

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Indicadores para medir la confianza del consumidor y la
confianza bancaria
(Indicators to measure the consumer confidence and the banking
confidence)

Autora: D^a Desireé Martín Henríquez

Tutora: D^a María Gracia Rodríguez Brito

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2014 / 2015

En La Laguna, a 30 de junio de 2015

Dña. **María Gracia Rodríguez Brito** del Departamento de **Economía, Contabilidad y Finanzas**.

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas titulada “**Indicadores para medir la confianza del consumidor y la confianza bancaria**” y presentada por la alumna **Dña. Desireé Martín Henríquez** realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 30 de junio de dos mil quince.

La Tutora



Fdo: Dña M^a Gracia Rodríguez Brito

En La Laguna, a 30 de junio de 2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. INDICADORES DE CONFIANZA.....	6
3. INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR.....	7
3.1. DEFINICIÓN.....	7
3.2. COMPONENTES.....	8
3.3. INDICADORES PREVIOS.....	8
3.4. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS.....	9
3.5. METODOLOGÍA.....	10
3.6. EVOLUCIÓN DEL INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO Y DEL INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE ESPAÑA.....	11
3.7. UTILIDAD.....	13
3.8. EL INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR COMO PREDICTOR DE LAS FLUCTUACIONES DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA DURANTE EL PERÍODO 2004-2014.....	14
4. INDICADOR DE CONFIANZA BANCARIA.....	18
4.1. DEFINICIÓN.....	18
4.2. INDICADORES Y ESTUDIOS PREVIOS.....	18
4.3. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA BANCARIA.....	21
4.4. CAUSAS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA BANCARIA.....	22
4.5. FACTORES ESPECÍFICOS DE LOS CONSUMIDORES QUE INCIDEN EL LA CONFIANZA BANCARIA.....	23
4.6. FACTORES ESPECÍFICOS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS QUE INCIDEN EL LA CONFIANZA BANCARIA.....	24
4.7. MEDIDAS LLEVADAS A CABO PARA MEJORAR LOS NIVELES DE CONFIANZA BANCARIA.....	27
5. CONCLUSIONES.....	32
6. BIBLIOGRAFÍA.....	33

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1. Evolución de los Indicadores de Sentimiento Económico de la Unión Europea y de España (2004-2014).....	11
Gráfico 3.2. Evolución de los Indicadores de Confianza del Consumidor de Europa y España (2004-2014).....	12
Gráfico 3.3. Evolución del ICC y Tasa de Variación del Producto Interior Bruto (PIB) per cápita (2004-2014).....	15
Gráfico 3.4. Evolución del ICC y de la Tasa de Variación del Consumo de los hogares españoles (2004-2014).....	17
Gráfico 4.1. Evolución de la Confianza Bancaria.....	21

RESUMEN

El presente Trabajo de Fin de Grado analiza los indicadores que se utilizan para medir la confianza, centrándose en el Indicador de Confianza del Consumidor y el Indicador de Confianza Bancaria. Para ello, se ha realizado de la literatura de los estudios e indicadores precedentes.

El principal objetivo del presente trabajo es analizar las repercusiones que estos indicadores tienen sobre la evolución de la coyuntura económica y del sector financiero. Teniendo el Indicador de Confianza del Consumidor un papel fundamental para anticipar la trayectoria de la economía y del consumo de los hogares españoles.

En cuanto a la confianza bancaria, influye de un modo muy relevante en el sector financiero, presentando múltiples diferencias entre las diversas instituciones bancarias. Además, durante el período a objeto de estudio muestra una evolución inestable, motivo por el cual los organismos autonómicos y europeos han puesto en marcha una serie de medidas.

Palabras claves: indicador, confianza del consumidor, confianza bancaria, expectativas.

ABSTRACT

This End-of-Degree Project analyzes the indicators used to measure the confidence, focusing on the indicators of the Consumer Confidence and of the Banking Confidence. Therefore, there has been made a revision of the literature about the preceding studies and indicators.

The main goal of this project is to analyze the repercussions that these indicators have inflicted on the evolution of the economic situation in Spain and the financial sector. The indicator of the Consumer Confidence has an essential role in the act of anticipating the trajectory of the economy and of the consumption the Spanish' households.

Regarding the Confidence of the Banking, it affects of the financial sector in a very relevant manner, presenting multiple differences between the various banking institutions. In addition, during the term used as subject of enquiry, an unstable evolution is shown. Due to this, the autonomous and European organizations have set in motion a series of measures.

Key words: *indicator, consumer confidence, banking confidence, expectations.*

1. INTRODUCCIÓN

La crisis financiera y económica iniciada a mediados de 2007 en España conllevó una crisis de confianza, que afectó a todos los sectores de la economía española puesto que provocó que la confianza en el Gobierno, los mercados, las instituciones financieras, etcétera, disminuyera considerablemente. Este descenso de la confianza ha perjudicado notablemente al sector financiero, debido a que se trata de un tipo de actividad en el que la confianza entre los agentes económicos es primordial, puesto que existe riesgo e interdependencia estratégica en la intermediación entre ahorradores e inversores, debido a la existencia de asimetría de información en el entorno bancario. No obstante, la confianza de los consumidores hacia la economía en general y el mercado de trabajo también se vio seriamente afectada, puesto que la crisis provocó que el número de desempleados creciera notablemente, alcanzando unos máximos históricos, al mismo tiempo el principal indicador que mide la evolución de la economía como es el Producto Interior Bruto (PIB) cayó radicalmente. Además, los principales problemas de la economía española han ido cambiando a lo largo del tiempo, constituyéndose a raíz de la crisis como las principales preocupaciones de los individuos: el paro (número de desempleados, tasa de paro, etcétera), los problemas económicos (el aumento de los precios, quejas en general de cómo está la situación económica, etcétera) y la situación del sector bancario (cierre de entidades, endurecimiento para la concepción de préstamos, etcétera).

Debido a la importancia que tiene para la economía y el sector bancario la confianza de los agentes económicos, se ha considerado relevante el análisis de los diversos indicadores que se utilizan para medir la confianza, además de analizar la repercusión que estos indicadores tienen en la evolución de la coyuntura económica, así como los efectos de las medidas llevadas a cabo para la mejora de los niveles de confianza.

A pesar de que inicialmente el tema a objeto de análisis era la desconfianza hacia el sector bancario, debido a la limitación de datos sobre la confianza bancaria y de los factores que repercuten en la misma, se ha tenido que modificar el contenido del presente trabajo abarcando, además de la confianza bancaria, otros indicadores de confianza como el de los consumidores.

El presente trabajo está estructurado en dos apartados principales. En el primero se analiza el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC), sus componentes, sus antecedentes y su metodología, además de su utilidad para la anticipación de las fluctuaciones de los ciclos económicos. En el segundo apartado, se estudia el Indicador de Confianza Bancaria, los indicadores y estudios previos que miden la confianza bancaria y la evolución de este tipo de confianza, además de los factores que repercuten en la misma, como son los factores específicos de las instituciones financieras y de los clientes bancarios, también se analizan las medidas llevadas a cabo por las distintas instituciones gubernamentales y financieras a nivel nacional y europeo para hacer frente a la crisis económica, financiera y de confianza que atraviesa España.

2. INDICADORES DE CONFIANZA

La confianza es la percepción de que una persona, grupo o empresa va a tener un comportamiento éticamente justificable cuando entre ambos se realice un intercambio económico de mutua reciprocidad, siendo un elemento esencial en el funcionamiento de

una sociedad, de las instituciones que forman parte de ella y de la economía en general, puesto que en situaciones de asimetría de información, la existencia de confianza disminuye la incertidumbre, la selección adversa y la sensación de inseguridad. La confianza es un concepto amplio que depende de multitud de factores, provocando el incumplimiento de alguno de ellos el descenso de los niveles de confianza o incluso la desaparición de la misma, esto es lo que ha ocurrido en España con la crisis económica y financiera de 2007, que conllevó una crisis de confianza que afectó sobre todo al sector bancario.

Para medir la confianza que los agentes económicos tienen en la economía española, se utiliza el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC), constituyéndose como un instrumento fundamental, debido a su utilidad para anticipar los posibles puntos de inflexión en el ciclo económico, puesto que el Indicador de Confianza del Consumidor permite adelantar los comportamientos de consumo de los hogares españoles. Este indicador comenzó a elaborarse en España en octubre de 2004 y su base metodológica procede del Índice del Sentimiento del Consumidor elaborado por la Universidad de Michigan y el de la *Conference Board* en Estados Unidos.

Para medir la confianza en el sector bancario el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), organismo encargado actualmente de la elaboración del ICC, establece en sus encuestas una pregunta concreta para evaluar la confianza hacia las instituciones financieras. No obstante, este organismo no cuenta con un indicador específico que mida la confianza bancaria. Sin embargo, existen otros organismos como la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (ADICAE), la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU), *Ernst & Young* (EY), *Edelman Trust Barometer*, entre otros, que han realizado estudios centrados en el análisis de la confianza hacia la banca para conocer la evolución de la misma a raíz de la crisis, como se analizará posteriormente.

3. INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

3.1. DEFINICIÓN

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es un indicador económico que recoge las valoraciones de la población española mayor de 16 años, sobre la situación económica, el mercado de trabajo y los posibles cambios por los que ha podido pasar la economía del hogar en los últimos seis meses, así como las expectativas de futuro para los próximos seis meses. Este indicador se creó con el fin de obtener una herramienta que permitiera interpretar y anticipar la evolución del consumo privado en España. Con anterioridad al 2004, no existía ningún indicador para analizar la confianza del consumidor que fuera elaborado por instituciones españolas, solo se disponía de un Indicador de Sentimiento Económico (ISE) elaborado por la Comisión Europea. A raíz de esta carencia, el Instituto de Crédito Oficial (ICO) comenzó a elaborar, en octubre de 2004 el ICC, no obstante, a partir de 2011 lo elabora el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

En cuanto a los valores del ICC, pueden variar entre un mínimo de 0, todos los encuestados consideran que tanto la situación actual como las expectativas de futuro son peor que la base que se toma como referencia, reflejando una actitud pesimista, y un máximo de 200, situación totalmente opuesta a la anterior, se considera que la situación actual y las expectativas de futuro son mejores que las de la base, mostrando los

encuestados una actitud optimista. Cuando los valores se encuentran entre 100 y 200 la percepción de la actividad económica es favorable, cuando presenta un valor igual a 100 la percepción es neutral, y en el caso de que se encuentre entre 0 y 100 la percepción es desfavorable.

3.2. COMPONENTES

El ICC está compuesto de dos indicadores parciales, el indicador de la situación actual y el indicador de expectativas, siendo el ICC una media aritmética entre estos indicadores. El indicador de la situación actual muestra la valoración de los encuestados sobre las percepciones que tienen de la economía española, del empleo y de la economía familiar actual en relación con la que tenían seis meses antes. Este indicador se calcula como la media de las tres preguntas de los cuestionarios relacionadas con la situación actual que responden a los objetivos anteriores. El indicador de expectativas refleja las valoraciones que tienen los encuestados para los próximos seis meses de la economía española, del empleo y de la economía familiar, al igual que el indicador de la situación actual, este indicador se calcula mediante la media de las tres preguntas relacionadas con las percepciones para los próximos seis meses. Los resultados de ambos indicadores se valoran en términos de mejor o peor que la base que se toma como referencia. Los valores del indicador de expectativas presentan unos valores superiores a los del indicador de la situación actual desde que se comenzó a elaborar el ICC hasta la actualidad. Por lo tanto, se podría concluir que los individuos tienen una actitud optimista en relación con las expectativas de futuro.

3.3. INDICADORES PREVIOS

En el ámbito nacional, con anterioridad al ICC el único indicador que existía en España para medir la confianza del consumidor era el Indicador de Sentimiento Económico (ISE), pero este indicador no era elaborado por un organismo español, lo elaboraba la Comisión Europea, debido a esto el Instituto de Crédito Oficial comienza a elaborar el ICC a partir de 2004.

La Dirección General de Asuntos Económicos y Financieros de la Comisión Europea elabora desde 1961 el ISE para los países miembros de la Unión Europea, aunque en el caso de España solo se dispone de datos a partir de 1986. Este indicador está compuesto por el Indicador de Confianza Industrial, el Indicador de Confianza de los Servicios, el Indicador de Confianza del Consumidor, el Indicador de Confianza de la Construcción y el Indicador de Confianza del Comercio al por menor, cada uno de estos indicadores representa a un sector específico, como son la industria, los servicios, los consumidores, el comercio al por menor y la construcción. El ISE se calcula como la media aritmética de las 15 cuestiones de los indicadores de confianza que lo componen, no obstante no todos los indicadores que forman parte del ISE cuentan con el mismo peso a la hora de su cálculo. Los porcentajes en función de los sectores son 40% industria, 30% servicios, 20% los consumidores, 5% la construcción y 5% el comercio al por menor, estos porcentajes se establecen en función de la representatividad de cada sector. Los valores del ISE y por consiguiente de cada uno de los indicadores que lo componen, se publican mensualmente.

