BARÓMETRO DE CONSUMO

OBSERVATORIO Cetelem



CONCIENCIADOS ANTE LA CRISIS



Estudio europeo realizado en 15 países





1 DESÁNIMO GENERAL	P. 04
2 INFLACIÓN Y PODER ADQUISITIVO: LOS EUROPEOS RECIBEN EL GOLPE	P. 08
3 EL AHORRO DESCIENDE, EL CONSUMO RESISTE	P. 14
4 ESCASEZ: LA ENERGÍA EN EL CENTRO DE LOS TEMORES	P. 19

METODOLOGÍA



La encuesta cuantitativa a los consumidores ha sido elaborada por Harris Interactive **del 3 al 16 de noviembre de 2022 en 15 países europeos**: Alemania (DE), Austria (AT), Bélgica (BE), Bulgaria (BG), España (ES), Francia (FR), Hungría (HU), Italia (IT), Polonia (PL), Portugal (PT), República Checa (CZ), Rumanía (RO), Reino Unido (UK), Eslovaquia (SK) y Suecia (SE).

Un total de **14.200** personas fueron encuestadas online (método CAWI), con edades comprendidas entre los 18 y los 75 años procedentes de muestras representativas a nivel nacional en cada país.

La representatividad de la muestra está garantizada por el método de cuotas (sexo, edad, región de residencia y nivel de ingresos/categoría socioprofesional). Se llevaron a cabo 3.000 encuestas en Francia y 800 en cada uno de los demás países.

Aunque el anterior Barómetro Consumo Europa del Observatorio Cetelem registró unas puntuaciones sobre la situación del país y la situación personal nunca vistas desde su creación, también presentaba vientos en contra, sobre todo un repunte inflacionista que empezaba a preocupar. Sin embargo, aún no se trataba de una crisis, a lo sumo de síntomas que podían revestir o no cierta gravedad.

Con el brusco regreso de la inflación (sin precedentes desde hace casi 40 años) espoleada por la guerra de Ucrania, los europeos deben aprender ahora a vivir con subidas de precios de dos dígitos. El precio de la energía se disparó mucho antes del 24 de febrero de 2022, el primer día de la guerra en Ucrania. Las complicaciones en el suministro de gas o electricidad han vuelto a introducir en el debate económico la palabra escasez, que había permanecido excluida durante mucho tiempo. Las consecuencias del calentamiento global, en particular las graves sequías e inundaciones, han socavado la producción de alimentos básicos. El crecimiento mundial ha caído del 6 % en 2021 al 3,2 % en 2022, y se espera un 2,7 % en 2023. Se trata del perfil de crecimiento más sombrío desde la crisis financiera mundial de 2008-2009 y el apogeo de la covid-19.

La zona euro está cerca de la recesión, con una pequeña previsión de crecimiento de 0,3 puntos para 2023, frente al 3,1 de 2022 y el 5,2 de 2021. Se espera que el Reino Unido, y posiblemente Alemania, registren cifras de crecimiento negativas, símbolos de esta inminente recesión. En este contexto de múltiples crisis, era lógico que el Barómetro Consumo Europa adquiriera colores más oscuros. Los resultados de este estudio lo confirman. (Fig. 1).

Fig. 1 / Contexto

Evolución del PIB en cada país (€ constantes)

		2018	2019	2020	2021	2022*	2023**	2024**
Alemania		1%	1,1%	-3,7%	2,6%	1,4%	-0,6%	1,7%
Austria		2,4%	1,5%	-6,5%	4,6%	4,6%	0,3%	1,1%
Bélgica		1,8%	2,2%	-5,4%	6,2%	2,8%	0,2%	1,5%
Bulgaria		2,7%	4%	-4%	7,6%	3,1%	1,1%	2,4%
España		2,3%	2%	-11,3%	5,5%	4,3%	0,5%	1,7%
Francia	0	1,9%	1,8%	-7,8%	6,8%	2,6%	0,4%	1,5%
Hungría		5,4%	4,9%	-4,5%	7,1%	5,5%	0,1%	2,6%
Italia	0	0,9%	0,5%	-9%	6,7%	3,4%	0,4%	1,6%
Polonia	$\overline{}$	5,9%	4,4%	-2%	6,8%	4%	0,7%	2,6%
Portugal	(1)	2,8%	2,7%	-8,3%	5,5%	6,3%	2,6%	2%
República Checa	•	3,2%	3%	-5,5%	3,5%	2,5%	0,1%	1,8%
Rumanía		6%	3,9%	-3,7%	5,1%	5,8%	1,8%	2,2%
Reino Unido	4	1,7%	1,6%	-11%	7,5%	4,2%	-0,9%	0,9%
Eslovaquia	•	4%	2,5%	-3,4%	3%	1,9%	0,9%	1,9%
Suecia	•	2%	2%	-2,2%	5,1%	2,9%	-0,6%	0,8%
UE 27		2,1%	1,8%	-5,7%	5,4%	3,1%	0,3%	1,5%

Fuente: Eurostat. * Estimación C-Ways. ** Previsiones C-Ways a partir de BNP Paribas y la Comisión Europea

2023

DESÁNIMO GENERAL

El año pasado, la euforia se apoderó casi por completo de los europeos, que nunca habían visto la situación de su país y su situación personal bajo una luz tan hermosa. La puntuación de la primera fue de nuevo superior a la media, con 5,4 puntos. La segunda fue un récord, alcanzando un 6,2 para todos los países. Como siempre, el juicio personal fue más favorable que el juicio global. ¿Y en 2022?

