

40dB.

Data. Insights.
Solutions.



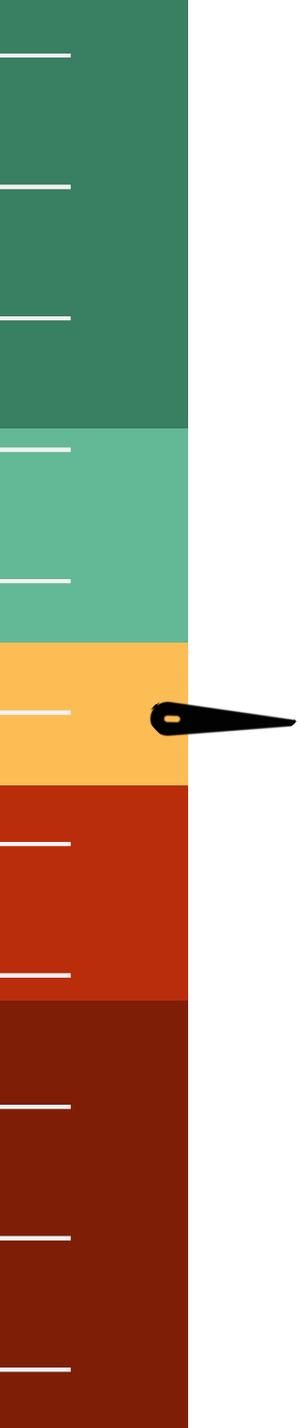
CincoDías

Termómetro **5D**

Clima económico

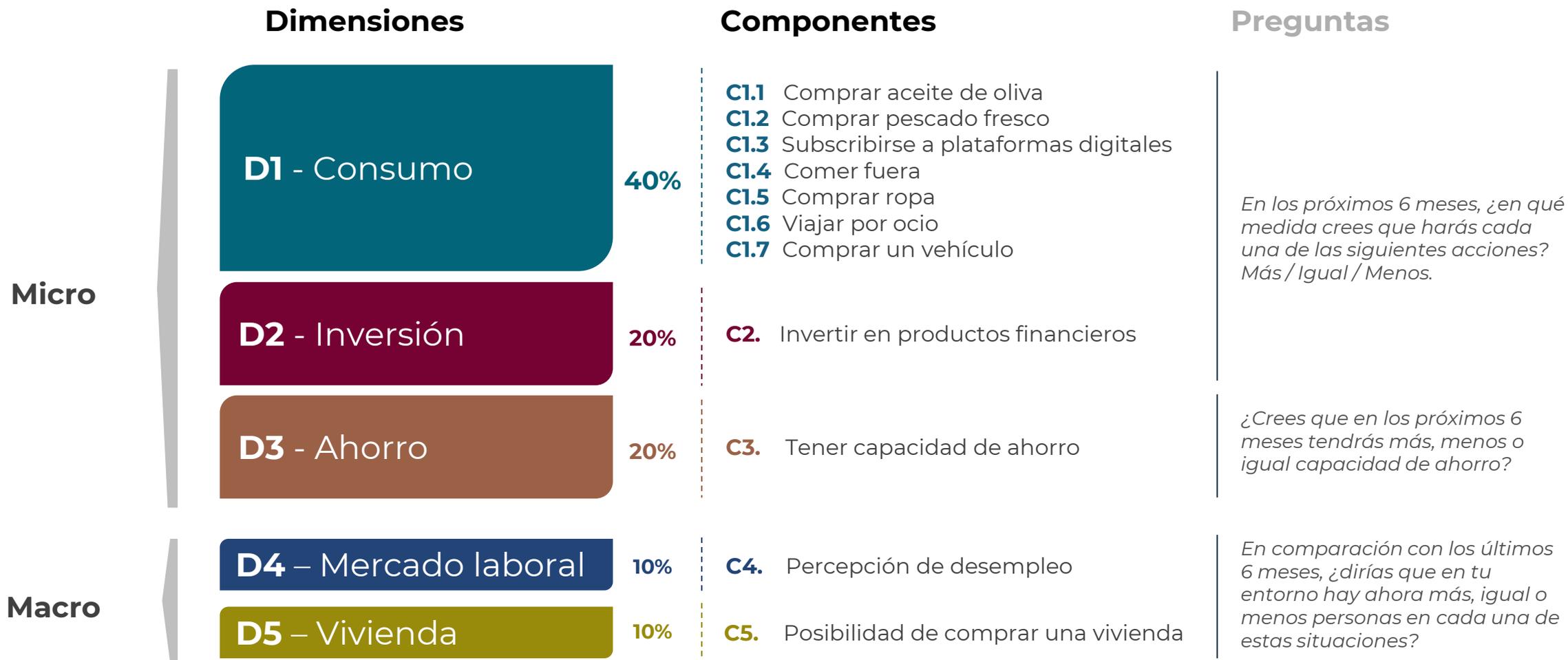
Otoño 2025





Sobre el termómetro 5D

Aborda **cinco dimensiones** clave de la economía



Condensa en una cifra las expectativas económicas del consumidor

1° A cada componente se le asigna una **puntuación** según la expectativa económica:

- Expectativa **optimista**: 100
- Expectativa de **estabilidad**: 50
- Respuesta **pesimista**: 0

2° Se genera una **puntuación media para cada componente o dimensión**.