El ICC realizado por la Comisión Europea, se calcula como la media de las respuestas sobre las expectativas para los próximos 12 meses de la situación financiera de los hogares, de la economía en general y del empleo. Para el cálculo del ICC en España, se emplea una muestra de 2.000 individuos mayores de 16 años, con un error

muestral de $\pm 2,3\%$ y un nivel de confianza del 95,5%, bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=0,5$). Las encuestas se realizan mediante el método *Computer-Assisted Telephone Interviewing* (CATI), que consiste en entrevistas telefónicas asistidas por ordenador. La selección de la muestra se realiza mediante muestreo aleatorio polietápico y estratificado, estratificando la población en función del tamaño de la ciudad, de las cuotas de género y de los grupos de edad.

3.4. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

La base metodológica del ICC elaborado por el CIS proviene del Indicador de Confianza del Consumidor del *Conference Board* y el Índice del Sentimiento del Consumidor de la Universidad de Michigan, ambos indicadores son de Estados Unidos.

El Indicador de Sentimiento del Consumidor elaborado por la Universidad de Michigan, mide la confianza de los individuos mediante una serie de preguntas relacionadas con las actitudes de los consumidores sobre las finanzas personales, las condiciones económicas y los planes de compra, en el año en el que se realiza la encuesta y sus expectativas para el próximo año.

Este indicador se comenzó a elaborar a partir de 1946, siendo pionero en la elaboración de los índices de confianza del consumidor. La Universidad de Michigan elabora este indicador mensualmente, mediante una encuesta a 500 individuos mayores de 18 años, de los cuales el 40% son re-encuestados del mes anterior y el 60% son nuevos. A los individuos de la muestra seleccionada se les hacen cuestiones sobre los cambios sufridos recientemente en la situación financiera del hogar, en la situación económica del país y en las condiciones de compra de bienes duraderos, y sus perspectivas para el próximo año de estas tres variables. Por lo tanto, este indicador está formado por dos componentes, el indicador de la situación actual y el indicador de las expectativas.

La selección de la muestra de los individuos se realiza mediante marcado aleatorio de números de teléfono (*Random Digit Dialing*, RDD) de los hogares del total de la población, compuesta por 48 estados contiguos de Estados Unidos y el distrito de Columbia.

En cuando al Indicador de Confianza del Consumidor del *Conference Board*, se comenzó a elaborar en 1967 y se basa en las percepciones de los consumidores sobre las condiciones de negocio, de empleo y de los ingresos en el momento en el que se realiza la encuesta, así como sus expectativas para los próximos seis meses.

Este indicador realizado por el *Conference Board* es publicado mensualmente y está formado por dos componentes, el índice de la situación actual y el índice de las expectativas, por lo tanto, el Indicador de Confianza del Consumidor se calcula como la media de estos componentes. El indicador de la situación actual solo tiene en cuenta las valoraciones en el momento en el que se realiza la encuesta sobre las condiciones de negocio y del empleo, mientras que el indicador de las expectativas recoge las perspectivas para los próximos seis meses sobre las condiciones de negocio, el empleo y los ingresos.

El Indicador de Confianza del Consumidor del *Conference Board* se obtiene mediante una encuesta mensual realizada a través de correo electrónico enviada a los individuos al principio de cada mes, siendo el día 15 de cada mes la fecha límite para el período de recolección, empleándose las encuestas recibidas después de esta fecha para

las estimaciones del mes siguiente. La selección de los individuos se realiza mediante un procedimiento de muestreo aleatorio, estratificando la población geográficamente en función del censo y, después se estratifica por género, nivel de ingresos y edad. El tamaño muestral empleado es de 5.000 individuos, sin embargo la tasa de respuesta es del 70%, por lo tanto, el número de individuos que responde al cuestionario es aproximadamente de 3.000 personas.

3.5. METODOLOGÍA

El ICC elaborado por el Instituto de Crédito Oficial y posteriormente por el CIS se obtiene mediante una encuesta mensual vía telefónica llevada a cabo a 1.000 individuos mayores de 16 años representativos del conjunto de la sociedad española, que incluye las 17 comunidades autónomas y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Tanto el Instituto de Crédito Oficial como el CIS, han delimitado las variables para medir la confianza de igual manera, el único factor que ha variado es el número de encuestas, debido a que el CIS decidió aumentar la muestra para adaptarla al resto de estudios que realizan. Durante 2004 y marzo de 2012, la muestra es de 1.000 individuos, no obstante a partir de marzo de 2012 la muestra varía. Este cambio en el tamaño muestral se debió a la pérdida de información puesto que, existía un porcentaje de la población que no disponía de teléfono fijo, como consecuencia de esto, se empezó a realizar la encuesta a una determinada proporción de personas que no disponían de teléfono fijo pero si de teléfono móvil, concretamente el tamaño muestral aumentó a 1.200 encuestas en 2012. En este año el porcentaje de la cobertura del estudio era del 81.7%, por lo tanto en mayo de 2013 se incrementó a 1.400 encuestas, de las cuales 1.170 entrevistas fueron a personas con teléfono fijo y 230 a personas sin teléfono fijo, aumentando el porcentaje de cobertura y alcanzando el valor de 99.5%. En septiembre de 2014 se realiza la encuesta a 1.510 personas, de las cuales 1.200 disponen de teléfono fijo y 310 no. El margen de error asumido para el total de la muestra es de $\pm 3,10\%$, para un nivel de confianza del 95%, y bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=0,5$).

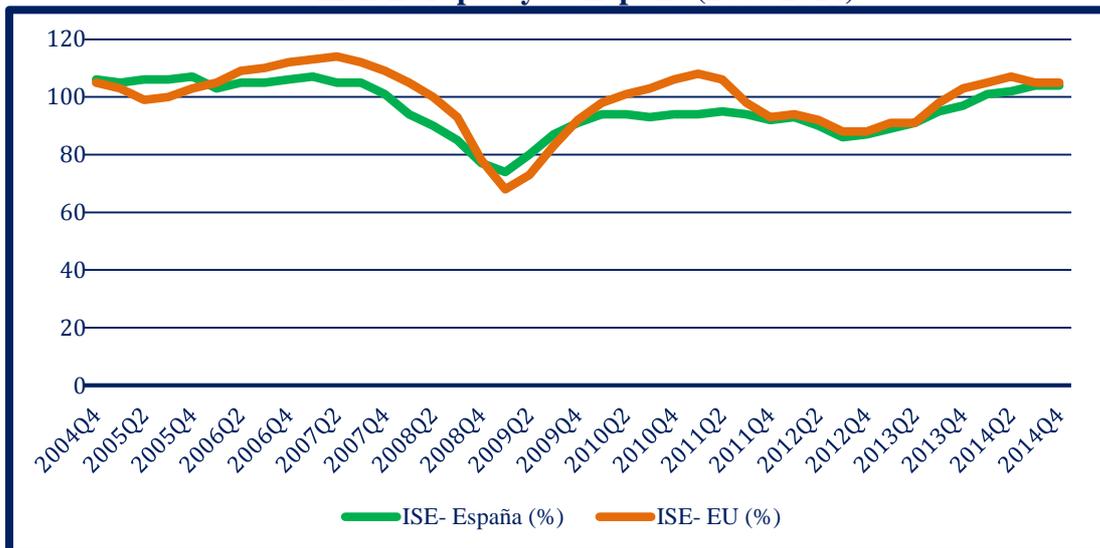
Se trata de un muestreo estratificado y polietápico, un 60% de los entrevistados son nuevos cada mes, siendo el resto re-encuestados en intervalos de seis meses. La selección de las personas con teléfono fijo se realiza mediante un muestreo estratificado por conglomerado, con una posterior selección aleatoria en función de las cuotas cruzadas de sexo, edad y actividad (ocupado/a, parado/a o inactivo/a), en el caso de las personas sin teléfono fijo se realiza mediante marcado aleatorio de números (*Random Digit Dialing*, RDD), con la posterior selección aleatoria aplicada a la muestra de las personas con teléfono fijo.

Las preguntas que forman el cuestionario se pueden agrupar en diferentes conjuntos, debido a que cada grupo de preguntas cuenta con una finalidad. Se pueden distinguir entre las cuestiones que se emplean para el cálculo del ICC y las que ayudan a la interpretación del ICC, además de las cuestiones de carácter sociodemográfico. El cuestionario consta de diez preguntas, de las cuales seis se basan en cuestiones relacionadas con la valoración de los entrevistados acerca de la situación actual de la economía familiar, el empleo y la economía española con respecto a los existentes seis meses antes y sus expectativas para los próximos seis meses. Las restantes cuatro preguntas, se basan en cuestiones relacionadas con las valoraciones de los encuestados para el próximo año, sobre la evolución de los tipos de interés, el ahorro, los precios y la compra de bienes duraderos.

3.6. EVOLUCIÓN DEL INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO Y DEL INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE ESPAÑA

Durante el período 2004-2014, la evolución de los Indicadores de Sentimiento Económico del conjunto de la Unión Europea y de España tienen una trayectoria similar, a excepción de algunos años (gráfico 3.1).

Gráfico 3.1. Evolución de los Indicadores de Sentimiento Económico de la Unión Europea y de España (2004-2014)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Comisión Europea.

En el año 2005, a pesar de que el ISE de la Unión Europea se redujo, el ISE de España mostró una tendencia ascendente. El descenso del indicador europeo se debió a la reducción de los niveles de confianza de algunos países como Reino Unido, además de la disminución del Indicador de Confianza Industrial en un gran número de países, este es un indicador fundamental para determinar la evolución del ISE, puesto que representa el 40% a la hora de su cálculo. En el caso del ISE de España, esta reducción en el Indicador de Confianza Industrial se compensó con un aumento en el Indicador de Confianza de los Servicios, siendo el segundo indicador con mayor peso a la hora de su cálculo.

Durante la etapa 2006-2009, los Indicadores de Sentimiento Económico de Europa y de España crecieron moderadamente, aunque a partir del año 2007 ambos se redujeron debido a la crisis económica y financiera de mediados de 2007. La disminución del ISE europeo se debió a la reducción de los Indicadores de Confianza de la Industria y de los Consumidores, el Indicador de Confianza de los Servicios también se redujo, pero en menor proporción. A pesar de que se redujeron los niveles de confianza en la mayoría de los países, esta caída fue más notable en países como Reino Unido, España y Francia, lo que provocó que se redujeran notablemente el ISE de Europa. En el caso del ISE español esta caída se debió a la reducción de los indicadores anteriormente mencionados, además de la disminución notable del Indicador de Confianza de la Construcción, como consecuencia del estallido de la burbuja inmobiliaria.

A partir del año 2009, el ISE español mostró una tendencia al alza hasta que en el año 2011, se redujo levemente, aumentado nuevamente a partir de 2012. En el caso

del ISE europeo, el incremento a partir de 2009 fue mayor, debido al aumento del Indicador de Confianza de los Servicios y de los Consumidores. El incremento del ISE europeo a partir de 2011, se debió a la mejora de los niveles de confianza, sobre todo de los servicios y de la industria. Además, la mayoría de los países mostraron incrementos en los niveles de confianza, siendo los más notables en Reino Unido y Polonia.

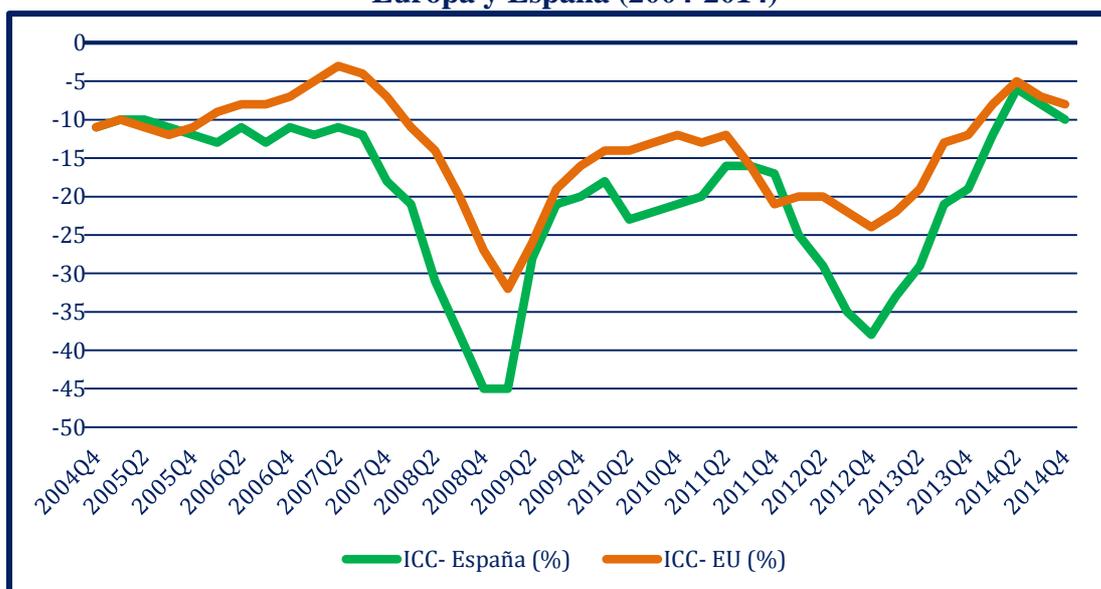
En relación con la confianza de los consumidores, el componente del ISE que la mide es el ICC. Analizando la evolución de los Indicadores de Confianza del Consumidor europeo y español, durante el período 2004-2014 (gráfico 3.2), se observa que ambos indicadores muestran una evolución similar a excepción de algunos períodos.

