

CONFERENCIA DE PRENSA ICC – ENERO 2023



The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"



TMG

The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"



ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

MEDICIÓN ENERO 2023



Domingo E. Barrios W.
Presidente
BBA University of Texas at Austin
Executive MBM Harvard Business School

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, determinará el nivel de sus actividades de consumo y por lo tanto, sirve como uno de los principales indicadores en la evaluación y pronóstico del desarrollo de la economía en general.



Metodología

Grupo Objetivo

Panameños mayores de 18 años de edad, de ambos géneros, con ingresos familiares mensuales mayores a los \$400.00

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

1 al 14 de marzo de 2022
1 al 20 de mayo de 2022
4 al 13 de julio 2022
21 de septiembre al 8 de octubre 2022
1 al 21 de noviembre 2022
9 al 23 de enero 2023

Componentes del ICC

➤ Índice de confianza al consumidor



The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"



HOGAR

Situación económica del HOGAR

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

Probabilidad de AHORRO

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



PAÍS

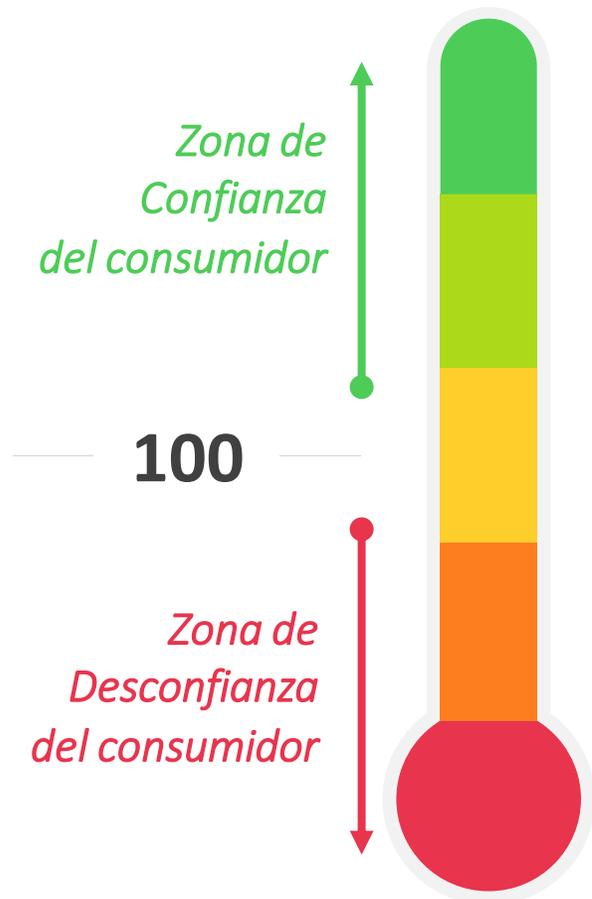
Situación económica del PAÍS

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

Nivel del DESEMPLEO

Y en cuánto al nivel de desempleo dentro de los próximos 12 meses, usted cree que: Bajará mucho / Bajará un poco / Será igual / Crecerá un poco / Crecerá fuerte)

Metodología del Índice de Confianza del Consumidor: ICC



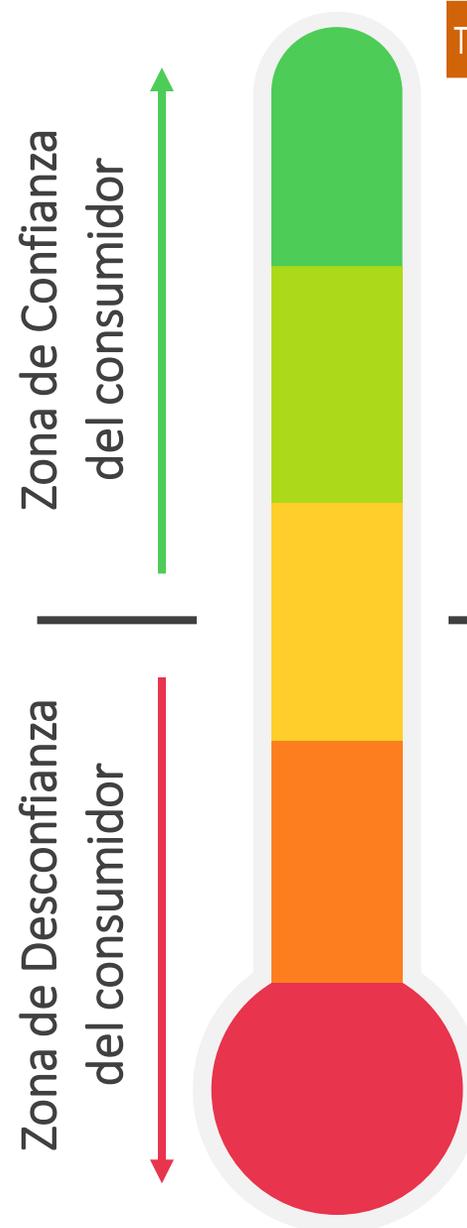
Es generado desde el “Consumer Confidence Index” que calcula la Universidad de Michigan en USA desde hace más de 70 años. Igualmente, el mismo existe en Europa desde hace más de 40 años con mediciones sostenidas.

