

# Nota de prensa

## GfK Clima de Consumo para Europa, tercer trimestre de 2015

14 de octubre de 2015

Antonieta Martín  
Tfno.: +34 915 919 940  
[antonieta.martin@gfk.com](mailto:antonieta.martin@gfk.com)

Alicia Medina  
Medina Comunicación  
Tfno.: +34 630 527 553  
[alicia@medinacomunicacion.com](mailto:alicia@medinacomunicacion.com)

### Por tercer trimestre consecutivo, España lidera las expectativas económicas en Europa pero se mantiene el freno en el consumo

- **Nuestro país sigue manteniéndose a la cabeza de Europa en expectativas económicas, pero obtiene nuevamente un dato negativo en las previsiones de gasto, lo cual nos coloca a la cola de la región, superando sólo a Rumanía, Polonia, Portugal y Grecia.**
- **De esta forma, se observa que la leve mejoría de dos puntos conseguida en las expectativas de ingresos no es suficiente para impulsar el consumo.**
- **Por otra parte, es la primera vez que los consumidores españoles perciben el final de la crisis por debajo de los tres años, algo que no sucedía desde 2011.**

**Madrid, 14 de octubre de 2015** – Por tercer trimestre consecutivo, España se sitúa a la cabeza de Europa en **expectativas económicas**, aunque de nuevo se mantiene en valores negativos en cuanto a las **previsiones de consumo**. Una tendencia que no parece vaya a cambiar en los próximos meses. Estas son algunas de las conclusiones del último estudio “**Clima de Consumo en Europa**”, llevado a cabo por la consultora GfK, para el tercer trimestre de 2015.

En este período, España, con 34 puntos, vuelve a liderar las **expectativas económicas** de los 15 países de la Unión Europea analizados, a pesar de haber caído 4 puntos respecto al trimestre anterior. Una confianza que no es suficiente para mejorar las **previsiones de gasto**, cuyo indicador se sitúa en -5 puntos, sólo por encima de países muy golpeados por la crisis, como Rumania (-6), Polonia (-9), Portugal (-21) y Grecia (-37).

Según GfK, esto indica la reiterada confianza de los consultados en la recuperación del país, mientras mantienen su postura de no incrementar el consumo en sus hogares, no al menos a corto plazo.

Además, si comparamos ambos indicadores, hay 39 puntos de distancia que los separan. Una diferencia que aunque importante, sí se ha reducido de forma notable en los últimos tres meses, puesto que en la medición de junio la brecha era de 50 puntos entre uno y otro.

## Disposición a comprar

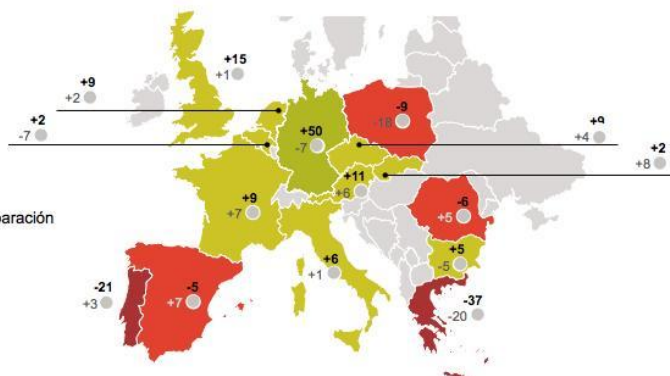
Septiembre 2015

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

total de la UE: +15

Cambio del indicador en comparación con el trimestre anterior

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



Fuente: GfK, Comisión de la UE

### Mapa expectativas consumo (para obtener el mapa en alta, pinche aquí)

Con estos datos, GfK estima que nuestros consumidores siguen sin tener la confianza ni los recursos necesarios para incrementar el consumo en sus hogares, más allá de sus necesidades básicas. Una tendencia que lejos de apaciguarse parecería mantenerse en el tiempo, eso sí, con altibajos. En el último trimestre se registró uno de esos pequeños picos del indicador al subir 7 puntos y completar un aumento de apenas 4 puntos en los últimos 12 meses.

A pesar de que nuestro **indicador sobre mercado laboral** ha empeorado ligeramente a lo largo del trimestre, España lidera en solitario las expectativas sobre desempleo entre las principales economías de Europa, con un -30.8 (en el caso de este indicador, cuanto más negativo, más indica una mejora en las perspectivas por parte de la población).

