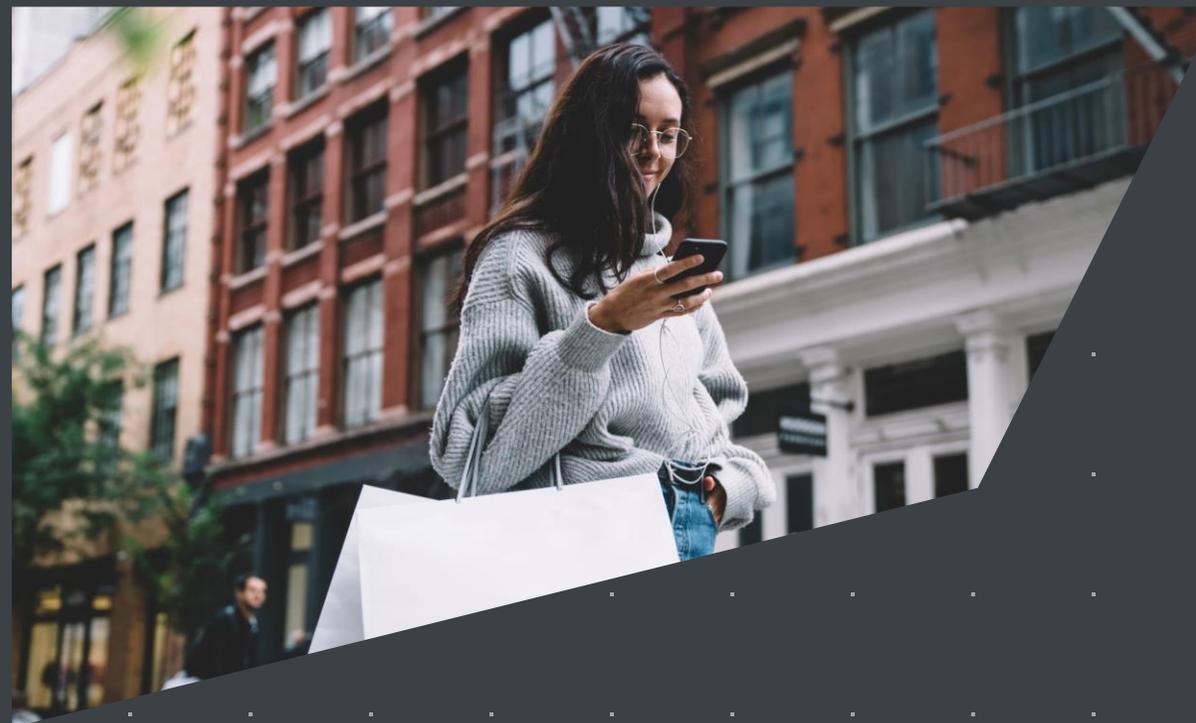

GfK Euro Clima

Mayo 2023

Rolf Bürkl
Marketing & Consumer Intelligence

Antonieta Martín
Directora de Comunicación España



Principales hallazgos

Después de mejorar durante cuatro meses consecutivos, el Clima de Consumo Europeo se estanca en mayo.

Las **expectativas económicas de los europeos** continúan su ligera tendencia al alza. El indicador en la UE ha crecido 2 puntos en relación con el mes anterior, cerrando en -10 puntos. Los niveles más bajos se registran en Estonia, Hungría, Países Bajos y Francia, mientras que los más altos se dan en Alemania, Grecia y Lituania. Las mejoras más destacadas se observan en Dinamarca, Polonia, Grecia y Letonia.

El **indicador de expectativas de ingresos en Europa** crece 3 puntos hasta los -14 puntos. Se trata del octavo incremento consecutivo. Lituania, Croacia, Bulgaria y Polonia reportan los niveles más altos este mes, mientras que Estonia, Austria, Francia y Suecia se sitúan al final de la tabla. Las subidas más pronunciadas en comparación con abril se registran en Polonia, Letonia y Suecia. Por el contrario, las caídas más fuertes se producen en Hungría, Estonia y Finlandia.

La **disposición a comprar de los europeos** continua estancada en un nivel muy bajo. El indicador se mantiene sin cambios respecto al mes anterior en los -31 puntos. La mejor situación la tienen Bulgaria, Hungría y Croacia, mientras Suecia, Finlandia, Austria y Francia se encuentran en las peores posiciones este mes. Se observan importantes mejoras en relación con abril en Polonia, Bélgica y Grecia.

Principales hallazgos

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**, 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.

