

GfK Clima de Consumo Europeo

Primer trimestre de 2017



GfK Clima de Consumo Europeo

Interpretación de los Índices



Los Índices de Expectativas Económicas, de Ingresos y de Gasto reflejadas en el presente informe, se elaboran a partir de preguntas realizadas a la población general de cada uno de los 16 países analizados. El objetivo es determinar las percepciones tanto de la situación económica general de los países a título individual, como la situación de los propios hogares, durante los próximos 12 meses comparada con los últimos 12.

- Todos los indicadores toman valores entre -100 y 100.
- Un valor negativo del indicador muestra que el porcentaje de entrevistados pesimistas respecto al futuro es superior al porcentaje de los optimistas.
- Un índice con valor 0 señala que existe equilibrio entre ambos.
- Un indicador positivo expresa que el porcentaje de entrevistados optimistas respecto a la situación futura supera al de los pesimistas.



Despejado



Soleado



Nublado



Lluvioso



Gélido

Los símbolos utilizados en los gráficos ilustran el estado de ánimo de los entrevistados sobre cada uno de los aspectos evaluados.

Expectativas Económicas en Europa

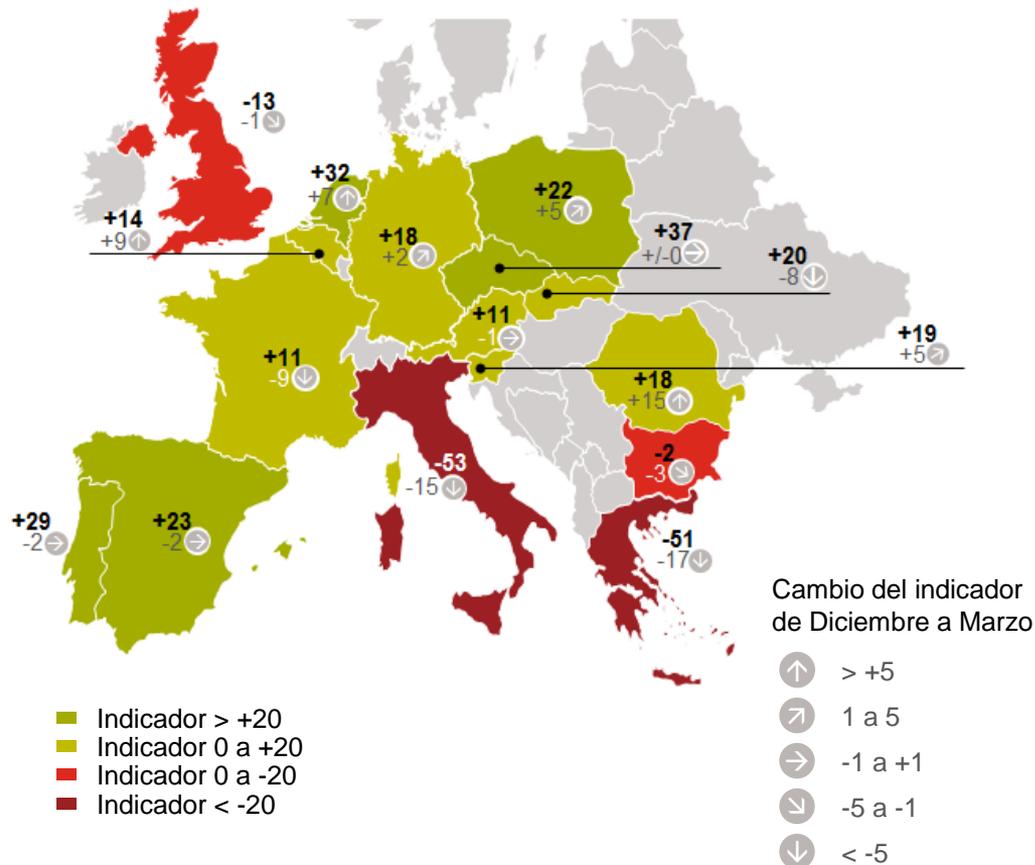
Marzo 2017



A pesar de que en 12 de los 16 países analizados se observan expectativas económicas con valores positivos y superiores a los 11 puntos, también se registra una tendencia hacia la baja en 9 de ellos, aunque hay que indicar que se trata mayoritariamente de variaciones leves, entre 1 y 9 puntos. Las únicas excepciones son Grecia e Italia, que caen -17 y -15 puntos, respectivamente.

