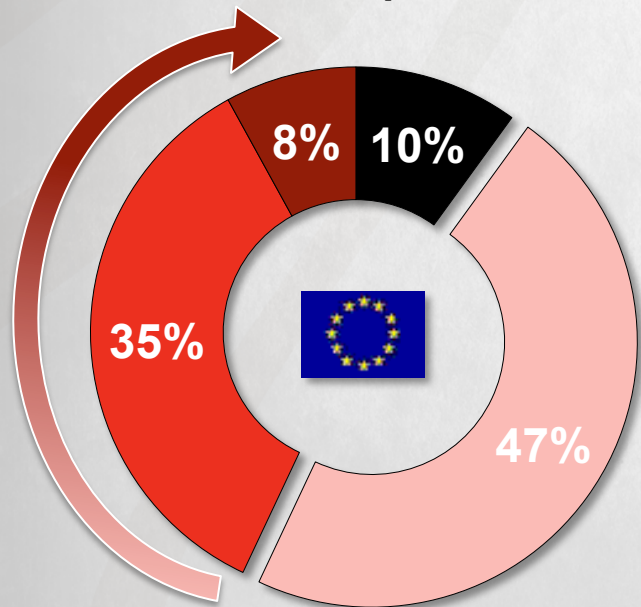


# En conjunto, españoles e italianos afrontan el doble de situaciones adversas que alemanes o ingleses

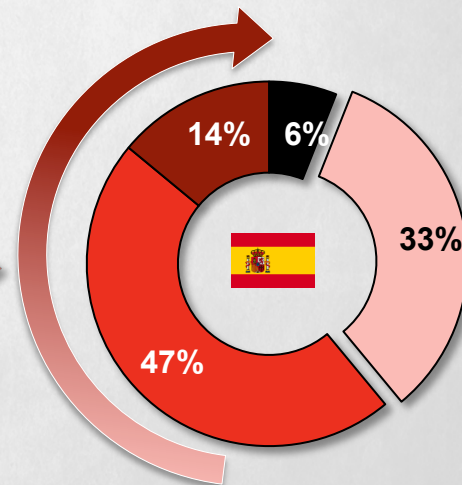
Promedio de situaciones identificadas (usted o alguien de su familia)

Todos los países

Todos los países: 5.1



	4.5
	3.2
	6.6
	3.8
	7.1
	5.6



6 de cada 10 hogares españoles se encuentran con 6 o más circunstancias negativas a las que enfrentarse

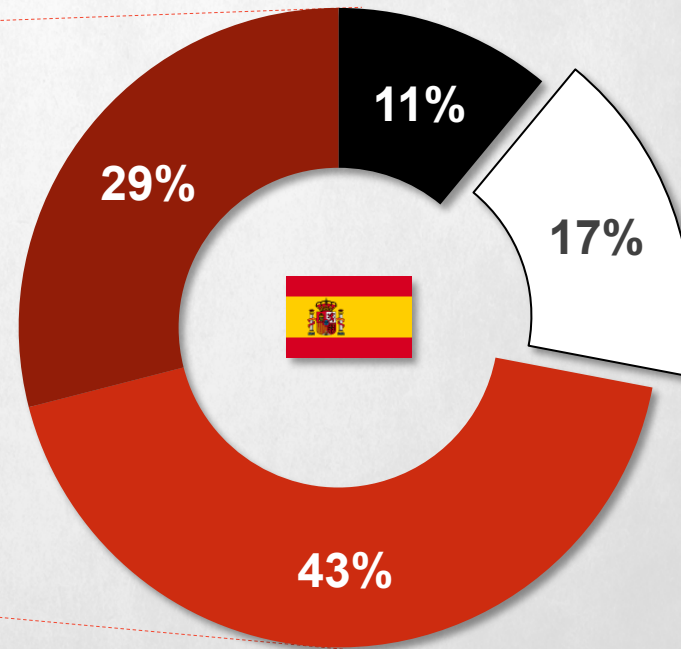
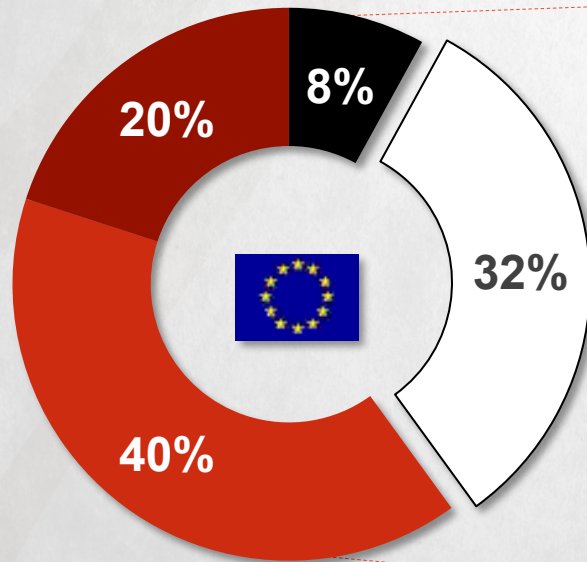
- 0 situaciones identificadas
- 1 to 5 situaciones identificadas
- 6 to 10 situaciones identificadas
- 11 to 15 situaciones identificadas



**Un 20% más  
de españoles se ven  
afectados por la crisis  
en comparación con  
la media europea.**



# Sólo un 17% de españoles dice que no le ha afectado la crisis, la mitad que en el resto de países.



Al pensar en la crisis económica que comenzó en 2008, ¿cómo evalúa las consecuencias en su vida cotidiana?









- Me ayudó a descubrir oportunidades de las que me he beneficiado
- En realidad no cambiaron nada, mi situación es casi la misma que antes
- Hizo que las dificultades que estaba experimentando fueran un poco peor
- Hizo que las dificultades que estaba experimentando fueron mucho peor



# La diferencia se agrava al comparar con Alemania, que, en un 55% no nota efectos negativos frente a tan solo un 17% de españoles

“Al pensar en la crisis económica que comenzó en 2008, ¿cómo evalúa las consecuencias en su vida cotidiana?”





Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
Me ayudó a descubrir oportunidades de las que me he beneficiado	8	8	11	9	11	7
En realidad no cambiado nada, mi situación es casi la misma que antes	32	38	17	43	10	28
Hizo que las dificultades que estaba experimentando fueran un poco peor	40	40	43	33	44	47
Hizo que las dificultades que estaba experimentando fuera mucho pero	20	14	29	15	35	18
S/T Agravó las dificultades	60	54	72	48	79	65

Tan solo los italianos parecen tener una percepción tan negativa o incluso peor que los españoles



# Detalle por país de los efectos de la crisis hasta el momento actual.

S/T Si, yo o alguien de mi familia

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
Ha pausado la búsqueda de empleo durante varios meses o años, ya que no podía encontrar una oferta adecuada	28	12	15	49	17	41	29
Ha estado en paro después de haber sido despedido (por motivos económicos)	28	12	15	49	17	41	30
Ha tenido retrasos importantes en el pago de las facturas, con el riesgo de no disfrutar del servicio en cuestión	25	12	17	34	10	36	41
Ha renunciado a la casa o piso que quería comprar	22	19	14	28	7	35	30
Ha decidido no someterse a un tratamiento médico o una operación quirúrgica prescrita por un médico debido al coste	21	19	15	19	8	42	23
Ha tenido que cambiar de casa porque ya no podía pagar su hipoteca o el alquiler	10	7	5	16	5	16	12
Se ha visto obligado a abandonar su educación superior debido a los precios de la inscripción o matrícula	10	6	5	14	6	14	16
Ha tenido que acoger a alguien que perdió su casa	10	10	5	15	7	14	11

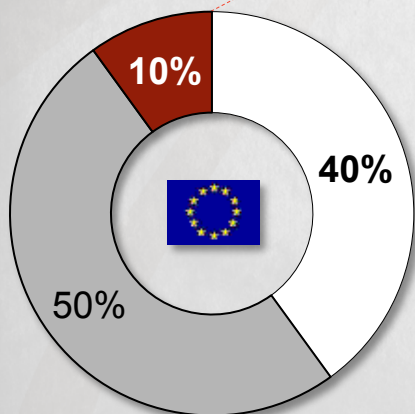
¿Usted o alguien de su familia, en un momento dado desde el año 2008 y debido a la crisis económica ... ?







**Sólo uno de cada tres  
españoles cree tener control  
sobre su vida.**



# Los españoles, la visión más pesimista acerca del control que tenemos sobre nuestras vidas.

Algunas personas piensan que tienen el control del desarrollo de su vida .  
 Otros piensan que tienen poco poder real sobre lo que les sucede.  
 En la actualidad, ¿ qué diría usted... ?



	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
<b>Tiene le control sobre como se desarrolla su vida</b>	40	40	51	33	45	30	39
<b>Tiene poco poder real sobre lo que le ocurre</b>	50	52	43	50	48	57	52
<b>No tiene poder real sobre lo que le ocurre</b>	10	8	6	17	7	13	9



# Consumo y ahorro



# Consumo y ahorro

- **Grandes diferencias en la capacidad de ahorro entre países, con alemanes a la cabeza y españoles a la cola.**
- **Desplome del consumo**
- **Por partidas, telecomunicaciones y ocio las más afectadas.**
- **Los hábitos de consumo también cambian con nuevas prioridades como el origen de los productos (patriotismo de consumo).**

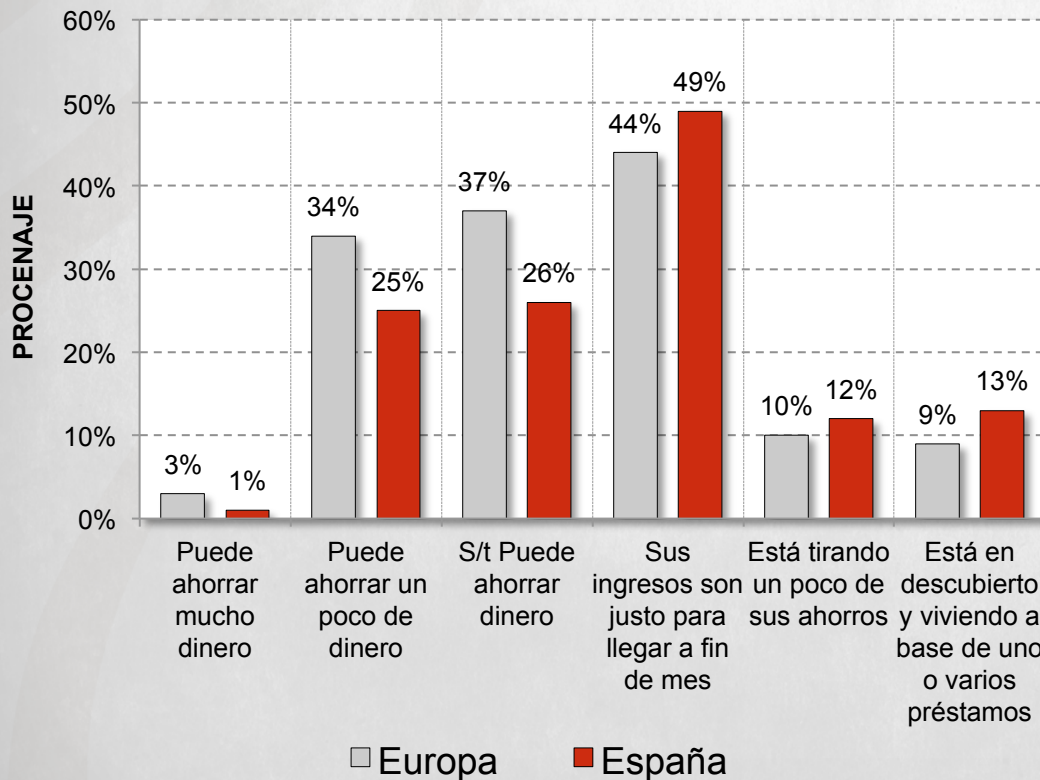


**Sólo un 26%  
de españoles  
puede ahorrar algo  
a final de mes.**

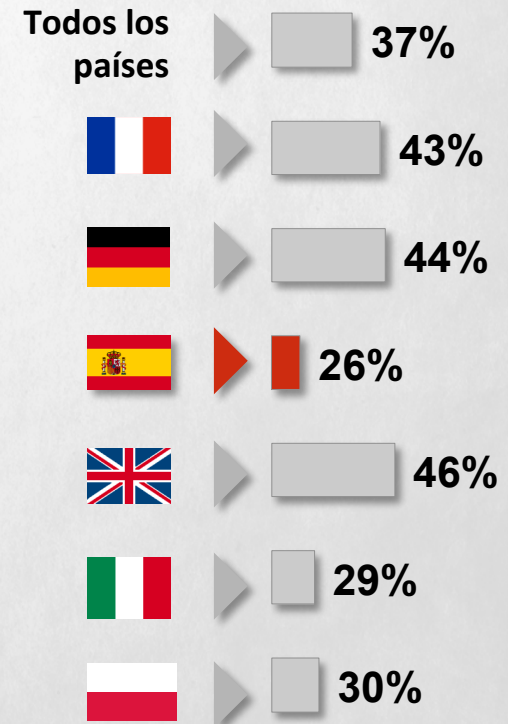


# Los españoles, los que menos capacidad de ahorro tienen, con sólo un 26% que lo consiguen

¿Qué afirmación describe mejor su situación actual?