Por ejemplo, en el componente C1.1 (consumo de aceite), si un 19,5% espera consumir más, un 71,0% prevé mantener su consumo y un 9,5% reducirlo, el valor será:

$$C_{1.1} = (1 \cdot 0,195) + (0,5 \cdot 0,710) + (0 \cdot 0,095) = 55,0$$

Igualmente, en la dimensión D3 (ahorro), si un 23,2% espera tener más capacidad de ahorro, un 53,0% mantenerla y un 23,8% reducirla, el valor será:

$$D_3 = (1 \cdot 0,232) + (0,5 \cdot 0,530) + (0 \cdot 0,238) = 49,7$$

3° El índice expresa la **media ponderada** de cada dimensión.

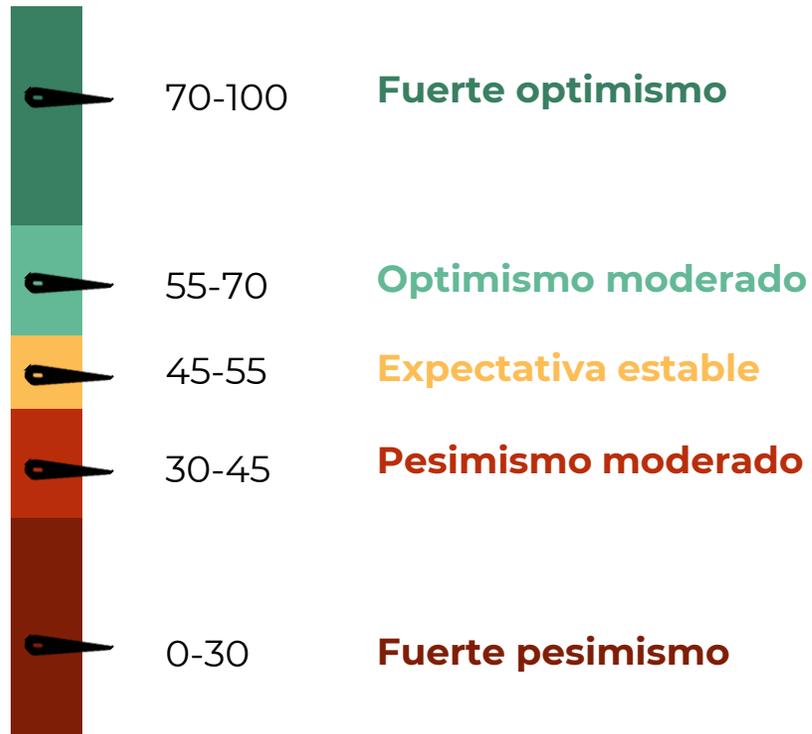
Donde la dimensión consumo (D_1) es, a su vez, un indicador agregado de siete ítems:

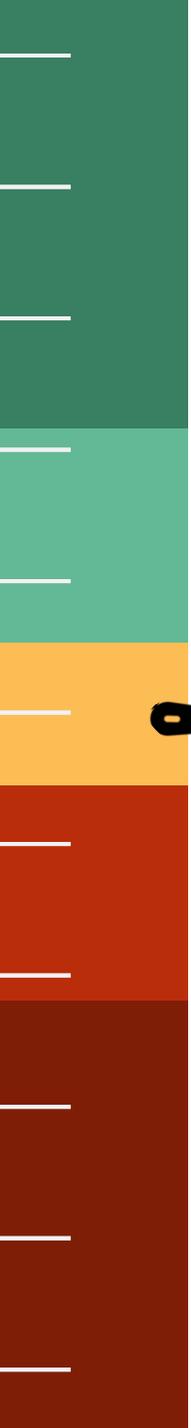
$$D_1 = \frac{C_{1.1} + C_{1.2} + C_{1.3} + C_{1.4} + C_{1.5} + C_{1.6} + C_{1.7}}{7}$$

$$\text{Índice 5D} = D_1 \cdot 0,4 + D_2 \cdot 0,2 + D_3 \cdot 0,2 + D_4 \cdot 0,1 + D_5 \cdot 0,1$$

Da la **temperatura** del clima económico del país

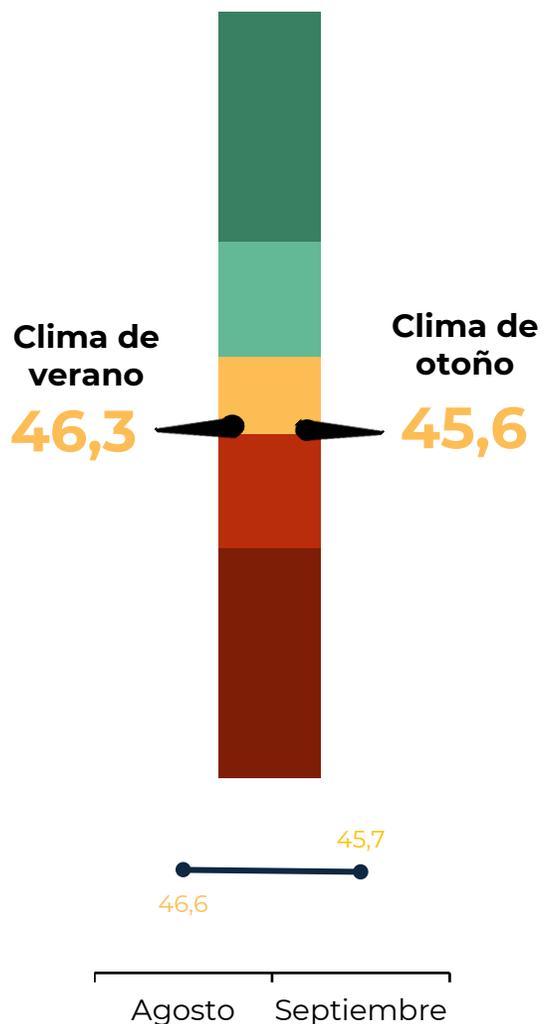
El índice global del Termómetro 5D y sus componentes adoptan **valores entre 0 (máximo pesimismo) 100 (máximo optimismo)**, que se pueden agrupar en tramos de situación.





