Growth
from
Knowledge

Nota de Prensa

GfK Euro Clima de Consumo, mayo 2023

El desánimo se mantiene en España y Europa en expectativas económicas, ingresos y gasto

19 de junio de 2023

Antonieta Martín
Directora de Comunicación
antonieta.martin@gfk.com
Alicia Medina
Medina Comunicación
alicia@medinacomunicacion.com

Un mes más, el GfK Euro Clima de Consumo certifica el pesimismo de la población tanto en España, como en Europa respecto a las expectativas económicas del país, la previsión de ingresos familiares y la disposición a comprar.

En España, el indicador de expectativas económicas (-19) empeora levemente en comparación con abril, lo que muestra que la confianza en la economía española no termina de despegar entre la población.

En el caso de las previsiones de ingresos de las familias, en nuestro país los valores muestran, dentro del clima de desconfianza, una ligera mejora hasta los -12 puntos, pero insuficiente para impulsar el consumo.

Respecto al gasto, en España los ciudadanos vuelven a pensar en frenar las compras, lo que hace retroceder 4 puntos un indicador ya de por sí en un valor muy negativo (-32), una tendencia general en Europa.

En cuanto al resto de países analizados, el clima general es de desencanto en todos los indicadores, aunque cada vez son más los países que retoman ligeramente el optimismo respecto a la economía local y los ingresos familiares.

Madrid, 19 de junio, 2023 – La incertidumbre está instalada desde hace meses en la mente de la población de España y Europa, impidiendo un clima de optimismo en el continente respecto a la marcha económica de los países, los ingresos de los hogares y el gasto familiar. El mes de mayo se cerró en España de nuevo en valores negativos, especialmente bajos en el caso del consumo y algo más animados en las previsiones de ingresos.

GfK, consultora reconocida por su índice de confianza del consumidor alemán, analiza mensualmente las percepciones de los habitantes de 28 países europeos. Para ello emplea datos propios en Alemania, Polonia y Reino Unido, así como información recogida por otras instituciones bajo la coordinación de la Comisión Europea.

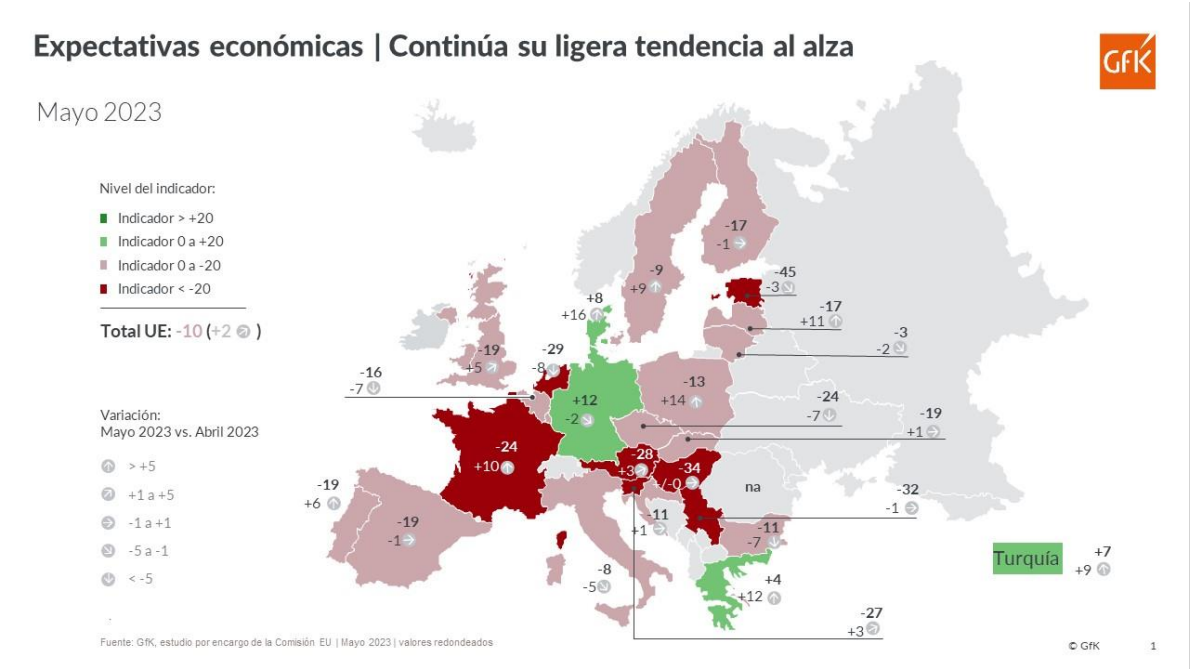
Expectativas económicas: instalados en la incertidumbre