S/T Puede ahorrar dinero %



A todos



# La mitad de los españoles llegan justos a fin de mes, con un 25% que tira de ahorros o se tiene que endeudar.

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
<b>Puede ahorrar mucho dinero</b>	3	2	4	1	6	2	1
<b>Puede ahorrar un poco de dinero</b>	34	41	40	25	40	27	29
<b><i>S/T Puede ahorrar dinero</i></b>	<b>37</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>26</b>	<b>46</b>	<b>29</b>	<b>30</b>
<b>Sus ingresos son justo para llegar a fin de mes</b>	44	38	39	49	34	52	52
<b>Está tirando un poco de sus ahorros</b>	10	11	8	12	13	13	8
<b>Está en descubierto y viviendo a base de uno o varios préstamos</b>	9	8	9	13	7	6	10
<b><i>S/t Vive de sus ahorros o préstamos</i></b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>18</b>

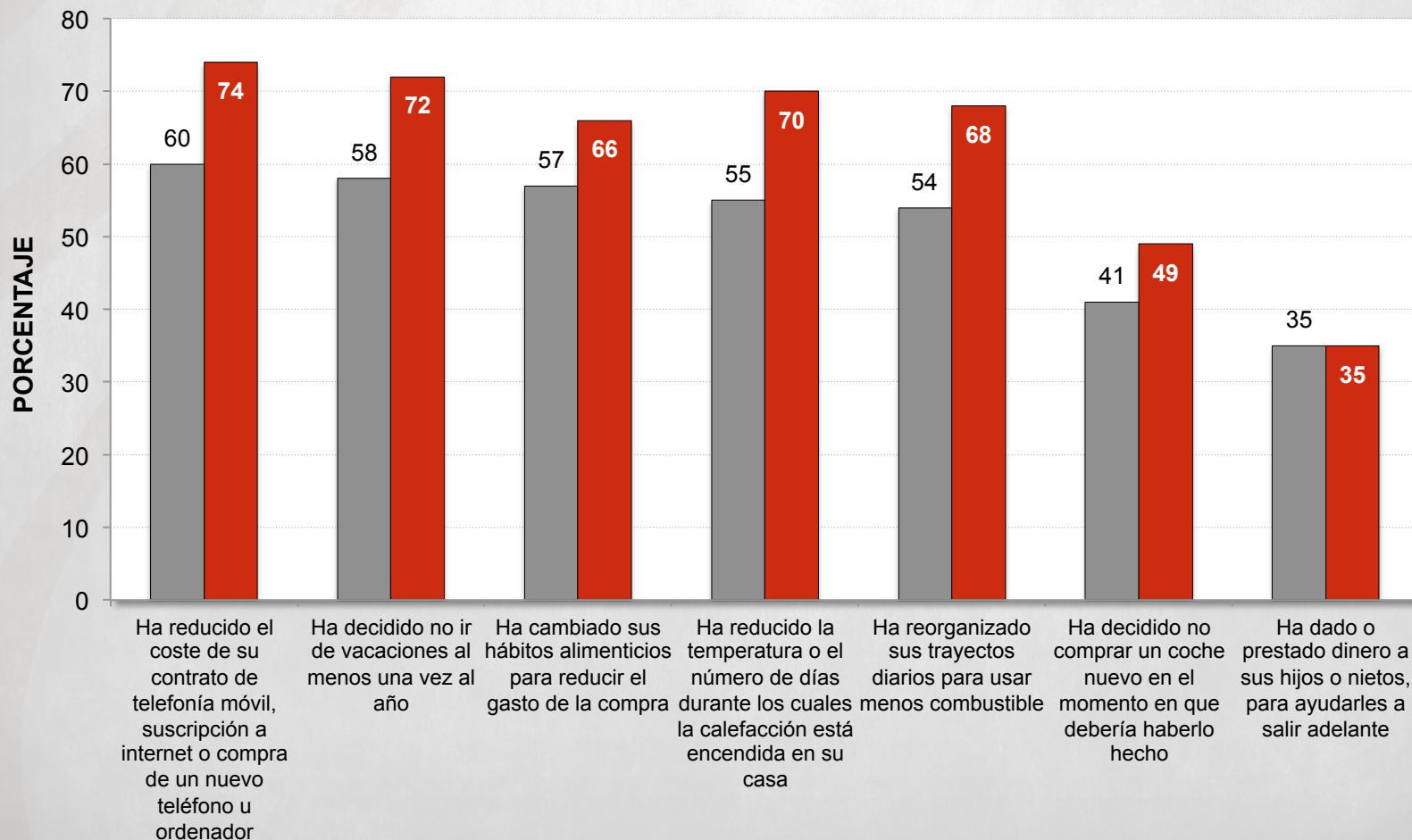


**Se reducen todas las  
partidas de gasto,  
incluidas las  
horas de calefacción y  
las telecomunicaciones**









# Las telecomunicaciones, con una reducción de la factura en 3 de cada 4 casos, lo más afectado de una revisión de generalizada de los gastos.

Desde 2008 y debido a la crisis yo, o alguien de mi familia ...



# Alemania, el único país donde la principal fuente de ahorro no son las telecomunicaciones, sino las vacaciones

**S/T Si, yo o alguien de mi familia**

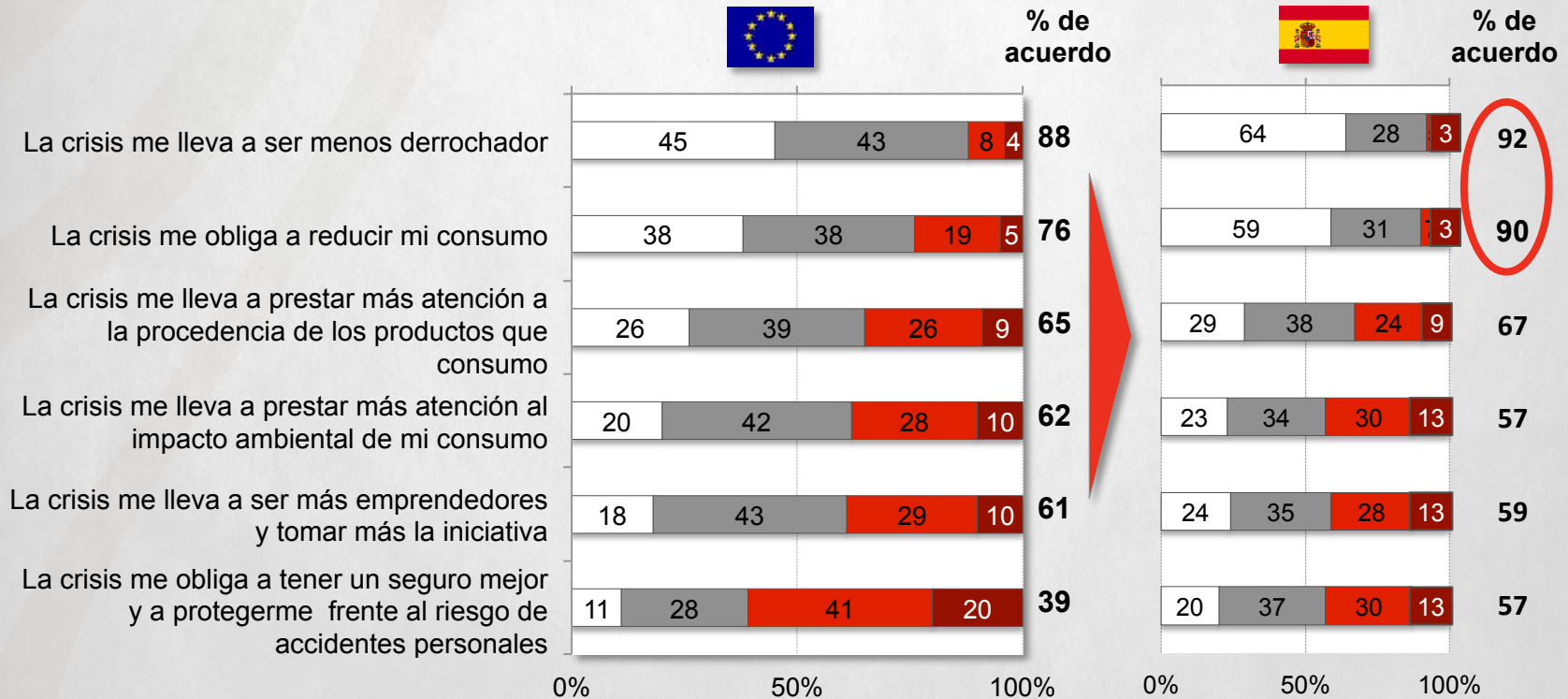
	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
Ha reducido el coste de su contrato de telefonía móvil, suscripción a internet o compra de un nuevo teléfono u ordenador	60	62	34	75	45	74	68
Ha decidido no ir de vacaciones al menos una vez al año	58	52	46	72	41	76	59
Ha cambiados sus hábitos alimenticios para reducir el gasto de la compra	57	58	32	66	56	75	56
Ha reducido la temperatura o el número de días durante los cuales la calefacción está encendida en su casa	55	54	33	69	58	68	46
Ha reorganizado su viaje diario para usar menos combustible	54	58	35	68	44	73	47
Ha decidido no comprar un coche nuevo en el momento en que debería haberlo hecho	41	38	28	49	21	62	47
Ha dado o prestado dinero a sus hijos o nietos, para ayudarles a salir adelante	35	31	24	35	33	41	47



**Un 92% de españoles  
se declara menos  
derrochador.**



# Los españoles, los que más cambiamos nuestra actitud ante el gasto, siendo mucho menos derrochadores que antes de la crisis.









Muy de acuerdo  
  Más bien de acuerdo  
  Más bien en desacuerdo  
  Muy en desacuerdo

¿Está muy de acuerdo, más bien de acuerdo, más bien en desacuerdo o muy en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones?



# Todos derrochan menos, pero, en segundos términos, las prioridades cambian y empiezan a surgir temas como el patriotismo de consumo.

¿Está muy de acuerdo, más bien de acuerdo, más bien en desacuerdo o muy en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones?

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
La crisis me lleva a ser menos derrochador	88	91	79	92	89	96	81
La crisis me obliga a reducir mi consumo	76	80	55	90	72	95	63
La crisis me lleva a prestar más atención a la procedencia de los productos que consumo	65	72	56	67	51	77	68
La crisis me lleva a prestar más atención al impacto ambiental de mi consumo	62	71	64	57	50	75	55
La crisis me lleva a ser más emprendedores y tomar más la iniciativa	61	55	60	59	68	61	66
La crisis me obliga a tener un seguro mejor y a protegerme frente al riesgo de accidentes personales	39	46	30	57	23	37	39



**El futuro que  
se prevé**



# El futuro que se prevé

- No se ve un fin a corto plazo.
- Grandes diferencias entre países respecto al futuro.
- Preocupa envejecer con dignidad.
- El futuro de los hijos, peor que el nuestro.

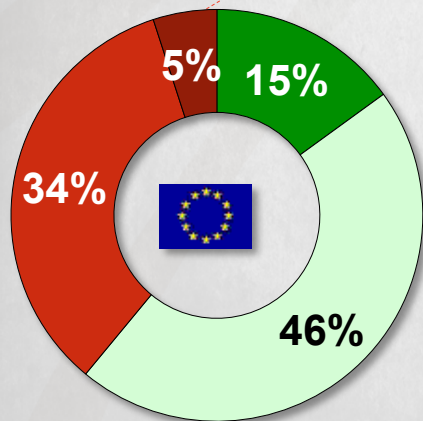








**Un 80% de alemanes  
ven un futuro abierto  
frente a tan solo un 50%  
de españoles.**



# Respecto del futuro, los alemanes con un 80% de optimistas e italianos con sólo un 45% marcan los dos extremos.

Cuando piensa en su futuro, usted diría que está ...



