



GfK Clima de Consumo

IV TRIMESTRE 2015

www.gfk.com/es

Interpretación de los indicadores GfK en Europa

- 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.

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



Despejado



Soleado



Nublado



Lluvioso



Gélido

Los índices se elaboran a partir de preguntas realizadas a la población sobre su percepción de la situación **en los próximos 12 meses comparada con los últimos 12**.

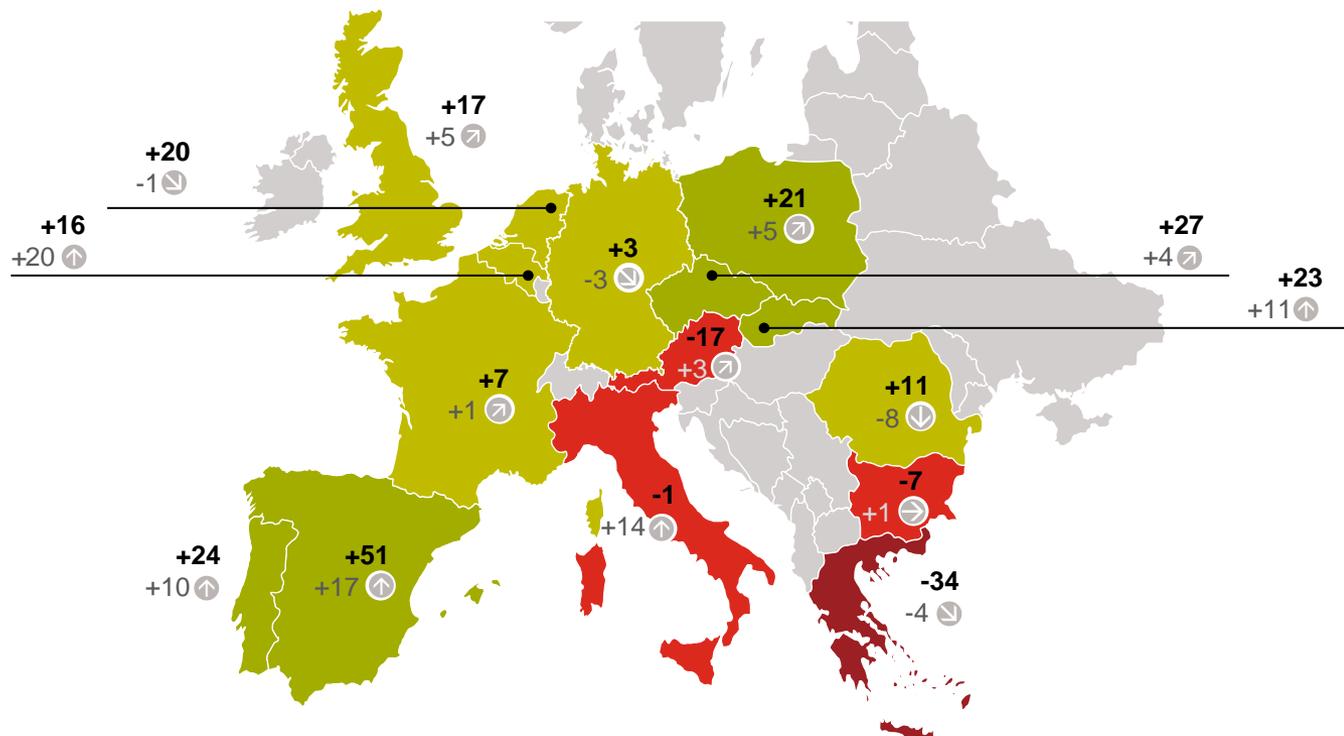
Expectativas sobre la situación económica

Diciembre 2015



En el cuarto trimestre de 2015, fueron varios los temas que preocuparon tanto a consumidores como a medios de comunicación: la crisis de los refugiados, los ataques de París, y en especial, la mejora en las cifras económicas de casi todos los países europeos, así como la bajada en los costes de la energía.