En los últimos meses estamos viendo fluctuaciones al alza y a la baja en el indicador de expectativas económicas en España. La población no termina de confiar plenamente en la marcha de la economía del país, de ahí que el indicador siga en negativo y además haya registrado un leve empeoramiento. Con -19 puntos está 10 por debajo de la media de la UE (-10).

Otro aspecto relevante es que, de los 28 países, España es uno de los 12 que han frenado su mejoría. De los otros 16, cinco de ellos han registrado ascensos por encima de los 10 puntos. Entre los países que registran una subida más notoria en el ánimo de la población están Francia (con un alza de 10 puntos), Portugal (de 6 puntos) y Reino Unido (de 5 puntos).

“España es uno de los 20 países en valores negativos medios, que pueden ser interpretados como signos de preocupación. En estos países, la población espera que la situación económica se mantenga en condiciones no muy favorables o que incluso desmejore”, explica el equipo encargado de este estudio.

De las principales economías del continente, España se sitúa detrás de Alemania (+12), Italia (-8) e iguala a Portugal y Reino Unido (ambos con -19) y está por delante de Francia (-24), aunque ya no a tanta distancia como el mes anterior.

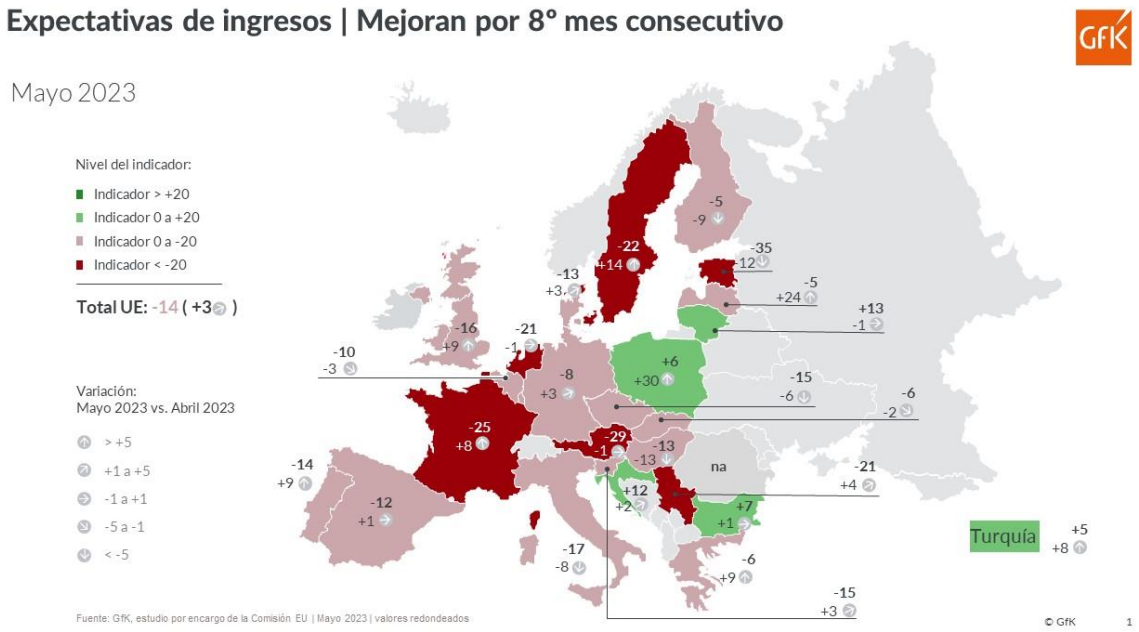


Expectativas de ingresos: mejor que Francia, Reino Unido e Italia

Tras la importante recuperación vivida en abril, en mayo España vuelve a registrar una leve mejora de un (1) punto que sitúa el indicador en -12 puntos. Estos valores no impulsan un consumo que sigue tanto en España, como en el resto de Europa totalmente contraído.