Cabe destacar, que ambos indicadores de confianza presentan unos valores negativos para todo el período a objeto de estudio.

En el caso del ICC de España, se debe a que tiene una media de referencia negativa. Esta media se obtuvo durante el período 1986 y 2006, etapa en la cual la economía española registró un notable crecimiento. Por ello, generalmente aunque la situación económica mejore son más los individuos españoles que valoran la situación como negativa que los que lo hacen positivamente, por lo que se puede concluir que la población española presenta una actitud pesimista en relación con las perspectivas de futuro de la situación financiera del hogar, la economía en general y el empleo.

En el caso del ICC de Europa, el predominio de valores negativos se debe a que en muchos países, al igual que en el caso de España cuentan con una media de referencia negativa, presentando unos valores negativos durante el período 2004-2014. Por ello, se podría concluir que en muchos de los países de la Unión Europea, también existe un predominio hacia una actitud pesimista en relación con las perspectivas de futuro.

Gráfico 3.2. Evolución de los Indicadores de Confianza del Consumidor de Europa y España (2004-2014)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Comisión Europea.

A partir del año 2005, el ICC europeo mostró una tendencia al alza, alcanzado los valores más altos dentro del período analizado, debido a que muchos países tenían

unos altos niveles de confianza del consumidor como Bélgica y Dinamarca, que compensó la caída de los niveles de confianza del consumidor de países como Bulgaria, Chipre y Grecia. No obstante, el ICC español presenta una tendencia inestable sin llegar a alcanzar valores muy elevados.

A partir de 2007, ambos indicadores comienzan a decaer notablemente, presentando el ICC español una caída más acusada, debido a la crisis de confianza por la que pasa España a raíz de la crisis económica de mediados de 2007.

En 2009, a pesar de que en la mayoría de los países se reducen los niveles de confianza del consumidor, este descenso fue mayor en el caso de los niveles de confianza de España, debido a esto el ICC europeo presenta un descenso menor.

Después del año 2009, los Indicadores de Confianza del Consumidor de Europa y España comienzan a crecer. No obstante a partir de 2010, estos indicadores mostraron una tendencia algo inestable con algún descenso considerable, sobre todo en el caso del ICC español, sin embargo en el trimestre siguiente aumentó nuevamente.

En el año 2012, tanto el ICC europeo como el español, volvieron a reflejar un descenso, siendo más acusado en el caso del indicador español a pesar de que la economía española comenzó a mostrar síntomas de mejora. La disminución del ICC europeo se debió al descenso de los niveles de confianza de los consumidores en la mayoría de los países.

No obstante, a principios de 2013 los niveles de ambos indicadores comenzaron a crecer nuevamente, como consecuencia de la mejora, tanto de Europa como de España, de las percepciones de futuro sobre el empleo, la economía en general y la situación financiera de los hogares. Sin embargo, en el año 2014 los Indicadores de Confianza del Consumidor europeo y español, cayeron nuevamente, debido a las valoraciones negativas sobre las perspectivas de futuro del empleo y de la situación financiera del hogar.

3.7. UTILIDAD

La principal finalidad del ICC, elaborado por el Instituto de Crédito Oficial y, posteriormente por el CIS, es prever los posibles cambios en el ciclo económico de la sociedad española, con la consiguiente anticipación de las variaciones en una de las actividades claves de la economía como es el consumo privado. El consumo de los individuos depende de varios factores entre los que se encuentra el poder y la disposición de compra, dependiendo el poder de compra del nivel de ingresos del individuo, mientras que las disposiciones de compra están condicionadas por las perspectivas futuras de trabajo e ingreso de los consumidores, por lo tanto cuando los individuos se sienten optimistas incrementan sus gastos y cuando se muestran pesimistas sus gastos decrecen y su ahorro tiende a incrementar.

Además, la encuesta para calcular el ICC del CIS se realiza a personas de diversas índoles sociales, cada encuestado valora la situación actual y expectativas de futuro de la economía española, del empleo y del hogar desde su punto de vista personal, proporcionando una visión más generalizada de cómo se encuentra el mercado laboral y la economía de los hogares españoles, tanto en la actualidad como las perspectivas futuras. Debido a esto, el ICC proporciona una información más detallada y objetiva que, la que podría proporcionar otros indicadores económicos que tratan de anticipar las fluctuaciones en el ciclo desde un punto de vista más general.

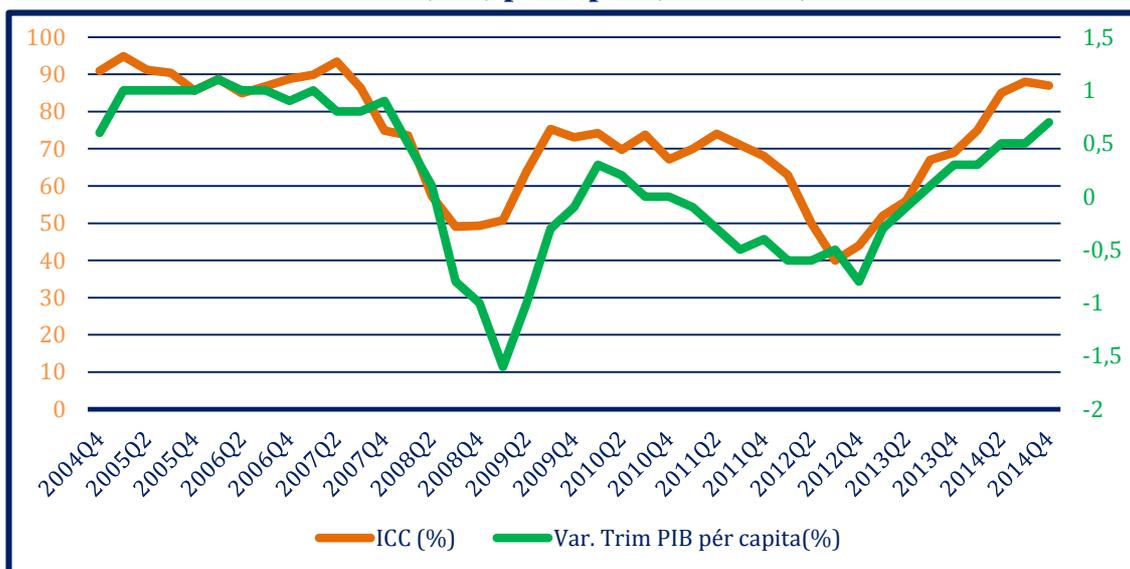
El ICC del CIS puede ser un indicador importante para las empresas a la hora de planificar su producción puesto que, ante unos niveles de confianza altos se produce una expansión del consumo, por lo tanto pueden ampliar los niveles de producción, contratar a más empleados, etcétera. En esta situación los individuos disminuyen el porcentaje de dinero que retienen, los bancos realizan más operaciones de crédito y los gobiernos cuentan con más fondos. En cambio, ante unos niveles de confianza bajo la capacidad de ahorro aumenta y se reducen los niveles de producción de las empresas, el consumo y los ingresos de los gobiernos provenientes del cobro de impuestos como son el IGIC o el IVA, debido a la reducción del consumo de los hogares. Del mismo modo, las instituciones financieras reducen los créditos, los préstamos, las hipotecas, etcétera que conceden, todo esto provoca una ralentización del crecimiento económico.

El ICC del CIS tiene un papel fundamental en la sociedad y en la economía española, puesto que los resultados del ICC tanto si son positivos como negativos, anticipan la evolución futura de muchos de los sectores claves de la economía. No obstante, como el ICC es un indicador que mide las percepciones futuras en períodos de seis meses, no tiene una amplia cobertura de predicción y es muy volátil para predicciones a largo plazo, sin embargo a corto plazo es un buen indicador para anticipar las posibles fluctuaciones, tal y como refleja el posterior análisis de la evolución del ICC y de la Tasa de Variación Trimestral del Producto Interior Bruto (PIB) per cápita. La evolución del consumo privado en España es una variable muy significativa para el comportamiento global de la economía, debido a esto se analiza posteriormente la evolución del consumo de los hogares y el ICC.

3.8. EL INDICADOR DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR COMO PREDICTOR DE LAS FLUCTUACIONES DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA DURANTE EL PERÍODO 2004-2014

Durante el período objeto de estudio, que comprende desde el último trimestre de 2004 hasta 2014, (gráfico 3.3) se observa que la Tasa de Variación Trimestral del PIB per cápita español tuvo una evolución caracterizada por una gran estabilidad hasta finales de 2007. A partir de este año, la situación económica de España entró en una etapa de gran incertidumbre, debido al estallido de la burbuja inmobiliaria y el comienzo de la crisis financiera, que provocó que el PIB per cápita entrara en una etapa de constante descenso, alcanzando su mínimo valor a principios del año 2009. No obstante el ICC, reflejaba una tendencia decreciente desde mediados de 2007, anticipando la caída futura del PIB per cápita. Ambos indicadores muestran una alta correlación, puesto que el ICC anticipa la evolución del consumo. Sin embargo, de los dos componentes de los que depende el ICC, el indicador de las expectativas es el que anticipa de un modo más claro la posible evolución del PIB per cápita, puesto que se basa en las percepciones futuras de la muestra encuestada.

Gráfico 3.3. Evolución del ICC y Tasa de Variación del Producto Interior Bruto (PIB) per cápita (2004-2014)



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Crédito Oficial, CIS y el Instituto Nacional de Estadística.

Desde el año 2004 y hasta 2006, España pasó por un período expansivo de estabilidad económica, caracterizado por un crecimiento generalizado de la economía, como reflejaba la Tasa de Variación Trimestral del PIB per cápita. Esto se debió a la expansión del sector de la construcción que se convirtió en uno de los sectores claves de la economía española, concretamente en el año 2005 el número de empresas nacionales en función del sector de actividad, que se dedicaban a la actividad inmobiliaria eran 145.626 empresas, según la encuesta anual de servicios del Instituto Nacional de Estadística (INE), constituyéndose como un sector con unas altas tasas de empleo. Además, durante el período 2004-2006 la Encuesta de Población Activa (EPA) presentaba unos niveles de paro relativamente bajos. Esta favorable situación económica, se reflejó en la valoración de los encuestados sobre la situación actual del empleo entre 2004 y 2006, presentando una trayectoria caracterizada por los valores más elevados de todo el período analizado, alcanzando unos porcentajes cercanos al 100%. De igual manera, las valoraciones sobre la situación de la economía española y la del hogar muestran los porcentajes más elevados. No obstante, la evolución a cerca de las expectativas del empleo, presentó una evolución inestable con tendencia al descenso, al igual que la evolución de la situación de la economía española y la del hogar, sin embargo, debido a que las valoraciones de la situación actual eran positivas no se redujo radicalmente el valor final del ICC, mostrando un descenso no muy acusado a partir de 2005. Esta disminución se reflejó en la variación trimestral del PIB per cápita a partir de 2006.

Sin embargo, a partir de 2007, la crisis financiera llevó aparejada una crisis de confianza, tal y como lo reflejó el ICC. Este descenso de la confianza se debió a la difícil situación económica por la que pasaba España, desde que a mediados de 2007 se iniciara la crisis económica, que ocasionó un aumento considerable del número de desempleados a partir de 2008, alcanzando la tasa de paro el 26.94% en el primer trimestre de 2013, representando el máximo valor de esta tasa dentro del período analizado. Esta caída fue reflejada por los encuestados, debido a que la valoración de la situación actual de las tres variables que la componen, cayó considerablemente. No obstante, ese descenso fue más acusado en el caso de las valoraciones de la situación del

empleo y de la economía, del mismo modo las expectativas sobre estos dos factores presentaron una tendencia a la baja, concluyendo en una reducción del ICC, que anticipó el descenso continuado que iba a soportar el PIB per cápita desde finales de 2007.