El clima de incertidumbre política en países que este año se enfrentan a elecciones, el proceso de salida de Reino Unido de la UE, un nuevo estilo personal en el gobierno de EE.UU., los últimos atentados terroristas en Europa y la guerra en Siria, han podido ser los responsables de estas variaciones en el ánimo de la población.

España (+23) se vuelve a situar en las primeras posiciones entre los 16 países analizados y ocupa el cuarto lugar, por detrás de República Checa, Países Bajos y Portugal.



Expectativas Económicas en España

Marzo 2017



Son varios los factores que pueden influir en este optimismo respecto a la economía local: la actual estabilidad política, las cada vez mejores previsiones sobre el crecimiento del PIB, el impulso en las exportaciones, el aumento de la actividad industrial o las alentadoras perspectivas del turismo. Sin embargo, parece que esta percepción favorable a escala nacional, no llega aún al día a día de los ciudadanos, tal y como se evidencia en los datos presentados en las láminas siguientes.



Expectativas de Ingresos en Europa

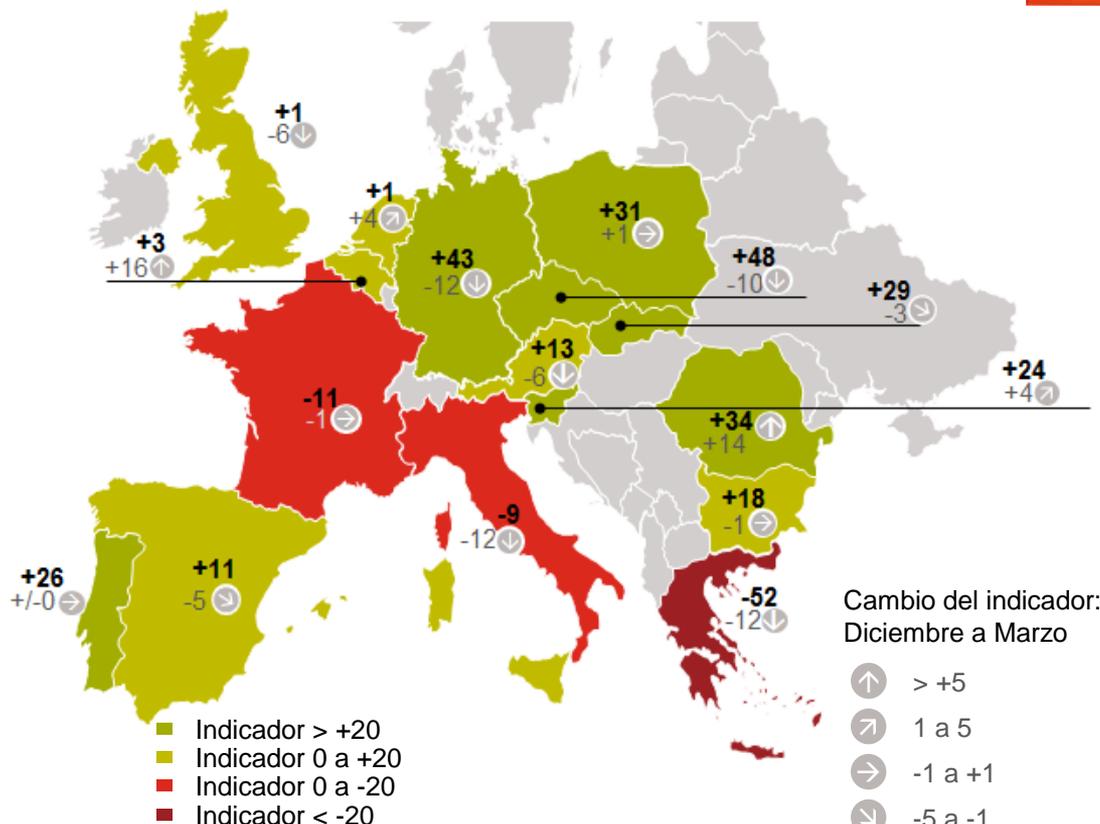
Marzo 2017



En general, 13 de los 16 países analizados se encuentran en valores positivos (7 de ellos, incluso, por encima de los 20 puntos) y sólo tres presentan expectativas negativas: Grecia (-52), Francia (-11) e Italia (-9).

En la comparativa frente al trimestre anterior, se observa que en 10 de los 16 países se ha producido un ligero descenso en las previsiones de la población con respecto a sus rentas en el futuro inmediato. Las bajadas se han ubicado entre los -1 y -12 puntos.

