

La COYUNTURA vista por la CIUDADANÍA VASCA

En los últimos días se habla de forma reiterada de un cambio de tendencia en la situación económica, sin embargo

¿Cuál es la valoración de la ciudadanía vasca?

En **Adimen** hemos querido colaborar para conocer esa perspectiva. Presentamos aquí su percepción de la coyuntura actual, a través de una encuesta telefónica dirigida a una muestra de 190 personas, muestra obtenida de acuerdo a la distribución de sexo, edad y hábitat de la población vasca.



Para conocer más sobre la metodología, envíanos un correo electrónico a info@adimen.es indicando que deseas recibir el documento completo.

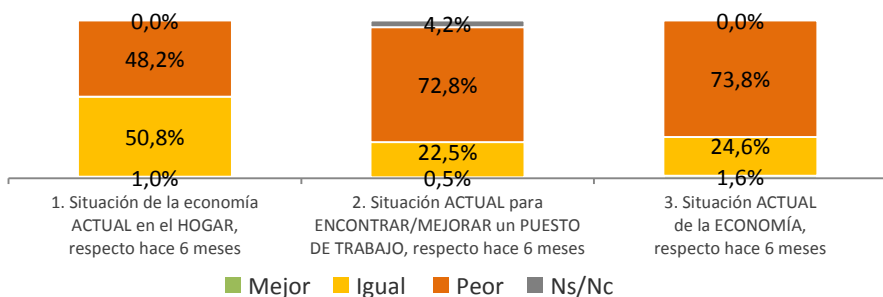
Coyuntura actual y perspectivas

Los/as consumidores/as no perciben una mejora de la situación de su economía familiar, ni de las oportunidades laborales, ni siquiera de la economía en general.

Sin embargo, se produce una interesante dicotomía:

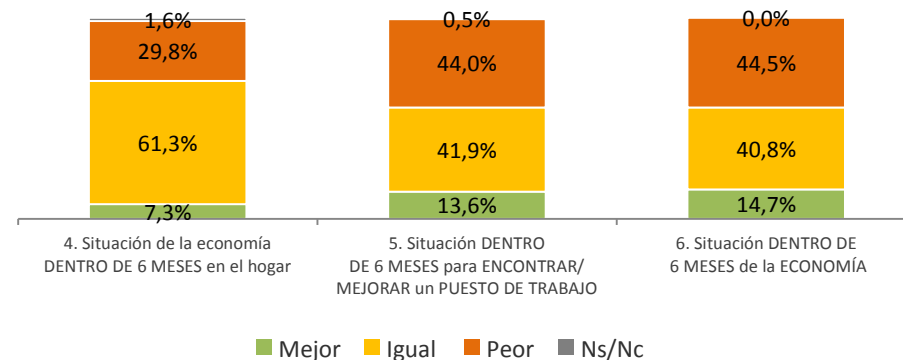
Mientras que a nivel macro predominan las percepciones negativas, en el hogar existe una mayor percepción de estabilidad, aunque no de mejora.

VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL



Las **expectativas para los próximos meses** son algo más optimistas. Aunque en el entorno macroeconómico el saldo sigue siendo negativo, existe una mayor percepción de mejora en la economía global o en el empleo, que en el propio hogar.

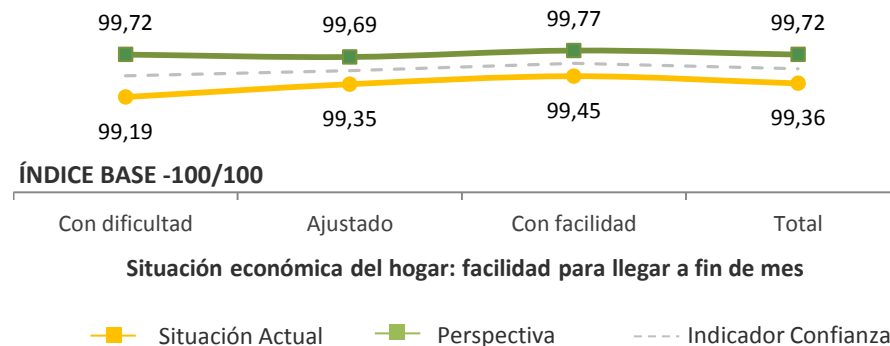
EXPECTATIVA PARA LOS PRÓXIMOS MESES



En este marco, las perspectivas de mejora son muy leves, aunque la perspectiva siempre es algo más positiva entre aquellas personas que no sufren dificultades para llegar a fin de mes. Esa visión más positiva, no lo es tanto por una mejor valoración de la economía global o del mercado de trabajo, sino de su propia situación.