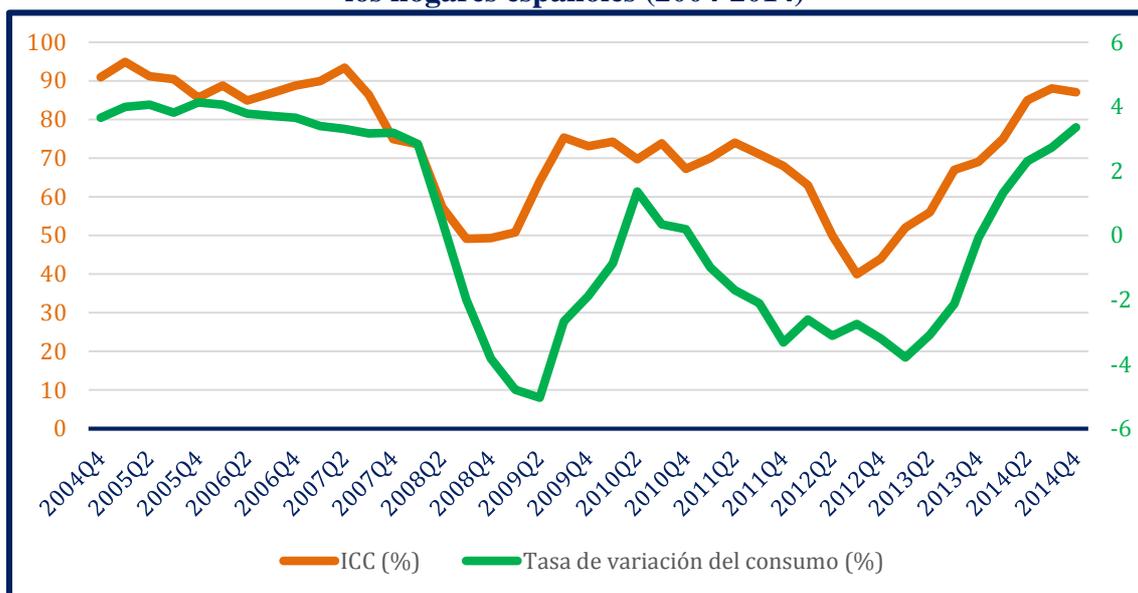
Durante el 2008 y 2012, las valoraciones actuales de la economía del hogar, del empleo y de la economía española, mostraban una tendencia descendiente alcanzando durante este período las puntuaciones más bajas en las valoraciones de la economía y del empleo. Las puntuaciones sobre la economía del hogar presentaban durante todo el período unos valores superiores con tendencia crecientes. No obstante, a pesar de la difícil situación económica, las valoraciones de las expectativas registraban una tendencia al alza aunque con bastantes inestabilidades. Esto provocó que, a pesar de que el ICC mostró unos valores constantes con tendencia al alza desde finales de 2008, mostrando el PIB per cápita esta tendencia creciente a partir del primer trimestre de 2009, en el último trimestre de este año comenzó a descender nuevamente el ICC con la consiguiente reducción del PIB per cápita en el año 2010.

También hay que resaltar la incidencia que las noticias económicas tienen sobre el ICC. Así, a partir de 2012 se observó un aumento del optimismo de la población española, debido al incremento de la publicación de artículos de prensa que reflejaban una mejoría de la situación de la economía española, con el consiguiente incremento de los valores del ICC desde el tercer trimestre de 2012. Además, se incrementaron considerablemente las valoraciones de la situación actual y de las expectativas de futuro de las tres variables que componen el ICC, esta mejora se reflejó en la Tasa de Variación del PIB per cápita desde el cuarto trimestre de 2012. A partir del tercer trimestre 2012, el ICC anticipó una tendencia al alza, sobre la mejora de las valoraciones del empleo, de la economía española y la de los hogares, esto se reflejó en la evolución de la Tasa de variación del PIB per cápita que mostró un ascenso continuado a partir del cuarto trimestre de 2012.

El ICC también es un buen indicador para anticipar las variaciones en el consumo de los hogares, sobre todo en etapas de inestabilidad económica.

En los primeros años del período 2004-2014, no se puede apreciar si el ICC anticipa la evolución del consumo, puesto que la Tasa de Variación del Consumo presenta una tendencia estable, mientras que el ICC muestra algunos contrastes. No obstante, a partir del año 2007 el ICC anticipa claramente la evolución del consumo (gráfico 3.4)

Gráfico 3.4. Evolución del ICC y de la Tasa de Variación del Consumo de los hogares españoles (2004-2014)



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto de Crédito Oficial, del CIS y el Instituto Nacional de Estadística.

A mediados del año 2007, el ICC comenzó a decaer debido a la crisis económica, financiera y de confianza en la que entró España en esa etapa. Esta disminución de la confianza fue causada por el aumento de las valoraciones negativas sobre las perspectivas de futuro, como consecuencia del aumento de la incertidumbre sobre la situación económica de España, del empleo y de la economía del hogar. Esta caída del ICC anticipó la reducción que tuvo el consumo a principios de 2008.

Debido a la mejora de las valoraciones de las expectativas, el ICC mostró a partir de 2008 una evolución constante con tendencia al alza, aumentando el consumo a principio de 2009. No obstante, a finales de 2009 la destrucción de empleo y la ausencia de mejoras en la economía española, provocó la reducción del ICC con la consiguiente disminución del consumo en los trimestres posteriores.

A partir de 2009 y hasta finales de 2012, el ICC continuó descendiendo debido a que la situación económica de España no mejoró, con la consiguiente reducción de las valoraciones a cerca de la situación actual y las expectativas de futuro. Sin embargo, a finales de 2012 el ICC mostró un aumento debido a que, la economía española comenzó a mostrar síntomas de mejora, aumentando el optimismo de la población española e incrementándose el consumo a principios de 2013.

En relación con la evolución de la tasa de ahorro y la del ICC, no se ha podido concluir que el ICC anticipe la evolución del ahorro puesto que, durante el período 2004-2014, el ICC y la tasa de ahorro presentan una evolución contradictoria en la mayor parte del período, como en el año 2006 y 2012, en los que a pesar de que el ICC aumenta, la tasa de variación no se reduce. Por ello, solo se ha podido observar una tendencia clara en algunos períodos, como son, en primer lugar, en el tercer trimestre de 2008, etapa en la cual se reducen los niveles de confianza y, por consiguiente la tasa de ahorro aumenta. Y en segundo lugar, en el cuarto trimestre de 2010 y en el año 2013, períodos en los que los niveles de confianza aumentan y la tasa de ahorro se reduce.

A partir de los epígrafes anteriores, se puede concluir que el ICC cumple con la utilidad para la cual se creó, es decir, prever las fluctuaciones en la coyuntura económica, siendo un buen indicador para analizar las valoraciones actuales y futuras de la población hacia la economía española, el empleo y la economía del hogar, con la consiguiente anticipación de la evolución del PIB per cápita y del consumo de los hogares. Por ello, se puede considerar como un indicador fundamental, sobre todo en épocas de crisis económicas o financieras, en las cuales la incertidumbre tiende a aumentar.

4. INDICADOR DE CONFIANZA BANCARIA

4.1. DEFINICIÓN

Actualmente, no se cuenta con un indicador que mida exclusivamente la confianza hacia el sector financiero. No obstante, para medir la misma, se utilizan indicadores que resultan de preguntas que se emplean en otros estudios, pero en las que se evalúa la confianza bancaria. Así, el CIS, utiliza en sus informes de Latinobarómetro de los años 2009 y 2010, una cuestión en la cual los encuestados evalúan la confianza en las instituciones bancarias. Esta pregunta cuenta con valores desde 2003 hasta 2010, no obstante, en algunos períodos como en los años 2006-2007 no se dispone de datos. La muestra utilizada varía a lo largo de este período. Sin embargo, se encuentra en valores cercanos a los 2.500 encuestados, a excepción del año 2005 en el cual la muestra aumentó a 3.033 individuos.

Para evaluar la evolución de la confianza bancaria, como el CIS solo dispone de datos hasta el año 2010, a partir de este año, se han tomado los datos de distintos estudios llevados a cabo por otras organizaciones.

Los datos del año 2012 se tomaron del estudio realizado por ADICAE y el equipo de Estudios de la Escuela de Relaciones Laborales de la Universidad Complutense de Madrid (2012). Los correspondientes al ejercicio 2013, se han extraído de dos estudios, el realizado por EY (2014) y el de CEACCU (2013). Por último, los valores correspondientes al 2014 se han extraído del informe elaborado por IPSOS (2014).

4.2. INDICADORES Y ESTUDIOS PREVIOS

En países como Estados Unidos y Argentina, a diferencia de España, si se cuenta con índices para medir la confianza hacia el sector financiero.

En Estados Unidos, la Escuela de Negocios *Booth* de la Universidad de Chicago y la Escuela de Administración *Kellogg* de la Universidad *Northwestern*, elaboran el Índice de Confianza Financiero. Para el cálculo de este índice se emplea una muestra aproximada de 1.000 individuos, con un error muestral de $\pm 3.65\%$ y un nivel de confianza del 95%. La selección de la muestra se realiza mediante marcado aleatorio de números de teléfono de los hogares estadounidenses.

El Índice de Confianza Financiero se publica trimestralmente, y mide la confianza en los mercados de valores, en las instituciones financieras, en los fondos de inversión y en las grandes empresas. Los encuestados también valoran los cambios que ha podido sufrir la confianza bancaria con respecto a los tres meses anteriores.

En Argentina, el Centro de Estudios de la Nueva Economía de la Universidad de Belgrano elabora mensualmente el Índice de Confianza en el Sistema Financiero (ICSF). Este índice se calcula dividiendo el total de depósitos a plazo fijo del sector privado entre el total depósitos a plazo fijo de la base monetaria, este índice tiene como valor base el importe que el Índice de Confianza en el Sistema Financiero tuvo en el año 1996.

No obstante, este indicador presenta un inconveniente, puesto que al no basarse en encuestas de opinión sus resultados son menos representativos para medir los niveles de confianza bancaria de la población, debido a que el número de depósitos a plazo fijo puede variar como consecuencia de múltiples factores, entre los que se encuentra los cambios en los tipos de interés de los mismos. Por lo que, las variaciones en el Índice de Confianza en el Sistema Financiero pueden no corresponderse necesariamente a cambios en los niveles de confianza de la población.

En España, la metodología empleada y las conclusiones de las publicaciones realizadas por otros organismos independientes, distintos del CIS son las que se exponen a continuación.

En primer lugar, el estudio realizado por ADICAE y el equipo de Estudios de la Escuela de Relaciones Laborales de la Universidad Complutense de Madrid (2012), se fundamenta en una encuesta realizada a 1.651 personas entre el 4 y el 19 de diciembre de 2012. La encuesta se basa en una serie de cuestiones cerradas, en las que se les expone a los encuestados de manera directa que evalúen su confianza hacia el sector financiero, antes de la crisis y en el momento en el que se llevó a cabo la encuesta, la responsabilidad y culpabilidad de las instituciones financieras en la crisis, la confianza en las soluciones propuestas por las entidades financieras, etcétera.

Este estudio tiene como objetivo investigar el grado de satisfacción, conocimiento y confianza sobre las entidades y productos financieros. En este estudio se muestra que los ciudadanos encuestados consideran a los bancos como los principales responsables de la actual crisis, por ofertar unas facilidades engañosas para la concesión de créditos hipotecarios y por el empuje otorgado a una economía especulativa, como la del ladrillo. Por lo tanto, los ahorradores manifiestan desconfianza hacia las instituciones financieras y las políticas llevadas a cabo por las mismas, debido a que creen que la reestructuración bancaria será perjudicial para los consumidores. Del mismo modo, consideran que las causas de la desaparición de las Cajas de Ahorro son la utilización inadecuada de las mismas por parte de los Gobiernos Autonómicos y la mala gestión, por parte de las entidades financieras. Además, consideran que los supervisores o reguladores financieros no velan adecuadamente por los derechos de los consumidores, por lo tanto, son percibidos por los usuarios como instituciones poco fiables. Todo esto, ha ocasionado una disminución de la confianza hacia el sector bancario, llegando a ser valorado por los consumidores encuestados como un sector en el que tiene una nula o escasa confianza. No obstante, una proporción minoritaria afirma no haber disminuido su confianza o incluso no haber confiado nunca en las entidades financieras.

En segundo lugar, el informe de CEACCU (2013), se basa en una encuesta llevada a cabo a 1.200 personas del 2 y el 20 de diciembre de 2013. En la encuesta se les presenta a los entrevistados una serie de cuestiones cerradas, para analizar entre otras cuestiones, si se ha producido algún cambio en su percepción sobre la confianza

hacia su entidad financiera desde el inicio de la crisis, si han cambiado sus hábitos en el trato con las entidades financieras y la percepción que tienen a nivel global del sector financiero.

Este informe de CEACCU (2013) analiza la relación, la confianza y los hábitos en el trato con las entidades financieras, además de la influencia de la crisis en las mismas. En este informe se concluye, que la actual crisis ha puesto de manifiesto la escasa fiabilidad y solvencia del sistema financiero, disminuyendo de este modo la confianza hacia al sector bancario durante la crisis.

Esta desconfianza ha llevado aparejado un cambio de los hábitos en el trato con las entidades financieras, debido a que los usuarios no confían en la información suministrada por el sistema financiero y, prefieren consultar otro tipo de fuentes antes de contratar algún producto de ahorro o inversión, además procuran diversificar más sus ahorros e incluso deciden poseer una mayor proporción de efectivo, en lugar de depositarlo en las entidades bancarias.