Como consecuencia, en el último trimestre de 2015, **las expectativas económicas** se redujeron en sólo 4 de los países consultados, siendo la caída menos abrupta que las registradas en períodos anteriores. En otros 10 países las expectativas económicas mejoraron. Destacan entre éstos, Bélgica con 20 puntos y España con 17.



- Indicador > +20
- Indicador 0 a +20
- Indicador 0 a -20
- Indicador < -20

total de la UE: +11

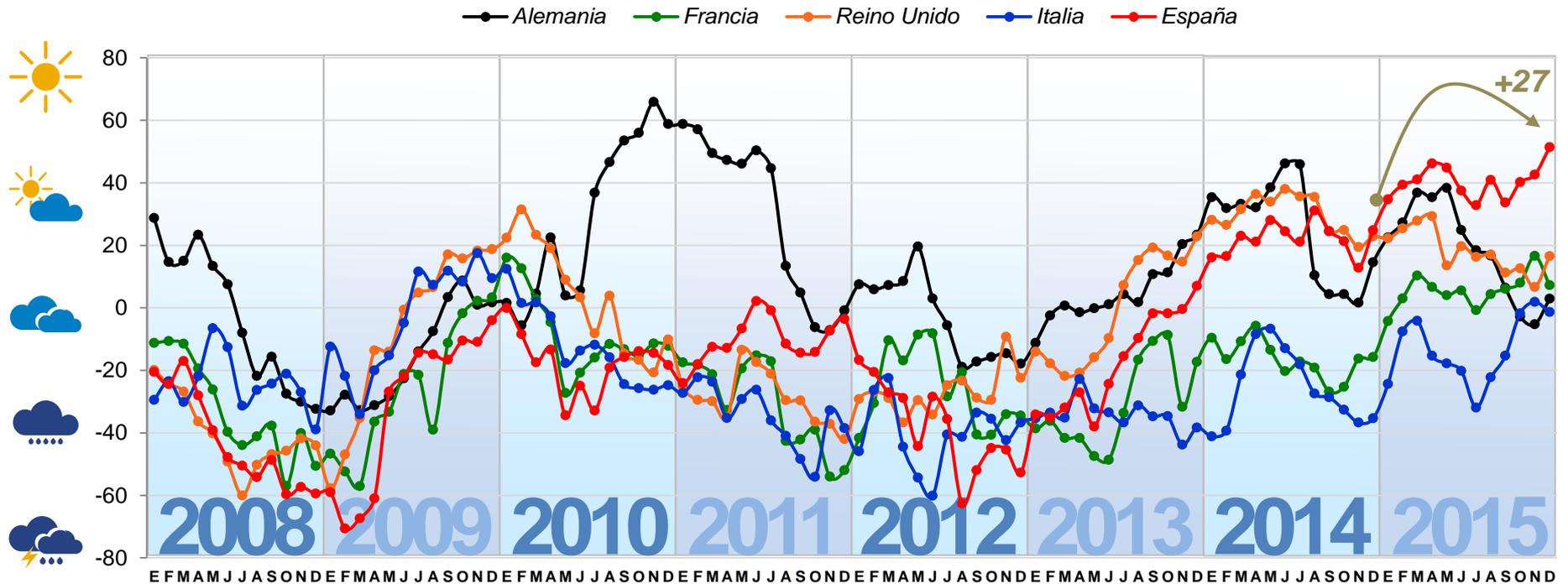
Cambio del indicador en comparación con el trimestre anterior

- > +5
- 1 a 5
- 1 a +1
- 5 a -1
- < -5

Expectativas sobre la situación económica

Después de un tercer trimestre del año en el que se apreciaban fuertes oscilaciones en los valores del indicador, se cierra el año 2015 con los mejores valores alcanzados hasta el momento en España. La comparativa anual muestra una mejora de 26 puntos en las expectativas de los consumidores sobre la situación económica de nuestro país.

Durante todo este año, nuestra economía ha liderado el ritmo de crecimiento del indicador. Países como Francia (+23) e Italia (+34) también han experimentado un crecimiento significativo, pero sus indicadores partían de valores mucho más negativos que los nuestros.

