



Nota de Prensa

GfK Clima de Consumo Europeo, febrero 2023

Por quinto mes consecutivo, mejoran las expectativas de la población sobre la economía de España y Europa

14 de marzo de 2023

Antonieta Martín
Directora de Comunicación
antonieta.martin@gfk.com

Alicia Medina
Medina Comunicación
alicia@medinacomunicacion.com

Desde octubre de 2022, la ciudadanía ha empezado a ser menos pesimista con respecto al comportamiento a corto plazo de la economía de España, aunque los valores son todavía muy negativos (-21).

Entre las principales economías del continente, España es el país con una visión menos sombría con respecto a las expectativas de ingresos de los hogares (-12).

Por primera vez desde octubre, en nuestro país se observa una ligerísima mejoría de 2 puntos en la disposición al gasto de las familias (-34).

Entre las potencias europeas, llaman la atención los valores de Reino Unido y Francia, cuyos habitantes ven con mucha preocupación tanto el curso de la economía de sus países, como la de sus propias economías domésticas.

Madrid, 14 de marzo, 2023 – La consultora GfK, reconocida por su índice de confianza del consumidor en Alemania, analiza mensualmente las percepciones de los habitantes de 27 países europeos, para conocer la evolución de sus expectativas respecto a la marcha de la economía de su país, la previsión de ingresos en sus hogares y la disposición a realizar compras importantes.

En el análisis correspondiente a febrero, se observa que España, a pesar de mantenerse en valores muy bajos, ha mejorado en el último mes todos sus indicadores.

Aunque estamos lejos de posiciones optimistas, la población en España ha empezado a recuperar ligeramente la confianza en la economía del país desde octubre, cuando el indicador estaba en -45 puntos. Desde entonces hasta hoy, cuando se ha registrado una subida **hasta -21**, la mejora en el índice ha sumado **24 puntos**.

En este estudio, todos los indicadores toman valores entre -100 y +100. Un valor negativo 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 y un indicador positivo expresa que el porcentaje de entrevistados optimistas supera al de los pesimistas. El objetivo del estudio es medir el estado de ánimo de la población, a través de preguntas sobre la percepción de la situación de su país y de su hogar en los próximos 12 meses, comparada con los últimos 12.

España se sitúa con -21 puntos en el indicador de expectativas económicas en el puesto 16 entre los 27 países estudiados, detrás de Alemania (+6), Italia (0) y Países Bajos (-20), y por debajo de la media de los países de la UE (-16).

Expectativas económicas | Mejoran por quinto mes consecutivo

Febrero 2023



Nivel del indicador:

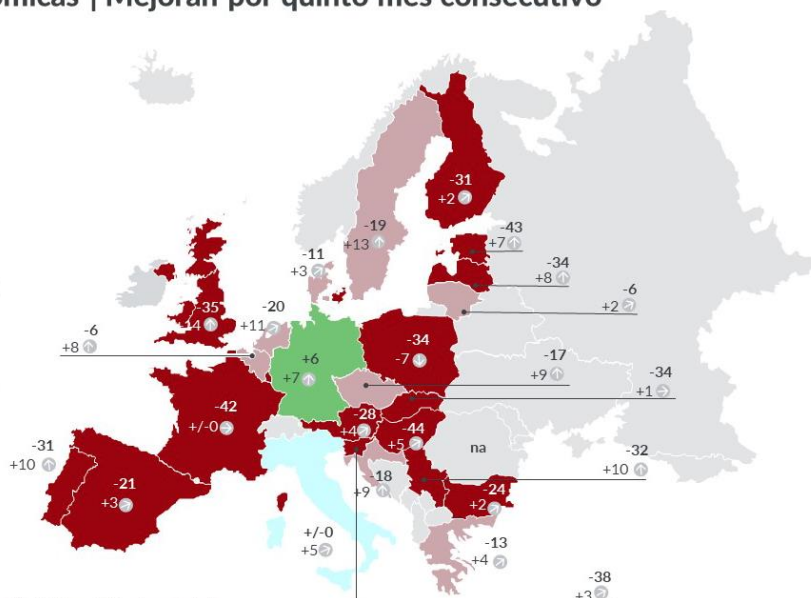
- Indicador > +20
- Indicador 0 a +20
- Indicador 0 a -20
- Indicador < -20