SITUACIÓN DEL PAÍS Y SITUACIÓN PERSONAL, UNA CAÍDA COMÚN

Como cabía esperar, ambas puntuaciones han descendido, pero sin llegar a algunas de las caídas vistas anteriormente. Con 5,8 puntos y 4,9 puntos respectivamente, han vuelto a sus niveles del comienzo de la crisis de la covid-19. Sin embargo, la caída es clara y notable, tanto como el repunte observado el año pasado.

Si se analizan estos resultados en perspectiva durante los últimos 15 años, se observa que, de una crisis a otra, no existe una regla absoluta sobre si estas puntuaciones volverán a caer o a subir. De este modo, tras la crisis de las hipotecas de alto riesgo, que no afectó principalmente a los europeos, se necesitaron varios años para registrar un aumento neto de estas dos puntuaciones, especialmente una vez digerida la crisis de la deuda soberana. Con la covid-19, bastó un año para registrar un repunte espectacular mientras la variante ómicron seguía en el aire.

FACTORES LOCALES QUE INFLUYEN EN LA IMAGEN DEL PAÍS

A la luz de estos nuevos resultados, habría sido tentador hacer de la guerra en Ucrania el principal factor explicativo del declive del estado de ánimo en Europa. Sin embargo, un análisis minucioso de los resultados lo desmiente.

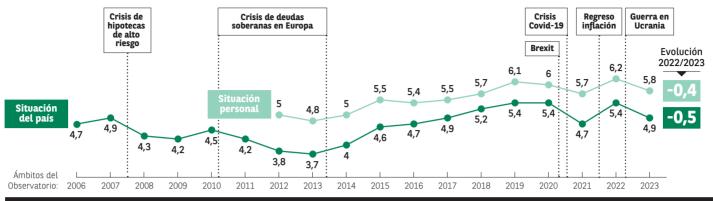
Los tres países con el mayor descenso en la percepción de la situación del país son el Reino Unido, Italia y Bélgica (-1 punto, -0,8 puntos y -0,6 puntos respectivamente), países cuya proximidad a las fronteras rusas no es clara. Eslovaguia, Rumanía y Bulgaria, que están mucho más cerca, son los únicos países que registran una variación positiva en esta puntuación (+0,2 puntos, +0,2 puntos y +0,1 punto respectivamente). Esto confirma que, en este ámbito, lo local prevalece sobre lo global. El Reino Unido ha vivido un verano y un otoño especialmente turbulentos, este último marcado por la caída repentina y sin precedentes del gobierno de Liz Truss. El 22 de septiembre, el partido Fratelli d'Italia ganó las elecciones. En Bélgica, podría decirse (eufemísticamente) que la situación política sigue siendo de naturaleza compleja. También cabe destacar que Bulgaria, Eslovaquia y Hungría coinciden en otorgar la puntuación más baja (4 puntos). Las elevadísimas desigualdades del primer país y los bajísimos ingresos de los dos siguientes son indicios tangibles de las razones que explican esta baja puntuación.

BAJA MORAL PERSONAL

En cuanto a la situación personal, las diferencias son menos marcadas entre países, sin que el conflicto ucraniano ofrezca una clave explicativa tangible. Con un descenso de 0,6 puntos, el Reino Unido muestra una caída significativa de la moral de sus ciudadanos, lo que parece contradecir su legendario Keep calm and carry on, aunque la puntuación obtenida siga siendo alta (6,1 puntos). Le acompaña igualmente en este descenso de la moral la República Checa que, con solo 4,9 puntos, tiene la segunda peor puntuación del Barómetro después de Hungría, las dos únicas puntuaciones por debajo de la media. Mientras que las habituales Suecia, Alemania y Bélgica ocupan los primeros puestos en la clasificación de la situación personal, Austria ha registrado un brusco descenso hasta una puntuación inferior a 6. También en Francia se ha registrado un 6, donde la confianza en la propia situación personal sigue siendo relativamente alta.

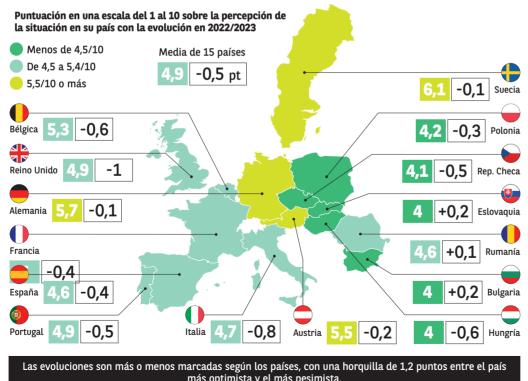
CADA CRISIS TIENE UN REPUNTE DISTINTO

Gráfico paralelo de la evolución de la percepción de la situación del país / situación personal, puntuación media de 15 países en una escala del 1 al 10



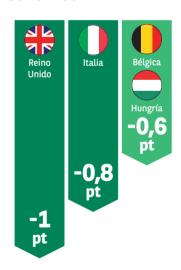
El renovado optimismo observado un año después del inicio de la crisis de la covid está remitiendo con la confirmación del regreso de la inflación y la guerra en Ucrania.

UN PESIMISMO **COMPARTIDO SOBRE** LA SITUACIÓN DE SU



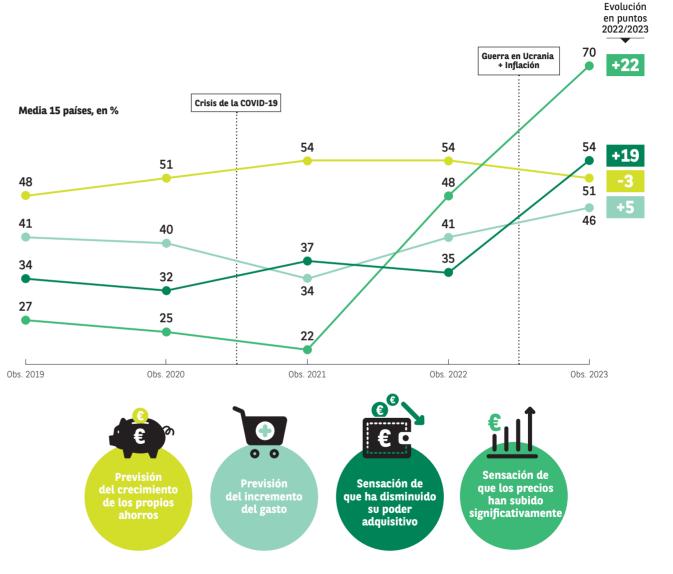
más optimista y el más pesimista.

