

Entorno

Consumidores europeos: listos para elevar el gasto por primera vez desde el inicio de la crisis

Modaes
9 dic 2013 - 12:35

Tras cinco años, los consumidores europeos están listos para incrementar su presupuesto dedicado a compras para el periodo navideño. Según un estudio de la consultora **Deloitte**, los consumidores de los dieciocho países analizados, sobre todo del este y el oeste de Europa, tienen previsto gastar 450 euros de media, un 0,7% más que el desembolso realizado en el mismo periodo de 2012. Esta es la primera vez desde 2008 que se incrementa el gasto.

Pese a que el documento describe un aumento del gasto general, la consultora destaca que la situación entre los países del norte y del sur del continente europeo es muy distinta, debido al impacto de las medidas de austeridad implantadas en muchos países, según *WWD*.

Por tipo de producto, los libros continúan siendo el artículo más popular y copan el 31% de los regalos planeados, seguidos por el chocolate (28%), los cosméticos y los perfumes (20%) y la música (17%). La ropa y el calzado copan, al igual que el dinero en efectivo, el 16% de los regalos planeados, según **Deloitte**.

Alemania

El estudio elaborado por la consultora destaca que los consumidores alemanes elevarán este año un 6,7% su presupuesto destinado a compras en Navidad. Pese a esta previsión, la **Asociación de Retailers de Moda de Alemania** no espera unas cifras tan positivas y, tras un otoño y un comienzo de invierno más cálido de lo habitual, sitúa las ventas del sector en un nivel similar al alcanzado en 2012.

Reino Unido

Las previsiones para Reino Unido estiman un incremento del 4% de las ventas en el canal retail para el mes de diciembre, hasta 40.600 millones de libras (48.413 millones de euros), según la compañía de investigación de mercado **Mintel**. El canal online, por su parte, copará el 12% de todas las ventas realizadas en diciembre en

Modaes

Reino Unido y superarán, por primera vez, los 10.000 millones de libras (11.924 millones de euros).

Según **George Wallace**, consejero delegado de la consultora **MHE Retail**, estas previsiones no están en línea con la actual economía de dos velocidades de Reino Unido, con Londres como líder del crecimiento y la evolución positiva y el resto del país rezagado.

Francia

La situación de los consumidores franceses contrasta con la previsión de crecimiento del gasto en Reino Unido y Alemania. El documento de **Deloitte** prevé que los consumidores galos reduzcan su desembolso un 0,9% en el periodo navideño.

Según un estudio elaborado por el instituto de investigación francés **CSA** para el canal **BFMTV**, el descenso del gasto se eleva un 5,8%, hasta situar el desembolso medio en 326 euros. En el caso de las ventas online, la **Federación de Ecommerce y ventas por Mail (Fevad)** espera que la facturación se incremente hasta los 10.300 millones de euros, un 14% más que la cifra obtenida en 2012.

Italia

El documento de **Deloitte** señala que en Italia la situación es más negativa que en otros mercados europeos. La consultora prevé un descenso del gasto en el periodo navideño del 2,4%. Según la **Asociación de Retailers Italianos (Confimprese)**, el 86% de los consumidores italianos no cree que sea un buen momento para comprar, y cuatro de cada cinco dice que han cambiado sus hábitos de compra en comparación con el mismo periodo de 2012.