

# Menos ganas de comprar... pero más confianza en la economía



*El clima de mejora se respira en el Viejo Continente, aunque la austeridad se mantiene en España, donde el consumismo no alcanza los niveles deseados.*



bida de dos puntos frente al mismo período del año anterior. Los valores de este año apenas han variado con respecto al año pasado, produciéndose mínimas fluctuaciones trimestrales. De cara al 2017 se mantienen las perspectivas de ralentización del consumo privado con respecto a 2016.

De hecho, la brecha entre la percepción de mejora en la economía del país y la de los hogares se ha vuelto a ampliar y se sitúa en los 31 puntos. Tal y como venimos observando durante el último año, en España los consumidores consideran que al país le va mejor y le seguirá yendo bien, mientras nos siguen indicando que esa situación no se replica en sus hogares, donde las condiciones no han cambiado desde febrero de 2011, última vez que la disposición a comprar mostró un resultado positivo. En el lado opuesto, los consumidores que plantean una mayor disposición a comprar son los alemanes, a pesar de registrar la cifra más baja de todos los trimestres de 2016 en este indicador, con 48 puntos. Bulgaria es el siguiente en este ranking con 30 puntos y un incremento de 24 frente a diciembre de 2015.

Vale la pena recalcar que sólo cuatro países del estudio muestran resultados negativos en este indicador: Grecia –un país afectado y con una evidente desconfianza en la economía–, Portugal (-10), España (-6) y Rumania (-2). Con excepción de éste último, el resto de países han sido los únicos que han mostrado expectativas negativas de gasto a lo largo de todo el año. El resto de países analizados, 12 en total, se ha mantenido en cifras positivas.

### La austeridad se mantiene

El estudio pone énfasis en la doble cara que estos indicadores tienen en nuestro país porque, de hecho, hay un recelo a la hora de valorarlos. Es evidente el optimismo que renace, las buenas cifras que no se vieron en el inicio de 2016, pero parece claro también que en España, la brecha entre lo macro y lo micro vuelve a ampliarse.

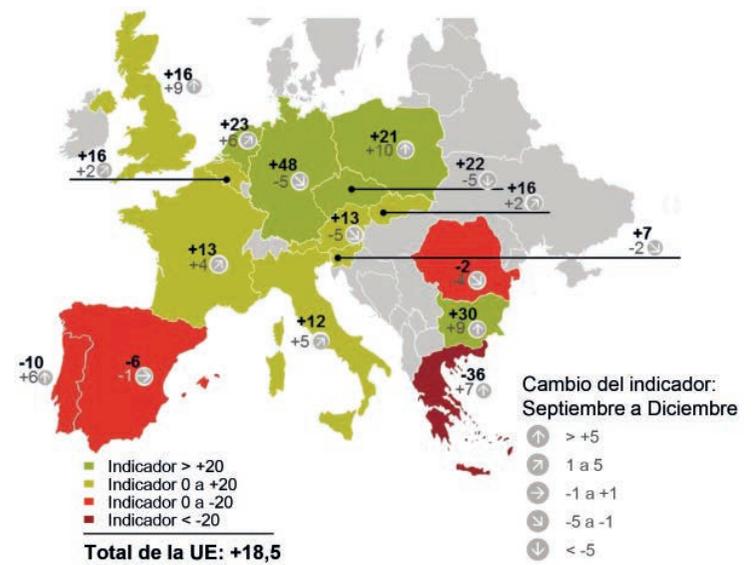
La percepción de mejora en la economía del país y la de los hogares se ha vuelto a ampliar y es cierto que tal y como se viene observando durante el último año, en España los consumidores consideran que al país le va mejor y que le seguirá yendo bien. Sin embargo, estos mismos ciudadanos indican que esta situación no se replica en sus hogares, donde las condiciones no han cambiado desde febrero de 2011, última fecha en que la disposición a comprar mostró un resultado positivo. Por lo tanto, y como muestra el indicador frenado en los -6 puntos obtenido en diciembre de 2016, la austeridad en los hogares se mantendrá a corto plazo.

### Europa piensa en positivo

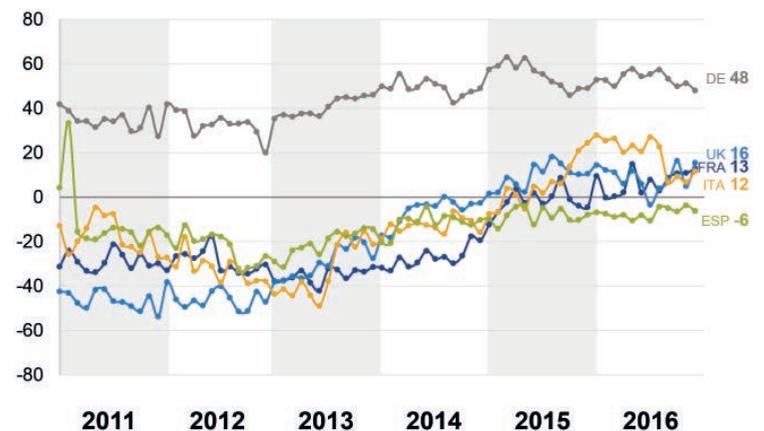
El estudio sostiene que lejos de los grandes titulares internacionales, como la guerra en Siria, el terrorismo y el alza de partidos nacionalistas, parece que en las percepciones de los europeos ha jugado un papel más relevante las cifras de crecimiento de cada país. A ello parece hacer eco la situación similar observada en países alejados, como República Checa o Portugal, dos de los más positivos a la hora de cerrar 2016. En primero alcanzaba los 37 puntos positivos en cuanto a sus expectativas económicas, lo que supone un incremento de 10 puntos respecto a 2015, y el mejor cierre de trimestre de este año. Los lusos, por su parte, también dijeron adiós al 2016 con más de 30 puntos y una subida

## DISPOSICIÓN A COMPRAR. DICIEMBRE 2016

### • Europa



### • España



Fuente: GfK, Comisión de la UE

de 16 puntos respecto al trimestre anterior, y de siete puntos frente a 2015.

Por el contrario, Italia (-38), Grecia (-34) y Reino Unido (-12) han cerrado un año complicado en lo que respecta a la confianza en una recuperación económica lenta y dolorosa. Con valores negativos cerraban los tres 12 meses de pesimismo. Italia, por ejemplo, sufrió el mayor descenso respecto al mismo período de 2015, bajando 37 puntos, mientras que el Reino Unido ha tenido en 2016 su peor año: ha caído 29 puntos en relación a 2015 y, sólo en 2016, se situó en positivo en el primer trimestre. Parece evidente que los ciudadanos británicos no creen que el Brexit ayude a mejorar su economía.

Aunque durante el último año los indicadores de expectativas económicas, ingresos y gasto no se comportaron de manera uniforme, lo cierto es que se puede afirmar que el último trimestre de 2016 ha experimentado un crecimiento muy positivo. La confianza de los consumidores europeos ha aumentado en general, y se observa una mayor comodidad en lo que se refiere a las perspectivas económicas. ▶