	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=105
<b>Completamente abierto</b>	15	5	19	10	21	6	30
<b>Ligeramente abierto</b>	46	44	61	41	45	39	48
<b>S/t Abierto</b>	61	49	80	51	66	45	78
<b>Ligeramente bloqueado</b>	34	46	17	44	27	47	19
<b>Completamente bloqueado</b>	5	5	3	5	7	8	3
<b>S/t Bloqueado</b>	39	51	20	49	34	55	22

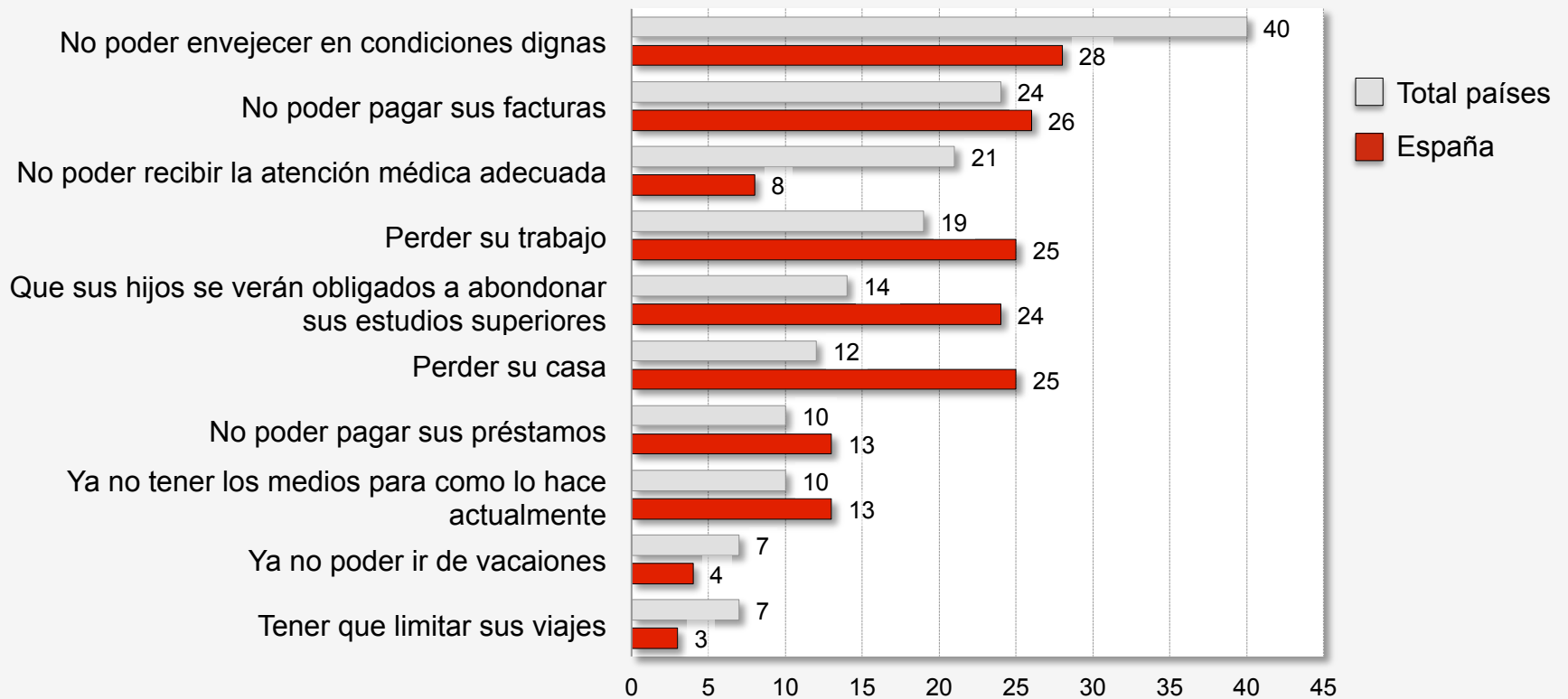


**El miedo a perder el  
empleo y la vivienda,  
los temores que más nos  
separan de Europa.  
Nuestra mayor tranquilidad,  
la sanidad.**









# Lo que más preocupa es el poder envejecer en condiciones dignas. En España destaca el miedo a perder el empleo, que preocupa al 25%

Cuando piensa en el futuro, ¿que es lo que personalmente de la más miedo?



Total > 100: dos posibilidad de dos respuestas

# Los alemanes, los más preocupados por su vejez con más de la mitad declarando ser éste su máximo miedo

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
No poder envejecer en condiciones dignas	40	47	51	28	31	50	36
No poder pagar sus facturas	24	18	20	26	31	14	31
No poder recibir la atención médica adecuada	21	25	28	8	17	23	28
Perder su trabajo	19	17	13	25	18	18	24
Que sus hijos se verán obligados a abandonar sus estudios superiores	14	14	7	24	6	28	6
Perder su casa	12	11	7	25	14	8	9
No poder pagar sus préstamos	10	11	9	13	7	7	16
Ya no tener los medios para comer tal y como lo hace actualmente	10	9	11	13	7	13	5
Ya no poder ir de vacaciones	7	7	8	4	10	4	8
Tener que limitar sus viajes	7	8	9	3	10	6	8

## Facturas y sanidad, lo siguiente en preocupación

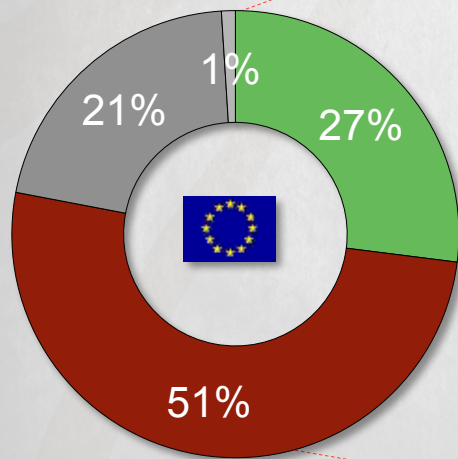








**El 32% de encuestados,  
creen que sus hijos tendrán  
una vida mejor que ellos.  
Los franceses en el polo  
opuesto, con un 72% que  
ven una herencia negativa.**



# La mitad de los encuestados ven un futuro peor para sus hijos. Los españoles, pese a todo, los más optimistas tras los polacos.

Cuando sus hijos tengan su edad, cree que van a vivir ...



	Todos los países <i>n</i> =6198	 <i>n</i> =1021	 <i>n</i> =1013	 <i>n</i> =1059	 <i>n</i> =1040	 <i>n</i> =1009	 <i>n</i> =1056
<b>Mejor que usted a su edad</b>	<b>27</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>40</b>
<b>No tan bien como usted a su edad</b>	<b>51</b>	<b>72</b>	<b>53</b>	<b>50</b>	<b>45</b>	<b>58</b>	<b>31</b>
<b>Igual de bien que usted a su edad</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>29</b>

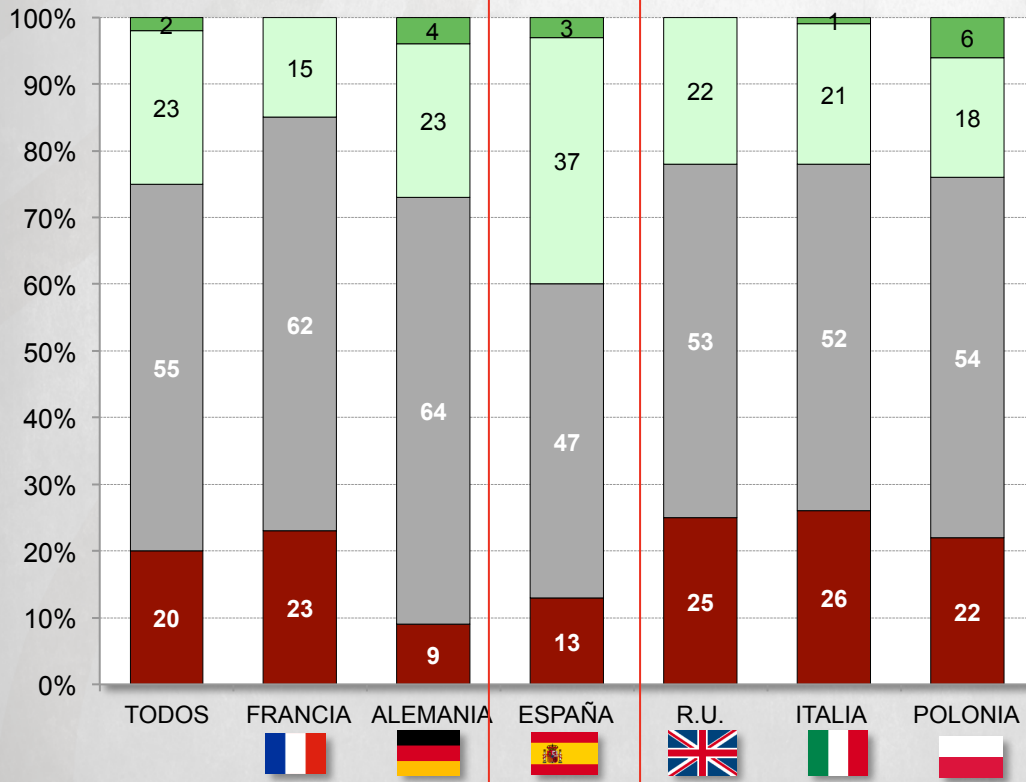


**Sobre la salida de la crisis,  
los españoles, los más  
optimistas, con un 40%  
de encuestados que ven  
mejoras en el plazo de un  
año.**

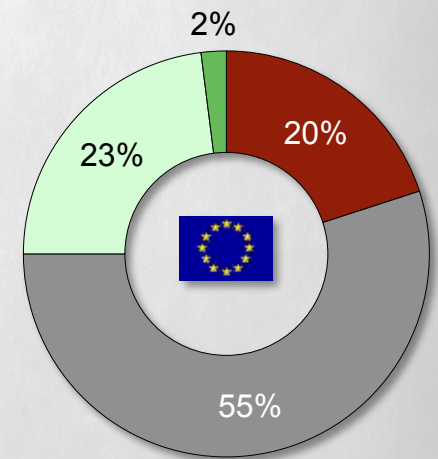


# Pocas esperanzas en un fin a corto plazo, especialmente entre los franceses, que ven cómo lo peor de la crisis está por llegarles.

En el próximo año, ¿diría que la crisis en su país... ?



- Terminará prácticamente o totalmente
- Mejorará ligeramente
- Empeorará ligeramente
- Empeorará mucho más



Empeorará	75	85	73	60	78	78	76
Mejorará	25	15	27	40	22	22	24

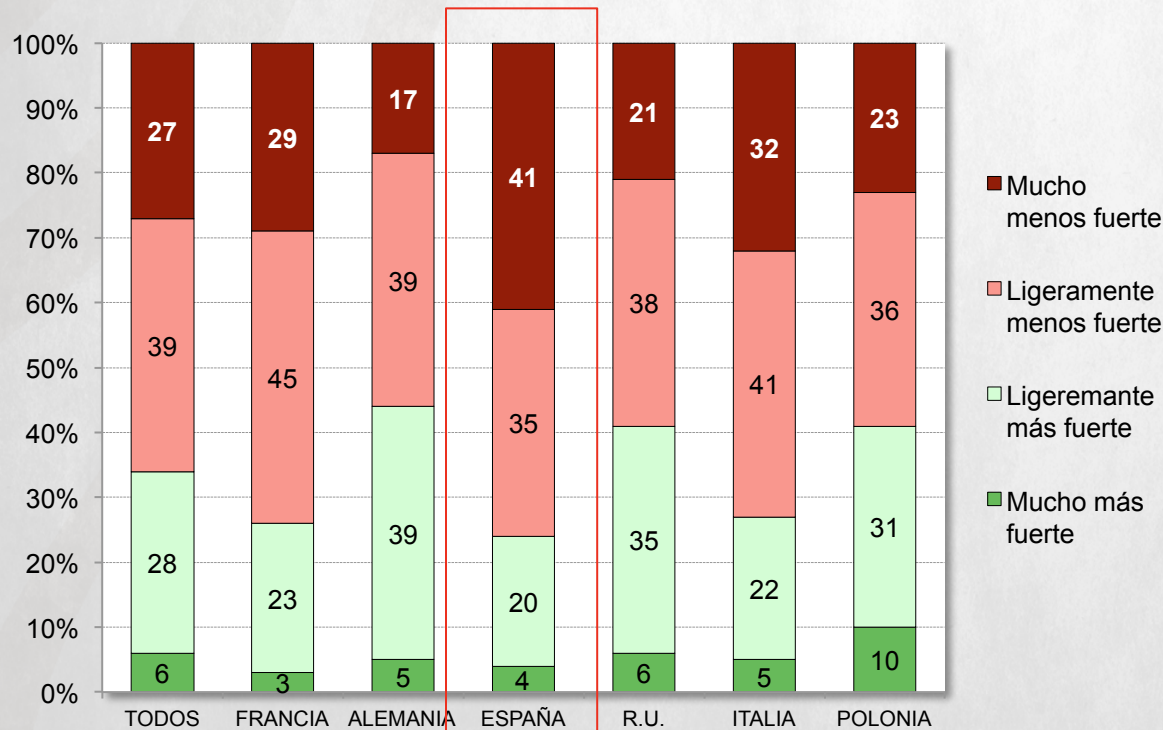


**Sin embargo, el 76%  
cree que España saldrá  
de la crisis peor que entró.**

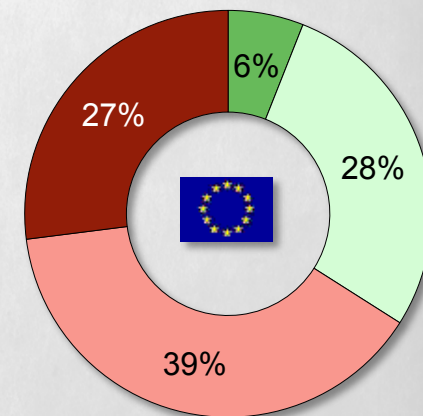


# 3 de cada 4 españoles y franceses piensan que el país saldrá debilitado de la crisis.

Teniendo en cuenta la situación económica de su país antes de la crisis, ¿cree que va a salir ... ?