Con esos -12 puntos estamos por encima de la media europea (-14) y, a pesar de seguir en valores bajos, España es junto con Alemania (-8) la menos desencantada entre las principales economías de la zona las cuales están ligeramente por debajo: Portugal (-14), Reino Unido (-16) e Italia (-17). Apuntar eso sí que nuestro país es el que registra una mejoría más reducida, si nos comparamos con Reino Unido que asciende 9 puntos, Francia que sube 8 y Alemania que crece 3.

“Aunque los datos anteriores muestran una visión pesimista de las economías familiares, el dato positivo se encuentra en el hecho de que la gran mayoría de los países han experimentado mejorías en este indicador, algunos muy modestos como España, pero más importantes en otras grandes economías”, comentan desde GfK.



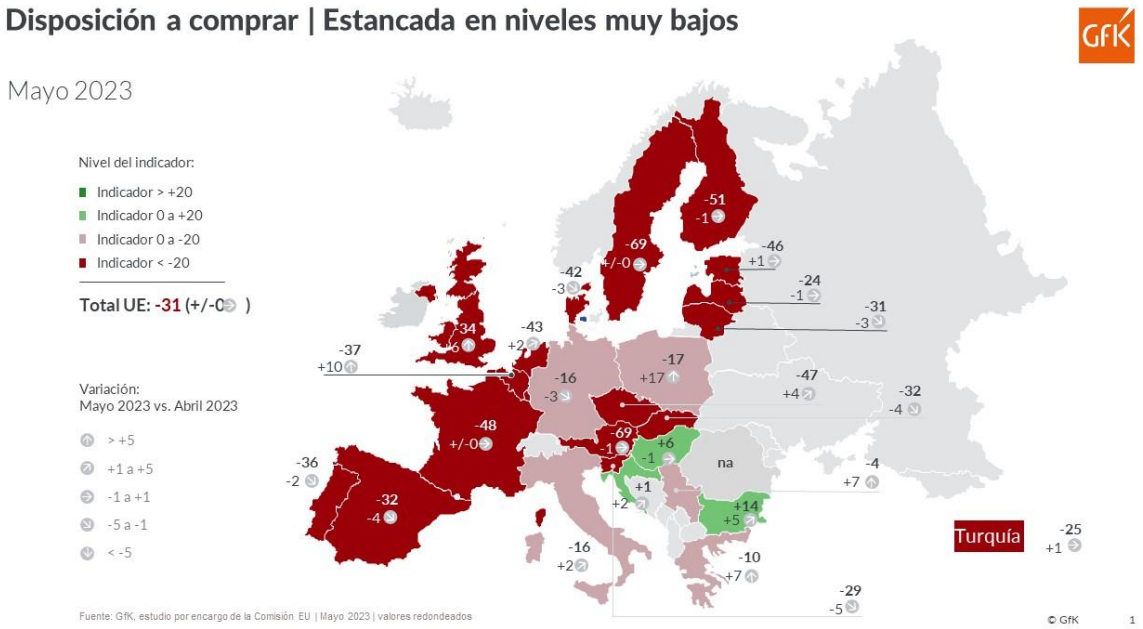
Disposición a comprar: nueva caída

Después de la significativa mejora de 11 puntos del mes anterior, mayo se cierra en España con un aumento de la cautela en la intención de compra, con una caída de 4 puntos, lo que deja el indicador en -32, similar a la media de la UE (-31). Este dato refleja, de nuevo, el clima de restricción del consumo, no solo en nuestro país, sino también en Europa, con valores que superan incluso los 60 puntos negativos en algunos casos.

Respecto a las economías más destacadas, Alemania e Italia con -16 se sitúan en mejor posición que España, mientras que Reino Unido (-34) y Francia (-48) se mantienen con valores muy negativos.

“Es muy revelador del estado de ánimo imperante que la media de la UE se encuentre en -31, señal de que a pesar de las mejorías experimentadas por 15 de los países, muy difícilmente el consumo

privado será el motor de crecimiento de los PIB locales”, señala el equipo encargado de este estudio.



