

The Marketing Group ®
"Integridad en todo lo que hacemos"

Índice de Confianza del Consumidor

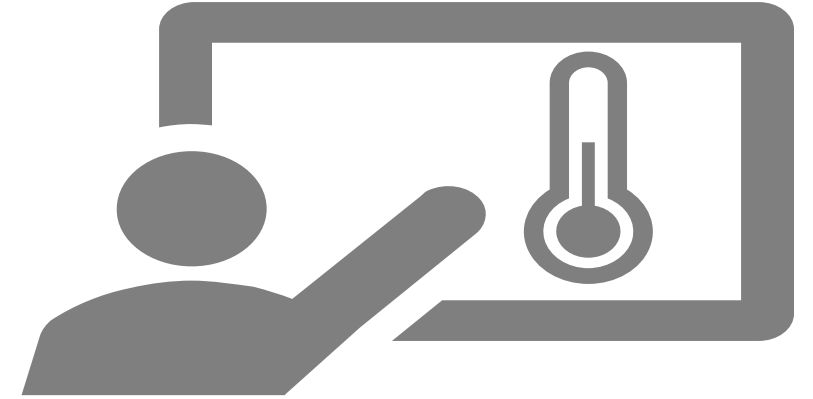
Medición Enero 2022



Índice de confianza del consumidor

El índice de confianza del consumidor es un indicador económico internacional que mide el grado de optimismo que los consumidores sienten sobre el estado general de la economía y sobre su situación financiera personal.

Que tan seguros se sienten los consumidores sobre la estabilidad de sus ingresos determinara el nivel de sus actividades de consumo y por lo tanto, sirve como uno de los principales indicadores en la evaluación y pronostico del desarrollo de la economía en general.



The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"





METODOLOGÍA

Grupo Objetivo

Panameños mayores de 18 años de edad, de ambos sexos, con ingresos familiares mensuales mayores a los \$400.

Cobertura Geográfica

Nacional, con excepción de la provincia de Darién y las Comarcas Indígenas.

Muestra

700 entrevistas telefónicas distribuidas según el peso poblacional. Con un margen de Error muestral de $\pm 3.7\%$, a un nivel de confianza del 95%.

Instrumento

Cuestionario con preguntas cerradas de aproximadamente 15 minutos de duración.

Trabajo de campo

21 al 29 de marzo de 2020
13 al 18 de junio de 2020
7 al 11 de Noviembre de 2020
10 al 16 de noviembre 2020
1 al 5 de enero 2021
1 al 8 de marzo 2021
10 al 17 de mayo 2021
19 al 27 de julio 2021
13 al 25 de noviembre 2021
4 al 21 enero 2022





Componentes del ICC

INDICE DE CONFIANZA AL CONSUMIDOR

HOGAR

PAÍS



Situación
económica del
HOGAR



Probabilidad de
AHORRO



Situación
económica del
PAÍS



Nivel del
DESEMPLEO

Ahora pensando en el futuro, usted diría que la situación económica de su hogar será durante los próximos 12 meses?

Durante los próximos 12 meses, cuán probable es que usted pueda ahorrar dinero?

Dentro de los próximos 12 meses, cómo espera que la situación económica en general del país cambie?

Y en cuánto al nivel de desempleo dentro de los próximos 12 meses, usted cree que:

Metodología del Índice de Confianza del Consumidor ICC

Es generado desde el “Consumer Confidence Index” que calcula la Universidad de Michigan en USA desde hace más de 60 años. Igualmente, el mismo existe en Europa desde hace más de 30 años con mediciones sostenidas.

La mayoría de los países a nivel internacional lo establecen como la metodología oficial para determinar la confianza de los consumidores en la economía. Como muestra presentaremos los resultados de los mas importantes paises y bloques economicos que lo utilizan.

En el anexo de este reporte, encontraran los links con la información sobre la metodología utilizada en cada país y la explicación científica que respalda el por que, este indicador es utilizado por los gobiernos y organizaciones financieras locales e internacionales para determinar validar sus pronósticos sobre el crecimiento económico a nivel de los consumidores.