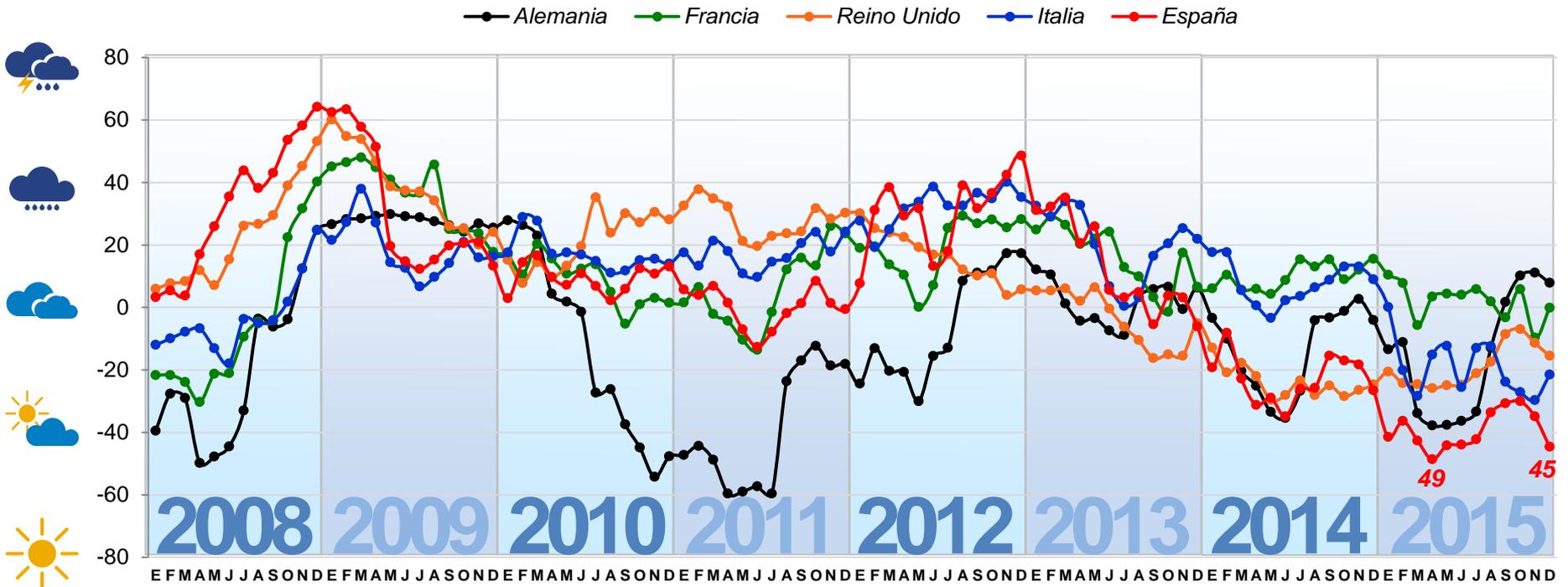


Expectativas de desempleo

Otro de los indicadores que presenta un comportamiento casi idéntico al de expectativas sobre la situación económica y que ratifica la estrecha vinculación que existe entre ellos es el de expectativas sobre el desempleo.

En España, el indicador ha mejorado 18 puntos en lo que va de año y junto con el dato del mes en abril de este mismo año, en Diciembre nos encontramos con el mejor valor registrado hasta el momento.

Se repite nuevamente el escenario para Francia e Italia, países que han experimentado un fuerte crecimiento estos últimos meses, pero que partían de valores muy pesimistas.



Percepción del final de la crisis

Está claro que 2015 ha sido un año repleto de cambios. Las elecciones, tanto autonómicas, municipales como generales, han dejado un escenario muy diferente al del comienzo de año en nuestro país. Y han dejado todavía un gobierno pendiente de definir.

Aún quedan muchos frentes abiertos y todavía hay cierta inestabilidad a nivel político y económico. A pesar de todo esto, el cierre de año 2015 nos deja unas previsiones sobre el final de la crisis algo inferiores al umbral de los 3 años al que estábamos acostumbrados y que no se observaba desde el 2012.

¿Cuándo cree que la economía volverá a despegar en España?