- Mucho menos fuerte
- Ligeramente menos fuerte
- Ligeramente más fuerte
- Mucho más fuerte



Mejor	34	26	44	24	41	27	41
Peor	66	74	56	76	59	73	59



# Opinión sobre instituciones



# Instituciones

- **Desconfianza generalizada**
- **Las PYMES como nuevos héroes.**
- **Desapego de Europa**

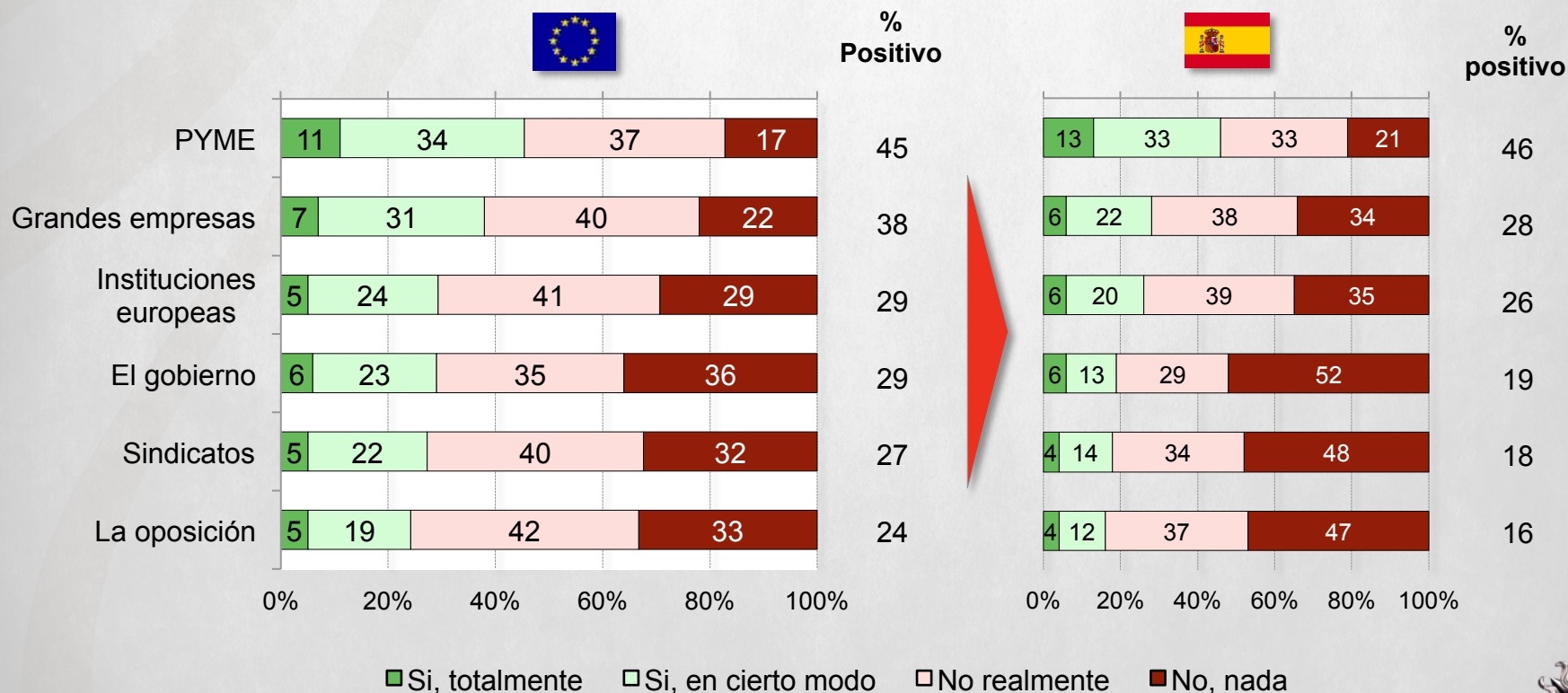


**No supera el 20% de  
españoles con una visión  
positiva de gobierno,  
oposición y sindicatos.  
Las peores cifras del  
entorno.**





# Hay una desconfianza generalizada en las instituciones, tema que se agrava en España. Las PYMES, la gran esperanza.

Para cada uno de las siguientes instituciones, ¿diría usted que ofrecen soluciones constructivas en el contexto de la crisis económica?



# Por países, los alemanes son los únicos que confían en sus grandes empresas. España es quien peor valora a todos los estamentos políticos.

	S/T Si						
	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
<b>PYME</b>	45	53	58	46	26	24	62
<b>Grandes empresas</b>	38	26	50	28	40	34	48
<b>Instituciones europeas</b>	29	20	36	26	19	25	52
<b>El gobierno</b>	29	21	45	19	40	15	31
<b>Sindicatos</b>	27	20	40	18	25	22	37
<b>La oposición</b>	24	25	37	16	26	20	24

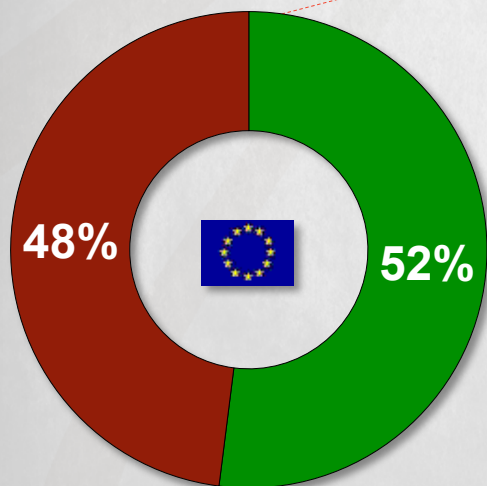








**Alemanes y británicos  
en creciente desapego  
respecto de Europa,  
con un 57% y 63%  
que la ven como  
un lastre.**



# Se percibe un creciente desapego respecto de la Unión Europea, sobre todo en Alemania y Reino Unido

Para su país, ¿cree que la pertenencia a la Unión Europea es en general una...?



	Todos los países <i>n</i> =6198	 <i>n</i> =1021	 <i>n</i> =1013	 <i>n</i> =1059	 <i>n</i> =1040	 <i>n</i> =1009	 <i>n</i> =105
Ventaja	52	55	42	59	36	47	70
Desventaja	48	45	57	41	63	53	30
No sabe	-	-	1	-	1	-	-



# Cambios a acometer



# Cambios a acometer

- **Lo hecho no vale.**
- **La crisis dificulta reformar.**
- **Menos impuestos.**
- **Los Españoles, especialmente necesitados de diálogo social.**
- **A la gran empresa se le exige compromiso.**

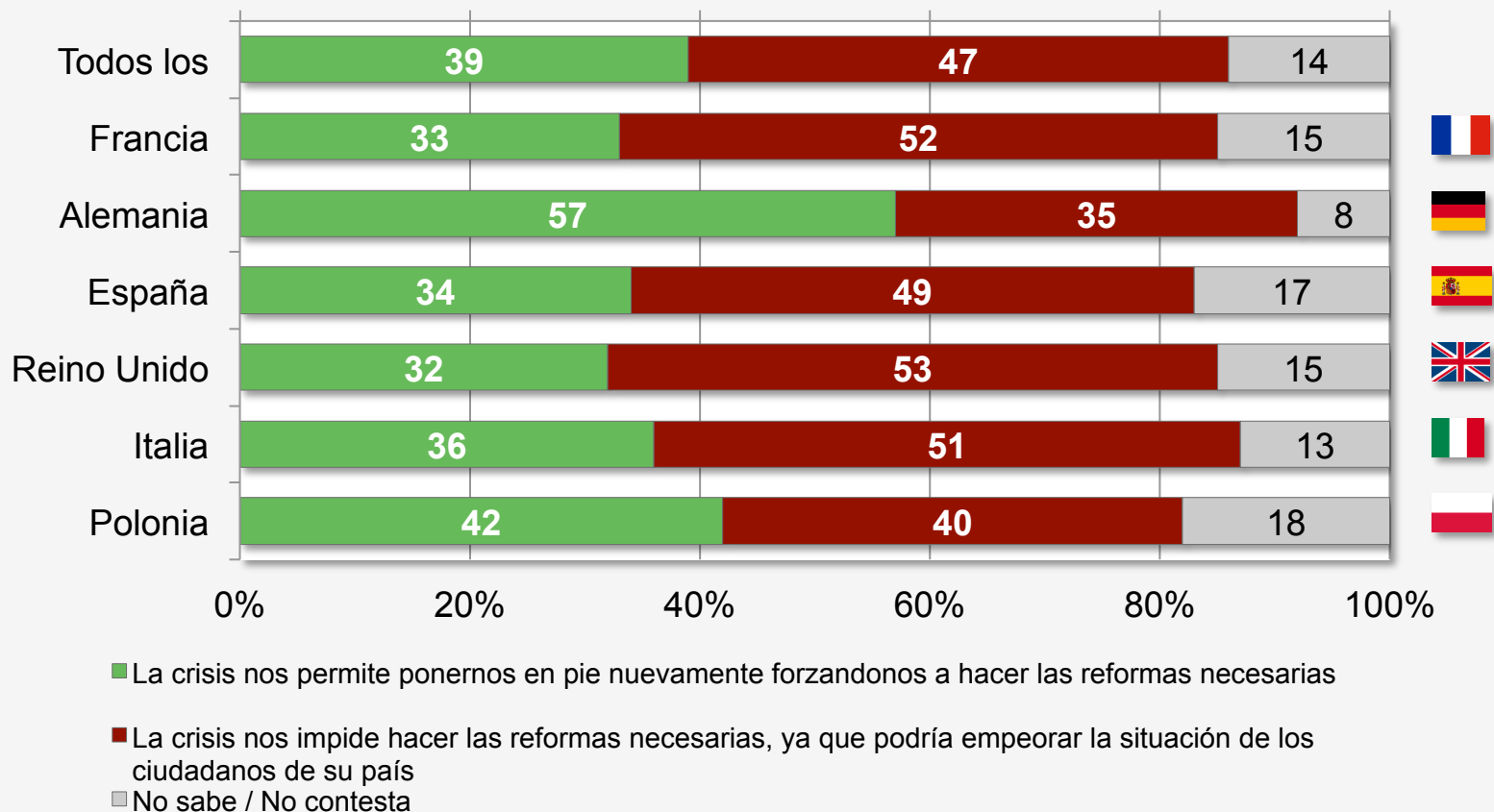


**Sólo los alemanes  
perciben la crisis como  
una oportunidad,  
con un 57% de ellos  
que la ven como  
la excusa para reformar.**



# En general, la crisis se ve más como un obstáculo que como una oportunidad para las reformas que hay que hacer.

¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a su opinión?