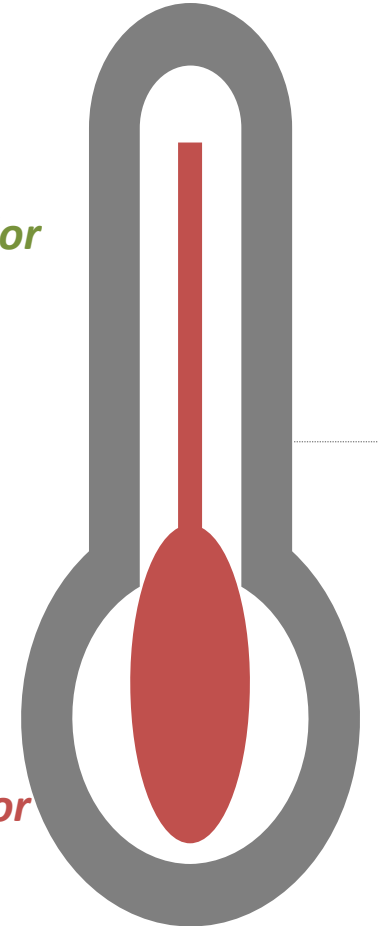
Zona de Confianza del consumidor



100



Zona de Desconfianza del consumidor

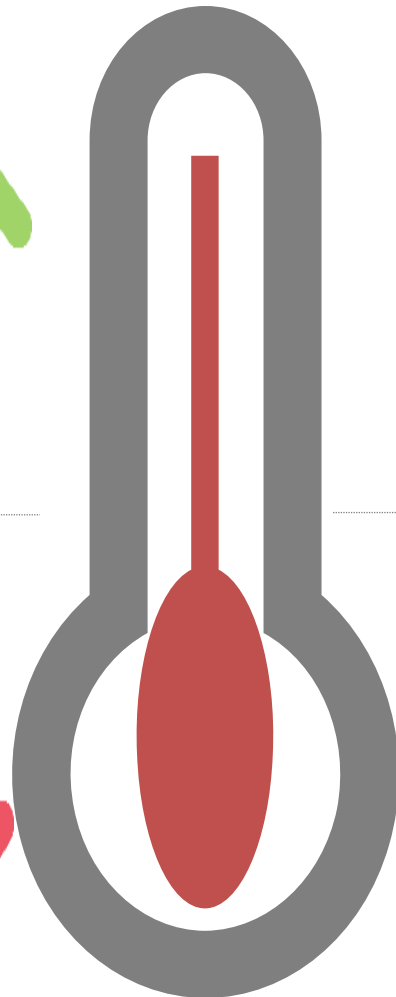


Metodología del Índice de Confianza del Consumidor ICC : es un termómetro de la confianza y/o la desconfianza de los consumidores en el devenir de sus hogares, el país, el ahorro y los puestos de trabajo

***Zona de Confianza
del consumidor***



***Zona de
Desconfianza
del consumidor***



Punto de equilibrio /
neutralidad =100 pts.

The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"



Índice de Confianza del Consumidor ICC: Disminuyó el nivel de confianza del Consumidor ante el incremento de casos por la nueva variante del virus.



Índices de Confianza del Consumidor (ICC) a nivel internacional

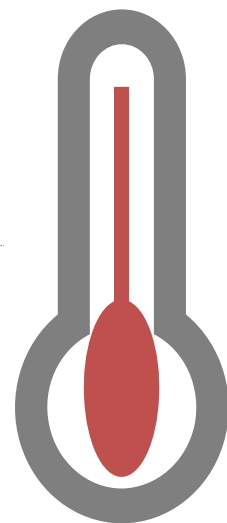
**Confianza
del consumidor**



100



**Desconfianza
del consumidor**



	Post covid 1 – marzo-abril	Post covid 2 mayo – junio	Post covid 3 Julio – Agosto	Post covid 4 Octubre - Noviembre	Post covid 5 Enero 2021	Post covid 6 Marzo 2021	Post covid 7 Mayo 2021	Post covid 8 Julio 2021	Post covid 9 sep-21	Post covid 10 Nov-21	Post covid 11 Ene-22
Panamá	77	65	95	92	98	100	105	104	104	100	85
USA	87	87	85	100	89	91	122	129	114	114	113
España	50	53	86	67	63	66	78	92	92	97	81
Francia	95	93	94	94	90	91	94	101	99	99	100
Alemania	77	81	98	97	93	87	91	100	99	98	93
Italia	101	94	101	102	102	101	102	117	120	118	118
Brasil	58	62	80	82	79	78	73	82	75	74	74
Unión europea	77	81	85	85	86	86	92	96	96	93	92
COREA DEL SUR	71	78	88	92	90	97	102	103	104	108	104