Llama la atención en este sentido, que Alemania se encuentre entre las expectativas más altas, con 43 puntos, y que también protagonice el mayor de todos los descensos, al bajar 12 puntos en los primeros tres meses de 2017.

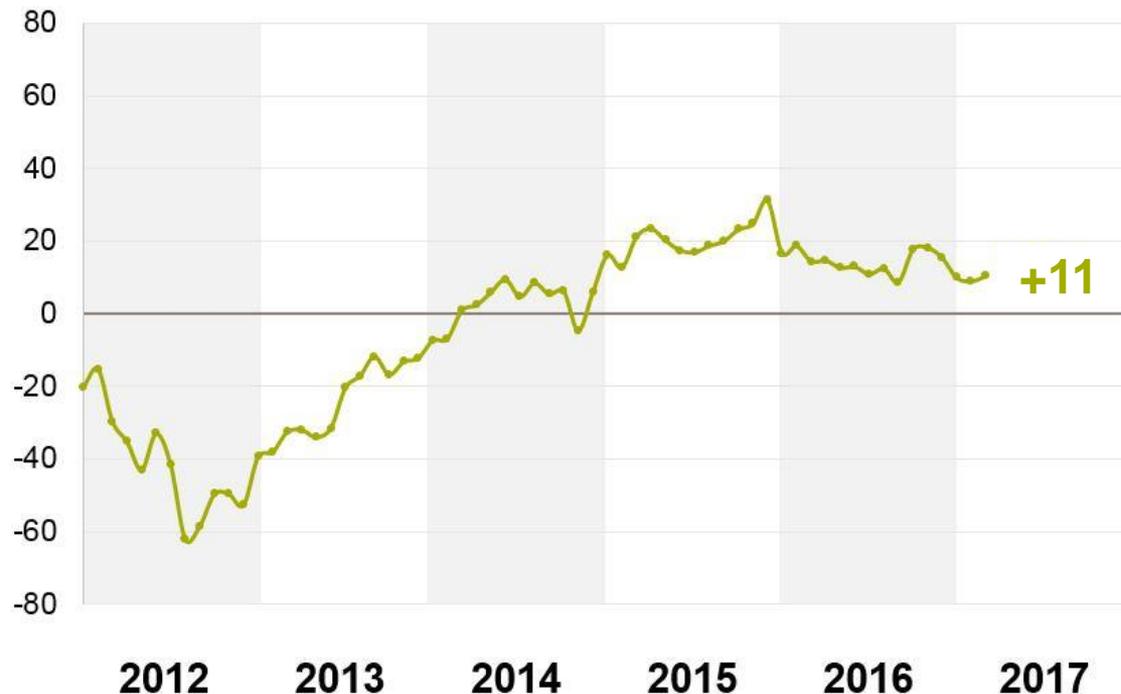
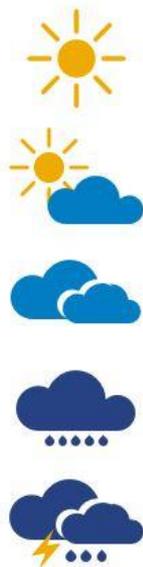


Expectativas de Ingresos en España

Marzo 2017



Si bien el desempleo ha descendido en los últimos meses y la tasa de generación de empleo es la más alta de Europa (2,8% en 2016), el 90% de esos contratos han sido temporales. Posiblemente por ello este indicador no termina de despejar y en el primer trimestre de 2017, aunque se mantiene en valores positivos (11 puntos), hay una pequeña fluctuación a la baja de cinco puntos (de 16 a 11).