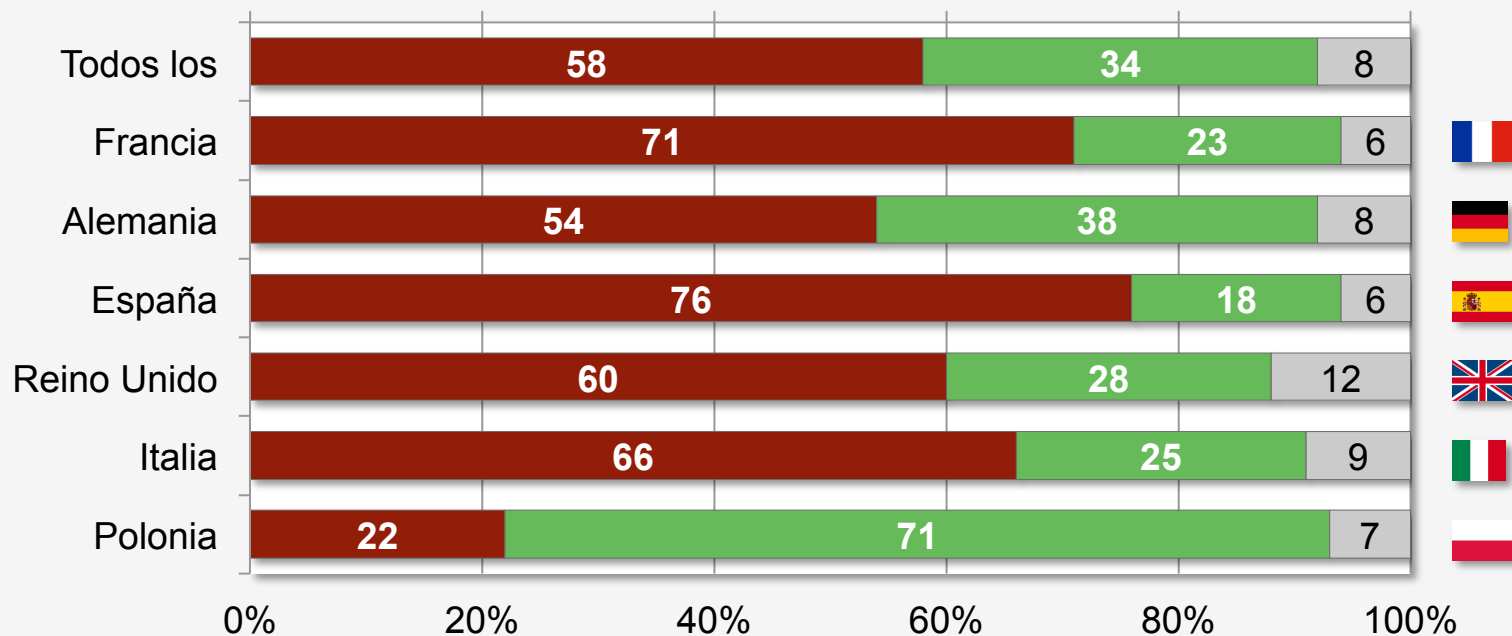


**El 76% de españoles  
opinan que las reformas  
sólo agravan el problema.**



# ...y las reformas que se están llevando a cabo se ven como un agravante que empeorará la situación del país

¿Cuál de las siguientes afirmaciones se acerca más a su opinión?



- La crisis genera reformas que tendrán un impacto negativo en la situación económica y social de los ciudadanos de su país
- La crisis genera reformas que ayudarán a mejorar la situación económica y social de los ciudadanos de su país

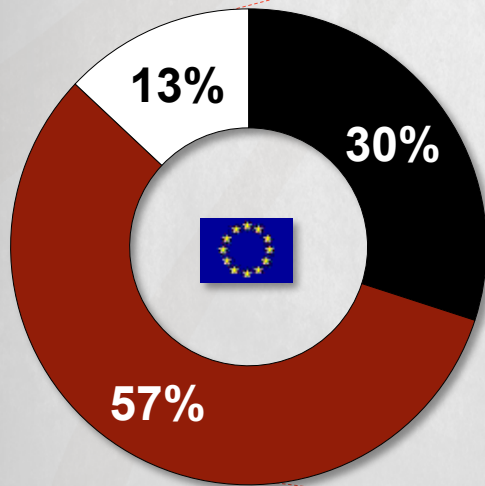








**Los españoles,  
solos en pensar que se  
ha ido demasiado lejos,  
con un 55% que lo opinan  
frente a un 12% de  
franceses.**



# Respecto de los recortes, los españoles estamos solos en pensar que han ido demasiado lejos.

¿Cree que el gobierno de su país está reduciendo el gasto público demasiado, no lo suficiente o tal y como se requiere?



	Todos los países <i>n</i> =6198	 <i>n</i> =1021	 <i>n</i> =1013	 <i>n</i> =1059	 <i>n</i> =1040	 <i>n</i> =1009	 <i>n</i> =105
Demasiado	30	12	22	55	50	13	29
No lo suficiente	57	77	56	37	28	81	62
En su justa medida	13	11	22	8	22	6	9

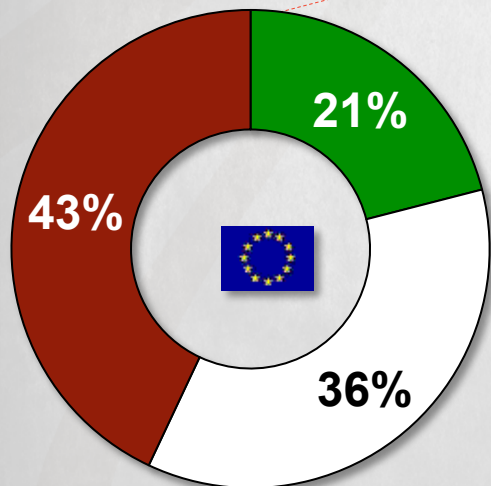








**De nuevo, solos  
ante la necesidad  
o no de privatizar:  
El 57% de encuestados  
totales lo ven necesario  
(vs. El 45% de españoles)**



# Los españoles, los más contrarios a las privatizaciones con más de la mitad que no las ven ni necesarias ni deseables.

¿Qué piensa sobre el hecho de que las empresas privadas estén asumiendo la responsabilidad de los servicios públicos que sólo el Estado o las autoridades públicas han provisto hasta la fecha?



	All countries n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=105
<b>Es necesario y deseable</b>	21	23	19	15	15	25	29
Es necesario, aunque no deseable	36	39	40	30	38	36	33
S/t Es necesario	57	62	59	45	53	61	62
<b>No es ni necesario, ni deseable</b>	43	38	41	55	47	39	38



**Unanimidad en lo primero  
que hay que cambiar:  
Los ciudadanos en general  
consideran excesivo el nivel  
de impuestos.**









# El problema más acuciante, el exceso de impuestos.

Entre los siguientes problemas, ¿qué tres deben ser resueltos como una prioridad en su país para poner fin a la crisis lo más rápidamente posible?









# Considerables diferencias entre ciudadanos respecto de las necesidades a resolver, desde inmigración (RU) a impuestos (ESP).

	Primer problema	Segundo problema	Tercer problema
	Requisitos de compensación excesiva de los accionistas y directores generales (37%)	El nivel de inmigración (30%)	Las fábricas que están cerrando (27%)
	Requisitos de compensación excesiva de los accionistas y directores generales (35%)	El alto nivel de impuestos (32%)	El egoísmo de los ricos (32%)
	El alto nivel de impuestos (38%)	El egoísmo de los ricos (33%)	Las fábricas que están cerrando (23%) y el éxodo de talento y los jóvenes (23%)
	El nivel de inmigración (55%)	Las fábricas que están cerrando (32%)	El egoísmo de los ricos (32%)
	El alto nivel de impuestos (54%)	Las fábricas que están cerrando (34%)	El egoísmo de los ricos (23%)
	El alto nivel de impuestos (37%)	Las fábricas que están cerrando (23%)	La falta de perspectivas de crecimiento de las personas en la sociedad (23%)



# (detalle de prioridades por países) 1/2

Entre los siguientes problemas, ¿qué tres deben ser resueltos como una prioridad en su país para poner fin a la crisis lo más rápidamente posible?

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
El alto nivel de impuestos	35	26	32	38	20	54	37
El egoísmo de los ricos	27	20	32	33	32	23	21
Las fábricas que están cerrando	25	27	11	23	32	34	23
El nivel de inmigración	24	30	21	20	55	14	6
Requisitos de compensación excesiva de los accionistas y directores generales	23	37	35	13	28	17	9
La falta de adaptación del sistema educativo al mundo laboral	16	18	23	16	12	9	20
El éxodo de talento y los jóvenes	15	10	14	23	5	19	20
La abertura excesiva de las fronteras a los productos extranjeros	14	24	7	12	20	11	8
La falta de perspectivas de crecimiento de las personas en la sociedad	14	8	10	10	22	10	23
Corporativismo, lobby, grupos de interés	13	12	23	10	5	14	12



# (detalle de prioridades por países) 2/2

Entre los siguientes problemas, ¿qué tres deben ser resueltos como una prioridad en su país para poner fin a la crisis lo más rápidamente posible?

	Todos los países						
	n=6198	n=1021	n=1013	n=1059	n=1040	n=1009	n=1056
La falta de diálogo entre los interlocutores sociales (trabajadores, empresa, Estado, etc)	12	10	15	13	5	10	19
La no renovación de la elite y los líderes políticos	12	7	4	22	5	10	25
Contratación excesivamente restrictiva y normas de despido	11	13	6	17	4	17	11
La falta de espíritu público	10	11	10	5	10	12	10
La financiación insuficiente de protección social	10	11	11	9	8	8	12
La falta de confianza en la investigación científica y la innovación	8	7	5	14	5	11	4
Baja tasa de natalidad (bajo número de nacimientos)	7	1	16	3	1	3	16
Miedo al cambio	6	8	5	5	4	6	5
El estado de ánimo de los medios de comunicación	6	8	5	2	9	2	7
El derrotismo y el miedo a la decadencia	4	4	3	4	7	3	4
No sabe / no contesta	-	-	-	-	1	-	-

Total > 100: posibilidad de tres respuestas



**Sobre las herramientas  
para salir de la crisis:  
los españoles somos  
los que menos confiamos  
en nuestros productos  
y más criticamos la falta  
de diálogo social.**

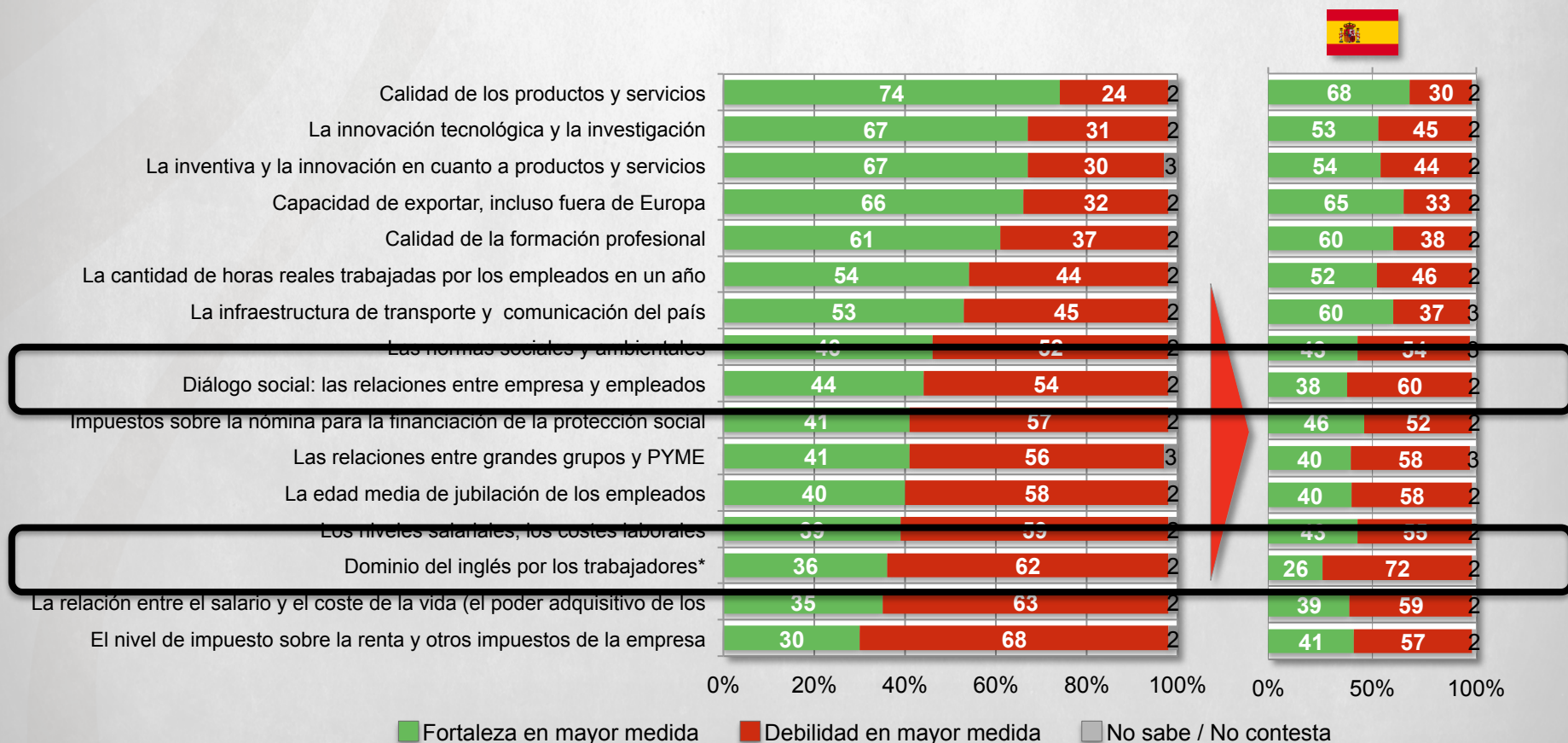


**En concreto,  
el 60% de los españoles  
ven en la falta de diálogo  
social una debilidad de  
nuestra economía.**



# En competitividad, el 75% ve en sus productos una fortaleza. La mayor desventaja, impuestos.

Con respecto a cada uno de los siguientes aspectos, ¿son áreas en que las empresas de su país tienden a tener fortalezas o debilidades para superar la crisis?