Mediciones tomadas entre los meses de Marzo a Enero 2021

Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

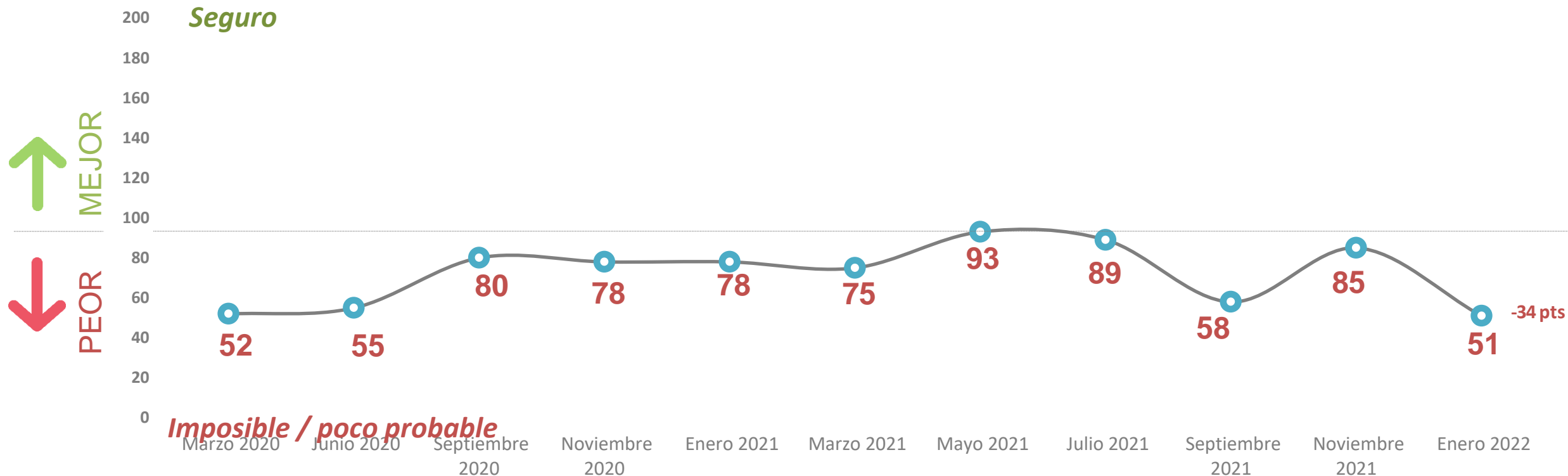
The Marketing Group



"Integridad en todo lo que hacemos"

Probabilidad de ahorrar dinero

en los próximos 12 meses: *DISMINUYÓ EN NIVELES DE DESCONFIANZA (IMPOSIBLE / POCO PROBABLE)*



Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

Durante los próximos 12 meses, cuán probable es que usted pueda **ahorrar dinero**?
(Seguro / Probable / Poco probable / Imposible)