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 más importantes países y bloques económicos que lo utilizan.

En el anexo de este reporte, encontrarán los links con la información sobre la metodología utilizada en cada país y la explicación científica que respalda el porqué, 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.

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

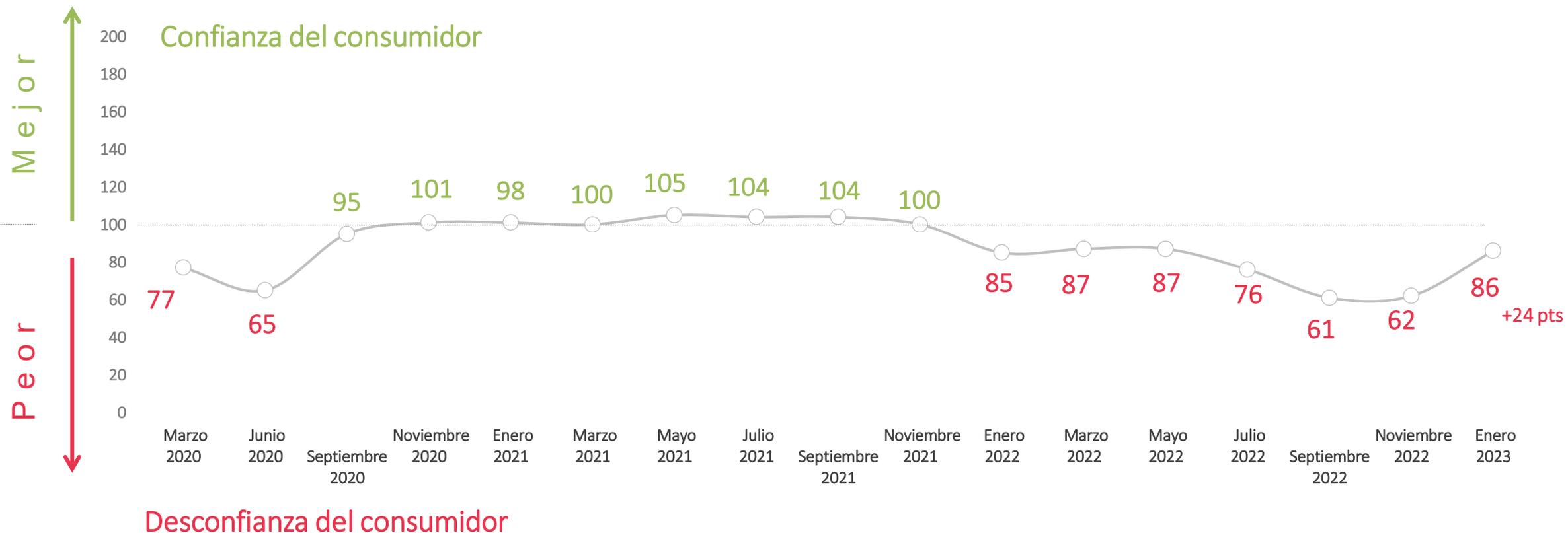


Punto de equilibrio / neutralidad = 100 pts.