Evolución en años



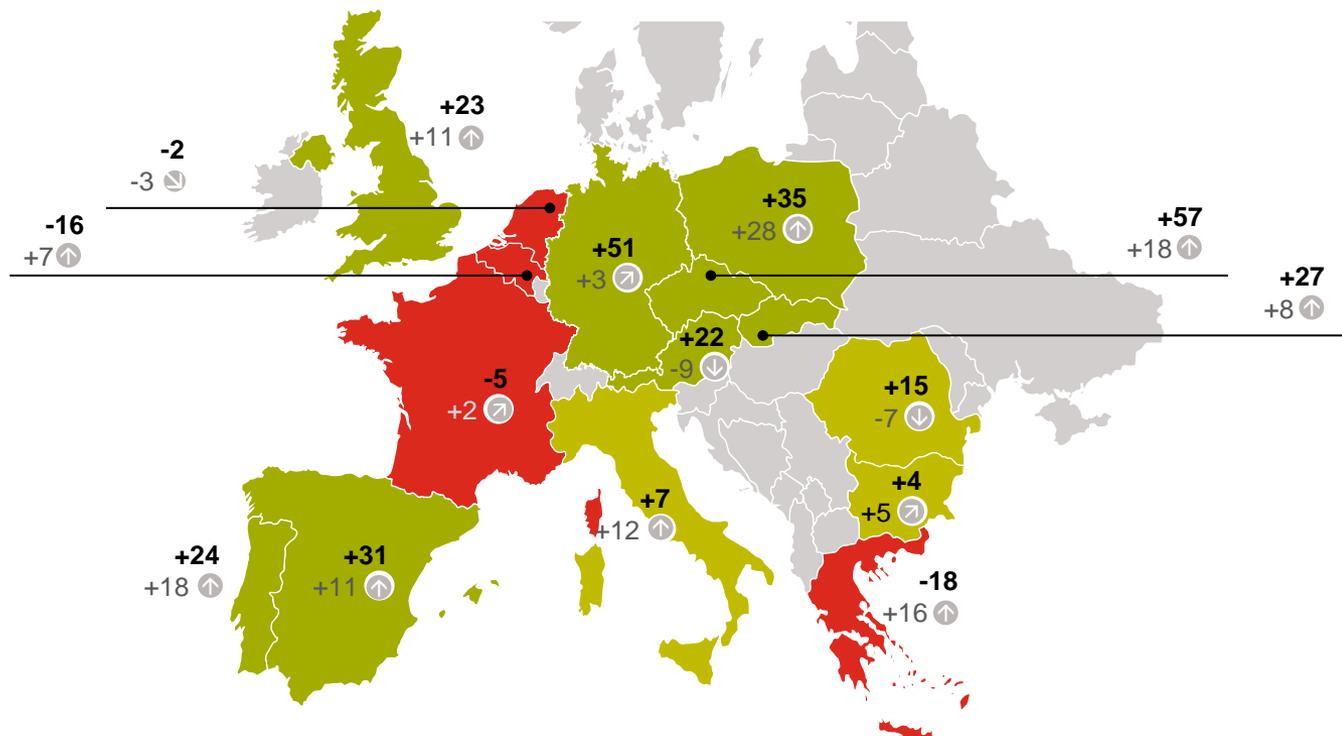
Expectativas de ingresos

Diciembre 2015



En materia de **expectativas de ingresos**, Alemania se ha recuperado ligeramente, tras la caída de 9 puntos registrada en el trimestre anterior. A pesar de estas fluctuaciones, el país germano continúa a la cabeza de Europa con 51 puntos, sólo superados por República Checa con 57.

Al analizar la situación del resto de países, se detecta un escenario más positivo que el trimestre anterior: de 8 han pasado a ser 12 los países que han visto crecer su esperanza de mejorar sus ingresos en los próximos meses, mientras que sólo 3 muestran una caída.