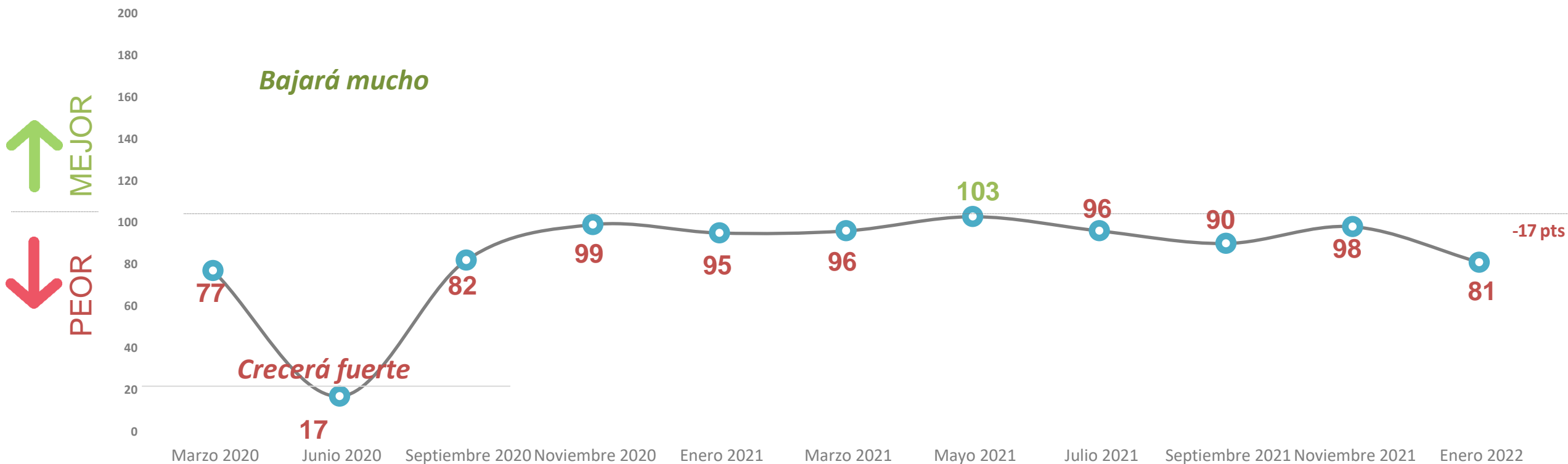
The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"