Las previsiones de gasto están directamente relacionadas con las **expectativas de ingresos**, que registraron en septiembre 20 puntos, sólo 2 más que en el trimestre anterior. De nuevo, al analizar el comportamiento anual entre septiembre 2014 y el mismo mes en 2015, el resultado arroja 15 puntos de incremento, lo cual indica una mejoría en las perspectivas a corto plazo, aunque no suficientes como para impulsar las compras en los hogares.

## Expectativas de ingresos

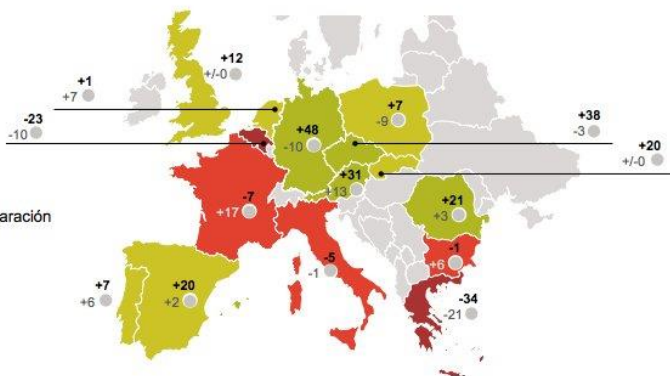
Septiembre 2015

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

total de la UE: +13

Cambio del indicador en comparación con el trimestre anterior

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



Fuente: GfK, Comisión de la UE

### Mapa expectativas ingresos (para obtener la imagen en alta, pinche aquí)

Comparativamente, el resultado de España ocupa la sexta posición entre los países analizados, detrás de Alemania (48), República Checa (38), Austria (31), Rumania (21) y Eslovaquia (20), este último, exactamente con la misma puntuación que nuestro país.

Sin embargo, hay un dato que llama la atención de forma positiva y es la **percepción del final de la crisis** cuyo indicador, por primera vez desde 2011, baja de los tres años. Teniendo en cuenta que nuestra economía se ha ralentizado entre los meses de julio y septiembre, cualquier mejora de este indicador es favorable. En cualquier caso, Laura Serrano, responsable del estudio en España, señala que “para que las perspectivas locales mejoren de manera significativa, deben evolucionar todos los indicadores. En España todavía no se ha alcanzado el nivel de PIB previo a la crisis y las cifras de paro continúan siendo muy elevadas”.

### Expectativas europeas: influenciadas por Grecia y los refugiados

Durante el verano, ha habido varios temas que han estado presentes en la mente de los ciudadanos europeos. Entre ellos, el nuevo paquete de ayudas y las segundas elecciones en Grecia, además de la llegada de los refugiados procedentes en su mayoría de Siria, principalmente a Alemania.

En este país algunos consumidores empiezan a pensar que el desempleo aumentará en la próxima primavera, cuando los refugiados aceptados formen parte del mercado laboral alemán. Esta percepción ya se ha hecho sentir durante estos tres últimos meses, puesto que las expectativas en relación al empleo han caído 20 puntos en el mes de agosto y otros 15 en septiembre. Queda por ver hasta qué punto su integración en los distintos países tendrá consecuencias económicas y afectará al estado de ánimo de los consumidores.

### Expectativas sobre la situación económica



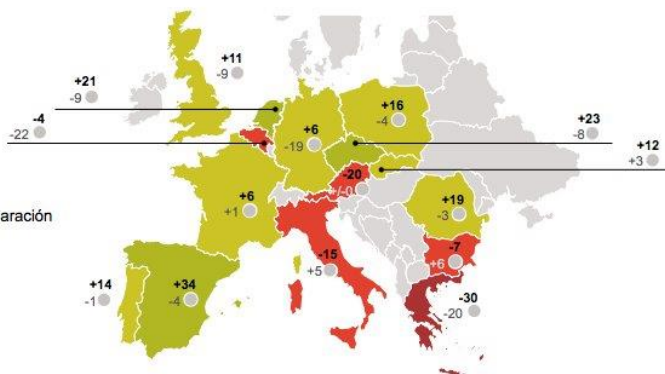
#### Septiembre 2015

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

total de la UE: 6

Cambio del indicador en comparación con el trimestre anterior

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



Fuente: GfK, Comisión de la UE

**Mapa expectativas económicas (para obtener la imagen en alta, pinche aquí)**

Como consecuencia de lo vivido estos meses en Europa, en el trimestre julio - septiembre, las expectativas económicas cayeron en 11 de los países consultados, mientras que sólo en 4 mejoraron. Entre los primeros destaca Grecia, con un descenso de -20 puntos. Sin embargo, en esta caída le aventajan la República Checa con -31 y Bélgica con -23. La de mayor trascendencia recae en Alemania con -19 puntos. Entre el grupo de países más optimistas destacan Austria con + 20, Bulgaria con +6 e Italia con +5.