Últimas cifras

Termómetro 5D **global**

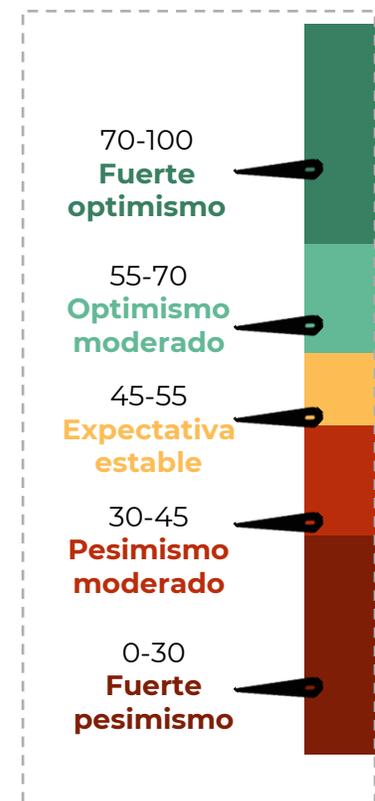


Otoño 2025

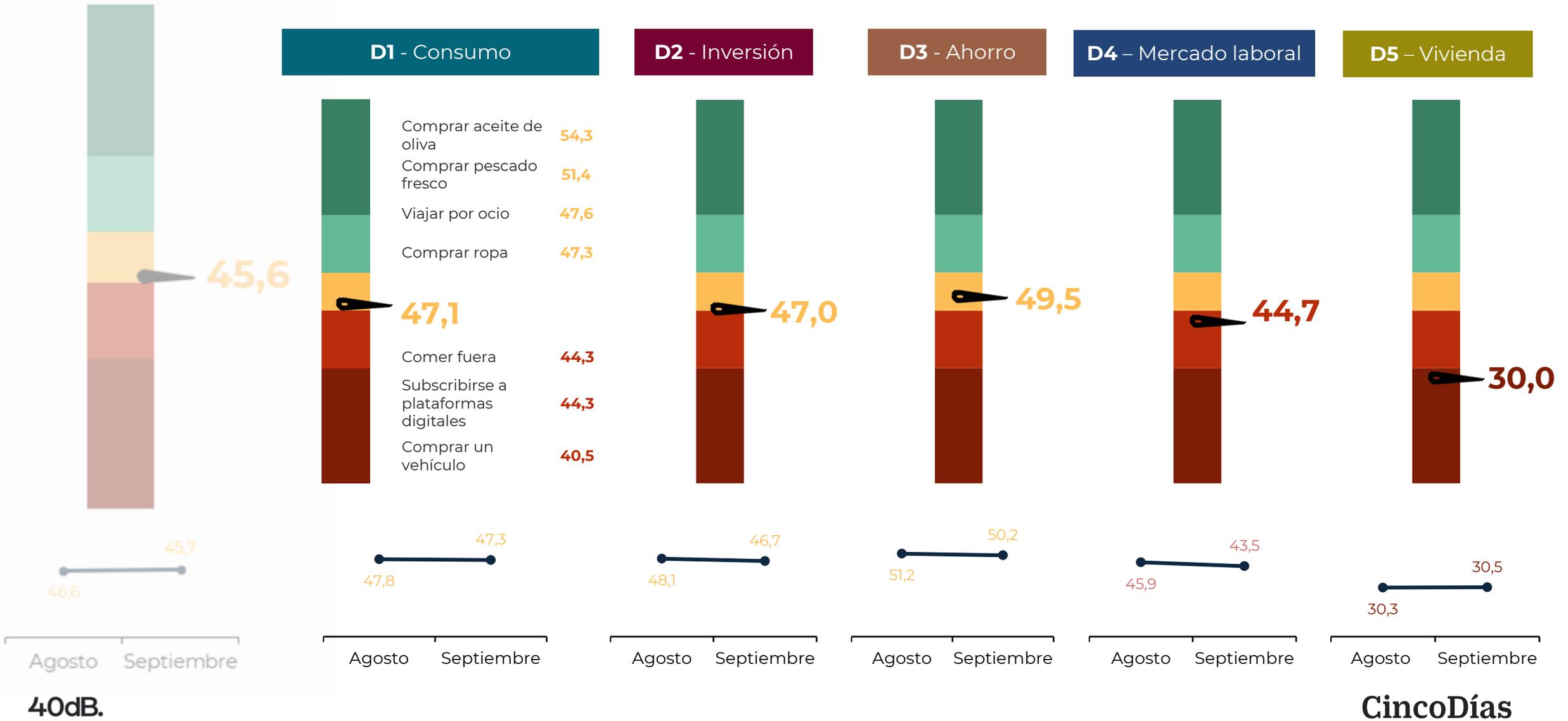


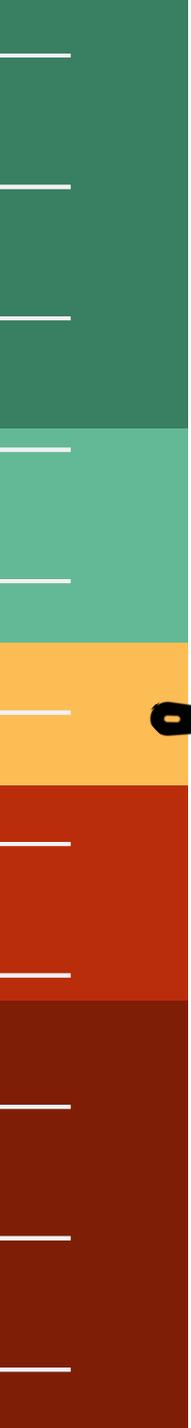
El **índice 5D de clima económico (45,6)** vuelve a situarse en el rango de **expectativas estables**, por encima del límite del pesimismo moderado. Tras un repunte de agosto, el indicador cae ligeramente en septiembre, reflejando un tono de mayor cautela en el inicio del otoño.

Las dimensiones **consumo (47,1)**, **ahorro (49,5)** e **inversión (47,0)** también se mueven en el rango de **estabilidad**, mientras que las dimensiones **mercado de trabajo (44,7)** y **vivienda (30,0)** se ubican en el **pesimismo moderado**.