En tercer lugar, el informe de EY (2014), se basa en la encuesta denominada EY *Winning Through Customer Experience* (2013), que se realizó durante el 25 de julio y el 7 de octubre de 2013 a 32.642 clientes de 43 países, de las cuales 533 fueron realizadas en España, esta encuesta muestra un aumento de la confianza en relación al estudio EY (2012), que se llevó a cabo durante el mes de marzo de 2012, mediante una encuesta a 28.560 individuos, de las cuales 1.000 se realizaron en España. Del mismo modo, los usuarios reflejan que las principales razones que les llevan a tener una mayor confianza en los proveedores de servicios financieros son la estabilidad financiera de los mismos, el procedimiento de seguridad del proveedor, la calidad del asesoramiento y el trato recibido, por lo tanto, la experiencia con el cliente es la principal razón a tener en cuenta por el usuario cuando decide abrir o cerrar una cuenta.

No obstante, algunos usuarios deciden mantener la relación con su actual banco debido a que, consideran que todas las entidades son similares o porque creen que trasladar sus cuentas a otro banco es muy complicado o conlleva mucho tiempo, por lo tanto, los actuales clientes de algunos bancos se quedan en los mismos por inercia.

El estudio de EY (2014), registra un aumento de la confianza hacia el sector bancario y, concretamente hacia su entidad habitual, manifestándose los usuarios lo suficientemente satisfechos con su proveedor de referencia como para recomendarlo. A pesar del aumento de la confianza, los clientes no creen que las entidades tradicionales puedan competir con los nuevos tipos de proveedores bancarios, debido a que consideran que estos últimos pueden satisfacer mejor sus necesidades. Por lo tanto, las instituciones deben de mejorar en varios aspectos para conseguir un incremento de la fidelización y confianza hacia los clientes. Estas mejoras serían tener una mayor transparencia de las comisiones, la simplicidad de las ofertas y la comunicación. Además de mejorar el asesoramiento hacia los clientes, ayudándoles en la resolución de los posibles problemas que puedan surgir.

En cuarto y último lugar, el informe de IPSOS (2014), tercera compañía de investigación de mercados a escala global y local, cuyo estudio se basa en una encuesta realizada a 1.000 individuos, entre el 23 y 29 de abril de 2014, refleja que la confianza no ha aumentado, debido a que los clientes consideran que el sector bancario es poco transparente, mostrándose muy insatisfechos con el servicio recibido y considerando como malo el trato recibido por parte de su entidad habitual.

Esta desconfianza ha tenido como consecuencia que solo uno de cada cuatro encuestados afirma que volvería a contratar un nuevo préstamo en la misma entidad. Del mismo modo, los consumidores se muestran insatisfechos con el sistema bancario debido a que, consideran que soportan un volumen considerable de intereses o que los tipos de interés aplicados son muy elevados. Además, los consumidores exponen su inconformidad ante el hecho de que las entidades bancarias cobren comisiones como contraprestación de todos sus servicios.

Todo esto, conllevó a que la desconfianza en el sistema bancario no haya dejado de crecer desde el inicio de la crisis, teniendo como consecuencia que uno de cada dos españoles no recomiende la entidad donde tiene contratados sus servicios bancarios.

4.3. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA BANCARIA

Analizando la evolución en conjunto de los valores obtenidos por el CIS y los informes de otros organismos independientes, (gráfico 4.1) se observa que la confianza mostró un descenso a lo largo del año 2003. Sin embargo, aumentó de un modo relevante en el año 2004, alcanzando en este intervalo el porcentaje más alto, de los años de los que se dispone de datos dentro del período analizado. Este elevado valor del nivel de confianza se debió a la buena imagen y percepciones acerca de los servicios recibidos que tenían los clientes de las entidades financieras. Además, de las facilidades que ofertaban las entidades de crédito para la contratación de cualquier servicio financiero y los reducidos tipos de interés. Todo ello, dio lugar a un exceso incontrolado de la oferta crediticia. No obstante, a pesar de la estabilidad económica que caracteriza a estos años, en el 2005 la confianza se redujo nuevamente.

Gráfico 4.1. Evolución de la Confianza Bancaria



Fuente: Elaboración propia mediante los datos del CIS, ADICAE, EY, CEACCU e IPSOS.

Aunque no se disponen de datos para los años 2006-2007. Durante este período las entidades bancarias españolas poseían una amplia red de sucursales que le permitían tener una mayor cercanía hacia el cliente, llegando a ser consideradas - según el estudio de la Confederación Española de las Cajas de Ahorro (CECA, 2006)- como una de las más eficientes en el ámbito europeo. Motivo, por el que se podría intuir que razonablemente debería de haber aumentado la confianza bancaria durante estos años.

A partir del año 2008, la confianza volvió a caer a raíz de la crisis económica y financiera que provocó una crisis de confianza que repercutió considerablemente en el sector bancario reduciéndose notablemente la confianza hacia el mismo.

En el año 2012, el nivel de confianza mostró su valor mínimo, constituyéndose como la etapa con el porcentaje de confianza más bajo. No obstante, en el año 2013 hay disparidad en cuanto a los niveles de confianza, puesto que la encuesta de EY (2013) realizada a mediados de año, mostró que la confianza aumentaba y el informe de CEACCU (2013), llevado a cabo a finales de ese año afirmaba que disminuía. Al poner en relación estos resultados con los obtenidos por el resto de estudios, se observa que a pesar de que el informe de CEACCU (2013) concluía que había un descenso de la confianza a raíz de la crisis, los niveles de confianza para el año 2013 muestran una ligera mejoría en relación con los obtenidos en 2012. Del mismo modo, el informe de IPSOS (2014) afirmaba que la confianza descendía. No obstante, a pesar de que contaba con unos valores inferiores a los alcanzados en los primeros años del período analizado, muestra una mejora al comparar los valores del año 2014 con los de los años que lo preceden, concluyendo en que se produce un aumento de la confianza.

4.4. CAUSAS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA BANCARIA

La confianza bancaria presenta una evolución desigual en los períodos de los que se disponen de valores, esto se debe a que la crisis financiera internacional y el estallido de la burbuja inmobiliaria, tuvo como consecuencia, la actual crisis económica por la que está pasando España desde el año 2008. Esta crisis puso de manifiesto los excesos llevados a cabo por el sistema financiero durante un largo período de abundante liquidez y estabilidad macroeconómica. Esto propició el desarrollo de un proceso de innovación financiera sustentado en un sistema de incentivos perversos, provocando una crisis de confianza, que ha afectado de un modo muy significativo al sector financiero, sobre todo a las Cajas de Ahorro. Debido a que estas contaban con una serie de vulnerabilidades como eran el sobredimensionamiento de sus balances, del número de sucursales y del número de empleados. Además, disponían de un elevado volumen de activos inmobiliarios en sus balances y tenían problemas estructurales debido a su naturaleza jurídica, contando con menos requisitos de transparencia, alejándose de este modo de la disciplina del mercado.

Por otra parte, la elevada exposición de la economía española al sector inmobiliario, el aumento de la tasa de paro, la alta dependencia del sistema financiero español de la financiación mayorista y el elevado endeudamiento de la economía española provocaron un gran deterioro de la economía real y un aumento de la incertidumbre del entorno macroeconómico. Esta situación de inestabilidad incrementó de un modo muy significativo la desconfianza hacia el sector financiero, debido a que la estabilidad y la confianza financiera, son dos conceptos que están íntimamente relacionadas. Esta situación se muestra claramente reflejada en la evolución de los niveles de confianza durante el período 2008-2010, (gráfico 4.1) etapa en la cual se redujeron estos valores notablemente.

Otra causa que explica este descenso es que, como se señala en el estudio de *Edelman* (2009), la confianza hacia el sistema bancario se redujo significativamente a nivel global. Ello llevó aparejado un aumento de la desconfianza entre las instituciones financieras, que propició un incremento aun mayor de la desconfianza de los clientes. Debido a que, no consideraban a las instituciones financieras como solventes, los clientes tenían una percepción de gran incertidumbre hacia el futuro y consideraban que sus ahorros no se encontraban seguros en las instituciones financieras. Como resultado, el sector financiero llegó a ser considerado, por el 40% de las personas entrevistadas para el sondeo anual de *WIN/Gallup International's* (2014), como el principal culpable de la

crisis económica. Del mismo modo, el Índice de Opinión Pública realizado por Simple Lógica (2012), muestra que los clientes situaban a los bancos y cajas de ahorro como las instituciones en las que tienen un mayor nivel de desconfianza para superar la crisis.

4.5. FACTORES ESPECÍFICOS DE LOS CONSUMIDORES QUE INCIDEN EN LA CONFIANZA BANCARIA

Los niveles de confianza bancaria en función de las características sociodemográficas de las personas como son la edad, el sexo, el nivel de estudios y el nivel de ingresos presentan algunas diferencias. El Índice de Opinión Pública realizado por Simple Lógica (2012), concluye que las diferencias en función del sexo son casi inapreciables. Sin embargo, si se tienen en cuenta la variable edad, las personas que tienen entre los 18 y los 24 años muestran unos niveles de confianza superiores que los de los individuos con edades comprendidas entre los 55 y los 64 años. En relación con los niveles de estudios, se observa que a mayor nivel de estudios, mayores niveles de confianza. De igual manera, la variable nivel de ingresos muestra una relación positiva con los niveles de confianza, puesto que los individuos cuentan con unos niveles de confianza superiores cuando su nivel de ingresos es alto.

En relación con el nivel de conocimientos financieros, la crisis económica y financiera de 2008 puso de manifiesto que los clientes mostraban un exceso de confianza bancaria, llegando a sobrevalorar los conocimientos financieros que poseían puesto que, interpretaban sus éxitos pasados como resultado de su propia experiencia en vez de atribuirlos a las favorables condiciones económicas del mercado. Sin embargo, a partir del 2008 la situación cambia, mostrando el estudio realizado por CEACCU (2008), que el 55% de los entrevistados desconocía los conceptos por los cuales su entidad financiera les cobraba. Este desconocimiento, se acentuaba en el caso de los créditos personales y los fondos de inversión, afirmando las personas entrevistadas que no contrataban un producto o servicio financiero debido a la falta de información o, por la dificultad que les suponía entender las condiciones para contratarlo.

Teniendo en cuenta las características demográficas de los clientes se pueden apreciar algunas diferencias en los niveles de alfabetización financiera. Así, las personas más jóvenes, las de mayor edad, sin trabajo, con menores niveles de estudios y de ingresos son las que cuentan con menos conocimientos financieros, buscando una mayor información en las oficinas bancarias o dejándose influenciar por la información informal recibida de otras personas cercanas a ellas, cuyo nivel de alfabetización financiera puede ser similar al del propio cliente. Normalmente, los consumidores acuden a las oficinas para obtener un mayor conocimiento a la hora de contratar un producto, jugando un papel primordial el trato recibido por parte de los empleados. De este modo, si los clientes se encuentran satisfechos con la información y el trato recibido, la confianza aumentará.

En el caso de que la comunicación se lleve a cabo de un modo más informal, esto implicaría que si la otra persona cuenta con una buena experiencia e imagen hacia esa entidad la comunicación será positiva, aumentando la confianza hacia la misma. Todo lo contrario ocurriría con la confianza en el caso de que, la experiencia no sea satisfactoria. Esta comunicación informal se utiliza principalmente a la hora de contratar una cuenta corriente, una tarjeta, algún plan de pensiones o de jubilación.

Por otro lado, las mujeres y las personas que cuentan con unos mayores niveles de estudios son las que dedican más tiempo a informarse y leerse las condiciones de los

contratos bancarios, debido a que cuando se requieren demasiadas garantías para la contratación de un producto o servicio, los niveles de confianza se reducen.

Otra causa que repercute en los niveles de confianza es la percepción por parte de los clientes de que, las entidades bancarias puedan tener un comportamiento oportunista, como por ejemplo los numerosos casos de entidades financieras españolas que han recurrido a los clientes minoristas para la colocación de productos de riesgo, como pueden ser la deuda subordinada, que es un instrumento de renta fija que cuenta con unas características inferiores a las emisiones normales, puesto que en caso de quiebra o liquidación de la entidad financiera su titular, por orden de cobro, queda por detrás del resto de acreedores. Esta comercialización inadecuada de los productos financieros repercute en una reducción de los niveles de confianza.

4.6. FACTORES ESPECÍFICOS DE LAS ENTIDADES BANCARIAS QUE INCIDEN EN LA CONFIANZA BANCARIA

A pesar de contar con un marco general que los regula, cada uno de los bancos españoles, tiene diferentes prioridades a la hora de llevar a cabo su actividad, debido a esto existen diferencias en cuanto a niveles de confianza entre las diversas instituciones financieras, tal y como refleja el estudio de *Emo Insights* (2015). En este estudio y mediante 3.500 encuestas durante el mes de febrero, se observa que las entidades financieras que cuentan con mayores niveles de confianza y satisfacción por parte de los clientes, son por orden de preferencia, *Internationale Nederlanden Groep Direct* (ING Direct), Evo Banco S.A.U., Bankinter, Banco Santander y Banco Bilbao Vizcaya Argentina (BBVA).