Disposición a Comprar en Europa

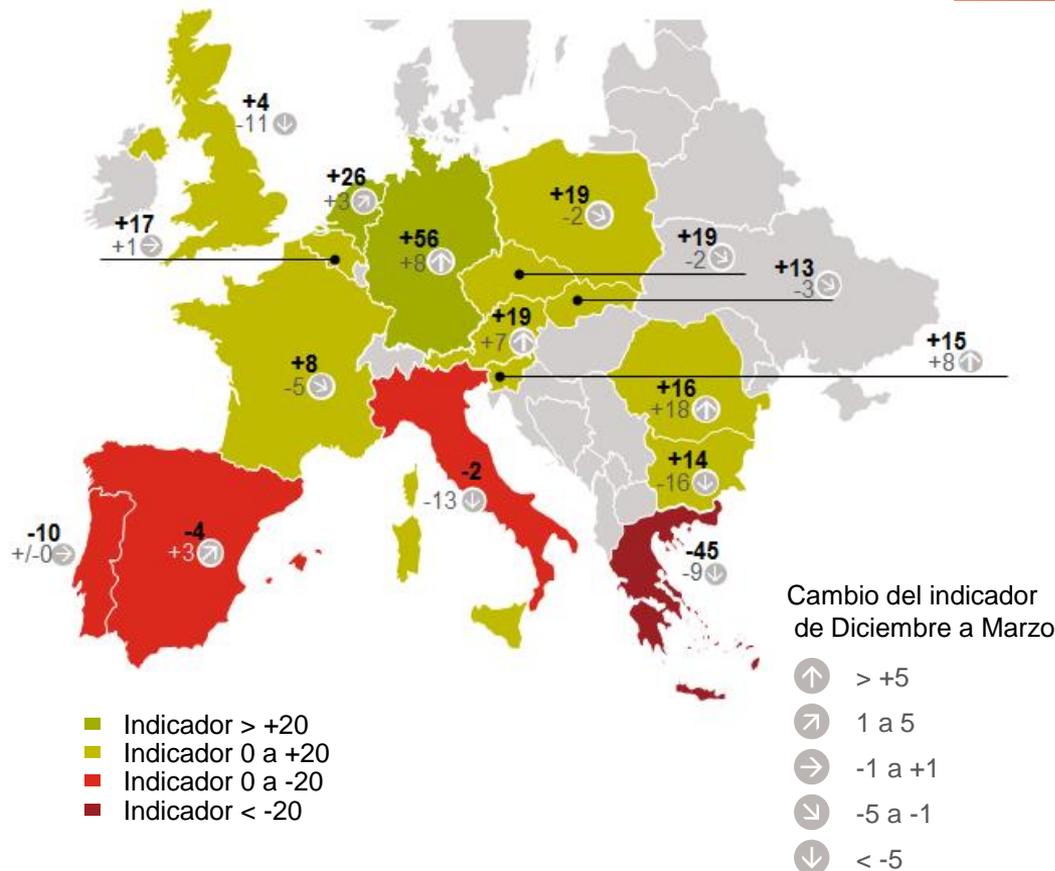
Marzo 2017



Al igual que pasa con el resto de indicadores este trimestre, hay una tendencia a la baja general, ya que en la mitad de los países su intención de gasto ha descendido. Eso sí, estos retrocesos no han superado los 9 puntos en la mayoría de los casos y sólo cuatro países están en valores negativos: Italia -2, España -4, Portugal -10 y Grecia -45.

Destaca que la población en **Alemania** sigue siendo la más dispuesta a realizar compras de importancia, con 56 puntos, un nivel que no tenían desde el primer trimestre de 2015 (57 puntos). El país germano además, es más positivo aún que el trimestre anterior y sube 8 puntos.

En el caso de **Reino Unido**, las expectativas de gasto siguen en positivo (+4), pero la tendencia descendente se mantiene. Sólo este trimestre han perdido 11 puntos. Finalmente, en relación al trimestre anterior **Italia** baja 13 puntos y entra en valores negativos (-2).



Disposición a Comprar en España

Marzo 2017



En España la disposición al gasto se muestra estable, con una muy leve tendencia hacia la mejora, algo que deberá confirmarse los próximos meses. El equipo de GfK a cargo de este estudio ha observado este mismo patrón en el pasado y no hay indicios de que el consumo vaya a mostrar grandes variaciones a corto plazo, a pesar de las mejoras en las cifras de empleo y las demandas subidas salariales por parte de actores económicos.



España: la brecha entre lo macro y lo micro se mantiene

Marzo 2017



En GfK pensamos que este cuadro retrata la situación de las expectativas en España: la línea azul representa cómo vemos la situación económica del país en los próximos 12 meses, la verde, cómo prevemos que serán nuestras compras, específicamente las de alta involucración: un piso, un coche, incluso, una nevera. Hasta mediados de 2013 ambas líneas se entrelazaban. Desde entonces, siempre es la línea azul la que ha marcado los movimientos, porque la línea verde se ha mantenido prácticamente plana. Vemos que la salud económica y política de nuestro país varía, crece, evoluciona. Mientras que nuestro mundo familiar y nuestros proyectos, permanecen paralizados y en números negativos.



Ficha Técnica



Los índices se elaboran a partir de los resultados de los estudios del consumidor publicados por la Comisión Europea, que realiza 2.000 entrevistas mensuales a población general de todos los países en estudio.

Participan en esta ocasión: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Eslovaquia, Eslovenia, España, Francia, Grecia, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía.

Más información en es@gfk.com