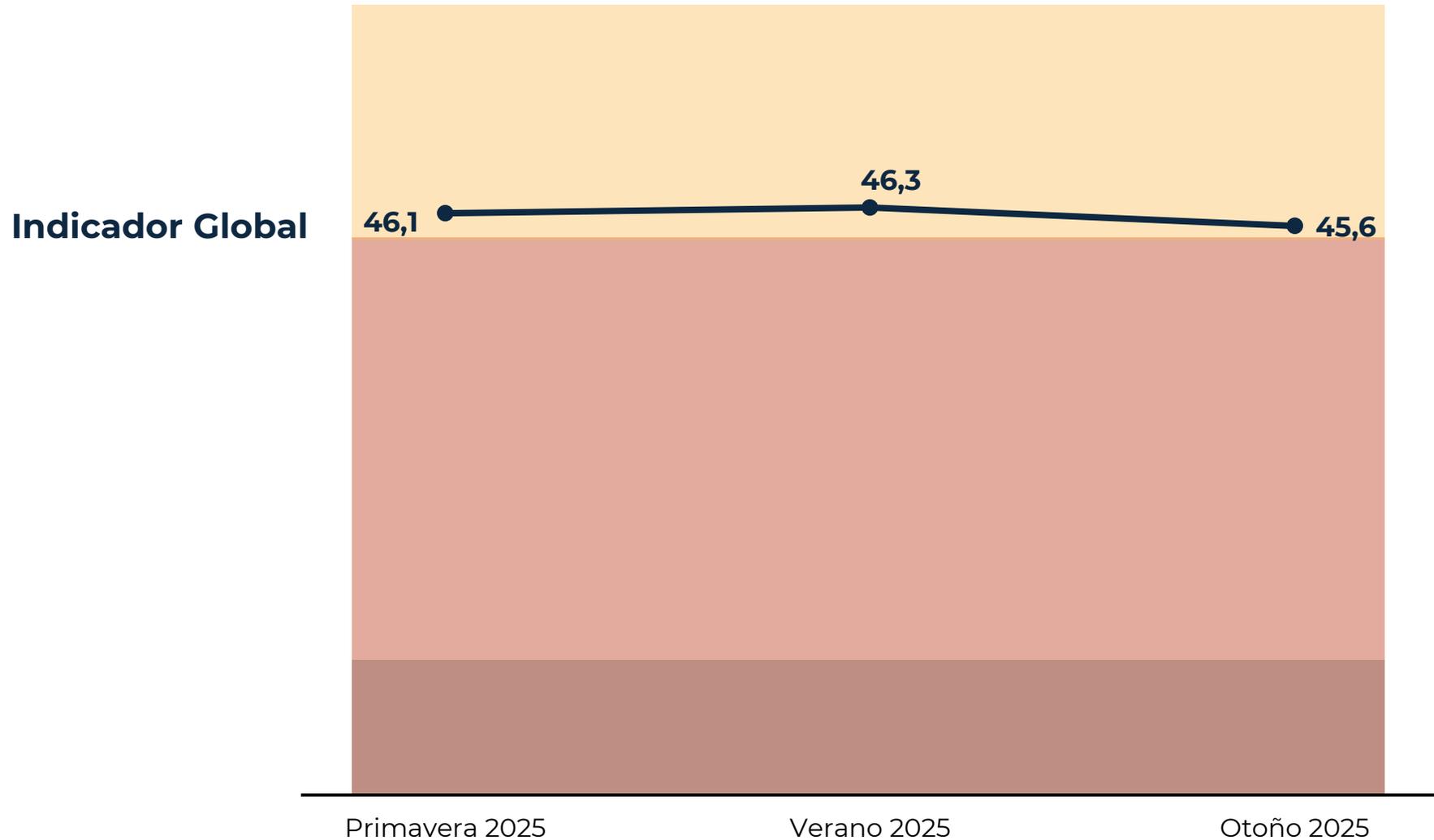
Las dimensiones del termómetro 5D



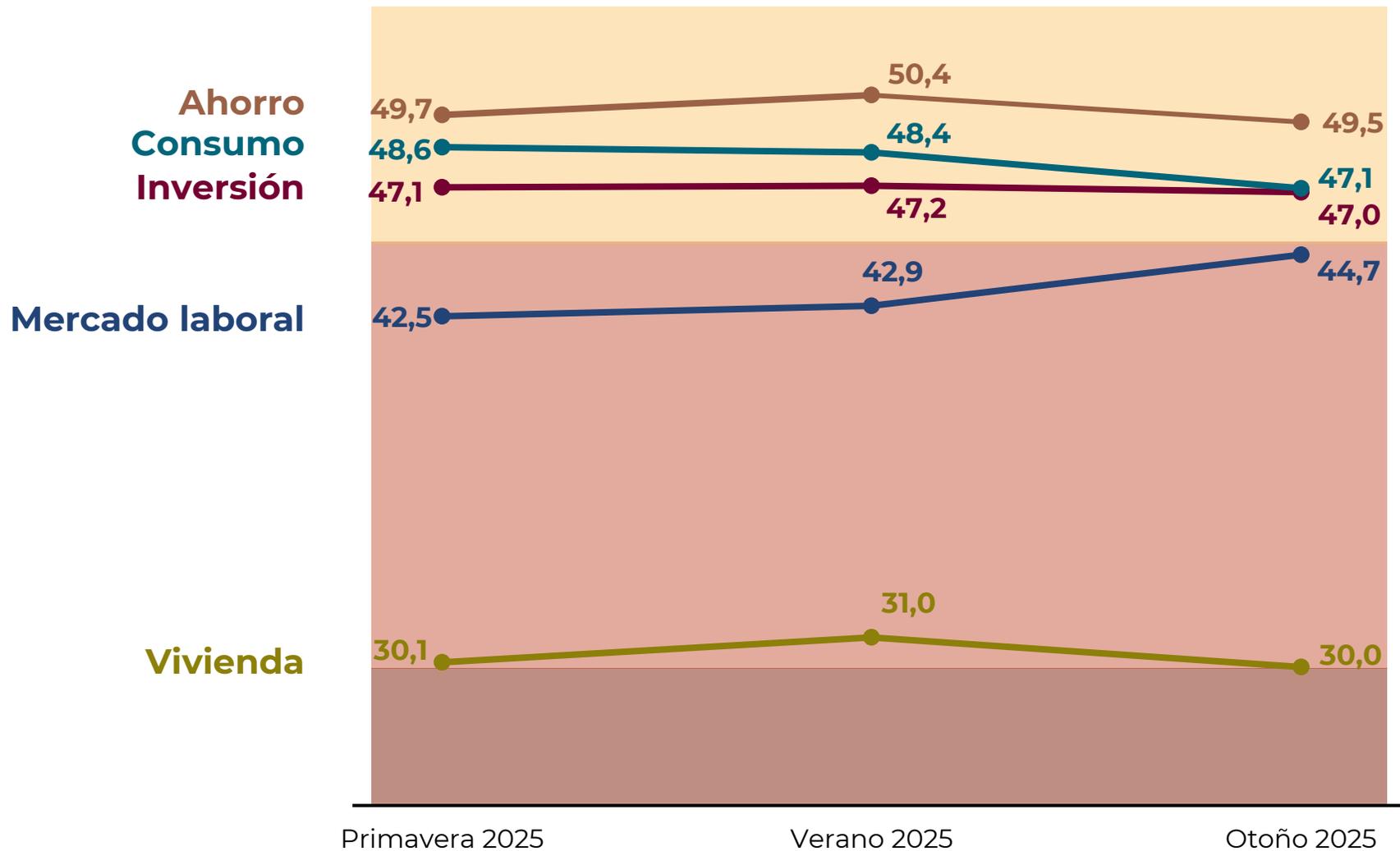


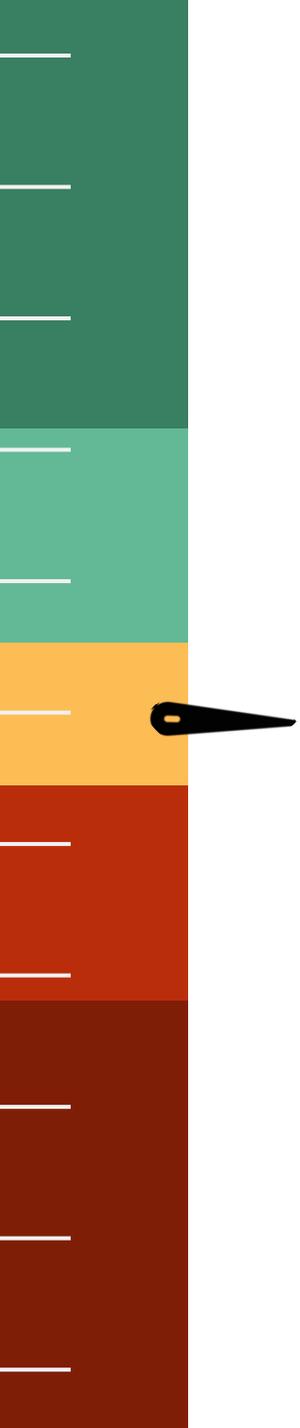
Evolución trimestral

Evolución trimestral del termómetro 5D: Indicador global



Evolución trimestral del termómetro 5D: Dimensiones





Zoom al consumidor

Segmentación de los consumidores

A lo largo del informe, se presentan datos segmentados a partir de las siguientes variables:



Sexo

Hombres	N = 1.948
Mujeres	N = 2.052



Situación económica

Ahorran	N = 2.241
Llegan justos al final de mes	N = 1.297
Gastan ahorros o se endeudan	N = 462



Clase social

Alta / Media Alta	N = 1.814
Media	N = 995
Media baja / baja	N = 1.191



Generaciones

Generación Z

Nacieron entre 1997 y el 2012. Actualmente tienen entre 18 y 27 años.

N = 519

Generación Millennial

Nacieron entre 1981 y el 1996. Actualmente tienen entre 28 y 43 años.

N = 961

Generación X

Nacieron entre 1965 y el 1980. Actualmente tienen entre 44 y 59 años.

N = 1.326

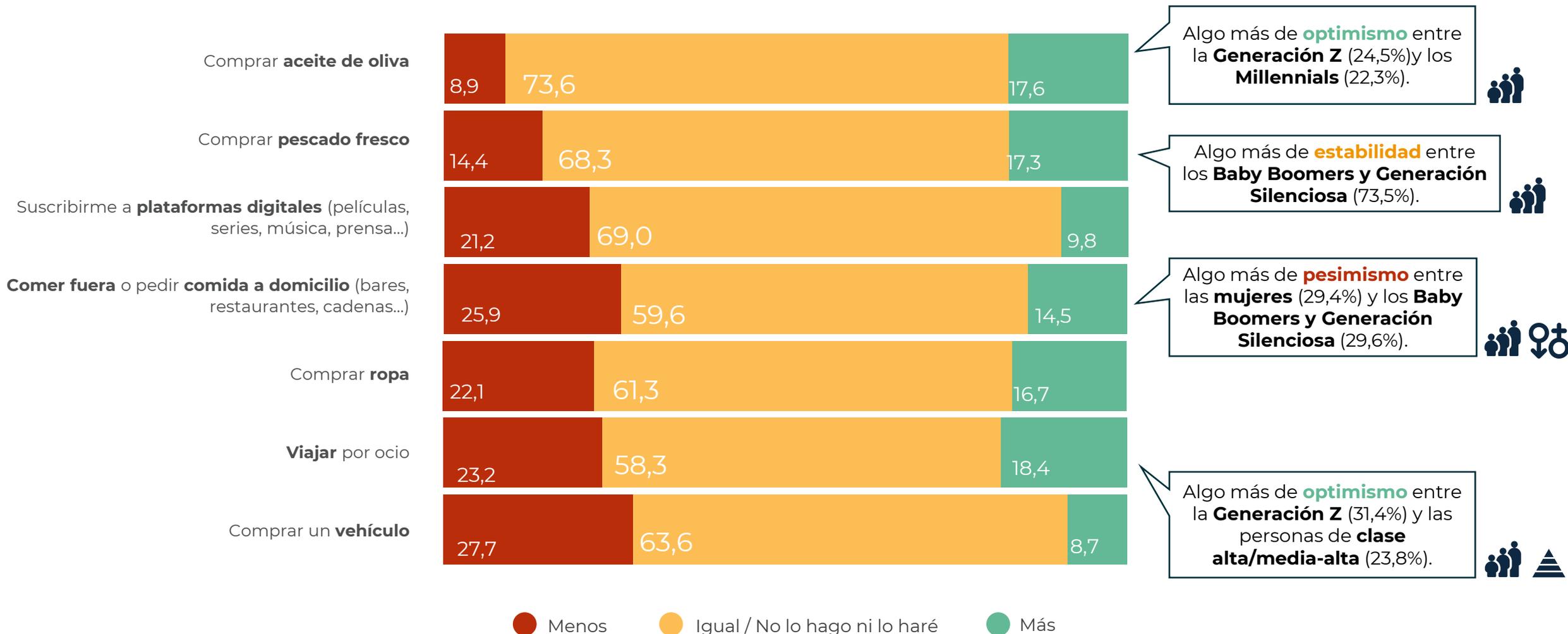
Baby Boomers y Generación Silenciosa

Nacieron entre 1946 y el 1964 (Baby Boomers) o 1928 y el 1945 (Generación Silenciosa). Actualmente tienen entre 60 y 79 años (Baby Boomers) o entre 80 y 97 años (Generación Silenciosa).