Respecto a las **expectativas de ingresos**, en el país germano también han quedado afectadas, ya que el indicador cayó en 9 puntos en el último trimestre, aunque continúan a la cabeza de Europa con 48 puntos.

En el resto de países, 7 han visto crecer su esperanza de aumentar sus ingresos en los próximos meses, mientras que 3 se mantienen iguales y 5 muestran un descenso. Lideran los aumentos Francia con 17 puntos, aunque todavía se mantiene en valores negativos (-7) y Austria con 13. Grecia encabeza la mayor caída con -21 puntos. Ningún otro país analizado presentó un comportamiento tan crítico.

Con respecto a las **expectativas de consumo**, el estudio muestra que los alemanes mantienen el indicador más alto entre los 15 países analizados, al obtener 50 puntos. Una cifra que se ha reducido en 7 puntos durante los últimos tres meses y por segundo trimestre consecutivo. Detrás le siguen, Reino Unido a 35 puntos de distancia y Austria a 39.

La inclinación a hacer compras más allá de las necesidades básicas no pasa de los 9 puntos sobre 100 en los 12 países restantes, manteniéndose en valores negativos en 5 de ellos. No se esperan, por tanto, avances en el consumo europeo, no al menos hasta fin de año.

**Esta información también puede ser descargada en nuestra web:**

**Descargue el informe completo**

### **Sobre el estudio GfK Clima de Consumo**

A continuación se facilita una reseña de los indicadores individuales:

**Expectativas sobre la situación económica** Este indicador se centra en la siguiente pregunta a los entrevistados: “¿Cómo piensa usted que se desarrollará la situación económica general del país en el transcurso de los próximos 12 meses?” (Posibles respuestas: mejorará considerablemente – mejorará algo – quedará más o menos igual – se deteriorará algo – se deteriorará considerablemente – no lo sé)

**Expectativas de ingresos** Este índice se basa en la siguiente pregunta a los entrevistados: “¿Cómo piensa usted que se desarrollará la situación financiera en su hogar durante los próximos 12 meses?” (Posibles respuestas: mejorará considerablemente – mejorará algo – quedará más o menos igual – se deteriorará algo – se deteriorará considerablemente – no lo sé)

**Consumo y disposición a comprar** Este índice se fundamenta en la siguiente pregunta a los entrevistados: “¿Piensa usted que es aconsejable realizar grandes compras en estos momentos?” (Posibles respuestas: Sí, es buen momento para hacerlo – en estos momentos no es ni bueno ni malo - no, es mal momento para ello – no lo sé)

Todos los índices toman valores entre -100 y 100. 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.

El estudio GfK Clima de Consumo incluye el Índice GfK de Confianza para los países analizados, así como los subíndices en los cuales se basa: Expectativas de ciclo económico, Ingresos, Precios, Ahorro y Desempleo. Además en España, donde se realizan 1.000 entrevistas CAPI, (Encuestas personales en hogares, asistidas por ordenador) los consumidores son consultados por sus expectativas de gasto en 29 sectores económicos del país. La consulta se lleva a cabo en hogares, a población general mayor de 15 años.

### **Sobre GfK**

GfK es la fuente fiable de información clave sobre el mercado y los consumidores, que permite a sus clientes tomar decisiones más inteligentes. Trece mil expertos en investigación de mercados combinan la pasión por su trabajo, con 80 años de experiencia de GfK en *data science*. Ello permite ofrecer información global crucial e inteligencia de mercado a nivel local, en más de cien países. Gracias a la utilización de sistemas innovadores y *data science*, GfK transforma *big data* en *smart data* apoyando de esta forma a sus clientes a fortalecer su ventaja competitiva y a mejorar las experiencias y posibilidades de elección de sus consumidores y usuarios.

En España, GfK ocupa el segundo lugar en el ranking elaborado por ANEIMO y cuenta con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en sus oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia.

Para más información visite [www.GfK.com/es](http://www.GfK.com/es)

o síganos en Twitter: [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en)