- Indicador > +20
- Indicador 0 a +20
- Indicador 0 a -20
- Indicador < -20

total de la UE: +20

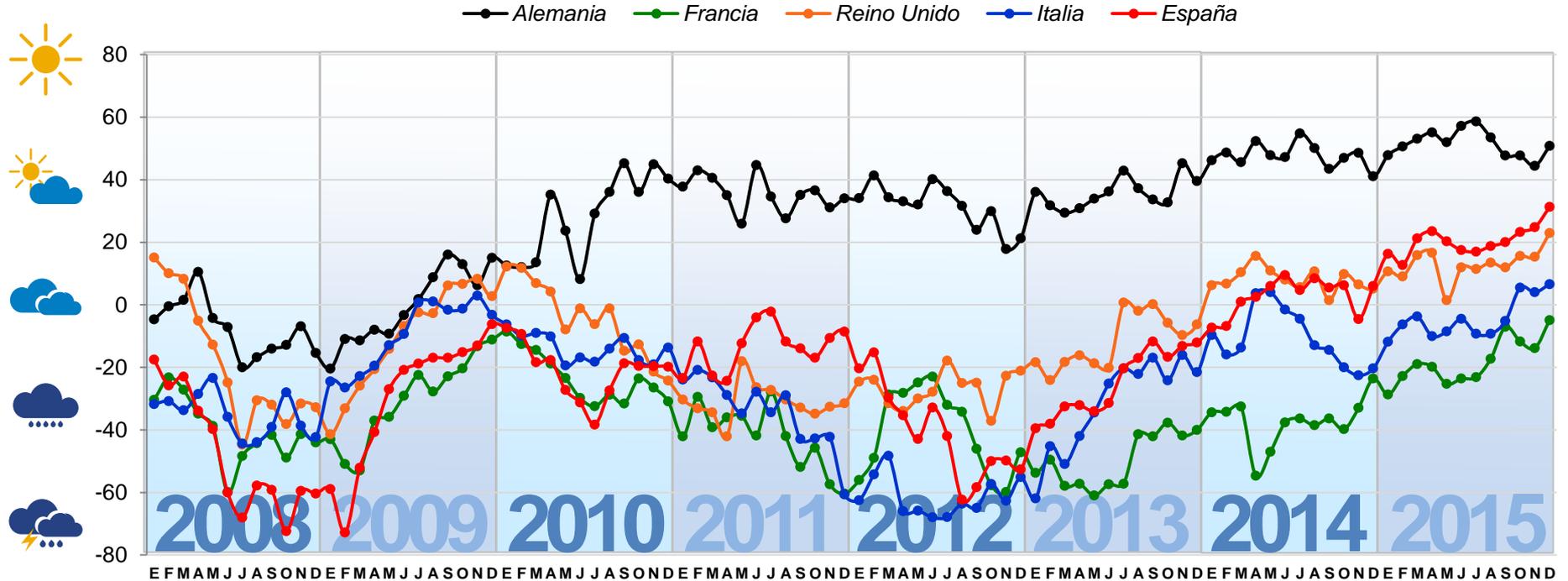
Cambio del indicador en comparación con el trimestre anterior

- ↑ > +5
- ↻ 1 a 5
- -1 a +1
- ↓ -5 a -1
- ↓ < -5

Expectativas de ingresos en España

Según el Instituto Nacional de Estadística, la renta disponible de los hogares en España aumentó un 1,4% en el tercer trimestre del año. Este aumento se produce, no por un aumento salarial, sino porque encontramos a más miembros de las familias con empleo.