N = 1.194

5D D1 - Consumo

En los próximos 6 meses, ¿en qué medida crees que harás cada una de las siguientes acciones?



5D D2 - Inversión

En los próximos 6 meses, ¿en qué medida crees que harás cada una de las siguientes acciones?

Invertir en productos financieros (acciones de bolsa, depósitos bancarios, criptomonedas u otros...)



Algo más de **pesimismo** entre las personas que **llegan justas a final de mes** (22,2%).



Algo más de **estabilidad** entre las personas de **clase media-baja/baja** (73,5%), los **Baby Boomers y la Generación Silenciosa** (76,8%) y las **mujeres** (74,1%).

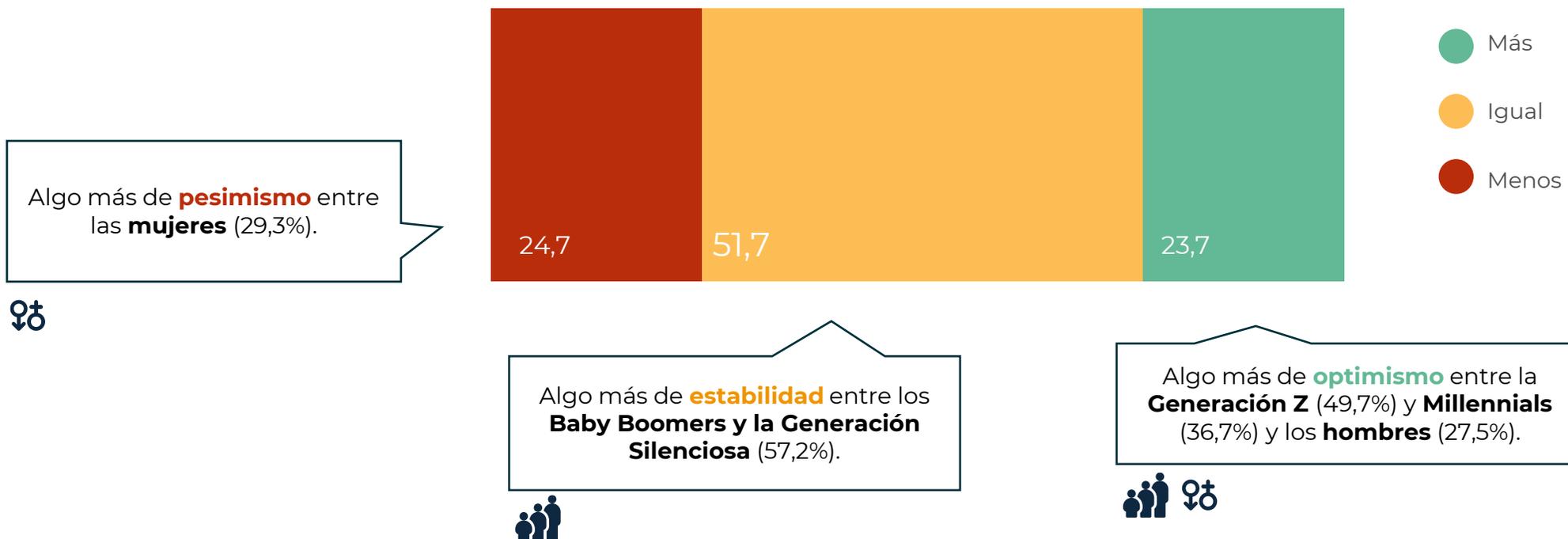


Algo más de **optimismo** entre los **hombres** (16,8%), **la Generación Z** (24,1%) y **Millennials** (21,3%).