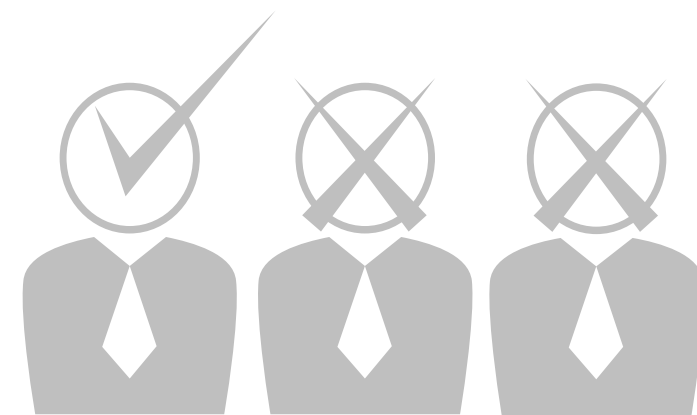
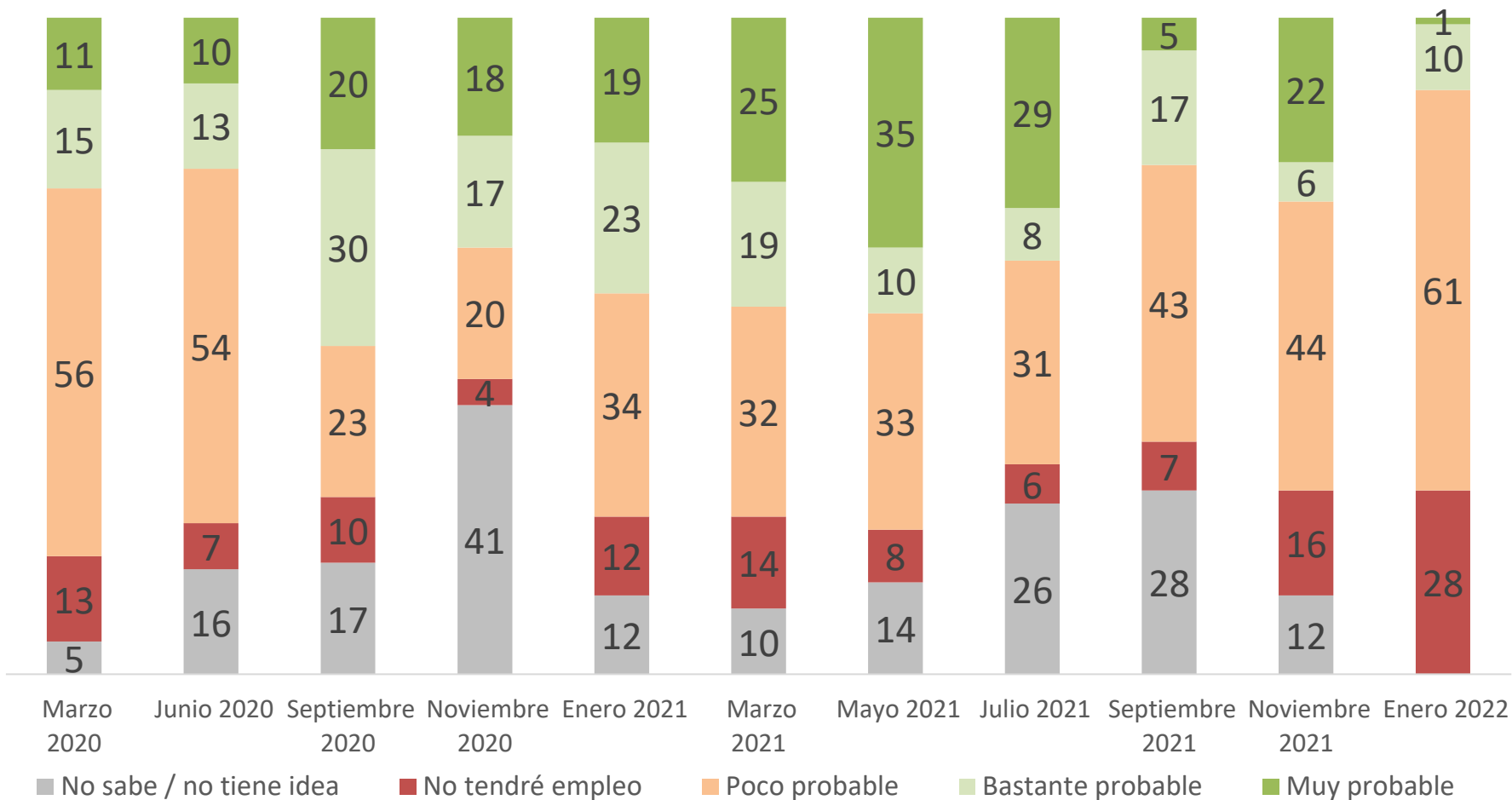
Nivel de desempleo