**Nuestra mayor fortaleza,  
para el 65%, nuestra  
capacidad exportadora.**



# Espanoles y Polacos confiamos en nuestra capacidad exportadora frente a los demás, que ven más fortaleza en la innovación.

« Fortaleza en mayor medida»

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
Calidad de los productos y servicios	74	81	75	68	67	72	79
La innovación tecnológica y la investigación	67	74	75	53	65	60	77
La inventiva y la innovación en cuanto a productos y servicios	67	72	71	54	60	68	79
Capacidad de exportar, incluso fuera de Europa	66	57	69	65	54	68	85
Calidad de la formación profesional	61	62	69	60	53	57	66
La cantidad de horas reales trabajadas por los empleados en un año	54	51	57	52	50	49	64
La infraestructura de transporte y comunicación del país	53	72	62	60	38	38	45
Las normas sociales y ambientales	46	53	48	43	42	49	43

Con respecto a cada uno de los siguientes aspectos, ¿son áreas en que las empresas de su país tienden a tener fortalezas o debilidades para superar la crisis?



# (Detalle fortalezas 2/2)

« Fortaleza en mayor medida»	Todos los países						
	n=6198	n=1021	n=1013	n=1059	n=1040	n=1009	n=1056
Diálogo social: las relaciones entre empresa y empleados	44	42	50	38	35	44	57
Impuestos sobre la nómina para la financiación de la protección social (jubilación, salud, desempleo)	41	35	44	46	41	35	47
Las relaciones entre grandes grupos y PYME	41	41	45	40	28	36	57
La edad media de jubilación de los empleados	40	44	43	40	44	26	41
Los niveles salariales, los costes laborales	39	35	42	43	33	32	49
Dominio del inglés por los trabajadores*	36	21	52	26	17	30	70
La relación entre el salario y el coste de la vida (el poder adquisitivo de los empleados)	35	30	41	39	22	31	46
El nivel de impuesto sobre la renta y otros impuestos de la empresa	30	25	40	41	30	21	25

Con respecto a cada uno de los siguientes aspectos, ¿son áreas en que las empresas de su país tienden a tener fortalezas o debilidades para superar la crisis?









\*Para Reino Unido: lengua extranjera en lugar de inglés.


**Nuestra gran debilidad para  
una mayoría del 72% es la  
falta de idiomas.**




# 6 de cada 10 españoles ven en el nivel actual de diálogo social una de las mayores debilidades.

« Debilidad en mayor medida »

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
El nivel de impuesto sobre la renta y otros impuestos de la empresa	68	73	58	57	65	78	73
La relación entre el salario y el coste de la vida (el poder adquisitivo de los empleados)	63	68	58	59	74	67	53
Dominio del Inglés por los trabajadores*	62	76	47	72	78	69	29
Los niveles salariales, los costes laborales	59	63	56	55	63	67	50
La edad media de jubilación de los empleados	58	54	56	58	51	73	58
Impuestos sobre la nómina para la financiación de la protección social (jubilación, salud, desempleo)	56	63	54	52	54	64	52
Las relaciones entre grandes grupos y PYME	56	56	53	57	66	63	41
Diálogo social: las relaciones entre empresa y empleados	54	56	48	60	61	55	42







 1ª respuesta

 2ª respuesta



\*Para Reino Unido: lengua extranjera en lugar de inglés.

# (Detalle debilidades de las empresas de su país para superar la crisis 2/2)

	« Debilidad en mayor medida »						
	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
Las normas sociales y ambientales	52	45	50	54	53	50	56
La infraestructura de transporte y comunicación del país	45	26	36	37	58	61	53
La cantidad de horas reales trabajadas por los empleados en un año	44	47	42	46	45	50	34
Calidad de la formación profesional	37	36	30	38	42	42	32
Capacidad de exportar, incluso fuera de Europa	32	41	30	32	41	31	14
La innovación tecnológica y la investigación	31	24	24	45	30	39	21
La inventiva y la innovación en cuanto a productos y servicios	30	25	27	44	35	31	19
Calidad de los productos y servicios	24	16	24	30	28	26	19

Con respecto a cada uno de los siguientes aspectos, ¿son áreas en que las empresas de su país tienden a tener fortalezas o debilidades para superar la crisis?

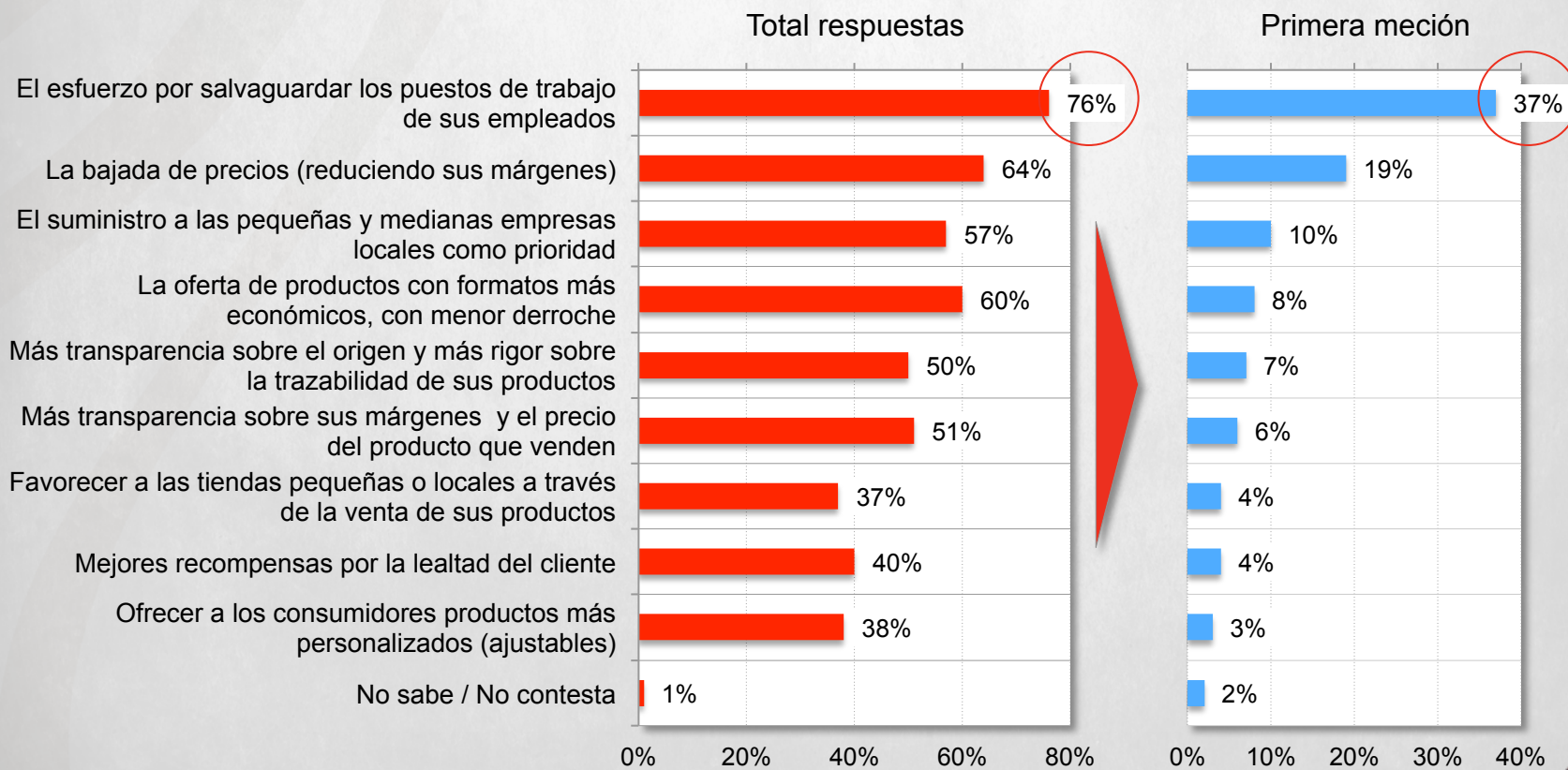


**Una demanda más importante que bajar precios:  
el 80% de españoles espera que las empresas se comprometan con el empleo.**









# De las grandes empresas, lo que más se espera es el compromiso con el empleo y, secundariamente, bajadas de precios.

¿Cuáles son sus principales expectativas sobre las grandes empresas en su país durante esta época de crisis económica?









# Hay consenso en exigir compromiso con el empleo, con alemanes liderando esta expectativa.

Primero

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
El esfuerzo por salvaguardar los puestos de trabajo de sus empleados	37	36	52	42	25	38	31
La bajada de precios (reduciendo sus márgenes)	19	20	10	20	24	19	21
El suministro a las pequeñas y medianas empresas locales como prioridad	10	14	8	10	4	12	11
La oferta de productos con formatos más económicos, con menor derroche	8	6	8	8	9	9	8
Más transparencia sobre el origen y más rigor sobre la trazabilidad de sus productos	7	9	7	4	10	7	8
Más transparencia sobre sus márgenes y el precio del producto que venden	6	7	4	7	8	5	6
Favorecer a las tiendas pequeñas o locales a través de la venta de sus productos	4	3	3	3	6	2	4
Mejores recompensas por la lealtad del cliente	4	2	3	2	7	4	5
Ofrecer a los consumidores productos más personalizados (ajustables)	3	2	4	3	4	3	3
No sabe / No contesta	2	1	1	1	3	1	3



# Como segundas prioridades van incluyéndose nuevos conceptos como nuevos formatos de productos o apoyo a proveedores locales.

Total respuestas	Todos los países						
	n=6198	n=1021	n=1013	n=1059	n=1040	n=1009	n=1056
El esfuerzo por salvaguardar los puestos de trabajo de sus empleados	76	78	83	80	70	77	68
La bajada de precios (reduciendo sus márgenes)	64	65	52	70	66	65	68
La oferta de productos con formatos más económicos, con menor derroche	60	56	64	61	61	61	56
El suministro a las pequeñas y medianas empresas locales como prioridad	57	69	61	59	42	59	52
Más transparencia sobre sus márgenes y el precio del producto que venden	51	55	49	53	57	48	46
Más transparencia sobre el origen y más rigor sobre la trazabilidad de sus productos	50	57	50	39	54	49	52
Mejores recompensas por la lealtad del cliente	40	34	39	38	47	36	46
Ofrecer a los consumidores productos más personalizados (ajustables)	38	27	40	41	35	36	47
Favorecer a las tiendas pequeñas o locales a través de la venta de sus productos	37	35	41	33	43	37	35
No sabe / No contesta	1	1	-	-	2	-	1

Total > 100: posibilidad de varias respuestas



# Adaptándonos a la crisis



# Adaptándonos a la crisis

- **Consumiremos menos aún.**
- **Derrocharemos menos y reciclaremos más.**
- **Reciclaje profesional como necesidad.**