UN ESTADO DE ÁNIMO DEBILITADO POR UN DIFÍCIL CONTEXTO POLÍTICO Y ECONÓMICO



En el podio de los países con el mayor desplome, el Reino Unido registra el descenso más espectacular con -1 punto.

EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES CLAVE



INFLACIÓN Y PODER ADQUISITIVO: LOS EUROPEOS RECIBEN EL GOLPE

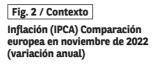
Concluimos el anterior Barómetro Consumo Europa con la siguiente reflexión: «Ni que decir tiene que la impresión del aumento de los precios es compartida en muchos países. La coincidencia con una sensación de poder adquisitivo estable destacada por los europeos, pone de relieve una percepción económica y una racionalidad más agudas de lo que se suele atribuir a los consumidores entre lo que ha sido y lo que será. Apostemos a que, salvo un repentino cambio de la curva de precios en 2023, lo que parece improbable, muchos más europeos tendrán la sensación de que su poder adquisitivo habrá caído para entonces. »

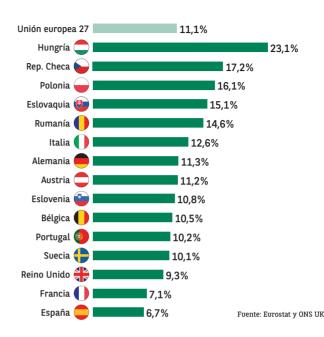
LA EVIDENCIA DE LA INFLACIÓN

Este nuevo Barómetro Consumo Europa ratifica lo que se predijo hace un año. Para 9 de cada 10 europeos, la subida de precios es una realidad. Más aún, 7 de cada 10 creen que los precios han aumentado significativamente. A estas alturas, no tiene sentido buscar diferencias nacionales que no existen. Todos los países de la encuesta están en sintonía con el aumento de la inflación. Por otro lado, los países del norte y del oeste de Europa son más propensos a declarar de un aumento significativo de los precios en comparación con el año pasado. En Suecia la puntuación es del 42 %, en Italia y Portugal del 37 % y del 35 % respectivamente, mientras que la media general es del 22 %. Con un 25 %, Francia se sitúa en la media. Por el contrario, Rumanía y Polonia registran los menores aumentos (7 % y 9 %).

LOS PAÍSES DEL NORTE Y DEL OESTE SE ENFRENTAN A LA REALIDAD

Si relacionamos estos diferentes resultados con las tasas reales de inflación, los países del norte y del oeste parecen haberse sumergido de repente en un mundo económico en el que la inflación, dormida durante años, ha sido despertada por un malvado príncipe azul. En los países de Europa del este, las tasas ya eran elevadas, por lo que la sensación de aumento es menos dramática. Y si Francia tiene el porcentaje más bajo de personas que perciben un claro aumento de los precios, esto se debe probablemente a la tasa de inflación 2022 más baja de todos los países de este estudio



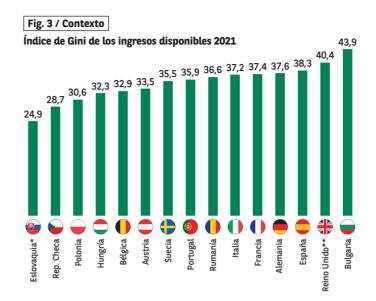


CRITERIOS SOCIOECONÓMICOS A TENER EN CUENTA

En cuanto a la inflación, también cabe destacar algunos de los marcadores socioeconómicos que pone de relieve el Barómetro Consumo Europa del Observatorio Cetelem. En términos de género, más mujeres que hombres destacan el aumento sensible de los precios (10 puntos de diferencia). Esto se debe probablemente a que siguen siendo principalmente las mujeres las que hacen la compra diaria y pagan las facturas del hogar y, por lo tanto, se enfrentan a una inflación concreta. En cuanto a la edad, los mayores de 50 años están más preocupados por este aumento que sus homólogos más jóvenes (20 puntos de diferencia entre los de 50 a 64 años y los de 18 a 24). En cambio, las diferencias son menos marcadas según los ingresos y el lugar de residencia. En cuanto a este último punto, los habitantes de las zonas menos pobladas expresan sus sensaciones con más fuerza.

DESCENSO DEL PODER ADQUISITIVO EN PARALELO AL AUMENTO DE LA INFLACIÓN

Como ya se ha indicado, la relevancia económica de los europeos está bien demostrada. De esta forma, en una especie de efecto espejo con respecto a la inflación, la sensación de una caída significativa del poder adquisitivo aumenta en la misma proporción, trazando dos curvas de evolución casi paralelas. Más de 1 de cada 2 europeos cree que su poder adquisitivo ha disminuido, un resultado que ha aumentado 19 puntos de media en comparación con el año pasado. Este efecto espejo es incluso doble, ya que son de nuevo los países del norte y del oeste de Europa los más sensibles a este deterioro. Italia, Suecia y Portugal siguen encabezando esta clasificación, acompañados esta vez por Alemania y Gran Bretaña. Por el contrario, los países de Europa del este registran de nuevo una menor desigualdad que los países de Europa occidental (Fig. 3). No obstante, cabe señalar que, en general, las diferencias en la disminución del poder adquisitivo son significativamente menores que en la inflación.