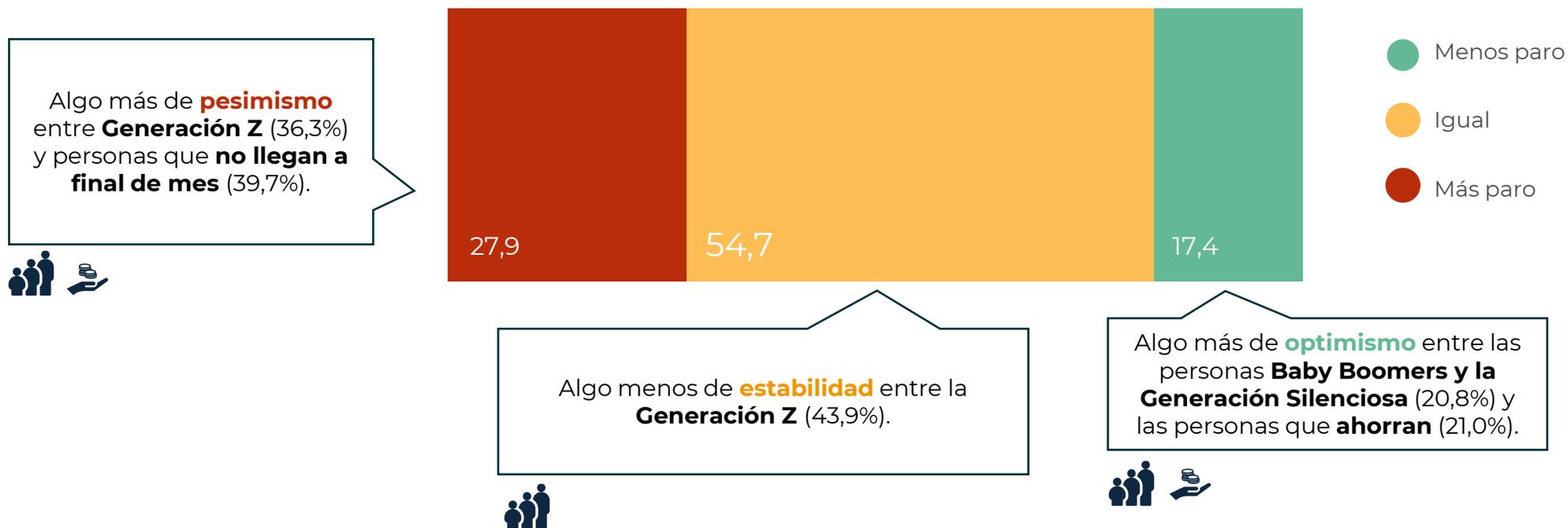
5D D3 - Ahorro

¿Crees que en los próximos meses tendrás más, menos o igual **capacidad de ahorro**?



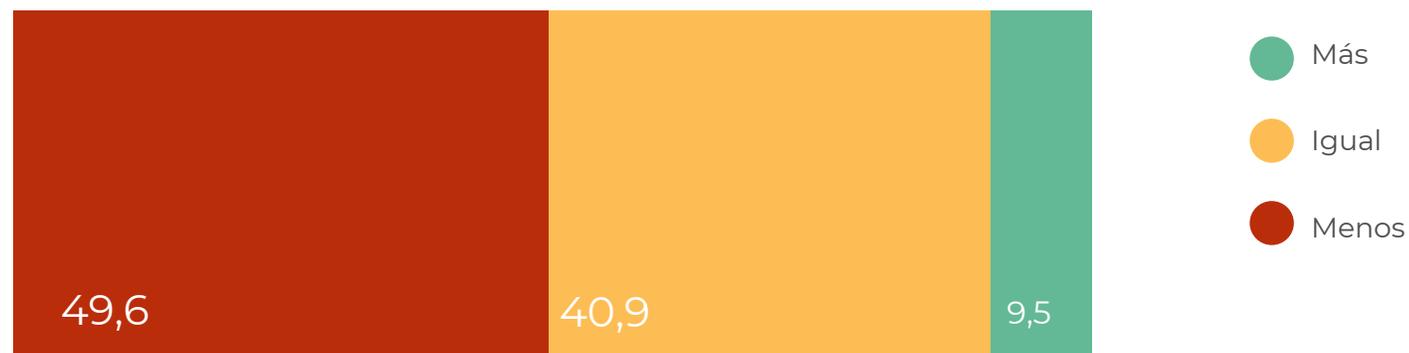
5D D4 – Mercado laboral

En comparación con los últimos 6 meses, ¿dirías que hay ahora más igual o menos personas en cada una de estas situaciones?
Personas en paro



5D D5 – Vivienda

En comparación con los últimos 6 meses, ¿dirías que hay ahora más igual o menos personas en cada una de estas situaciones?
Personas con posibilidad de comprar una vivienda



Algo más de **pesimismo** entre las personas que **llegan justas a final de mes** (58,0%) y quienes **no llegan** (66,8%).

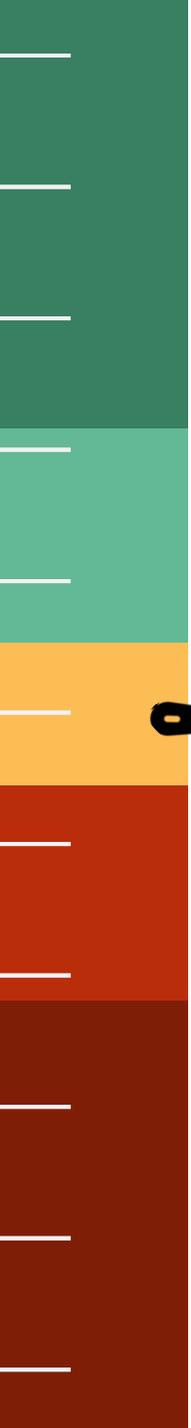


Algo más de **estabilidad** quienes **ahorran** (46,9%).



Algo más de **optimismo** entre la **Generación Z** (17,8%), los **Millennials** (13,9%), las personas de **clase alta/media-alta** (12,3%) y quienes **ahorran** (12,7%).





Ficha técnica

Ficha técnica



ÁMBITO

España



UNIVERSO

Población general residente en España (excepto Ceuta y Melilla) a partir de 18 años de edad y con derecho a voto



TAMAÑO DE LA MUESTRA

4.000 entrevistas

Cuotas por sexo, edad, Comunidad Autónoma, tamaño de hábitat y clase social



PROCEDIMIENTO

Entrevista online (CAWI).



ERROR MUESTRAL

±1,55% (95% de confianza)



FECHA DE REALIZACIÓN

29/08/2025 a 01/09/2025

26/09/2025 a 28/09/2025



TRUE PEOPLE

www.40dB.es 

info@40dB.es 

Calle de Santa Clara 3 
28013, Madrid

40dB.

Data. Insights.
Solutions.