01

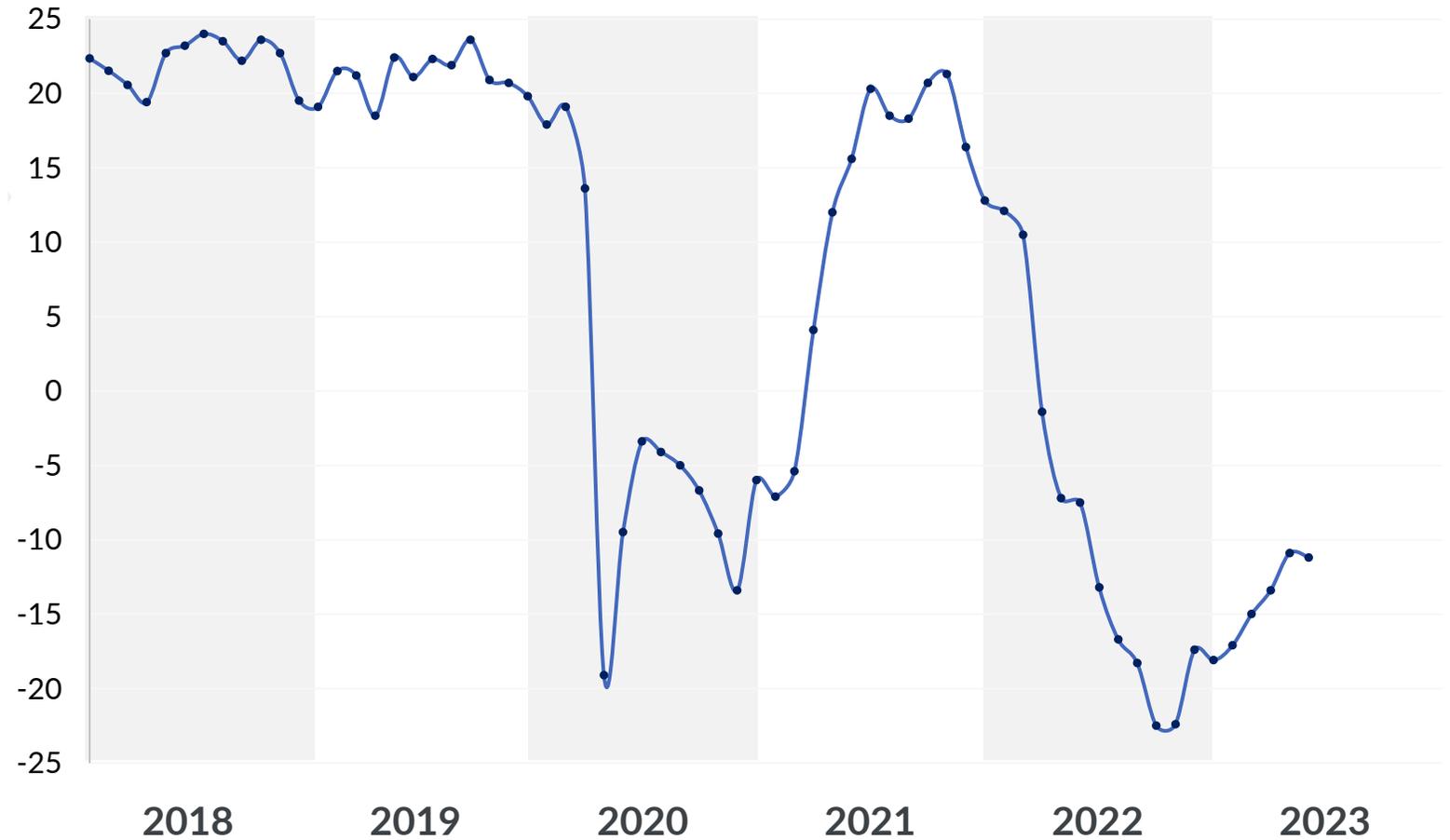
Gráficos

Expectativas económicas, de ingresos y
disposición a comprar

Euro Clima de Consumo | Estancamiento en mayo



Mayo 2023



02

Metodología

El cuestionario en detalle del Euro Clima de Consumo



Expectativas Económicas

¿Cómo espera que sea la **situación económica general** de España en los próximos 12 meses?

Será:

- Mucho mejor
- Un poco mejor
- Igual
- Un poco peor
- Mucho peor
- No lo sé



Expectativas de Ingresos

¿Cómo espera que cambie la **situación financiera en su hogar** en los próximos 12 meses?

Será:

- Mucho mejor
- Un poco mejor
- Igual
- Un poco peor
- Mucho peor
- No lo sé



Disposición a Comprar

En vista de la situación económica general, ¿cree que ahora es el **momento adecuado** para realizar **grandes compras** como muebles, dispositivos electrónicos, etc.?

- Sí, es el momento adecuado
- No es ni el mejor, ni el peor momento
- No, ahora no es el momento adecuado

Cómo se calculan los indicadores



- Los indicadores son el balance entre las respuestas positivas y negativas. Además, estos balances “brutos” se tratan con procedimientos estadísticos como el ajuste estacional.
- En una fase posterior, estos balances se estandarizan utilizando métodos estadísticos reconocidos y luego se convierten para obtener un promedio a largo plazo sobre 0 puntos y un rango de valores teóricos de +100 a -100 puntos. Sin embargo, la evidencia empírica muestra que los valores entre +60 y -60 puntos en general son realistas.
- Estandarización = (cifra actual menos media a largo plazo) dividido entre el rango (máximo menos mínimo).
- Si un indicador es positivo, esto muestra que el análisis del consumidor en relación a esta variable está por encima de la media en una comparación a largo plazo, y viceversa para los valores negativos.
- La estandarización facilita comparar los indicadores de países diferentes, ya que se compensan las variaciones resultantes de distintas mentalidades, mientras que la tendencia fundamental del indicador permanece sin cambios.
- En los mapas hay dos vías para entender las cifras: la primera describe el nivel del indicador (señalado por diferentes colores); la segunda, la variación del indicador en comparación con el mes anterior (señalado por diferentes flechas).

Si quieres
saber más,
contáctanos

Barcelona – Madrid - Valencia