Cuanto mayor sea el índice de Gini, mayor será la desigualdad.

Fuente: Eurostat ILC_DJ12C * Datos 2020 ** Datos 2018

LA AGUDEZA DEL JUICIO ECONÓMICO DE LOS EUROPEOS

La realidad de las cifras relativas a la evolución del poder adquisitivo confirma la pertinencia de los europeos (Fig. 4). Aunque el crecimiento sigue siendo positivo en todos los países del estudio, experimenta una contracción general, salvo en Rumanía y Portugal, marcados por los efectos contrarios del choque inflacionista y el repunte registrado en 2021 con el impacto atenuado de la crisis sanitaria.

El año que se avecina se presenta aún más sombrío, ya que la recesión también reaparecerá en el vocabulario económico, afectando casi con total seguridad a países de gran peso como Alemania y el Reino Unido. Por tanto, es de temer que el próximo Barómetro Consumo Europa refleje esta realidad. Para frenar esta espiral, en muchos países se han desplegado planes de ayuda y otros blindajes, sobre todo para permitir a los hogares resistir los embates energéticos (plan de ayuda de 200 000 millones de euros en Alemania, 66 000 millones en Italia, 150 000 millones en el

Reino Unido, blindaje tarifario de 44 000 millones en Francia en 2023, tras los 24 000 millones de 2022). Por no hablar de las prestaciones sociales, a veces importantes, como en Italia y Francia, que contribuyen a mantener el poder adquisitivo (Fig.5).

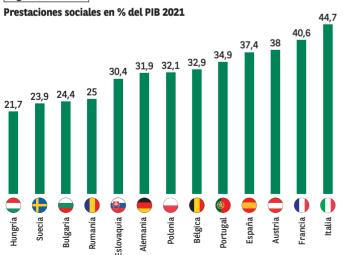
Fig. 4 / Contexto

Evolución del poder adquisitivo en cada país

		2018	2019	2020	2021	2022*	2023**	2024**
Alemania		2,2%	1,3%	3,7%	0,9%	-1%	-0,8%	0,9%
Austria		1,4%	1,4%	0%	5,2%	-3,8%	0,9%	2,6%
Bélgica		1%	2,8%	3,9%	1,1%	-2,6%	1%	0,9%
Bulgaria		2,8%	4,2%	-3,8%	16,1%	3,1%	1,1%	2,4%
España		1,3%	3,7%	-6,2%	2,5%	-0,8%	0%	0%
Francia	0	1,4%	2,6%	0,5%	3%	-0,1%	-0,5%	0,9%
Hungría		8,1%	4,7%	-3,4%	7,6%	-0,5%	-3,1%	2,1%
Italia	0	1%	-0,3%	-0,2%	3,6%	-0,2%	-1,3%	1,9%
Polonia	$\overline{}$	3,6%	2,6%	3,6%	3,1%	5,1%	-1,6%	3,5%
Portugal		3,3%	3,6%	-0,4%	3,2%	0,3%	1,8%	2,4%
Rep. Checa	O	3,4%	4,3%	1,5%	8%	-4,4%	-3%	0%
Reino Unido	45	1,5%	0,9%	-1,4%	4,7%	0,4%	-3,8%	2%
Eslovaquia	•	6,8%	2%	-3%	2,6%	-3,7%	2,2%	1,6%
Suecia	+	4,1%	2,5%	-0,5%	3,7%	4,4%	-1,1%	0%
UE 27		2%	3,3%	1,8%	2,4%	-0,6%	-0,7%	1,4%

Fuente: Eurostat. * Estimación C-Ways. ** Previsiones C-Ways a partir de BNP Paribas y la Comisión Europea

Fig. 5 / Contexto



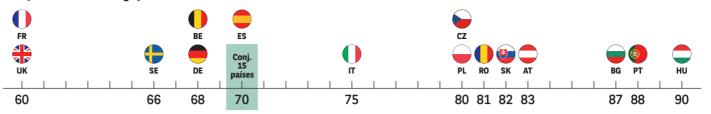
LAS MISMAS DIFERENCIAS SOCIOECONÓMICAS

Los criterios sociodemográficos también confirman el efecto espejo. Una vez más, las mujeres y los mayores de 50 años son los más propensos a sentir que su poder adquisitivo ha disminuido, y la diferencia con respecto a los hombres aumenta de un año a otro. Más personas que viven en ciudades de tamaño medio también hacen la misma observación. La variable de los ingresos sigue sin tener un impacto real en los resultados. Si antes la diferencia entre las rentas altas y bajas era de 8 puntos, ahora es de solo 1 punto.

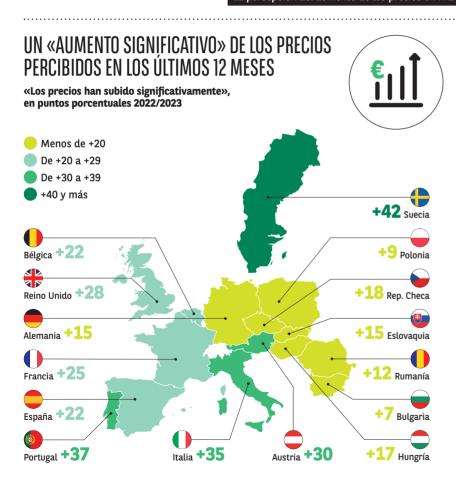
Fuente: Eurostat TEC00026

11

7 DE CADA 10 EUROPEOS CREEN QUE LOS PRECIOS HAN SUBIDO SIGNIFICATIVAMENTE EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES «Los precios han subido significativamente», en %

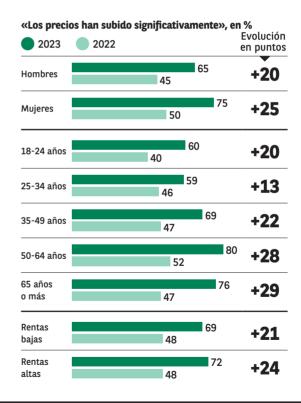


La percepción del aumento de los precios en Francia y el Reino Unido se sitúa 10 puntos por debajo de la media de los países, el resultado más bajo de la encuesta.