ING Direct se sitúa en el número uno de este estudio debido a que, tiene como prioridad la experiencia del cliente, basándose en una relación igualitaria, ofreciendo menos servicios y siendo los mismos más claros y sencillos. Esto ha provocado que los clientes comprendan de una manera más fácil los diversos servicios que ofrece y las condiciones de los mismos, sintiéndose los consumidores más seguros, aumentando de este modo la confianza hacia esta institución. Además, ING Direct ocupa el puesto número uno del estudio anual de *Affinion International* (2014), cuyos resultados se obtuvieron mediante una encuesta realizada a 728 personas en junio de 2014. ING Direct se sitúa en esa posición puesto que cuenta con unos altos índices de confianza, preocupación por los clientes, transparencia, calidad y proactividad. Esta favorable situación ha provocado que el número de clientes de ING Direct aumentará notablemente, incrementándose un 1.96% en el primer trimestre de 2015, contando con 3,16 millones de clientes.

Las diferencias en los niveles de confianza entre las diversas entidades financieras españolas se deben a varios factores. Los más relevantes son la imagen y la reputación de las instituciones, las promociones llevadas a cabo por las entidades bancarias, los Fondos de Garantía de Depósitos, los tipos de interés que aplican, la solvencia de las entidades financieras, la transparencia en las condiciones para contratar los servicios o productos, la calidad percibida y la satisfacción con los servicios y productos financieros.

La imagen que los consumidores tienen de las instituciones financieras y la reputación de las mismas, influyen de un modo muy significativo en la confianza, puesto que cuando una entidad financiera cuenta con una mala imagen o reputación, los

niveles de confianza de los clientes también son reducidos, debido a que no se considera que esa entidad sea fiable.

A raíz de la crisis financiera iniciada a mediados de 2007, la imagen y la reputación de las instituciones financieras se vio gravemente afectadas puesto que, a pesar de contar las entidades bancarias con una buena reputación antes de la crisis, la misma había puesto de manifiesto la existencia de grandes fallos en la regulación bancaria.

La reputación es un factor que se pierde de un modo rápido ante una situación de inseguridad, como la crisis económica, pero se necesitan varios años para recuperarla. En el caso del sector bancario español esta recuperación no se produce hasta el año 2013. No obstante, la reputación es un rasgo que varía en función de las distintas entidades.

Según el ranking por sectores de Merco (2015), dentro del sector bancario las entidades que cuentan con una mejor reputación, por orden de preferencia son, el Banco Santander, BBVA y CaixaBank. Debido a, la interrelación entre la reputación y los niveles de confianza, estas instituciones cuentan con una buena reputación y, por consiguiente se encuentran entre las diez primeras entidades bancarias que poseen los mayores niveles de confianza según el estudio de *Emo Insights* (2015).

De igual manera, las promociones llevadas a cabo por las entidades financieras influyen de un modo relevante en la imagen que los clientes tiene de las mismas, puesto que algunas instituciones, como es el caso de Banesto y Bankia, han llevado a cabo publicidades con unas cláusulas abusivas que han provocado que la credibilidad hacia estas entidades haya disminuido, perjudicando la imagen de las mismas, con el consiguiente descenso de la confianza. Del mismo modo, cuando las entidades bancarias llevan a cabo su actividad teniendo una mayor cercanía al cliente, y preocupándose por los posibles problemas que les puedan surgir a los consumidores, buscando soluciones a los mismos, conlleva un efecto positivo en la confianza. Así, las instituciones muestran de este modo, un mayor compromiso con los clientes. De igual manera, si la gestión de las quejas presentadas por los consumidores se realiza de manera eficiente, ayudándoles y proponiéndole soluciones, la confianza también aumentaría.

La existencia de los Fondos de Garantía de Depósitos también repercute en la confianza puesto que, los clientes consideran que al contar las instituciones financieras con estos Fondos de Garantía, sus ahorros se encuentran más seguros en caso de quiebra de alguna entidad bancaria. Estos fondos tienen como finalidad que los depositantes e inversores recuperen sus depósitos en dinero, valores u otros instrumentos financieros, cuando la entidad en la que los tienen depositados, se declare en concurso de acreedores o cuando cuente con algún impedimento para hacer frente a sus pagos y obligaciones.

A partir del Real Decreto-Ley 16/2011, los tres depósitos de garantías que existían hasta el año 2011, como eran el Fondo de Garantía de Depósito en Cajas de Ahorro, el Fondo de Garantía de Depósitos en Establecimientos Bancarios y el Fondo de Garantía de Depósitos en Cooperativas de Crédito, se unificaron en un único Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito, contando este único fondo con un determinado límite de cobertura. En el caso de España aseguran un mínimo de 100.000 euros a cada depositante de una entidad financiera, no obstante, no todas las cooperativas de crédito, establecimientos bancarios y cajas de ahorro están adheridas a

los Fondos de Garantía de Depósitos. En España actualmente el número de entidades de crédito que se encuentran adheridas son 143 instituciones.

Las diez entidades bancarias que encabezan el estudio de *Emo Insights* (2015), son ING Direct, Evo Banco S.A.U., Bankinter, Banco Santander, BBVA, Unicaja, Banco Sabadell, Kutxabank, Banco Popular Español y CaixaBank, todas estas instituciones se encuentran adheridas a los Fondos de Garantía de Depósitos de España, a excepción de ING Direct, que se encuentra adherida a el Sistema de Garantía de Depósitos Holandés, contando estos fondos con los mismos límites que los Fondos de Garantía de Depósitos de España, es decir 100.000 euros por cada depositante. Por lo tanto, las entidades bancarias que se encuentran adheridas a estos fondos cuentan con mayores niveles de confianza.

Por otro lado, las instituciones financieras aplican tipos de interés a las diferentes operaciones activas y pasivas que realizan, como es el caso de las cuentas corrientes y de ahorro, los créditos, los préstamos personales, etcétera. Estos tipos de interés son fijados mensualmente por el Banco Central Europeo y dependen de diversos factores como son la interacción entre la oferta y la demanda de crédito y de depósitos, las condiciones generales de financiación de las instituciones financieras y la estructura del sector bancario. Los posibles incrementos o descensos en los tipos de interés, repercuten en la confianza que los clientes tienen hacia las instituciones financieras, presentando diferencias en función de los tipos de interés aplicados a las diversas operaciones. En el caso de los tipos de interés aplicados a las operaciones activas, un aumento en la tasa de interés implica un aumento del efectivo a pagar por parte del cliente, repercutiendo en un descenso de la confianza hacia la entidad bancaria. En relación con los tipos de interés sobre operaciones pasivas, en estas operaciones una caída de la tasas de interés implica una reducción de la rentabilidad que obtienen los clientes, con el consiguiente descenso de la confianza bancaria.

También repercute en los niveles de confianza bancaria la solvencia, que es la capacidad que tiene una entidad financiera de generar los fondos necesarios para poder atender los acuerdos pactados con terceros. Para medir los niveles de solvencia de las entidades financieras se emplea el *core capital* (capital básico). Este ratio está formado por las acciones ordinarias y las reservas, es decir, los fondos de los que dispone libremente una entidad bancaria para hacer frente a los riesgos que ha asumido. De igual manera, son los instrumentos capaces de absorber las pérdidas que puede tener una entidad financiera en su funcionamiento, garantizando de este modo su viabilidad.

La solvencia y la confianza hacia las entidades financieras, son dos conceptos interrelacionados, esto se debe a que la solvencia no solo depende de los balances o resultados de las entidades, sino que también le influye la confianza que los depositantes e inversores tengan en ellas. Del mismo modo, la confianza depende de la solvencia de las instituciones, puesto que cuando los consumidores consideran que una entidad financiera es solvente aumentan la confianza depositada en la misma. Algunos de los bancos españoles contaban, según la revista *Global Finance* (2007), antes del inicio de la crisis, con unos altos niveles de solvencia, como es el caso del Banco Santander, el Banco Popular Español, el Banco Español de Crédito (Banesto) y el BBVA, que se encontraban entre los 50 bancos más solventes del mundo. No obstante, a raíz de la crisis las entidades bancarias reducen considerablemente sus niveles de solvencia.

Debido a la escasez de datos sobre los factores específicos del sector bancario que influyen en la confianza, y de los valores sobre los niveles de confianza para el período 2004-2014, no ha sido posible realizar un análisis de la evolución de estos factores en relación con los niveles de confianza, para constatar las similitudes o discrepancias en la evolución entre las diversas variables.

Se trató de analizar la relación entre la confianza bancaria, los depósitos y los créditos destinados al consumo de los hogares, no obstante se observó que estas variables no siguen una evolución correlacionada, teniendo una trayectoria similar solo en algunas etapas, siendo estos valores poco concluyentes.

En el caso de los créditos, solo en los años 2004, 2009 y 2013, seguían una evolución igualitaria la confianza bancaria y el crédito a los hogares. Mostrando, ambos indicadores un aumento en el año 2004 y 2013 y una disminución en el año 2009.

En el caso de los depósitos, solo en los años 2004 y 2013, mostraban una tendencia similar. En estos años tanto la confianza bancaria como los depósitos muestran un aumento.

4.7. MEDIDAS LLEVADAS A CABO PARA MEJORAR LOS NIVELES DE CONFIANZA BANCARIA

El Gobierno de España, el Banco de España y el Banco Central Europeo impulsaron una serie de medidas destinadas a incrementar los niveles de confianza bancaria, llevándose a cabo diversas reformas sobre los diferentes factores que repercuten en la misma, tanto los relacionados con las instituciones financieras como los factores específicos de los consumidores.

En relación con los factores específicos de los consumidores, para recuperar la confianza de los clientes bancarios, en el año 2008 el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) pusieron en marcha el Plan Nacional de Educación Financiera 2008-2012, que se renovó en el año 2013 para el período 2013-2017.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) concibe a la educación financiera como el proceso por el que los inversores y consumidores financieros mejoran su comprensión de los productos, conceptos y riesgo financieros, mediante la información, la enseñanza y el asesoramiento objetivo.

El Plan Nacional de Educación Financiera conllevó la firma de Convenios de Colaboración con las administraciones públicas, las empresas, las asociaciones de consumidores, el sistema educativo, el sector financiero y la ciudadanía en general. Estos acuerdos se firmaron entre diversas instituciones puesto que, cada una de ellas tiene un público objetivo distinto¹.

¹ Se firmaron Convenios de Colaboración con la Asociación Española de Banca (AEB), con la Confederación Española de Cajas de Ahorro (CECA), con la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC), con la Asociación de Consumidores Unión de Consumidores de Andalucía y España (UCA-UCE) y con la Asociación General de Consumidores (ASGECO), con la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP). Además, de con entidades bancarias como el BBVA, Ibercaja, Banco Santander y CaixaBank. También, se firmó un Convenio de Colaboración con el Instituto Nacional de Consumo (INC), con la Fundación de Estudios Bursátiles y Financieros (FEBF), con centros educativos y con la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE).

La finalidad de los Convenios de Colaboración y, por tanto del Plan Nacional de Educación Financiera, no es solo transmitir conocimiento sino también lograr un juicio informado, para que de este modo los clientes puedan tomar las decisiones de un modo más correcto y responsable, evitando el sobreendeudamiento. Estas mejoras en el nivel de educación financiero, conllevó a que las entidades bancarias fortalecieran sus relaciones con los clientes, generando un aumento de la confianza.

En cuanto a los factores específicos de las entidades bancarias como son la reputación, los Fondos de Garantía de Depósitos, los tipos de interés y la solvencia, las iniciativas llevadas a cabo son las que se exponen a continuación.

Para mejorar la reputación de las entidades financieras, el sector bancario puso en marcha una serie de iniciativas como fueron evitar las malas prácticas comerciales llevadas a cabo los años anteriores al estallido de la crisis, aumentar el control a la hora de comercializar productos financieros complejos, para que los mismos solo se comercialicen a los clientes que posean la formación y los conocimientos adecuados sobre las características y riesgos de esos productos, reforzando de este modo la protección del consumidor. Además, se aumentó la información facilitada por las entidades bancarias, lo que provocó un aumento de la confianza, puesto que los clientes en la actualidad están buscando unas instituciones que se sustenten en proporcionar la mayor información al cliente, teniendo de este modo una comunicación más sencilla, contando con unas ofertas más claras y con unas comisiones más transparentes. Aumentando de este modo, el grado de satisfacción de los clientes hacia las entidades financieras, puesto que consideran que son unas instituciones más fiable.