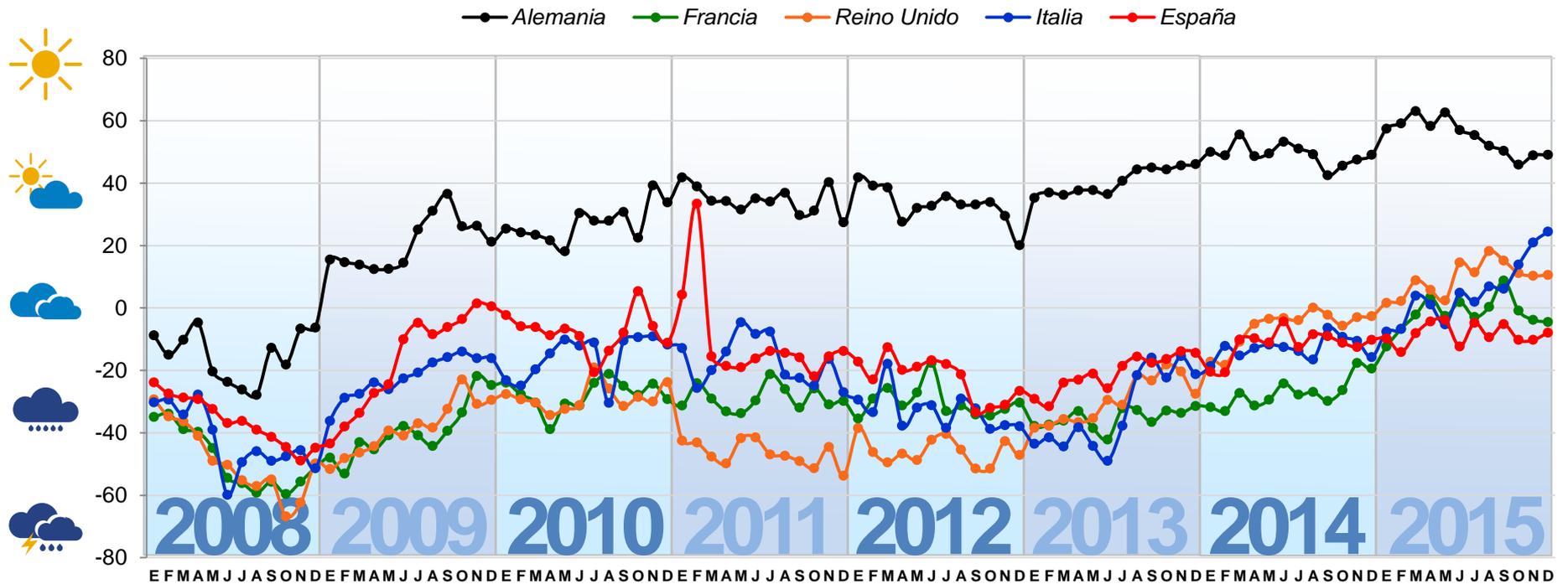
Las expectativas de ingresos de los consumidores desde mediados de año no han hecho más que aumentar, alcanzando en los dos últimos meses del año los valores más elevados de toda la serie histórica.



Disposición a comprar en España

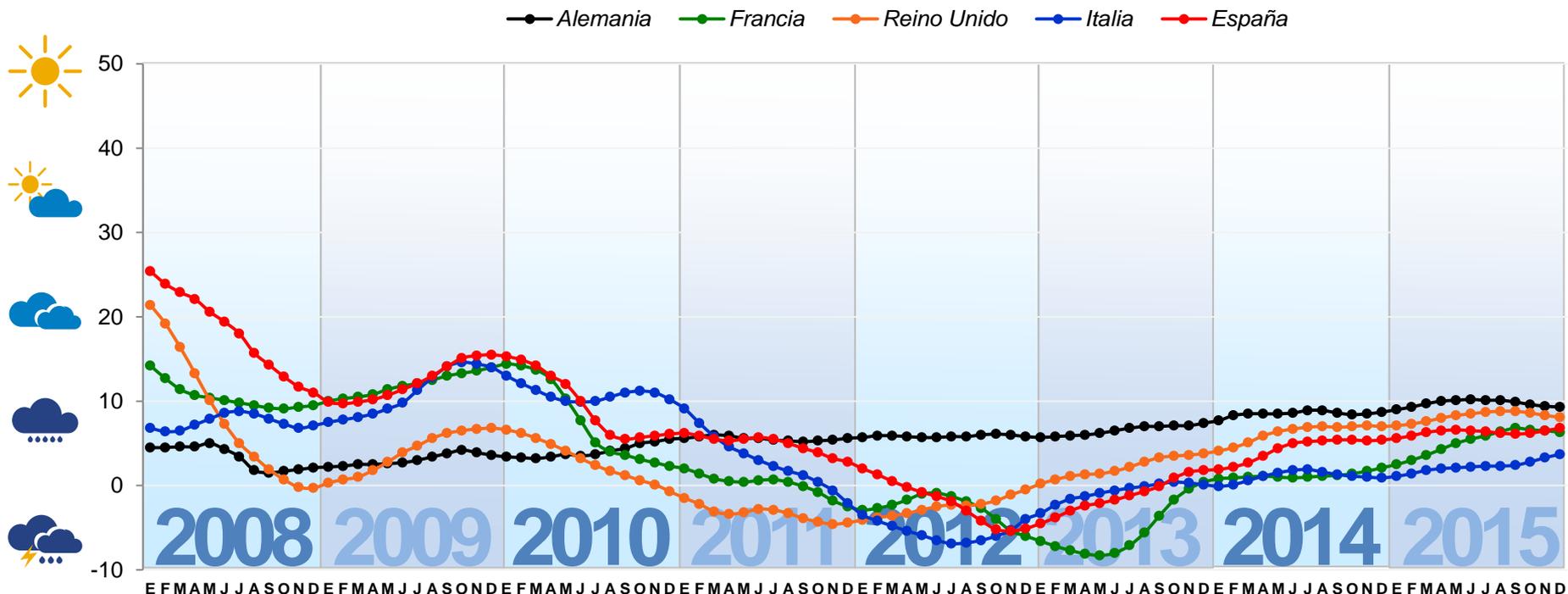
En el indicador sobre la **disposición a comprar** sólo se observa un ligero avance de 2 puntos y su evolución durante este año 2015 ha sido muy irregular. Y es que, a pesar de la mejora de algunos indicadores (caída de desempleo y reducción del IPC, principalmente), no se observa todavía un repunte en el consumo privado en este cierre de 2015.