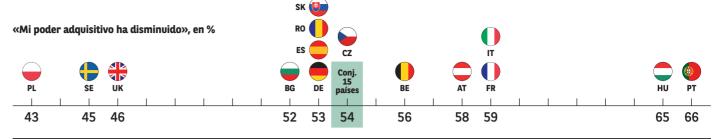
La media del país se sitúa en +22 puntos con respecto a 2022.

SUBIDAS DE PRECIOS Y VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

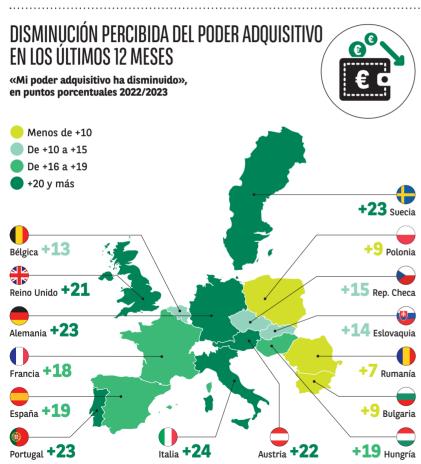


La percepción de la subida de precios es más acusada entre las mujeres que entre los hombres (10 puntos de diferencia), entre los mayores de 50 años y, aunque la diferencia es menor, entre las personas con rentas altas en comparación con las de rentas bajas.

MÁS DE 1 DE CADA 2 EUROPEOS CONSIDERA QUE SU PODER ADQUISITIVO HA DISMINUIDO EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

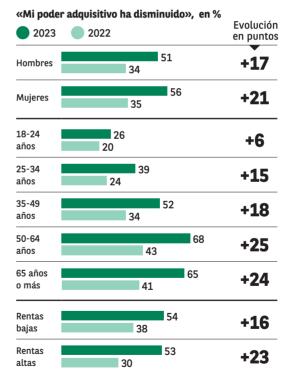


Portugal (66%) y Hungría (65%) son los dos países que acusan con mayor intensidad este descenso del poder adquisitivo.



La media del país se sitúa en +19 puntos con respecto a 2022.

DESCENSO DEL PODER ADQUISITIVO Y DE LOS INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS



Mientras que la diferencia entre hombres y mujeres aumenta de un año a otro (una diferencia de 5 puntos en 2022), se reduce entre las rentas altas y las bajas (8 puntos en 2022, solo 1 punto de diferencia este año).

13

EL AHORRO DESCIENDE, EL CONSUMO RESISTE

En semejante contexto de incertidumbre, con la inflación a un nivel no visto en décadas y el poder adquisitivo en contracción, cabría esperar que los europeos accionasen las palancas del ahorro y el consumo. Y, sin embargo, no es así. La media general de las intenciones de ahorrar bajan 3 puntos, mientras que las intenciones de consumir experimentan el efecto contrario, suben 5 puntos.

DESCENSO GENERALIZADO DE LA INTENCIÓN DE AHORRAR

En cuanto al ahorro, cabe recordar en primer lugar su espectacular aumento entre 2020 y 2021 en todos los países del estudio, tras la crisis de la covid, llegando en algunos casos a duplicarse o incluso triplicarse la tasa de ahorro, como en España y Polonia. Todos ellos son «techos de cristal» difíciles de romper (Fig. 6).

Las intenciones de los europeos lo confirman. Solo en 5 países existe una intención de aumentar el ahorro. Con un 59% (+7 puntos), Alemania registra una puntuación sin precedentes en los últimos cinco años. La dependencia del gas ruso, que sitúa al país en el centro del conflicto ucraniano, y la perspectiva casi impensable de enfrentarse a una recesión, explican probablemente este resultado de manera parcial.

En siete países, sin embargo, la voluntad de ahorrar ha bajado, con descensos de casi 10 puntos en España, Italia, Suecia y el Reino Unido. En estos países, ya no se trata de acumular más ahorros, sino de hacer frente a una subida espectacular de los precios de los alimentos, como en España, o a un aumento astronómico de las facturas energéticas, como en el Reino Unido. También en este tema, los países de Europa del este constituyen un grupo relativamente homogéneo, con intenciones de ahorro que han cambiado poco o nada en comparación con el año pasado.