**Sacrificios personales:  
el 70% de europeos,  
dispuesto a reciclarse  
profesionalmente.**



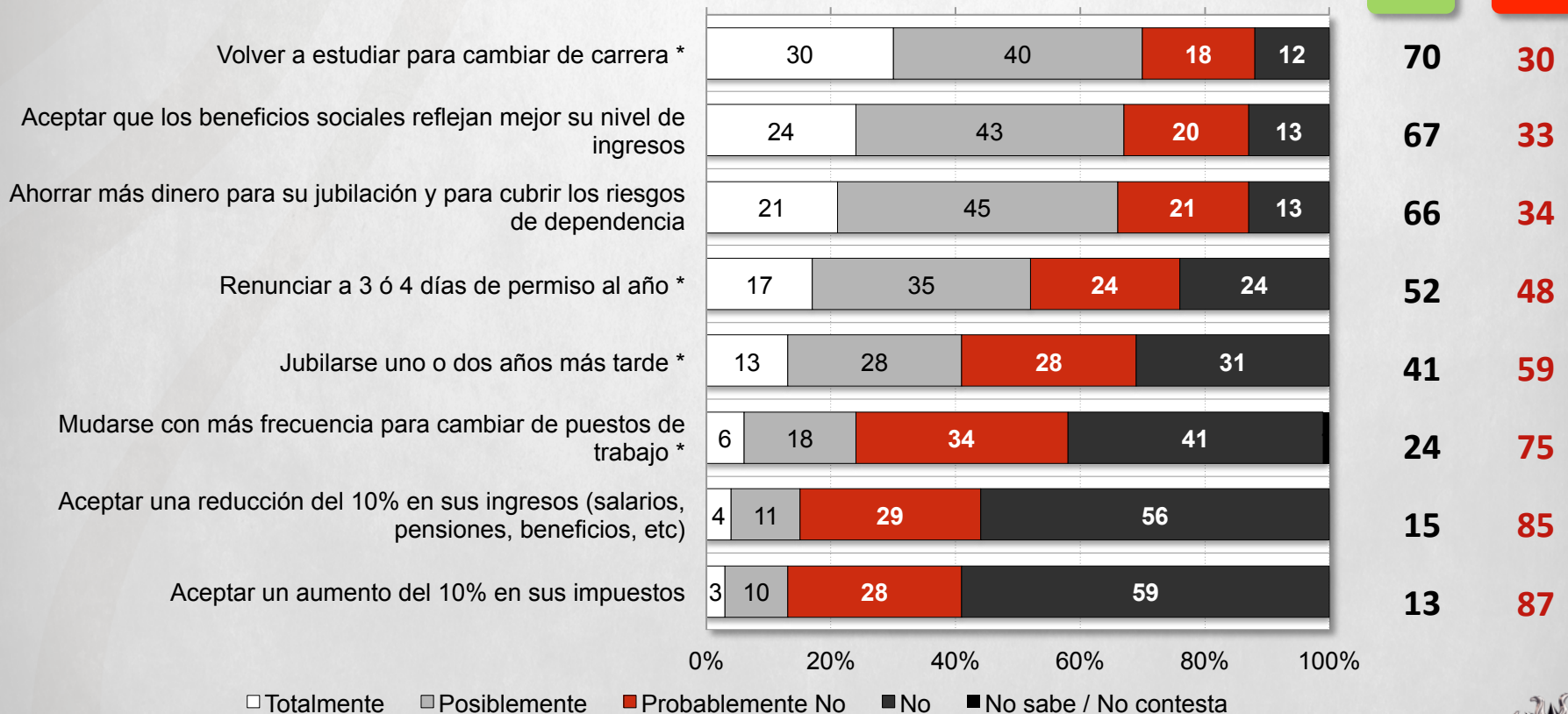
**En el otro extremo,  
sólo el 10%, entendería  
más subidas de impuestos.**



# Hay un consenso respecto tanto de aceptar un reciclaje como de rechazar más sacrificios económicos.







Personalmente, para que su país supere la crisis más rápidamente, ¿estaría usted dispuesto a ... ?

**SI** **NO**



# Los alemanes, más dispuestos a reciclarse, los españoles a adecuar mejor beneficios sociales al nivel de ingresos.

Personalmente, para que su país supere la crisis más rápidamente, ¿estaría usted dispuesto a ... ?

	Todos los países n=6198	 n=1021	 n=1013	 n=1059	 n=1040	 n=1009	 n=1056
Volver a estudiar para cambiar de carrera *	<b>70</b>	<b>69</b>	<b>77</b>	<b>68</b>	<b>69</b>	<b>63</b>	<b>75</b>
Aceptar que los beneficios sociales reflejan mejor su nivel de ingresos	<b>67</b>	<b>75</b>	<b>50</b>	<b>76</b>	<b>59</b>	<b>76</b>	<b>61</b>
Ahorrar más dinero para su jubilación y para cubrir los riesgos de dependencia	<b>66</b>	<b>74</b>	<b>54</b>	<b>70</b>	<b>70</b>	<b>60</b>	<b>66</b>
Renunciar a 3 ó 4 días de permiso al año *	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>39</b>	<b>67</b>	<b>52</b>
Jubilarse uno o dos años más tarde *	<b>41</b>	<b>52</b>	<b>24</b>	<b>43</b>	<b>58</b>	<b>32</b>	<b>31</b>
Mudarse con más frecuencia para cambiar de puestos de trabajo *	<b>24</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>28</b>
Aceptar una reducción del 10% en sus ingresos (salarios, pensiones, beneficios, etc)	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>15</b>
Aceptar un aumento del 10% en sus impuestos	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>11</b>	<b>12</b>

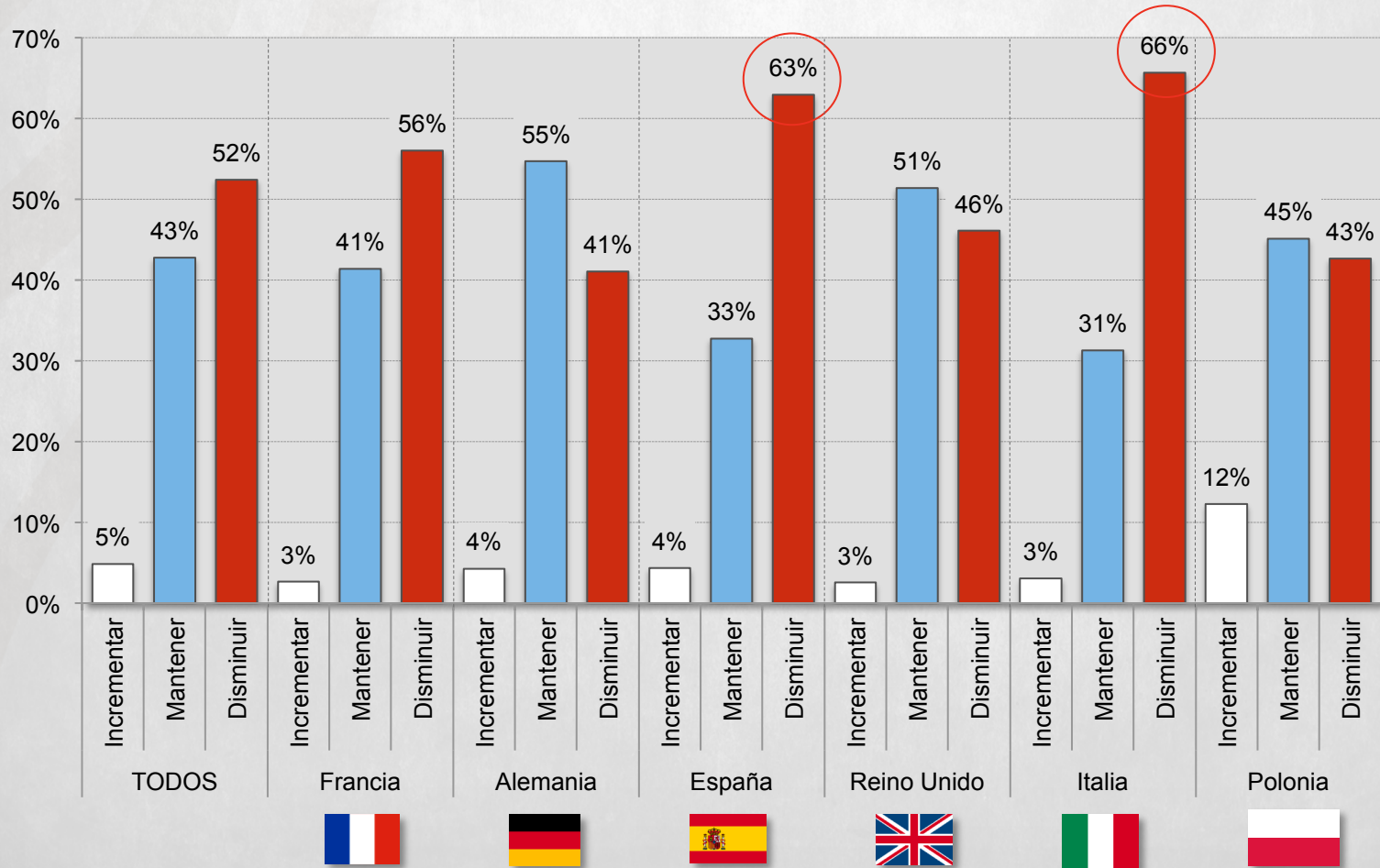
A todos (excepto los marcados con un \* que están dirigidas a personas en activo)



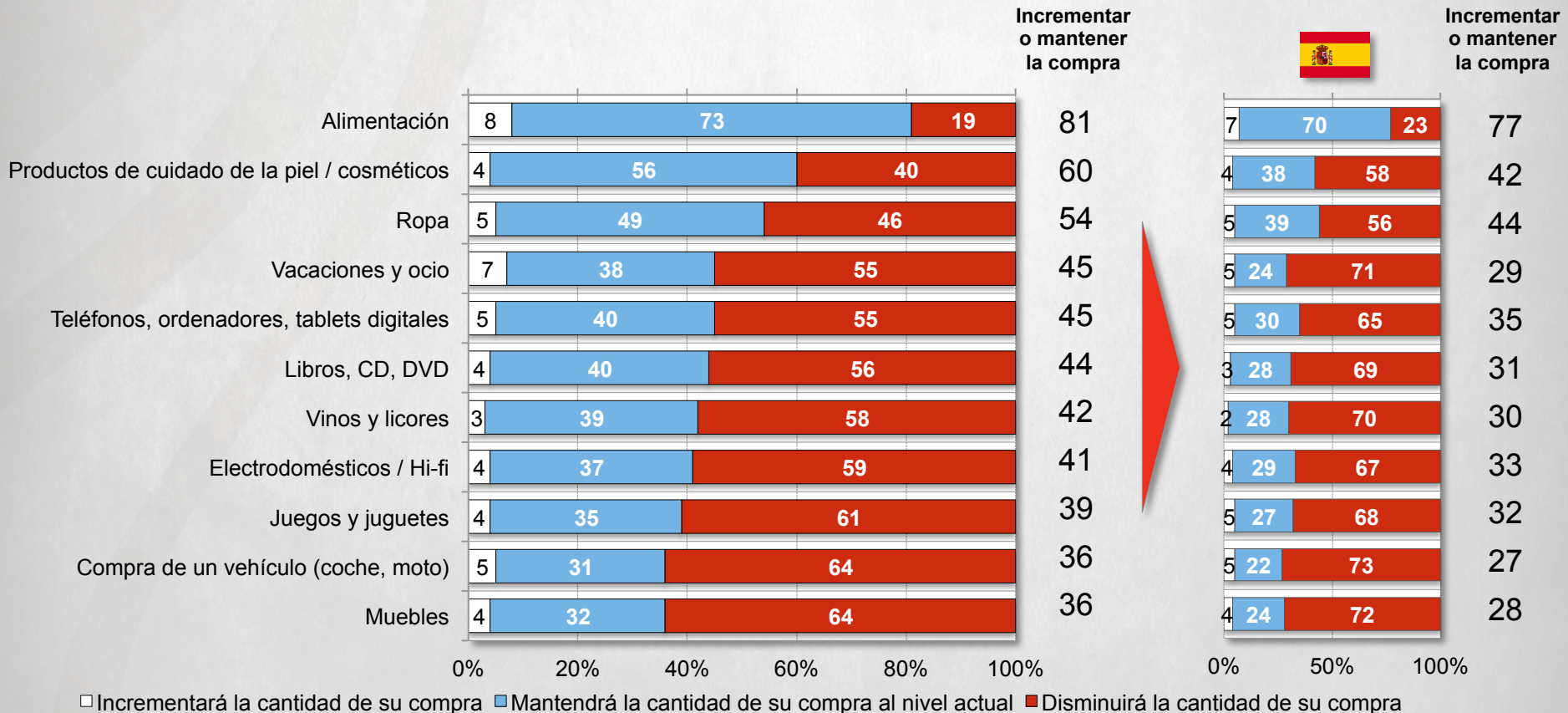
**Cambios en consumo:**  
Todos sin excepción  
consumirán menos,  
pero los españoles, más  
agresivos con un 63%  
que reducirán gastos.



# Españoles e italianos los que más prevén disminuir su consumo en el futuro con más de 6 de cada 10 que planean reducir sus gastos.






# Se reduce el consumo en todo salvo en lo básico. En España, la reducción es más drástica aún.



En cada una de las siguientes áreas, ¿cómo va a variar el importe destinado a la compra en los próximos meses?