Europa: estancados en la desesperanza

Mayo se cierra con un nuevo estancamiento en el ánimo general de los ciudadanos europeos, con leves mejoras en las previsiones económicas y de ingresos o ninguna en el caso del gasto.

Con relación a las **expectativas económicas de los europeos,** solo cuatro de los 28 países analizados ven con optimismo el comportamiento de sus economías locales Alemania (12), Dinamarca (8), Turquía (7) y Grecia (4). Dinamarca es, además, el país que experimenta la mayor mejora en mayo: 16 puntos. En el caso de Alemania, aunque encabeza el ranking, este mes se declaró en recesión técnica, esto es, dos trimestres con crecimientos negativos.

Respecto a las **expectativas de ingresos**, nuevamente los valores negativos predominan: solo los hogares de siete de los 28 países analizados presentan expectativas positivas, es decir, la población de 21 de ellos no espera tener mayores entradas de dinero en los próximos meses. Los ciudadanos con expectativas positivas viven en Lituania (13), Croacia (12), Bulgaria (7), Polonia (6), Turquía (5), Malta (4) y Chipre (2). A pesar de que el indicador muestra una tendencia favorable en una amplia mayoría de los países en estudio durante el último mes - en 17 hay mejorías -, todavía está en valores que expresan desesperanza y cautela por parte de la población y sus posibilidades de recuperación económica.

Por último, en el indicador de **disposición a comprar,** de los 28 países, solo tres presentan valores por encima de cero. Los restantes continúan en valores que podríamos clasificar como: negativos,

muy negativos y extremadamente negativos. Entre los primeros y considerando solo a las potencias del continente, nos encontramos con Alemania e Italia, ambos países con -16 puntos. En el segundo grupo podemos situar España (-32), Reino Unido (-34) y Francia (-48). Los valores más extremos, ambos con -69, los encontramos en Suecia y Austria. Se mantiene, por tanto, el control de gasto por parte de los hogares, como consecuencia de las sombrías previsiones respecto a las economías domésticas y de sus países.

Accede al informe completo

Sobre el estudio GfK Euro Clima de Consumo

Los hallazgos del estudio GfK Euro Clima de Consumo proceden de una encuesta al consumidor realizada por la Comisión Europea en todos los países de la UE. GfK analiza mensualmente las percepciones de los habitantes de 28 países europeos Para este fin emplea datos propios en Alemania, Polonia y Reino Unido, así como información recogida por otras instituciones bajo la coordinación de la Comisión Europea.

Los indicadores de GfK para Euro Clima de Consumo se basan en entrevistas mensuales relacionadas con el estado de ánimo del consumidor. El objetivo es determinar tanto la situación económica general de los países de manera individual como la situación de los propios hogares.

Las entrevistas para el estudio GfK Euro Clima de Consumo se realizan mensualmente, principalmente como parte de un ómnibus, que es una encuesta multitema llevada a cabo tanto por teléfono como cara a cara.

Un valor negativo del índice indica que el porcentaje de entrevistados pesimistas respecto al futuro es superior al porcentaje de los optimistas. Un índice con valor 0 indica que existe equilibrio entre los que perciben la situación futura mejor que la pasada y los que la perciben peor. Un índice positivo indica que el porcentaje de entrevistados optimistas respecto a la situación futura supera al de los pesimistas.

GfK. Growth from Knowledge

Durante más de 85 años, nos hemos ganado la confianza de nuestros clientes en todo el mundo al resolver cuestiones críticas para el negocio en sus procesos de toma de decisiones sobre consumidores, mercados, marcas y medios. Nuestros datos y hallazgos, junto a nuestras capacidades avanzadas de IA, han revolucionado el acceso a recomendaciones en tiempo real que impulsan el marketing, las ventas y la efectividad de nuestros clientes y *partners*. Así es como prometemos y proporcionamos **G**rowth **f**rom **K**nowledge.

En GfK España ocupamos el segundo lugar en el ranking de nuestro sector elaborado por I+A y contamos con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en tres unidades de negocio, en nuestras oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia.

Para más información visite www.GfK.com/es o síganos en Twitter https://twitter.com/GfK_Spain