Fig. 6 / Contexto

Tasa de ahorro en cada país

		•						
		2018	2019	2020	2021	2022*	2023**	2024**
Alemania		18%	18,6%	18,3%	23,6%	22,9%	19,6%	19,5%
Austria		13%	13,2%	14%	18,7%	17,6%	12,2%	12,8%
Bélgica		12%	11,5%	12,3%	20,5%	17%	12,7%	13,2%
España		6%	5,6%	8,2%	17,7%	13,8%	8,5%	8,3%
Francia	0	14,1%	14,4%	15,1%	20,9%	18,7%	16,7%	15,8%
Hungría		13%	15,2%	14,8%	15,6%	17,4%	11,9%	10,1%
Italia	0	10%	10,1%	10%	17,4%	14,9%	10,9%	9,5%
Polonia	$\overline{\bigcirc}$	4%	3,6%	2,9%	8,8%	4,1%	3,9%	2,4%
Portugal	(1)	7%	6,8%	7,2%	11,9%	9,8%	6%	6,5%
Rep. Checa	O	12%	12,2%	13,1%	19,2%	19,4%	13,6%	10,9%
Reino Unido	#	6%	6,1%	5,3%	15,8%	12,5%	7,2%	5,3%
Eslovaquia	•	8%	10,2%	9,7%	11,6%	10,3%	4,3%	5,9%
Suecia	(15%	16,2%	18,1%	19,6%	18,1%	18,1%	18,1%
UE 27		11,5%	11,6%	12,3%	18,4%	16,7%	13,4%	12,7%

Fuente: Eurostat. * Estimación C-Ways. ** Previsiones C-Ways a partir de BNP Paribas y la Comisión Europea

PREVISIÓN DE UN CONSUMO LIMITADO

La previsión de un aumento del gasto tiene otra cara. Solo en dos países, Polonia y Austria, baja ligeramente (-3 puntos y -1 punto). En 11 países predomina el aumento, a veces en proporciones espectaculares como en Portugal (+13 puntos), e incluso en Suecia y Eslovaquia (+9 puntos y +8 puntos). Una vez más, como en los últimos cinco años, este último país ocupa el primer puesto de esta clasificación, con un espectacular 91 % de previsión de aumento del gasto. Eslovaquia se diferencia de otros países de Europa del este, probablemente por su pertenencia a la zona euro, que la protege de los movimientos erráticos de su moneda. Sin embargo, Eslovaquia es el país con el nivel de renta más bajo (Fig. 7).

En el contexto actual de crisis, estos resultados ponen de manifiesto un consumo limitado en el que el gasto se centra en lo necesario e indispensable para la vida diaria, a pesar de que sus precios aumentan.

El nivel real de consumo, tras un año de repunte poscovid en 2022 (+3,3 % a nivel europeo), se estancará en 2023 bajo este efecto de limitación (Fig. 8).

ESTANCAMIENTO DE LAS GANAS DE CONSUMIR

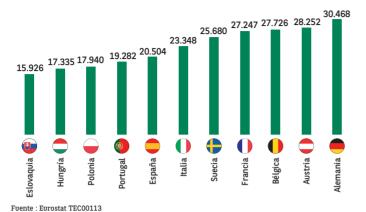
Las declaraciones de gasto expresadas por los europeos en este nuevo Barómetro Consumo Europa confirman este punto de vista. Con un ligero descenso de 1 punto respecto al año pasado, afecta a 1 de cada 2 europeos. Significativamente, 1 de cada 4 afirma no tener ni el deseo ni los medios para consumir, un resultado que ha aumentado en 3 puntos.

Como señal del clima de desánimo que se extiende poco a poco entre los consumidores, 10 países muestran un descenso de las intenciones, siendo Alemania, una vez más, el país de Europa occidental con mayor pesimismo (-6 puntos). También como señal de que los ciudadanos no tienen ganas de darse un capricho, Eslovaquia, campeona de las intenciones de gasto, es la última en expresar su deseo de gastar (38 %).

Aunque casi todas las áreas de consumo se ven afectadas por la melancolía europea, los sectores de equipamiento del hogar son los más expuestos. Se acabó la época del encierro forzoso, cuando la crisis de salud generaba el deseo de rehacer el interior, de dedicarse definitivamente a la cocina o a los deportes de interior. Los electrodomésticos, muebles, TV/Hi-fi, remodelación/renovación y equipamiento deportivo bajan casi 5 puntos.

Fig. 7 / Contexto

Renta familiar bruta disponible ajustada por persona en EPA 2021



La renta familiar bruta disponible ajustada por persona, expresada en EPA (estándares de poder adquisitivo), se calcula como la renta bruta disponible ajustada de los hogares y de las instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares (ISFLSH) dividida por las paridades de poder adquisitivo (PPA) del consumo individual real de los hogares y por la población residente total

Fig. 8 / Contexto

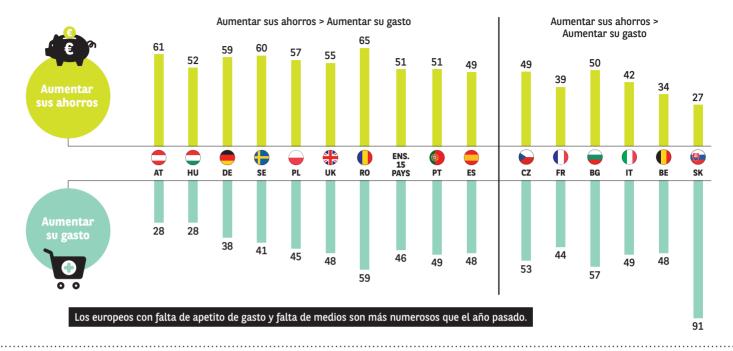
Evolución del consumo en euros constantes en cada país

