

El 54% de los españoles cree que puede mantener su nivel de consumo, aunque continúan las reticencias a gastos que impliquen endeudamiento

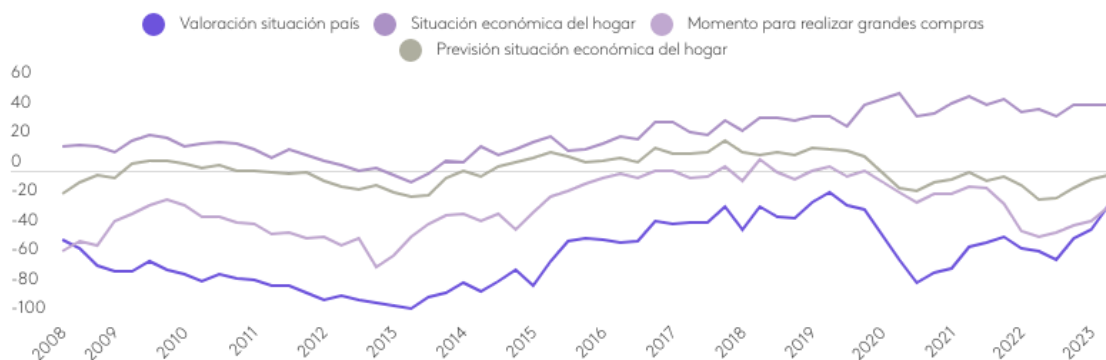
- La confianza en la situación económica del país vuelve a niveles de 2008 y quienes creían que el desempleo crecería pasan del 40% al 31% en apenas un trimestre

Madrid, 5 de julio de 2023. Los consumidores españoles viven al día y, a pesar del contexto de inflación, un 54% de ellos afirma que es un buen momento para mantener sus niveles de gasto. Las reticencias se dejan para todo aquello que implique un endeudamiento, como por ejemplo pedir un préstamo para comprar una vivienda, de acuerdo con el *Informe Perspectivas del Consumidor* de Kantar Insights, que ahonda en la confianza de los consumidores en el segundo trimestre de 2023. Por el contrario, un 38% dice que es mejor reducir gastos y un 8%, aumentarlos.

Y es que el consumidor ha encarado el segundo trimestre con un IPC subyacente que mes a mes se sitúa en torno al 6%; mientras que el Euríbor, en el momento de la encuesta (del 12 al 18 de junio) rozaba el 4% (como ha cerrado finalmente en junio).

No obstante, el informe del segundo trimestre destaca como cambio más significativo la mejora de la percepción de la situación económica del país, un aspecto que suele ser el peor valorado y que en esta ocasión mejora 15 puntos, mostrando una mejora clara de la confianza y perspectivas del consumidor.

Gráfico 1. Percepción de la económica del país



Fuente: Kantar Insights.

Además, se mantiene estable la percepción de estabilidad laboral, pues nueve de cada diez españoles no temen perder el empleo y solo el 8% cree que hay alguna posibilidad de que esto suceda.

No solo eso, también mejoran las sensaciones con el empleo ajeno, no solo con el propio. En concreto, si en el primer trimestre un 40% compartía el temor al crecimiento del desempleo, ahora solo un 31% piensa así.

Estas percepciones armonizan con los últimos registros de empleo y macroeconómicos: según el Ministerio de Trabajo, el paro cayó en 49.260 personas hasta rozar los 20,8 millones de afiliados, el mejor nivel desde mayo de 2008. En un mes, la ocupación sumó 200.000 nuevos afiliados.

Gracias a esta buena sintonía con la evolución del empleo propio, uno de los grandes termómetros de la confianza de un país, los españoles están confiados en mantener su nivel de ingresos (60%), mientras que sólo un 4% cree que su tesorería mermará.

Según Teresa de Ledesma, directora de Marketing de Kantar Insights España, “a pesar de que permanece la incertidumbre en torno a la inflación y se mantienen las estrategias de ahorro, el informe indica que los hogares han aprendido a manejar situaciones económicas complejas y este trimestre han ajustado al alza los niveles de confianza. El cambio más relevante es la opinión acerca de las perspectivas económicas del país, que ha dado un empujón muy positivo. Es muy probable que esta tendencia positiva se mantenga hasta como mínimo finales de año”.



Sobre el informe Perspectivas del Consumidor de Kantar Insights

El informe analiza las perspectivas de consumo de los españoles teniendo en cuenta la valoración de la situación del país y la situación personal, incluyendo perspectivas de empleo, ingresos y gastos. Valora el momento de compra de un set de productos y servicios de diversas categorías y ofrece el Índice de Confianza del Consumidor. Se basa en 1.600 entrevistas anuales en 4 olas a una muestra representativa de la población española. El trabajo de campo de la segunda ola de 2023 se realizó del 12 al 18 de junio.

Sobre Kantar

Kantar es la empresa líder mundial de datos, insights y consultoría. Tenemos una comprensión única y completa de cómo piensan, sienten y actúan las personas a nivel global y local en más de 90 mercados. Al combinar el profundo expertise de nuestra gente, nuestros recursos de datos, nuestros servicios de Analytics y la tecnología más innovadora, ayudamos a nuestros clientes a entender a las personas e inspirar su crecimiento.