La brecha entre las expectativas económicas y la disposición a comprar no ha hecho más que crecer a lo largo de todo el año, hasta llegar a los 59 puntos. Por una parte, la confianza en el país y en sus posibilidades se afianza mientras que, por otro lado, de cara a los hogares, la contención se mantiene.



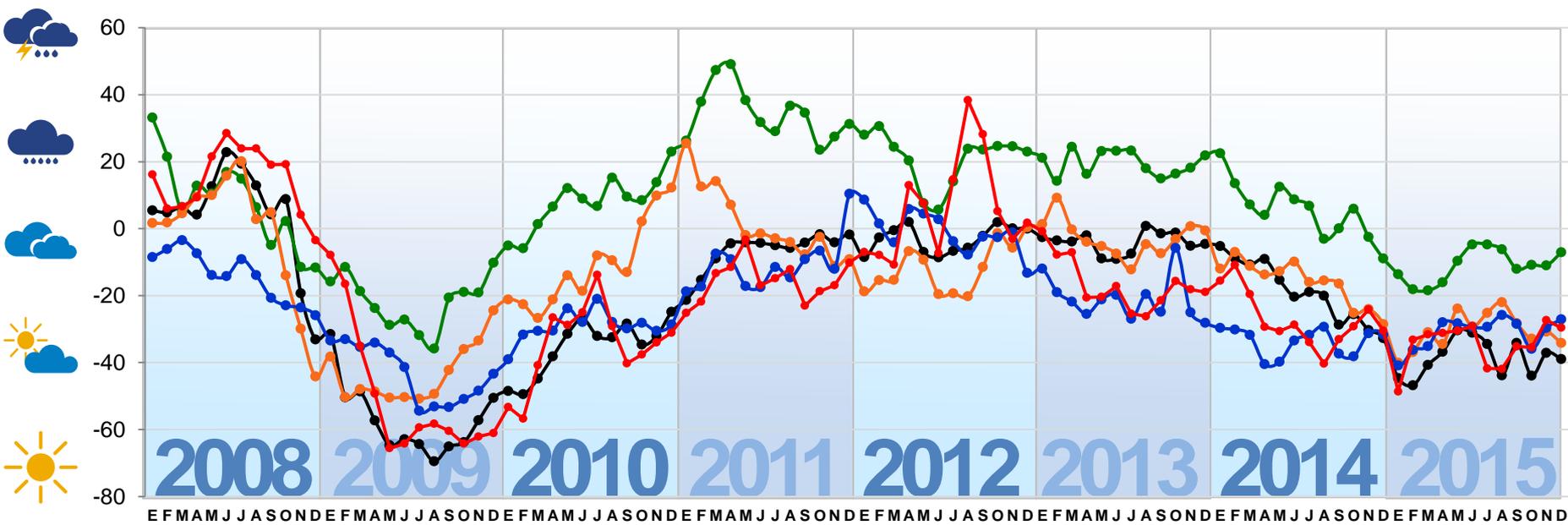
Otros indicadores

Índice de Confianza del Consumidor

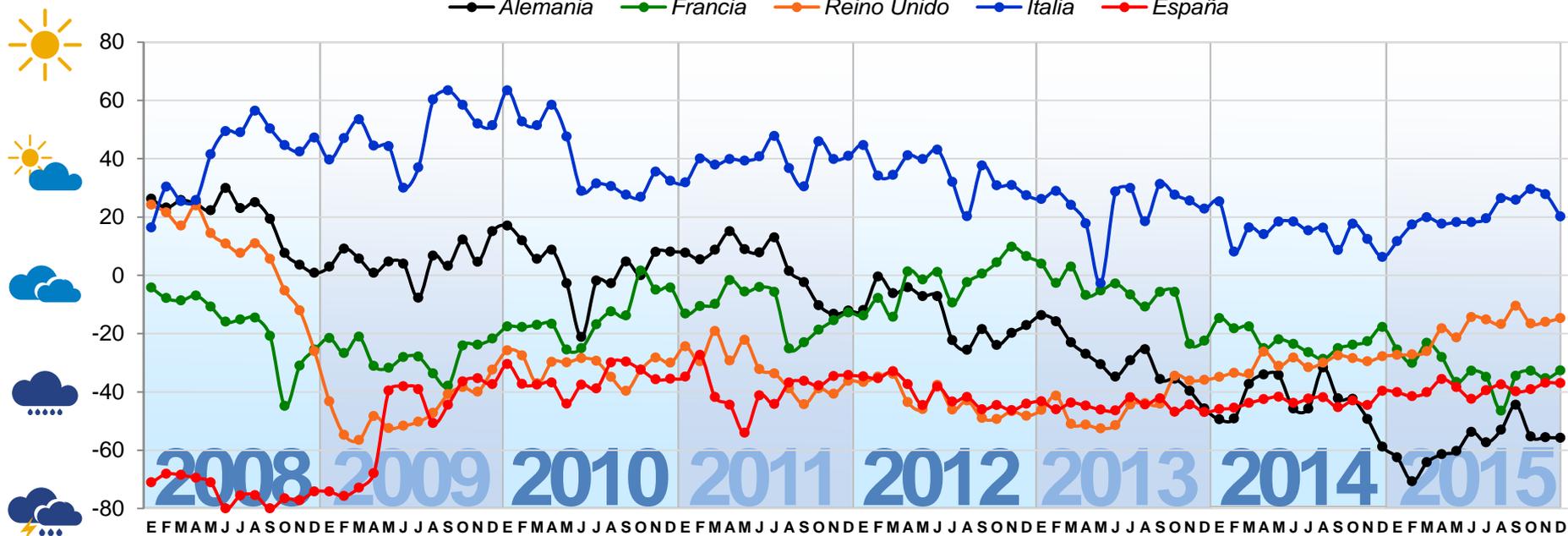


Expectativas de precios

—●— Alemania —●— Francia —●— Reino Unido —●— Italia —●— España



Expectativas de ahorro



Ficha Técnica

Indicador GfK de Clima de Consumo en Europa

El índice se elabora 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.

Indicadores GfK de Consumo Sectorial en España

Universo:	Población española de 15 o más años
Ámbito:	Nacional, incluidas Canarias y Baleares
Tamaño muestral:	500 entrevistas mensuales
Metodología:	CAPI (Encuestas personales en hogares, asistidas por ordenador)
Error muestral:	±4,47% (mensual), con un nivel de confianza del 95% y bajo la hipótesis de $p=q=0,5$.

Fechas de realización del trabajo de campo

**Del 7 al 14 de
Diciembre de 2015**