# (Detalle futuro del consumo por país 1/2)

	 <b>Francia</b> <i>n=1021</i>			 <b>Alemania</b> <i>n=1013</i>			 <b>España</b> <i>n=1059</i>		
	<i>Incrementar</i>	<i>Mantener</i>	<i>Disminuir</i>	<i>Incrementar</i>	<i>Mantener</i>	<i>Disminuir</i>	<i>Incrementar</i>	<i>Mantener</i>	<i>Disminuir</i>
Alimentación	4	76	20	7	81	12	7	70	23
Productos de cuidado de la piel / cosméticos	2	48	50	3	71	26	3	39	58
Ropa	2	48	50	5	64	31	5	39	56
Vacaciones y Ocio	5	44	51	6	51	42	5	24	71
Teléfonos, ordenadores, tablets digitales	2	39	59	4	53	43	5	30	65
Libros, CD, DVD	3	38	59	4	55	41	3	28	69
Vinos y licores	1	37	62	3	50	47	2	28	70
Electrodomesticos / Hi-fi	2	35	63	3	50	47	4	29	67
Juegos y Juguetes	2	33	65	3	45	52	5	27	68
Comprar un vehículo (coche, moto)	3	29	68	5	41	54	5	22	73
Muebles	3	28	69	4	40	56	4	24	72

En cada una de las siguientes áreas, ¿cómo va a variar el importe destinado a la compra en los próximos meses?



# (Detalle futuro del consumo por país 2/2)




	 Reino Unido <i>n=1040</i>			 Italia <i>n=1009</i>			 Polonia <i>n=1056</i>		
	<i>Incrementar</i>	<i>Mantener</i>	<i>Disminuir</i>	<i>Incrementar</i>	<i>Mantener</i>	<i>Disminuir</i>	<i>Incrementar</i>	<i>Mantener</i>	<i>Disminuir</i>
Alimentación	3	78	19	5	69	26	24	62	14
Productos de cuidado de la piel / cosméticos	1	59	40	3	45	52	13	70	17
Ropa	2	57	41	3	34	63	15	52	33
Vacaciones y Ocio	5	49	46	3	26	71	16	36	48
Teléfonos, ordenadores, tablets digitales	3	51	46	3	26	71	10	45	45
Libros, CD, DVD	2	52	46	4	29	67	9	40	51
Vinos y licores	2	49	49	2	29	69	9	40	51
Electrodomésticos / Hi-fi	2	43	55	2	24	74	11	42	47
Juegos y juguetes	2	43	55	3	26	71	8	38	54
Comprar un vehículo (coche, moto)	3	43	54	3	17	80	11	34	55
Muebles	3	41	56	3	19	78	9	37	54

En cada una de las siguientes áreas, ¿cómo va a variar el importe destinado a la compra en los próximos meses?



# Nuevas prácticas de consumo en diversas áreas (2/3)

En cada una de las siguientes áreas de consumo, ¿compra o intercambia con otros particulares?

	 <b>France</b> <i>n=1021</i>			 <b>Germany</b> <i>n=1013</i>			 <b>Spain</b> <i>n=1059</i>		
	Ya lo hace	No lo hace pero le gustaria	No lo hace y no le gustaria	Ya lo hace	No lo hace pero le gustaria	No lo hace y no le gustaria	Ya lo hace	No lo hace pero le gustaria	No lo hace y no le gustaria
Libros, CD, DVD	28	28	43	27	27	46	25	38	37
Juegos y juguetes	20	28	52	20	26	54	19	36	45
Comprar un vehiculo(...)	20	23	56	9	26	65	12	34	53
Ropa	18	20	61	18	23	59	22	26	52
Muebles	21	24	54	11	23	66	14	36	50
Teléfonos / ordenadores tablets digitales	10	24	66	8	25	66	15	37	47
Electrodomésticos / Hi-fi	13	23	63	9	24	67	11	36	53
Vacaciones y Ocio	8	27	64	5	20	75	9	38	53
Productos de cuidado de la piel / cosméticos	4	12	83	5	16	79	10	22	68
Vinos y licores	5	14	80	3	15	81	7	23	70



# Nuevas prácticas de consumo en diversas áreas (2/2)

En cada una de las siguientes áreas de consumo, ¿compra o intercambia con otros particulares?

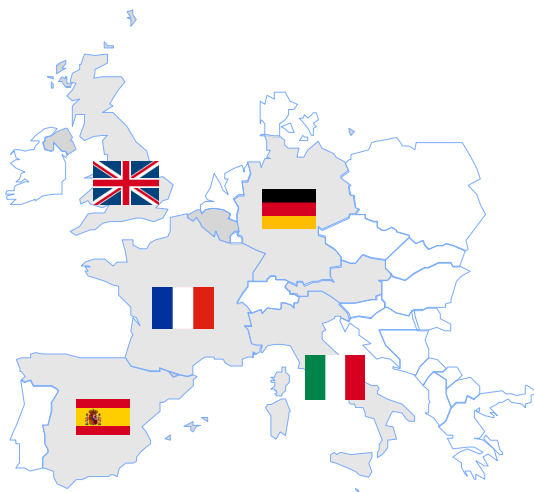
	 <b>Great-Britain</b> <i>n=1040</i>			 <b>Italy</b> <i>n=1009</i>			 <b>Poland</b> <i>n=1056</i>		
	Ya lo hace	No lo hace pero le gustaria	No lo hace y no le gustaria	Ya lo hace	No lo hace pero le gustaria	No lo hace y no le gustaria	Ya lo hace	No lo hace pero le gustaria	No lo hace y no le gustaria
Libros, CD, DVD	29	28	41	23	30	47	23	29	48
Juegos y juguetes	16	25	57	18	29	53	16	25	59
Comprar un vehiculo(...)	15	23	61	16	31	53	34	25	39
Ropa	20	19	59	21	24	54	21	23	55
Muebles	14	27	57	11	31	58	14	27	58
Teléfonos / ordenadores tablets digitales	11	23	65	13	32	55	16	26	58
Electrodomésticos / Hi-fi	12	25	62	11	29	60	11	23	65
Vacaciones y Ocio	10	21	67	10	27	63	6	21	72
Productos de cuidado de la piel / cosméticos	9	14	75	12	20	68	4	12	83
Vinos y licores	8	16	74	11	21	68	3	13	83



# Estudio Cualitativo



# Metodología estudio cuantitativo



## Muestra:

Europa :

70- 80 entrevistas personales online por país

**3000 posts en total:**

50% mujeres 50% hombres

Representación de parados según proporción nacional

Ingresos por hogar:

- €3000/mes para Francia y Alemania
- €2500/mes para España e Italia
- €2500/mes para Reino Unido
- Hasta €7000/mes para ingresos dobles.

**Objetivo del estudio:** Tener el pulso de cómo las distintas nacionalidades verbalizan sus sentimientos y percepciones.



# Comentarios generales

**Grandes diferencias entre los distintos países en lo referente a la actitud de sus ciudadanos.**

**Crece la brecha Norte – Sur con Francia a caballo entre ambas zonas.**

**Los españoles especialmente exhaustos con la crisis y con una paciencia cerca de acabarse se expresan con mucha más virulencia.**

**El sur desconfía de gobernantes y reformas, pero lo más grave es que se ven solos ante la crisis y sin iniciativa ni fuerzas para afrontarla.**

**Los vecinos del norte son más optimistas, confían más en sus gobernantes e instituciones y se ven capaces de mejorar en el futuro.**



# Percepciones sobre la crisis



**Dos polos opuestos:  
El shock  
vs.  
la serenidad**



# I. Desde el shock a la serenidad, las percepciones están a mundos de distancia

## DIFERENTES IMPACTOS HASTA AHORA



### • España: Un shock continuo

“Todos tenemos algún familiar en paro. Si alguien me hubiese dicho hace 5 años que caeríamos tan bajo, no le habría creído. Los bancos no prestan, las familias no pueden pagar sus hipotecas, cada día se desahucian familias... todos estamos afectados de forma directa o indirecta.”



### • Italia y Francia: Saturación



### • Reino Unido: Calma en medio de la tormenta



### • Alemania: Serenidad



# I. Desde el shock a la serenidad, las percepciones están a mundos de distancia

## DIFERENTES VISIONES DEL FUTURO



- **España, Italia y Francia: “Un futuro sin futuro”**



“¿Para qué estudiar? Los que ganan dinero son los famosos  
¿Para qué estudiar? Al final, sólo los ladrones ganan dinero  
¿Para qué estudiar? ¿Para que a los alemanes les vaya mejor?  
¿Para qué trabajar y hacer el esfuerzo si al final no voy a tener pensión?  
¿Para qué esforzarme si al final mi jefe pensará que gano demasiado y me pondrá en la calle?...”



- **Reino Unido: Un futuro difícil pero en nuestras propias manos**



- **Alemania: El futuro tiene buena pinta**



# Visión sobre el proceso de recuperación



**Otra vez dos mundos:  
Sentimiento de abandono  
versus de confianza  
institucional**



# I. EL NORTE, TODOS JUNTOS Y CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES



## • Alemania: Confianza en las instituciones

“El gobierno ha actuado de forma muy inteligente”  
Sin los sindicatos, Alemania no sería Alemania”  
“Debido a que tenemos mejores empresas, hemos sufrido menos”



## • Reino Unido: Confianza en las medidas

“En general, las medidas de austeridad van en la dirección correcta”  
“La oposición es crucial para tener debates constructivos”



## II. EL SUR, SOLOS CONTRA TODOS

- **ESPAÑA:** Todo el peso en el ciudadano



“El gobierno está próximo a las élites corruptas.

Las tolera y mira hacia otro lado”

“Somos los ciudadanos quienes estamos pagando los errores de los políticos”

“Todas las medidas están penalizando a la clase media. ¡¡Espero que expropien a los políticos y les metan en la cárcel!!”

- **ITALIA:** Vergüenza de ser italiano



“Es una desgracia. Somos el hazmerreír de Europa”

“Es un país de ladrones, el dinero va a los bolsillos de los políticos”

“Ya ni tenemos libertad de expresión en este país”

- **FRANCIA:** Todos suspenden



“El gobierno es perezoso o no tiene poder”

“Los sindicatos sólo saben estrangular a las empresas”

“La oposición es inútil. Sólo quieren ganar popularidad”



# El futuro



**Dos visiones distintas:  
Mirar hacia adentro o  
hacerlo hacia afuera**



# I. ¿MIRAR DENTRO O MIRAR FUERA?

- **SUR DE EUROPA:** Invertir en el país



“Deberían centrarse en crear puestos de trabajo.  
Dejemos las inversiones fuera en el congelador”



“Las PYMES deberían formar redes y las agencias estatales deberían  
apoyarlas más”



“Espero que las grandes empresas tengan una actitud más responsable. Que  
prioricen a proveedores locales para ayudar a la economía nacional en lugar de  
sacarlo todo fuera”



# I. ¿MIRAR DENTRO O MIRAR FUERA?



## • Alemania: Hay vida fuera de Europa

“Nuestras empresas son la fuerza de Alemania. La exportación es el pilar fundamental de nuestra economía siempre que desarrollemos productos de máxima calidad aquí.”



## • Reino Unido: Mirando al Atlántico y más allá

“La marca UK sigue siendo una marca global. Salgamos de Europa y traspasemos EEUU y veremos cómo hay mucha gente interesada en nuestros productos.”



**Sobre esfuerzos futuros:  
Cansancio y  
desesperanza  
frente a  
confianza en  
instituciones y  
capacidades.**



## II. ESFUERZOS PERSONALES

- **ESPAÑA:** Hartos de hacer esfuerzos



“Estamos listos si tenemos que esperar a que los corruptos arreglen los problemas que han creado”

“¡¡Ellos nos han robado y ahora nos toca pagar a nosotros porque han hecho leyes para protegerse!!

“Tendré que ahorrar porque la pensión la veo complicada”

- **ITALIA:** Resignación y futuro oscuro



“Para cuando me retire, las arcas estarán vacías, eso si para cuando me toque tengo derecho a una pensión”

- **FRANCIA:** Desconfianza y escepticismo



“No quiero más impuestos, ya me han bajado el sueldo bastante”

“No vamos a tener más remedio que movernos y reciclarnos”

“¿Retiro 1 o 2 años más tarde? No se engañen, ya veremos si existe el retiro”



## II. ESFUERZOS PERSONALES



### • Alemania: Confiados en sus dirigentes

“Nuestros gobiernos lo han manejado bien”  
“Necesitamos aún más reformas para ser más competitivos”  
“Vivir es aprender”



### • Reino Unido: “Bulldog character”

“Yo ya me he reciclado dos veces y nunca he pedido el paro.  
Eso es lo que hay que hacer”  
“Asumo que tendré que ahorrar para mi retiro, no me gustaría tener que depender de nadie para eso”.





PUBLICIS  
Lead the change