	2018	2019	2020	2021	2022*	2023**	2024**
Alemania 🛑	1,4%	1,7%	-3%	1,9%	3,2%	-0,7%	1,5%
Austria	1,1%	0,4%	-5,5%	6,6%	2,5%	0,2%	1,2%
Bélgica 📗	1,7%	1,9%	-5,8%	5,6%	2,4%	0,4%	1,8%
Bulgaria	3,5%	4,8%	0,1%	7,5%	6%	1,9%	2,5%
España 🛑	1,5%	0,8%	-15,9%	7,3%	5,3%	0,2%	0,2%
Francia	1%	1,8%	-6,7%	5,2%	2,8%	0,3%	1,6%
Hungría 🛑	4,9%	5,2%	-4,4%	5,4%	6,1%	-1,1%	1,8%
Italia	1%	-0,2%	-8,5%	6,8%	4,1%	0,3%	1%
Polonia	4,3%	3,3%	-2,7%	8,4%	5,3%	-0,1%	2,3%
Portugal 🌘	3,1%	3,1%	-5,4%	5,7%	4,5%	1,3%	2,1%
Rep. Checa	3%	3,2%	-5,5%	7,7%	2,5%	0%	1,7%
Reino Unido 🛟	1%	1,8%	-12,3%	8,8%	6,5%	-1,8%	0,7%
Eslovaquia 🕛	4,2%	2,6%	-5%	4,1%	2,7%	0,5%	1,7%
Rumanía 📗	9,1%	5,3%	-2,1%	6,2%	6,3%	1,9%	2,5%
Suecia 🛑	2,4%	0,2%	-2,3%	5,6%	4,4%	-1,1%	0%
UE 27	1,9%	2,5%	-5,3%	4,5%	3,3%	0,1%	1,5%

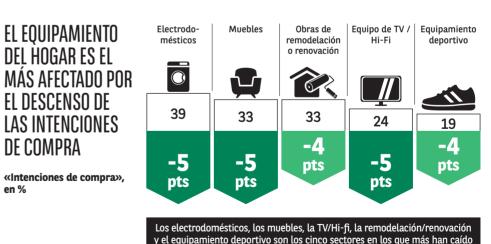
Fuente: Eurostat. * Estimación C-Ways. ** Previsiones C-Ways a partir de BNP Paribas y la Comisión Europea

INTENCIÓN DE AHORRAR LIGERAMENTE A LA BAJA, INTENCIÓN DE CONSUMIR LIGERAMENTE AL ALZA

En los próximos 12 meses, ¿cree que va a...?, en % de respuestas «Sí»







Fuente: Barómetro de consumo Observatorio Cetelem 2023

las intenciones de compra.

ESCASEZ: LA ENERGÍA EN EL CENTRO DE LOS TEMORES

Junto con «inflación», «escasez» es la otra palabra que ha vuelto con fuerza en los medios de comunicación y en la vida cotidiana para referirse a tiempos económicos difíciles. Este regreso se remonta a unos meses antes de este Barómetro Consumo Europa y sus primeras apariciones están vinculadas a las dificultades de abastecimiento provocadas por la crisis de la covid, tanto en mascarillas como en semiconductores. La crisis energética, agravada por la guerra de Ucrania y los desórdenes climáticos registrados en 2022, ha reforzado este regreso al primer plano en la mente de los consumidores.

PAÍSES CON UNA DIETA ESTRICTA

Tres de cada cuatro europeos prevén al menos una situación de privación en su país. El 27 % está incluso seguro de que será así. Aunque no existe una segmentación geográfica marcada en esta previsión, es en Francia y el Reino Unido donde los temores son mayores (87 % y 83 %), dos países donde la cobertura mediática de la escasez energética ha sido fuerte, apoyada en particular por los poderes públicos. Los temores de escasez expresados se refieren en primer lugar al sector energético. La escasez de combustible, los cortes de electricidad, los cortes de gas y la falta de gasolina se encuentran entre los temores de al menos 1 de cada 2 europeos. Una vez más, son más «esperados» en Francia y el Reino Unido.

FOCO DE ATENCIÓN SOBRE UNA POSIBLE ESCASEZ DE ELECTRICIDAD

Solo la cuestión de los posibles cortes de electricidad preocupa al 58 % de los europeos. Y es en Europa occidental donde estas preocupaciones son más fuertes, sobre todo en Italia, el Reino Unido y España (71 %, 68 % y 67 %). Convertida en importadora de electricidad tras el cierre de numerosos reactores nucleares, Francia se enfrenta a una vulnerabilidad de la que parecía haberse librado, lo que se refleja en el porcentaje superior a la media de personas que temen futuros cortes de electricidad.

LA POSIBILIDAD DE NO PODER SEGUIR PAGANDO

A la preocupación por enfrentarse a la escasez se une el temor a tener dificultades para pagar las facturas del suministro de energía. Así lo afirman 7 de cada 10 europeos, con las cifras más elevadas entre los países mediterráneos, pero también en Rumanía y la República Checa. Y también en este caso, las mujeres, los jóvenes, las personas con rentas bajas y los habitantes de ciudades pequeñas y medianas son los más sensibles.

La electricidad, el gas y la gasolina son el trío que concentra los temores de privación. En cuanto a la electricidad, 6 de cada 10 europeos sienten temor, sobre todo en los mismos países antes mencionados. Los italianos son incluso especialmente pesimistas, 16 puntos por encima de la media general.

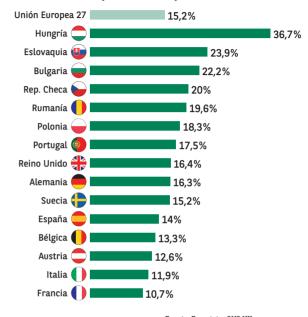
PRODUCTOS ALIMENTARIOS, TAMBIÉN GENERAN TEMOR A LA ESCASEZ

Pero la energía no es el único sector al que debe asociarse la palabra escasez. El sector alimentario también genera preocupación. El 55 % de los europeos cree que se enfrentará a una escasez de alimentos en los próximos meses. Los italianos, los españoles, los portugueses y los británicos son significativamente más propensos a esta tendencia (70 %, 69 %, 67 % y 64 %).