en los próximos 12 meses: DISMINUYÓ LOS NIVELES DE CONFIANZA



Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)
En cuánto al **nivel de desempleo** dentro de los próximos 12 meses, usted cree que:
(Bajaré mucho / Bajaré un poco / Será igual / Crecerá un poco / Crecerá fuerte)

Empleo en los próximos 6 meses: NO TENDRÁN EMPLEO O SERÁ POCO PROBABLE OBTENERLO



Base: total entrevistados (n=700 por medición)

Viendo la situación actual, ¿qué tan probable es que usted tenga empleo en los próximo 6 meses?

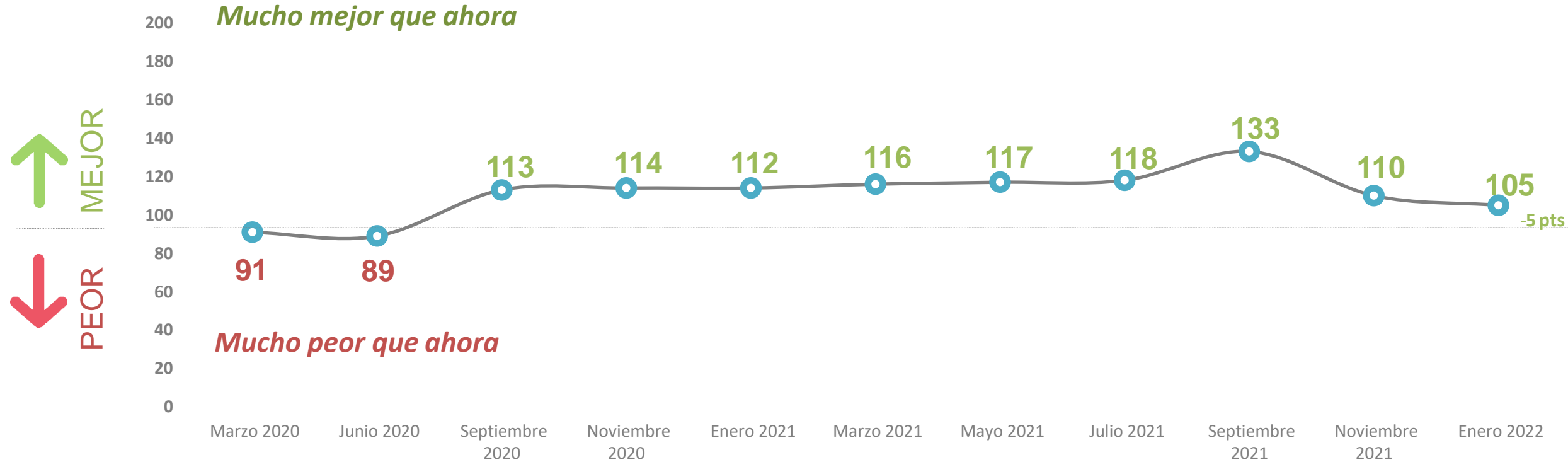
The Marketing Group



"Integridad en todo lo que hacemos"

Situación del hogar en los próximos 12 meses

meSES: DISMINUYEN LA CONFIANZA EN EL HOGAR

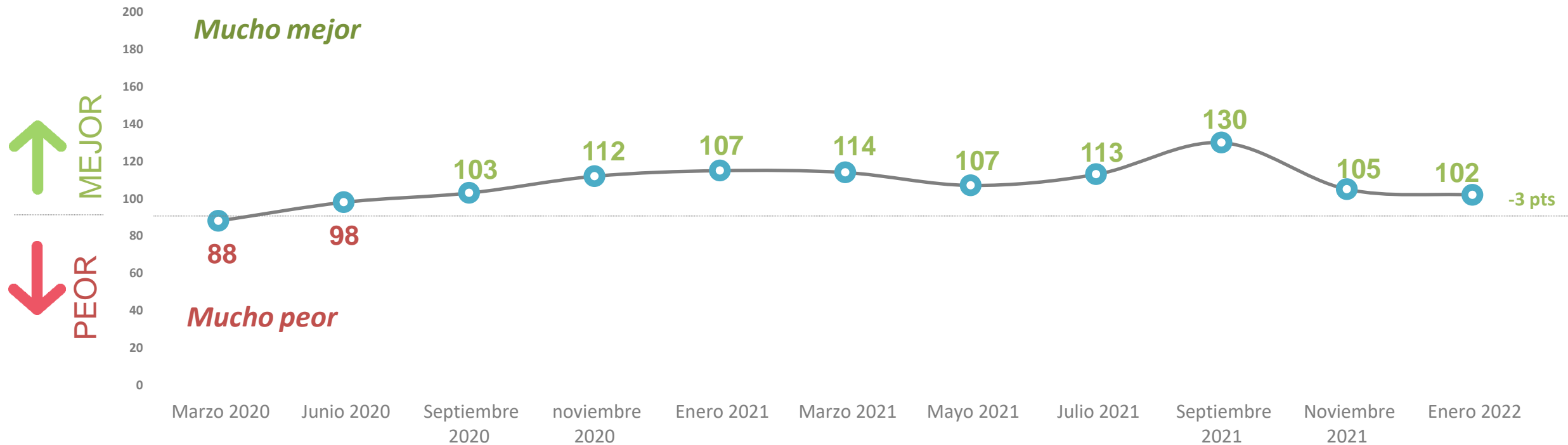


Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

Ahora pensando en el futuro, usted diría que la **situación económica de su hogar** será durante los próximos 12 meses?

