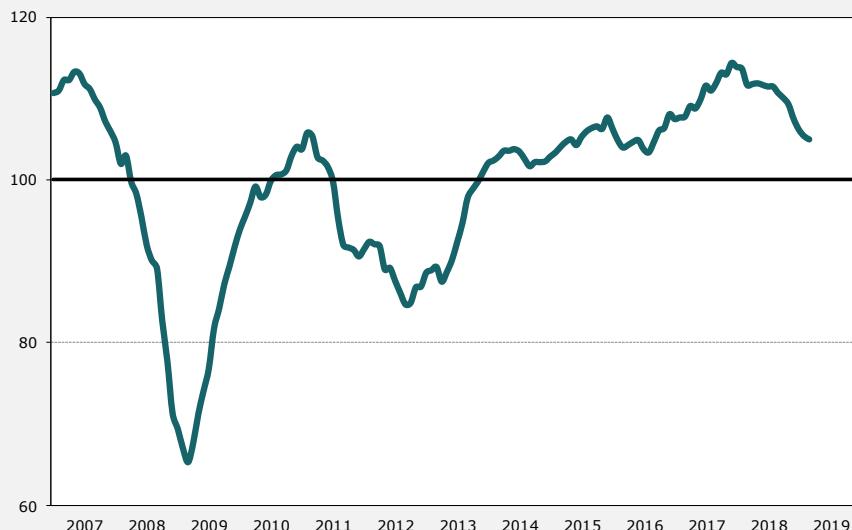


SENTIMIENTO ECONÓMICO EN EUROPA

El optimismo de Europa continúa moderándose

Sentimiento económico en la Unión Europea



El índice de sentimiento económico que publica la Comisión Europea indica que la Unión Europea está perdiendo el optimismo que le ha caracterizado en los últimos años, si bien todavía se encuentra en una posición favorable. En concreto, el dato de marzo de este indicador se situó en el 105,0, cuatro décimas por debajo del dato de febrero, pero todavía por encima del valor 100 que señala la media histórica de esta estadística desde 1990. Alemania es uno de los países que mejores resultados obtienen (106,6), a pesar de que su industria está lastrando el resultado del país. Por su parte, Francia (101,0) compartió ese proceso de desconfianza, pero en los últimos meses se ha mantenido relativamente estable. En ambos países, la construcción es el sector que mejor expectativas ofrece, al situarse muy por encima de su media histórica.

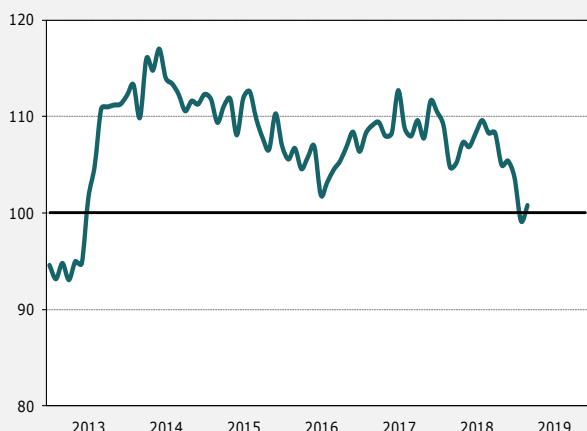
Sentimiento económico en Alemania



Sentimiento económico en Francia



Sentimiento económico en Reino Unido



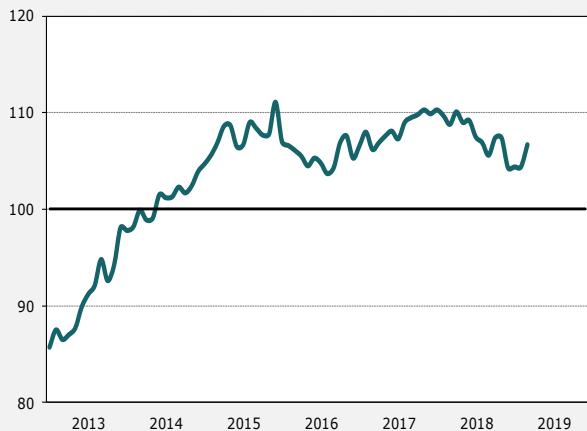
El Reino Unido ha sorprendido con su dato de marzo (100,8) porque supone una mejora de más de un punto respecto al mes anterior, el primero en seis años en el que registró un valor negativo (99,2). La falta de acuerdo en la forma de abandonar la Unión Europea ha traído consigo una incertidumbre que afecta especialmente a los servicios, al comercio minorista y a la confianza del consumidor.

La posición de Italia (101,0) es similar a la vivida por Francia, en el sentido de que tras una fuerte moderación de su indicador, en los últimos meses ha conseguido estabilizar su posición en un valor próximo al 100. En ese país, destaca la buena marcha del comercio minorista y de la construcción, mientras que la industria, los servicios y la confianza del consumidor se encuentran muy cerca de su media histórica.

Sentimiento económico en Italia



Sentimiento económico en España



Por último, España es la excepción a ese comportamiento generalizado, en parte porque no ha conocido un descenso tan pronunciado y, además, porque en marzo registró el valor más elevado de los cuatro últimos meses (106,7) hasta situarse a la par de Alemania. Todos los componentes se encuentran por encima de su media histórica, con resultados más favorables para comercio minorista y construcción, con una elevada confianza del consumidor.