UE 27 total: -16 (+4 ↻)

Variación:

Febrero 2023 vs. Enero 2023

- ⬆️ > +5
- ⬆️ +1 a +5
- ↔️ -1 a +1
- ⬇️ -5 a -1
- ⬇️ < -5



Fuente: GfK, estudio por encargo de la Comisión EU | Febrero 2023 | valores redondeados

© GfK 1

El equipo encargado de realizar este informe señala que “a pesar de que los principales datos macroeconómicos en España son positivos y algunos, como el crecimiento del PIB, incluso mejor que el resto de Europa, la población sigue teniendo reservas con respecto al comportamiento de la economía en los próximos meses”.

Expectativas de ingresos: más confianza en la economía de casa, que en la del país

Llama la atención que el pesimismo que se identifica en el curso de la economía del país parecería no estar afectando en igual medida a las expectativas con respecto a la salud financiera de las familias. Aunque hoy en día este **indicador se mantiene en números rojos (-12)** también es cierto que, desde octubre, las expectativas de ingresos familiares han mejorado todos los meses, hasta completar una subida de 38 puntos.

De hecho, España está en la posición 11 entre los 27 países en este indicador y es, en comparación con las principales economías del continente, el país con una visión menos sombría

respecto a los ingresos de los hogares en los próximos meses. La ciudadanía de Italia (-18), Alemania (-27), Portugal (-29), Reino Unido (-34) y Francia (-46) son aún más pesimistas que la población en nuestro país.

Expectativas de ingresos | Crece el optimismo a pesar de la inflación

Febrero 2023

Nivel del indicador:

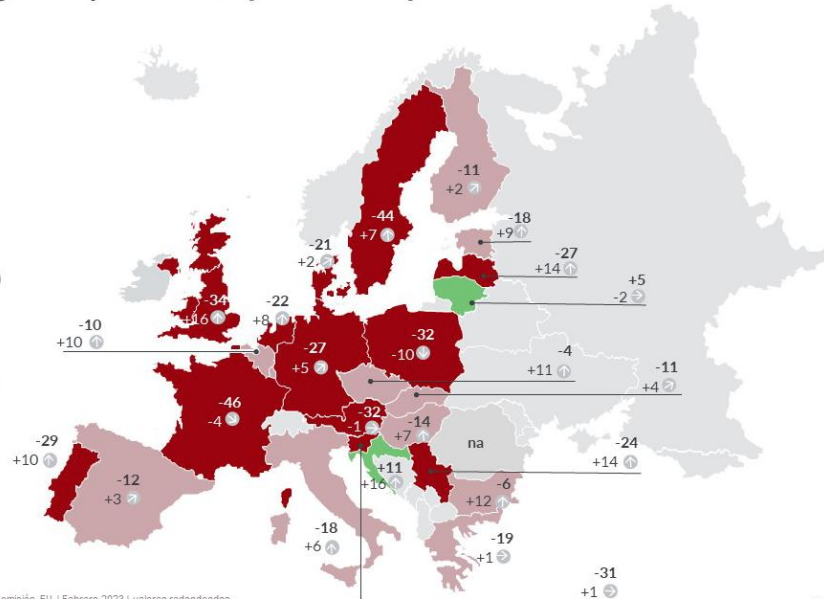
- Indicador > +20
- Indicador 0 a +20
- Indicador 0 a -20
- Indicador < -20

UE 27 total: -26 (+3)

Variación:

Febrero 2023 vs. Enero 2023

- ① > +5
- ② +1 a +5
- ③ -1 a +1
- ④ -5 a -1
- ⑤ < -5



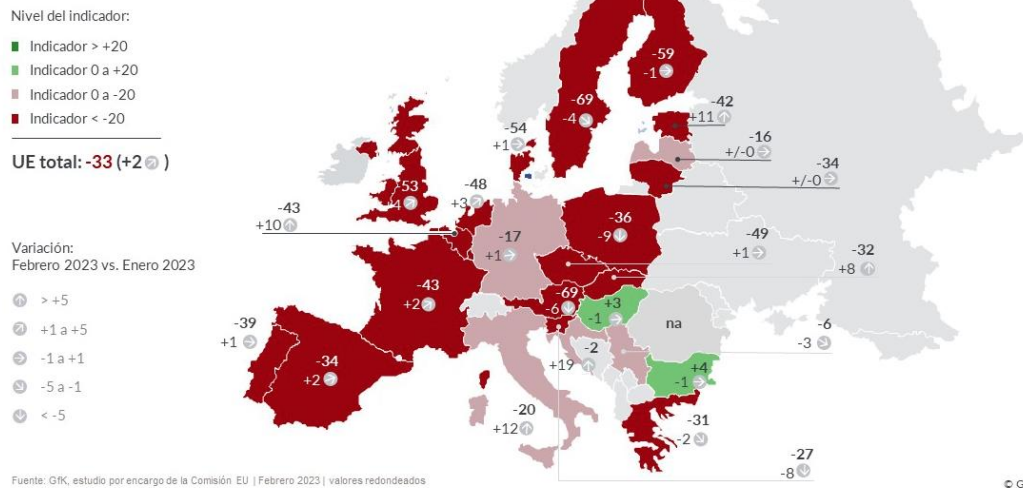
Fuente: GfK, estudio por encargo de la Comisión EU | Febrero 2023 | valores redondeados

Disposición a comprar: primera vez que mejora en los últimos meses

A diferencia de los dos indicadores anteriores en los cuales se produjeron mejoras desde octubre hasta hoy, en el caso de la **disposición a comprar en España (-34)**, la población ha postergado o paralizado compras importantes desde entonces. La única excepción se ha registrado en febrero, cuando por primera vez en este período se observa una ligerísima mejoría de 2 puntos. En todo caso, un valor de -34 indica claramente que las familias no se plantean grandes desembolsos a corto plazo.

Disposición a comprar | Se mantiene una gran contención del gasto

Febrero 2023



España en este indicador se encuentra en la posición 11, detrás de nuevo de Alemania (-17) e Italia (-20) y, otra vez, por debajo de la media de la UE (-33). Tras nuestro país, Portugal (-39), Francia (-43) y Reino (-53). Entre las potencias europeas, destaca el pesimismo de los valores de estos dos últimos, cuyos habitantes ven con preocupación tanto el curso de la economía de sus países, como la de sus propias economías domésticas.

Europa: continua la recuperación del optimismo, pero muy lentamente

Aunque las **expectativas económicas de los europeos** mejoran por quinto mes consecutivo, siguen estando en valores muy negativos. En el total de la UE este indicador crece cuatro puntos en febrero, situándose en los -16 puntos. Los niveles más bajos se registran en Hungría (-44), Estonia (-43), Francia (-42) y Eslovenia (-38), mientras que únicamente Alemania (6) presenta valores positivos. El resto de 26 países analizados registran valores en cero, como el caso de Italia, y por debajo de ese valor.

A pesar de que la inflación está muy por encima del objetivo del 2% por parte del BCE, el optimismo en las **expectativas de ingresos** también mejora por quinta vez consecutiva. El valor para la UE aumentó 3 puntos hasta los -26 puntos. Especialmente Croacia (11), Lituania (5), República Checa (-4) y Bulgaria (-6) reportaron los niveles más altos de febrero. Los aumentos más destacados, comparado con el mes previo, se produjeron en Reino Unido, Croacia, Letonia y Bulgaria.

En general, la **disposición a comprar** es de los tres indicadores el que registra un dato más negativo. En los 27 países de la UE aumentó 2 puntos hasta sumar -33 puntos. Los países con mejores valores son Bulgaria (4), Hungría (3) y Croacia (-2), mientras que Austria y Suecia (ambos con -69), Luxemburgo (-64), Finlandia (-59) y el Reino Unido (-53) se situaron a la cola.



[Accede al informe completo](#)

Enlace a los mapas en alta resolución:

[Expectativas económicas](#)

[Expectativas de ingresos](#)

[Expectativas de gasto](#)

Sobre el estudio GfK Clima de Consumo para Europa

Los hallazgos del estudio GfK Clima de Consumo para Europa proceden de una encuesta al consumidor realizada por la Comisión Europea en todos los países de la UE.

Los indicadores de GfK para el Clima de Consumo para Europa 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 Clima de Consumo para Europa 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 **Growth from Knowledge**.

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 síguenos en Twitter https://twitter.com/GfK_Spain