Las reformas llevadas a cabo en los Fondos de Garantía de Depósitos conllevaron el aumento de su límite de cobertura, incrementándose de 20.000€ a 100.000€ en el año 2008. Estos fondos también permitieron financiar una proporción notable de las inyecciones de capital realizadas a las instituciones financieras, no obstante, su dotación no fue suficiente para cubrir los costes de la crisis. Los presidentes del Consejo Europeo, de la Comisión Europea, el Banco Central Europeo y el Eurogrupo, han puesto en marcha la creación de un Fondo de Garantía Europeo único para lograr una unión bancaria a nivel europeo. No obstante, se trata de un objetivo a largo plazo puesto que los avances en la regulación normativa de esta unificación son escasos, por lo que se ha optado por la mejora de los actuales fondos hasta que sea posible la constitución de este único Fondo de Garantía Europeo. Con la creación de este fondo se pretende que haya un marco institucional claro, contribuyendo a la mejora de los niveles de confianza y a la estabilidad financiera.

En cuanto a los tipos de interés, las medidas convencionales llevadas a cabo por el Banco Central Europeo conllevaron la modificación de los tipos de interés de las operaciones principales de financiación, reduciéndose los mismos desde finales de 2008.

A mediados de 2007, etapa en la que comienza la crisis financiera y económica, los tipos de interés se situaban en el 4%. No obstante y debido a la puesta en marcha de las medidas del Banco Central Europeo, en diciembre de 2008 los tipos de interés se reducen hasta el 2,5%, descendiendo en los meses siguientes hasta ubicarse en mayo de 2009 en el 1%. A partir de este mes, se mantuvieron en ese valor.

Estas reducciones de los tipos de interés conllevaron que la carga de intereses pagados por los hogares en relación con la renta disponible experimentara un descenso a

partir de 2010, estabilizándose a finales de año. Esta reducción unida al ligero aumento de la renta disponible de los hogares conllevó mejoras en la situación económica por lo que, en abril de 2011 el Banco Central Europeo decide aumentar los tipos de interés 25 puntos básicos, hasta situarlo en el 1,25%. Del mismo modo, en julio de 2011 vuelven a aumentar, alcanzando el 1,50%. No obstante, en noviembre de este año vuelven a sufrir un descenso, como consecuencia de la recaída de la situación económica, afectando al proceso de saneamiento, reestructuración y recapitalización del sector bancario, lo que provocó que el tipo de interés se situara nuevamente en el 1,25%. Esta reducción continuó en el mes siguiente hasta alcanzar el 1%. Los tipos de interés se mantuvieron en este porcentaje hasta que, en julio de 2012 se reducen alcanzando el 0,75%. En mayo de 2013 vuelven a descender hasta el 0,50%, esta reducción continúa alcanzando en noviembre de 2013 el 0,25%, manteniéndose en este valor hasta que en junio de 2014 vuelven a descender situándose en el 0,15%. En septiembre de 2014 disminuyen nuevamente alcanzando el mínimo histórico de 0,05%.

A pesar de que, en una primera instancia el Banco Central Europeo no obtuvo los resultados esperados con la reducción de los tipos de interés, la puesta en marcha de manera simultánea de otras medidas no convencionales, concluyeron en un aumento de los niveles de confianza.

En cuanto a las medidas llevadas a cabo en los niveles de solvencia, la crisis económica y financiera puso de manifiesto que una entidad bancaria puede tener los recursos teóricos de capital regulatorio exigidos, es decir, cumplir las exigencias mínimas de los ratios de solvencia, y sin embargo, puede encontrarse en una situación en la que deba ser rescatado. Por este motivo, el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (CSBB) aprobó en el año 2010, los nuevos acuerdos de Basilea III². Estas normas tienen varias finalidades entre las que se encuentra la regulación de la solvencia bancaria. Los acuerdos de Basilea III no entran en vigor hasta el 2013. A partir de este año el *core capital* pasa a denominarse *common equity tier 1* (CET 1), otorgándole más importancia a los elementos bancarios que proporcionan una mayor estabilidad. Se le concede a este ratio un mayor peso. Así, el CET 1 se convierte en una base para la medición de los componentes anticíclicos, utilizándose este ratio en las pruebas de evaluación global de los activos realizadas por el Banco Central Europeo para corroborar si los bancos son solventes o no.

En el año 2014 esta prueba se realizó a 15 bancos españoles, entre los que se encontraban Kutxabank, Bankinter, CaixaBank, Banco Popular e Ibercaja, entre otros. Todos los bancos que se sometieron a esta prueba la pasaron satisfactoriamente, constituyéndose como unos bancos solventes y que cuentan con activos de alta calidad. Estas mejoras se deben a que, los bancos españoles han fortalecido significativamente su solvencia debido a las inyecciones de fondos, tanto públicos como privados.

Otro factor que influyó en los niveles de solvencia y, por lo tanto, repercutió en la confianza, fue el cierre de algunas entidades bancarias. En una primera instancia el cierre de entidades no debería de afectar a los niveles de confianza, puesto que, debido a la globalización existen una gran cantidad de entidades financieras que ofrecen productos y servicios similares. No obstante, lo que justifica la interrelación entre el

² Los criterios de Basilea son estándares prudenciales publicados por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (CSBB) y dirigidos a las entidades financieras y a los supervisores. Existen dos documentos anteriores a este, como son Basilea I que fue publicado en 1983 y Basilea II que se publicó en el año 2004.

cierre de una sucursal bancaria y la confianza, es que los clientes consideran que la suspensión de una entidad puede conllevar que el fracaso se extienda al resto de entidades bancarias, generándose una crisis sistemática, como ocurrió con la crisis iniciada en España a mediados de 2007.

Las crisis provocan que aumente el riesgo y la volatilidad, concluyendo en un desequilibrio del mercado financiero y aumentando la fragilidad del mismo. No obstante, en España la mayoría de los casos de cierres de entidades se deben a fusiones o absorciones por parte de otras entidades, siendo el tamaño de las instituciones financieras un factor determinante, puesto que se absorbe a las entidades más débiles con el consiguiente aumento de la solvencia.

Algunos ejemplos de estas fusiones son las llevadas a cabo entre el Banco Guipuzcoano y el Banco Sabadell o el Banco Pastor y el Banco Popular. Por lo tanto, a pesar de que en un principio el cierre de entidades repercutió negativamente en la confianza bancaria, a largo plazo contribuyó a la mejora de la imagen hacia el sector bancario, puesto que las entidades resultantes son más solvente, con la consiguiente repercusión al alza de los niveles de confianza.

Además de las medidas llevadas a cabo en los factores específicos de los consumidores y de las entidades bancarias, el Gobierno de España, el Banco de España y el Banco Central Europeo pusieron en marcha una serie de reformas, cuya finalidad era la creación de diversos organismos que permitan la construcción de un marco jurídico de gestión de crisis bancarias, llevándose a cabo estas reformas paralelamente a la gestión de la crisis económica.

Para reforzar el marco de resolución de la crisis, el Gobierno de España impulsó la creación del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB), según establecía el Real Decreto Ley 9/2009 sobre la Reestructuración Bancaria y Reforzamiento de Recursos Propios de las Entidades de Crédito.

El FROB se creó para gestionar los procesos de reestructuración de las entidades de crédito en crisis y para apoyar los procesos de fusión entre las mismas. No obstante, el FROB sufre modificaciones con el Real Decreto Ley 24/2012 de Reestructuración y Resolución de Entidades de Crédito, el cual transforma al FROB en una autoridad independiente, eliminando el apoyo a las entidades de crédito en caso de fusión.

El FROB permitió cubrir unas necesidades de capital reducidas que se localizaron en algunas entidades de crédito, mediante los test de estrés realizados en 2010 y 2011. A pesar de que estos test suponen un instrumento clave para el diagnóstico de la situación del sector bancario, no generaban una elevada credibilidad en la población, puesto que en el año 2010 Irlanda había pasado satisfactoriamente los test de estrés y, sin embargo a finales de año tuvo que solicitar un rescate internacional dirigido mayoritariamente a recapitalizar al sector bancario. Por este motivo, a partir de 2012 estos test pasaron a realizarse por consultores independientes, controlados por la Comisión Europea, el Banco Central Europeo y el Fondo Monetario Internacional (FMI), aumentando así la credibilidad de los mismos.

También se creó en 2011 un organismo encargado de supervisar el sistema bancario y fomentar la confianza, denominado Autoridad Bancaria Europea (*European Banking Authority*, EBA), que garantiza el principio de igualdad de condiciones, asegura la protección de los consumidores y fortalece la coordinación de la supervisión

de las grandes entidades financieras europeas, aquellas cuyos activos sean superiores a 30.000 millones de euros. En el caso de España, son 16 bancos, entre los que se encuentran el Banco Santander, el BBVA, CaixaBank y el Banco Sabadell, entre otros.

La existencia de estas instituciones permite que la confianza depositada por los clientes aumente, aunque de un modo casi imperceptible, debido a que muchos usuarios no conocen la existencia de este tipo de organismos, y los que cuentan con conocimientos sobre su existencia y funcionamiento consideran que son unas instituciones poco fiables, por tanto, a pesar de ser creadas con el fin de mejorar la confianza, el resultado obtenido ha sido totalmente contradictorio.

Del mismo modo, el Banco Central Europeo también llevó a cabo otra serie de reformas. En primer lugar, promovió la puesta en marcha de medidas convencionales como fue la modificación de los tipos de interés. No obstante y debido a la desconfianza que existía entre las diversas entidades financieras, estas medidas no consiguieron el efecto deseado. Como consecuencia de esto, el Banco Central Europeo tuvo que llevar a cabo una serie de medidas no convencionales con el fin de reforzar el apoyo al crédito.

Las medidas no convencionales no sustituyeron a las convencionales, ambas se llevaron a cabo paralelamente, algunas de estas medidas son la ampliación temporal del sistema de activos de garantía, instrumentos financieros que se pignoran para garantizar la devolución de un préstamo o se venden como parte de una cesión temporal. Así, se aumentó en 2011 la lista de estos activos, para incrementar el número de valores que se encontraban respaldados por préstamos en la economía real. Además, el Banco Central Europeo decidió reducir temporalmente el coeficiente de reservas mínimas del 2% al 1% con el fin de reducir las necesidades de liquidez de las entidades de crédito. Por otra parte, realizó inyecciones de liquidez a los bancos españoles, puesto que la crisis financiera les afectó en gran medida, reduciendo significativamente los balances de las entidades, presentando en muchos de ellos unas pérdidas considerables como es el caso de Bankia³.

Por otro lado, en junio de 2012, los presidentes del Consejo Europeo, la Comisión Europea, el Banco Central Europeo y el Eurogrupo reconocieron la necesidad de contar con un mercado único bancario a nivel europeo, mediante la puesta en marcha de una Unión Bancaria que incluye la creación de una misma regulación en materia de solvencia y liquidez, un mecanismo de supervisión único, unas normas claras y homogéneas de funcionamiento de las entidades bancarias, una Autoridad única de Resolución y un Fondo de Resolución y de Garantía de Depósitos europeo. Estos dos últimos organismos son unos pilares fundamentales para obtener la credibilidad y confianza de la Unión Bancaria. No obstante, la creación de esta Unión Bancaria es un objetivo a largo plazo, debido a las dificultades para la constitución del Fondo de Resolución y de Garantía de Depósitos Europeo.

³ Bankia superó las pruebas de evaluación global de los activos realizadas en el año 2014 por el Banco Central Europeo, pero en el ranking del estudio de *Emo Insights* (2015) se sitúa en un puesto muy por debajo de la media del sector en cuanto a niveles de satisfacción y confianza, contando con unas valoraciones negativas. En el estudio de *Emo Insights* (2014), Bankia contaba con los niveles más altos de emociones negativas, situándose como el banco que más inseguridad y frustración causaba a los clientes. En relación a las emociones positivas, era la institución que contaba con peores valoraciones de confianza y sorpresa. Por lo tanto, Bankia supone una excepción a considerar, puesto que a pesar de haber superado favorablemente las pruebas de evaluación de activos del Banco Central Europeo, los niveles de confianza hacia esta institución han continuado descendiendo.

Las medidas adoptadas por el Banco Central Europeo para hacer frente a la crisis, tuvieron unos elevados costes, lo que unido a una disminución de los presupuestos públicos durante la crisis, provocó en un principio que la situación económica empeorara. Además, los clientes no tenían unas buenas perceptivas de futuro sobre diversas reformas llevadas a cabo en el sector financiero, llegando a considerar que las mismas serían perjudiciales. Esto se debe en gran medida, a que los clientes consideraban que los bancos eran unas instituciones poco solventes, porque no pudieron hacer frente a la crisis y se vieron involucrados plenamente en la misma, teniendo que llegar a cerrar muchas de sus sucursales. Sin embargo, en el largo plazo las medidas puestas en marcha por el Banco Central Europeo han ayudado a fomentar la intermediación financiera y a la expansión del crédito, con la consiguiente mejora en la confianza bancaria.