Los parámetros socioeconómicos ponen de manifiesto claras diferencias. Las mujeres, los más jóvenes, las personas con rentas más bajas y las que viven en ciudades de tamaño medio sienten más este miedo. También cabe señalar que esta expectativa de escasez de productos alimentarios no está en absoluto correlacionada con la inflación de este mismo tipo de productos. Hungría, con la inflación alimentaria más alta de todos los países europeos, presenta uno de los niveles más bajos de preocupación, mientras que Francia, con la inflación alimentaria más baja, se sitúa por encima de la media general (Fig. 9).

Fig. 9 / Contexto

Inflación (IPCA) de productos alimentarios, comparación europea en noviembre de 2022 (variación anual)

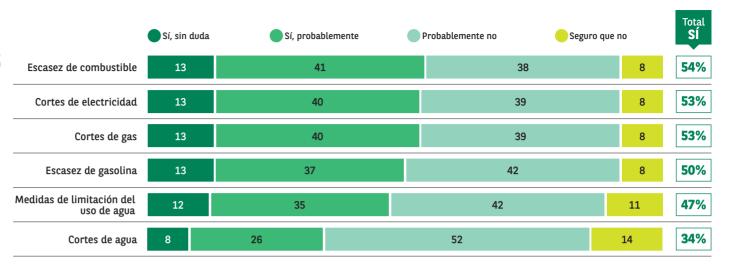


Fuente: Eurostat y ONS UK

3 DE CADA 4 EUROPEOS ESPERAN AL MENOS UNA PRIVACIÓN DE RECURSOS EN LOS PRÓXIMOS MESES

«En su opinión, en los próximos meses, ¿su país se enfrentará o no a las siguientes situaciones? », en %

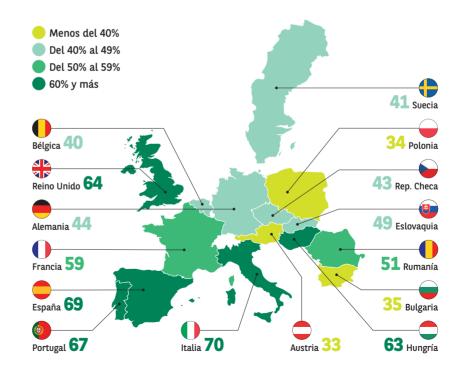
El 27% de la población encuestada prevé «con seguridad» al menos una de estas situaciones.



EL 55 % DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA TEME LA POSIBILIDAD DE ESCASEZ DE ALIMENTOS EN LOS PRÓXIMOS MESES

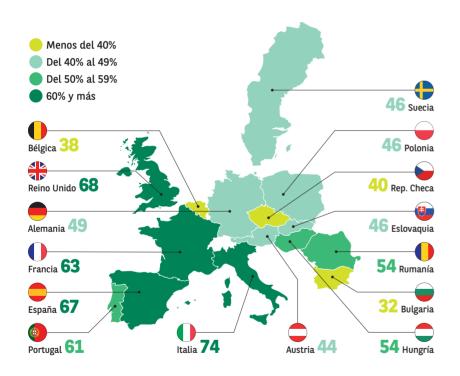
«¿Teme que sea difícil conseguir alimentos en su país en los próximos meses? », en % de respuestas «Sí»

El temor a una escasez de alimentos se manifiesta especialmente en los países de Europa occidental.



EL 58 % DE LOS EUROPEOS ESPERA ENFRENTARSE PERSONALMENTE A CORTES DE ELECTRICIDAD EN LOS PRÓXIMOS MESES

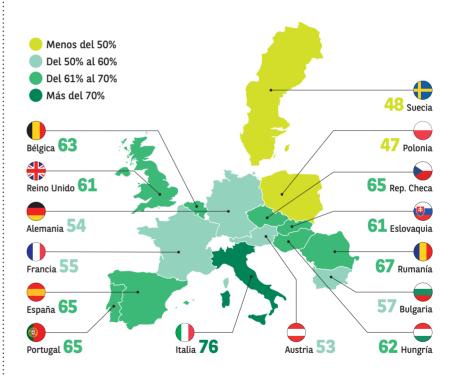
«¿Teme que en los próximos meses tenga que enfrentarse a cortes de electricidad? », en % de respuestas «Sí»



Italianos, ingleses, españoles y franceses son los que más temen los cortes de electricidad

EL 60% DE LOS EUROPEOS TEME NO Poder pagar la factura de la luz

«¿Teme tener dificultades para pagar la factura de la luz en los próximos meses? », en % de respuestas «Sí»



Los italianos son especialmente pesimistas con un 76%, más de 16 puntos por encima de la media.

Fuente: Barómetro de consumo Observatorio Cetelem 2023

CONCLUSIÓN

Con el Barómetro Consumo Europa 2022 del Observatorio Cetelem, era el momento de la intuición. En 2023, pasamos a la toma de conciencia. Conciencia de vivir al mismo nivel crisis que están a la vez vinculadas y yuxtapuestas. Por supuesto, no todos los parámetros macroeconómicos han pasado aún al estado de alerta. El PIB no se hunde. Los precios se disparan, pero el poder adquisitivo se mantiene... ¿durante cuánto tiempo más? El desempleo sigue siendo relativamente bajo, por debajo del 6 % en 10 países de este estudio, y solo España presenta una tasa de dos cifras (12,8 %). Pero, de nuevo, ¿durante cuánto tiempo? Los precios del petróleo han vuelto a un rango de precios «normal». Con el abandono de su política de cero covid, China apuesta por reactivar su economía, que se hundía peligrosamente, lo que podría beneficiar a los países europeos.

Así pues, aunque no es probable que el próximo Barómetro Consumo Europa nos depare buenas noticias, volvamos a reunirnos dentro de un año para ver si ha nacido una nueva esperanza.

Siga la actualidad del Observatorio Cetelem en:

www.elobservatoriocetelem.es