(Mucho mejor que ahora / Un poco mejor / La misma / Un poco peor que ahora / Mucho peor que ahora)

Situación económica del país en los próximos 12 meses: DISMINUYEN LOS NIVELES DE CONFIANZA



The Marketing Group
 "Integridad en todo lo que hacemos"



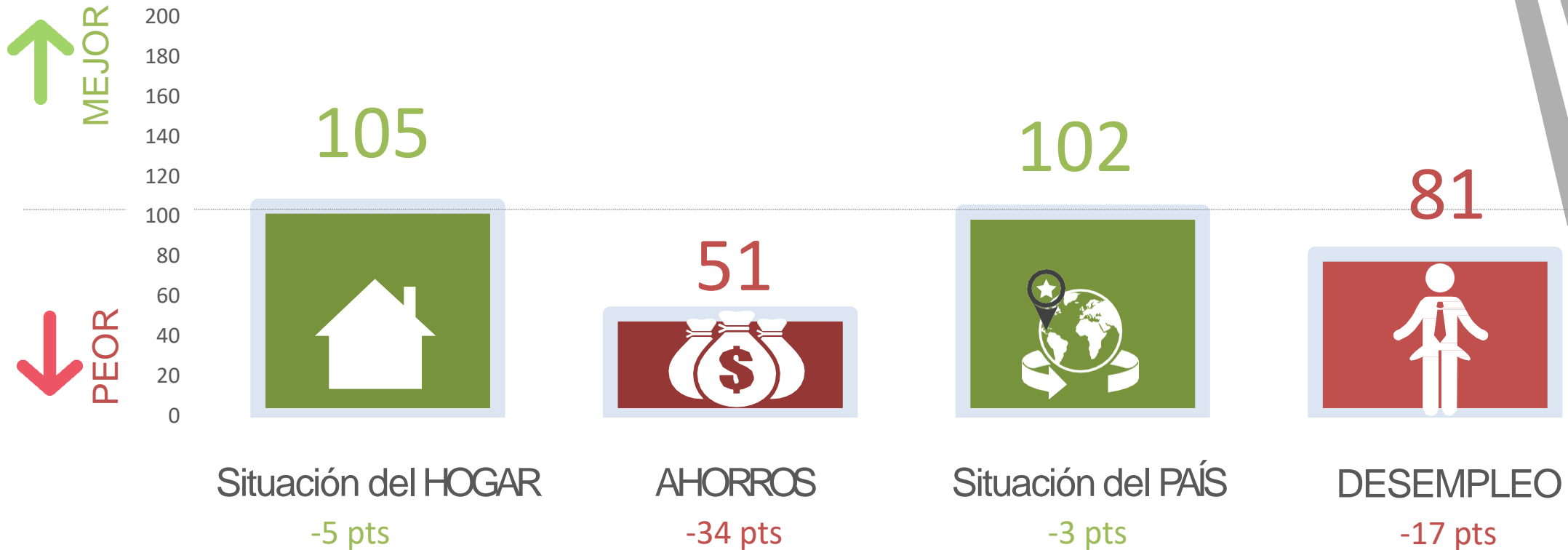
Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

Dentro de los próximos 12 meses, cómo espera que la situación económica en general del país cambie?
 (Mucho mejor / Un poco mejor / Igual / Un poco peor / Mucho peor)

INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

HOGAR

PAÍS



Anexos

Estados Unidos	https://www.mql5.com/es/economic-calendar/united-states/consumer-confidence-index
España	http://www.cis.es/cis/opencms/ES/13_Indicadores/Indicadores/ICC/index.jsp
Francia	https://mx.investing.com/economic-calendar/french-consumer-confidence-519
Alemania	https://es.investing.com/economic-calendar/gfk-german-consumer-climate-359
Italia	https://es.investing.com/economic-calendar/italian-consumer-confidence-525
Brasil	https://es.investing.com/economic-calendar/fgv-consumer-confidence-860
Unión europea	https://es.investing.com/economic-calendar/consumer-confidence-49
COREA DEL SUR	https://es.investing.com/economic-calendar/south-korean-consumer-confidence-468

Viendo la situación actual, ¿qué tan probable es que usted tenga empleo en los próximos 6 meses?

The Marketing Group
"Integridad en todo lo que hacemos"



Gracias

Domingo Enrique Barrios W.
Presidente & Gerente General
Tel. 302 3000
Cel. 64307027
E Mail: debw@marketinggroup.com.pa