A raíz de los epígrafes anteriores, se puede concluir que a pesar de que no existe un indicador para medir la confianza bancaria, diversas organizaciones han tratado de analizarla mediante encuestas de opinión.

Por otro lado, la confianza bancaria se ha visto muy afectada por la crisis económica y financiera, reduciéndose los niveles de confianza considerablemente durante el período analizado, por ello diversos organismos gubernamentales y financieros pusieron en marcha una serie de medidas en los diversos factores que influyen en la confianza bancaria, sobre todo en los relacionados con las entidades financieras, mejorando de este modo los niveles de confianza.

5. CONCLUSIONES

En el presente trabajo se han analizado los indicadores que miden la confianza del consumidor y la confianza bancaria.

A pesar de que la confianza, es un elemento fundamental en el funcionamiento de la economía y del sector bancario, a raíz de la crisis económica y financiera de mediados de 2007, la confianza ha adquirido un papel más relevante, puesto que los diversos organismos han constatado las consecuencias que tiene la pérdida de confianza de los agentes económicos. Por ello, los indicadores de confianza se han constituido como unos indicadores fundamentales para conocer las valoraciones de la población española y para anticipar las fluctuaciones en la coyuntura económica.

El ICC elaborado por el CIS es un indicador fundamental a la hora de predecir las fluctuaciones de la economía española, puesto que anticipa la evolución del PIB per cápita y del consumo de los hogares, mediante las valoraciones actuales y futuras que la población española tiene de la economía en general, del empleo y de la economía del hogar.

A pesar de que no existe un indicador para medir la confianza bancaria, determinadas organizaciones como ADICAE, CEACCU, EY, IPSOS y *Emo Insights*, han llevado a cabo diversas encuestas de opinión para medir la confianza hacia el sector bancario.

Debido a esta carencia, el Banco de España como organismo independiente debería de propiciar la elaboración de un índice que mida la confianza bancaria, puesto que sería un instrumento relevante para que las instituciones financieras conocieran los niveles de confianza que generan en sus clientes, además de las repercusiones que tienen sobre los niveles de confianza las políticas que llevan a cabo. Además, si este

indicador tuviera un componente que midiera las perspectivas de futuro, como el ICC del CIS, el sector bancario quizás podría anticipar las variaciones futuras de los valores de sus productos y servicios.

La confianza bancaria presenta durante el período 2004-2014 una evolución bastante inestable, sobre todo a raíz de la crisis de 2007, que unido a los excesos llevados a cabo por el sector financiero, provocaron una crisis de confianza que repercutió gravemente en el sector bancario. Debido a esto, algunas organizaciones como el Gobierno de España, el Banco de España y el Banco Central Europeo pusieron en marcha una serie de medidas para aumentar los niveles de confianza bancaria.

Además, la confianza bancaria se encuentra influenciada por múltiples elementos, como son los factores específicos de los consumidores (edad, sexo, nivel de estudios, nivel de ingresos, etcétera) y los factores específicos de las entidades bancarias (imagen, reputación, promociones, Fondos de Garantía de Depósitos, tipos de interés y solvencia), presentando diferencias entre las diversas instituciones financieras.

Por otro lado, cabe destacar que debido a la limitación de datos sobre los valores de la confianza bancaria y de los factores que repercuten en la misma, no se ha podido disponer de una serie temporal que permitiera el análisis de la evolución de estos factores en relación con los niveles de confianza bancaria, para contrastar si dichos factores contribuyen a explicar la confianza bancaria.

6. BIBLIOGRAFÍA

Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros y el equipo de Estudios de la Escuela de Relaciones Laborales de la Universidad Complutense de Madrid (2012). *El comportamiento del consumidor financiero, sus nuevos hábitos y costumbres ante la reestructuración del sector bancario*. Recuperado el 12 de febrero de: <http://cambialabanca.es/documentos/estudios/estudio-sociologico-comportamiento-consumidores.pdf>

Asociación Española de la Banca (2012). *Informe 2012*. Recuperado el 22 de febrero de: <https://www.aebanca.es/cs/groups/public/documents/general/02-201301134.pdf>

Autoridad Bancaria Europea. org. Recuperado el 17 de abril de: https://www.eba.europa.eu/languages/home_es

Banco Central Europeo (2009). *Boletín mensual, julio*. Recuperado el 11 de abril de: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesBCE/BoletinMensualBCE/09/Fic/bm0907.pdf>

Banco Central Europeo (2010). *Informe anual 2010*. Recuperado el 11 de abril de: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/annrep/ar2010es.pdf>

Banco Central Europeo (2012). *Boletín mensual, febrero*. Recuperado el 14 de abril de: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesBCE/BoletinMensualBCE/12/Fich/bm1202.pdf>

Banco Central Europeo (2014). *Boletín mensual, febrero*. Recuperado el 14 de abril de: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesBCE/BoletinMensualBCE/14/Fich/bm1412.pdf>

Banco de España (2008). *Boletín estadístico*. Recuperado el 25 de marzo de: <http://www.bde.es/f/webbde/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEstadistico/bes0812.pdf>

Banco de España (2011). *Informe anual 2011*. Recuperado el 9 de abril de: <http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/11/Fich/inf2011.pdf>

Banco de España (2015). *Boletín estadístico*. Recuperado el 25 de marzo de: http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEstadistico/15/Fich/be_marzo2015_es.pdf

Banco de España (2014). *Presentación de resultados del ejercicio de evaluación global de activos del BCE*. Recuperado el 9 de abril de: <http://www.bde.es/f/webbde/SSICOM/20141026/restoy261014.pdf>

Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (2008). *La protección de los consumidores ante el ahorro y la inversión*. Recuperado el 4 de marzo de: <http://www.ceaccu.org/publicaciones/estudios-y-documentacion/estudio-proteccion-consumidores-ahorro-inversion/>

Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (2013). *Los consumidores españoles ante el ahorro y la inversión*. Recuperado el 4 de marzo de: <http://www.ceaccu.org/publicaciones/cuadernos/los-consumidores-espanoles-ante-el-ahorro-y-la-inversion/>

Confederación Española de las Cajas de Ahorro y Deloitte (2006). *Análisis y Redefinición de los Servicios*. Recuperado el 8 de marzo de: [http://portal.webceca.ceca.es/ceca/actualidad.nsf/7391F3CE56F79746C12572110043EEA7/\\$File/ARS.pdf?open](http://portal.webceca.ceca.es/ceca/actualidad.nsf/7391F3CE56F79746C12572110043EEA7/$File/ARS.pdf?open)

Centro de Investigaciones Sociológicas (2009). *Latinobarómetro 2009 (XII)*. Recuperado el 22 de mayo de: http://www.cis.es/cis/open/cm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=10302

Centro de Investigaciones Sociológicas (2010). *Latinobarómetro 2010 (XIII)*. Recuperado el 22 de mayo de: http://www.cis.es/cis/open/cm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=11444

Centro de Investigaciones Sociológicas. org. Recuperado el 6 de marzo de: http://www.cis.es/cis/open/cms/ES/13_Indicadores/Indicadores/ICC/index.jsp

Chicago Booth/ Kellogg School. org. Recuperado el 20 de mayo de: <http://www.financialtrustindex.org/resultswave17.htm>

Comisión Europea. org. Recuperado el 22 de mayo de: http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/index_en.htm

Comisión Gestora del Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito (2013). *Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito. Informe anual*. Recuperado el 3 de marzo de: <http://www.fgd.es/files/pdf/Fgdec2013.pdf>

Conference Board.org. Recuperado el 2 de junio de: <http://www.conference-board.org/>

De Obesso, A.M., San Martín, S., & Jiménez, N.H. (2012). El papel de la reputación, el boca-oreja, la confianza y la incertidumbre en la contratación de un banco. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(3), 190-199. Recuperado el 16 de abril de: DIALNET, <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4008679>

Edelman (2009). *Edelman Trust Barometer. The tenth global opinión*. Recuperado el 14 de mayo de: http://www.virtualbroker.com/pdf/2010/Trust_Book_Final_2010b.pdf

Emo insights (2015). *Nota de prensa del 3er Estudio Emociones en el Sector Bancario España*. Recuperado el 25 de abril de: [http://emoinsights.com/downloads/1504_Nota de Prensa Crece la confianza en los bancos.pdf](http://emoinsights.com/downloads/1504_Nota_de_Prensa_Crece_la_confianza_en_los_bancos.pdf)

Emo insights (2014). *Emociones en el Sector Bancario 2014*. Recuperado el 25 de abril de: <http://recursos.anuncios.com/files/577/44.pdf>

Ernst & Young (2012). *The customer takes control*. Recuperado el 29 de abril de: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-consumer-banking-survey-2012/\\$FILE/ey-global-consumer-banking-survey-2012.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-global-consumer-banking-survey-2012/$FILE/ey-global-consumer-banking-survey-2012.pdf)

Ernst & Young (2014). *Winning through customer experience*. Recuperado el 28 de abril de: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_-_Global_Consumer_Banking_Survey_2014/\\$FILE/EY-Global-Consumer-Banking-Survey-2014.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_-_Global_Consumer_Banking_Survey_2014/$FILE/EY-Global-Consumer-Banking-Survey-2014.pdf)

Fundación de Estudios Financieros (2014). Nuevos desafíos del sector financiero: recuperando la confianza y mejorando la cultura financiera. *Papeles de la Fundación*, 52, 16-160. Recuperado el 25 de marzo de: <http://www.fef.es/new/publicaciones/papeles-de-la-fundacion/item/291-52-nuevos-desaf%C3%ADos-del-sector-financiero-recuperando-la-confianza-y-mejorando-la-cultura-financiera.html>

ING Direct. org. Recuperado el 20 de mayo de: <http://www.ingdirect.es/>

Instituto Affinion de la Generosidad de marca (2014). *Estudio Anual de la Generosidad de la Marca de Affinion International*. Recuperado el 2 de mayo de: http://www.institutodelagenerosidad.com/informe_generosidad_affinion_2014.pdf

Instituto Nacional de Estadística. *Número de empresas distribuidas por sectores de actividad, tamaño de la empresa y naturaleza jurídica*. Recuperado el 18 de febrero de: <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t37/e01/a2005/10/&file=01001.px&type=pcaxis>

Instituto Nacional de Estadística. *Producto Interior Bruto precios de mercado*. Recuperado el 10 de marzo de: <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=9375>.

Instituto Nacional de Estadística. *Gasto en consumo final de los hogares*. Recuperado el 20 de marzo de: <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=9375>.

Instituto Nacional de Estadística. *Encuesta de Población Activa*. Recuperado el 2 de abril de: <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=9375>.

Ipsos (2014). *Informe Servitest de Ipsos*. Recuperado el 20 de marzo de: http://www.ipsos.es/sites/default/files/documents/otrasnews_np20140113.pdf

Lanseros, J.M (2015). ING es el banco que mayores emociones positivas despierta. *Banca 15*, 443, 26-27. Recuperado el 2 de mayo de: <http://emoinsights.com/wp-content/uploads/2015/05/Banca15-informe-emo-pleigos.pdf>

Keeler, D. (2007). Features: The World's Safest Banks 2007. *Global Finance*. Recuperado el 18 de marzo de: <https://www.gfmag.com/magazine/october-2007/features--the-worlds-safest-banks-2007>

Maudos, J. (2012). El impacto de la crisis en el sector bancario español. *Cuadernos de Información económica*, 226, 155-163. Recuperado el 22 de abril de: http://www.uv.es/maudosj/publicaciones/Cuadernos%20de%20Informaci%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica_2012.pdf

Merco. Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (2015). Ranking por sectores. Recuperado el 8 de abril de: <http://www.merco.info/es/>

Ministerio de Economía y Hacienda (2013). *Síntesis de Indicadores Económicos*. Recuperado el 2 de mayo de: http://serviciosweb.meh.es/APPS/DGPE/TEXTOS/pdf/completos/sie_total.pdf

Pablos, M.A. (2009). El indicador de confianza del consumidor ICC-ICO. *Índice: revista de estadística y sociedad*, 32, 6-8. Recuperado el 2 de abril de: <http://www.revistaindice.com/numero32/p6.pdf>

Simple Lógica (2012). *Índice de Opinión Pública*. Recuperado el 20 de marzo de: <http://www.simplelogica.com/iop/iop13001.asp>

Universidad de Belgrano (2005). Indicadores de la Nueva Economía. *Boletín del Centro de estudios de la Nueva Economía de La Universidad de Belgrano*, 24. Recuperado el 22 de mayo de: http://www.ub.edu.ar/centros_de_estudio/cene/numero_24.pdf

Universidad de Michigan. org. Recuperado el 22 de mayo de: <http://press.sca.isr.umich.edu/>

WIN/Gallup International's (2014). *Sondeo anual*. Recuperado el 17 de marzo de: <http://www.institutodym.es/actualidad/in-collaboration-with-our-italian-member-doxa-wingallup-international-presents-the-alchemy-test%E2%84%A2-tool-the-alchemy-test%E2%84%A2-is-an-innovative-tool-that-gives-you-clear-and-straight-dir/>