INDICADOR de CONFIANZA

INDICADOR DE CONFIANZA



Si quieres conocer más sobre la metodología de cálculo del indicador de síntesis, puedes acceder [aquí](#) al documento completo

LO MEJOR DEL Último año

En este entorno, cuando le pedimos a las personas que nos cuenten que es lo mejor que les ha sucedido en el último año,

hay un grupo importante que afirma no haber vivido nada bueno, o valorar todo como algo malo. Sin embargo, el grueso de las respuestas tienen que ver con el **Trabajo** (mantener, lograr), con la **Salud**, y con la **Familia** (vida familiar, tener familia, nietos/as, pareja...). Es decir, los mejores recuerdos del último año tienen que ver con las necesidades más básicas de la pirámide de Maslow: las fisiológicas y de seguridad. No ha habido tanto margen para las necesidades sociales, de reconocimiento o autorrealización. Lo que las personas responde a la pregunta de qué es lo mejor que les ha pasado en el último año, varía según su situación económica.

LO MEJOR QUE TE HA PASADO EN EL ÚLTIMO AÑO /RESPUESTA ESPONTÁNEA



Respuestas* a lo mejor que le ha pasado en el último año según situación económica del hogar (nivel de facilidad para llegar a final de mes con sus ingresos actuales)

	Con dificultad	Ajustado	Con facilidad	TOTAL
Trabajo	23,1%	26,0%	28,4%	26,7%
Salud	3,8%	18,8%	14,9%	15,2%
Familia	11,5%	16,7%	23,9%	18,3%
Nada bueno	34,6%	13,5%	10,4%	15,2%
Normalidad Ausencia de problemas	11,5%	8,3%	13,4%	11,0%
Logros personales	15,4%	16,7%	9,0%	13,6%

Aunque la respuesta es espontánea, se ha procedido a reagrupar de acuerdo con los grandes grupos reflejados en la tabla.

¿Por qué ADIMEN?

Adimen es una empresa integrada por **profesionales** especializados y con una larga y sólida **experiencia** en marketing, consultoría, **en investigación social y de mercados**.

La oferta de servicios que propone Adimen se fundamenta en 4 pilares básicos e irrenunciables:

- 1. El compromiso:** con nuestros clientes, con las personas que formamos la empresa y con nuestro entorno social.
- 2. La proximidad:** física y operativa, aportando soluciones a medida de las necesidades de cada proyecto que abordamos
- 3. La innovación:** desarrollando herramientas y productos que suponen una ventaja competitiva para nuestros clientes desde el punto de vista del marketing y de la gestión del conocimiento.
- 4. La fiabilidad:** estamos seguros de nuestra respuesta, por el rigor y precisión de nuestros enfoques y análisis, aportando a nuestros clientes la información y las pautas adecuadas para la correcta toma de decisiones.

Nuestro objetivo es convertirnos dentro de nuestro entorno en la referencia en materia de investigación sociológica y de mercados. Para ello, disponemos de medios y cobertura a nivel estatal e internacional, gracias a la pertenencia al **Grupo Análisis e Investigación**, el más importante Grupo de Investigación de Mercados Independiente.

¿Quieres conocer alguno de nuestros productos?



Diagnóstico²



Observatorio



Eye Tracking



Sensors Panel

Si quieres conocer más sobre Adimen, y nuestras soluciones de investigación, contacta en: info@adimen.es



VITORIA-GASTEIZ

Portal de Gamarra, 1A
Tel. 945 10 48 96

BILBAO

Colón de Larreategui, 17
Tel. 944 05 69 33

DONOSTIA

Bermingham, 1
Tel. 900 84 01 08

MADRID

Orense, 68
Tel. 915 71 27 77