Índice de Confianza del Consumidor ICC



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



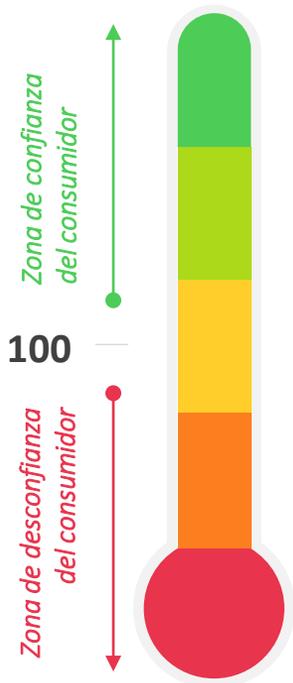
Índices de Confianza del Consumidor (ICC)



A NIVEL INTERNACIONAL

Mediciones tomadas entre los meses de Marzo 2020 a Noviembre 2022

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

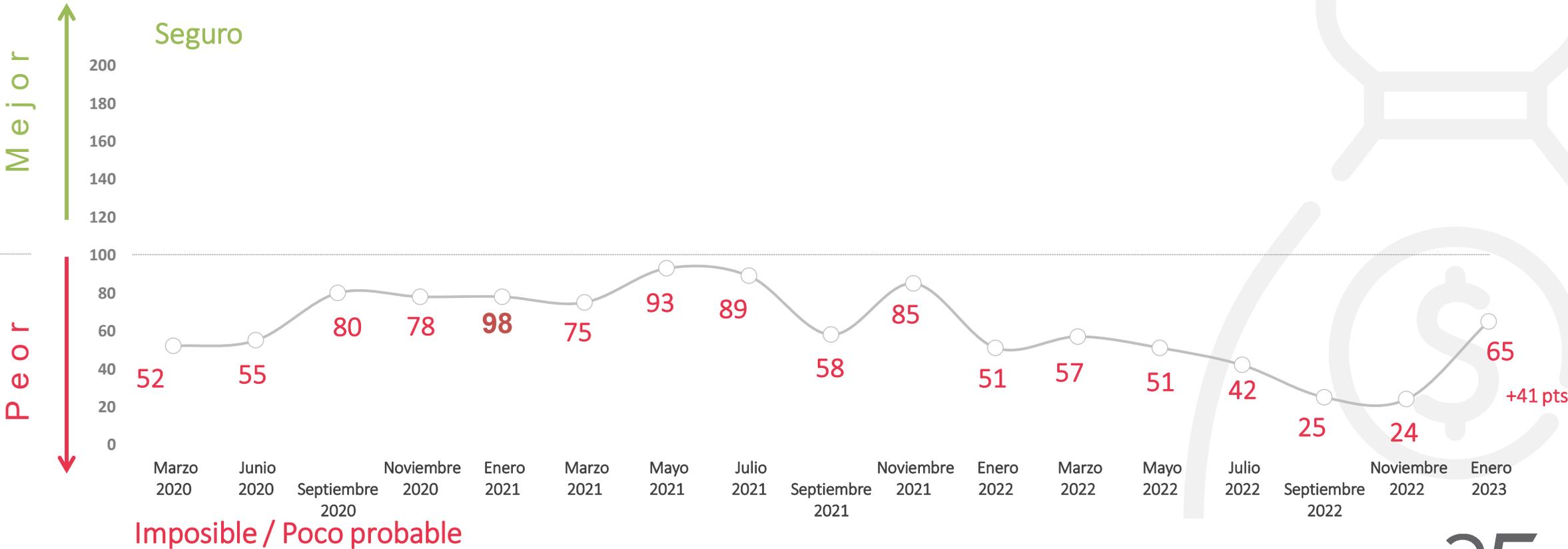


	Post covid 1 MARZO - ABRIL	Post covid 2 MAYO - JUNIO	Post covid 3 JULIO - AGOSTO	Post covid 4 OCTUBRE - NOVIEMBRE	Post covid 5 ENERO 2021	Post covid 6 MARZO 2021	Post covid 7 MAYO 2021	Post covid 8 JULIO 2021	Post covid 9 SEP-21	Post covid 10 NOV-21	Post covid 11 ENE-22	Post covid 12 MAR-22	Post covid 13 MAY-22	Post covid 14 JUL-22	Post covid 15 SEP-22	Post covid 16 NOV-22	Post covid 17 ENE-23
Panamá	77	65	95	92	98	100	105	104	104	100	85	87	87	76	61	62	86
Usa	87	87	85	100	89	91	122	129	114	114	113	111	107	102	108	103	107
España	50	53	86	67	63	66	78	92	92	97	81	90	75	92	56	55	73
Francia	95	93	94	94	90	91	94	101	99	99	100	98	88	80	79	82	80
Alemania	77	81	98	97	93	87	91	100	99	98	93	92	74	69	58	59	66
Italia	101	94	101	102	102	101	102	117	120	118	118	112	100	95	95	90	100
Brasil	58	62	80	82	79	78	73	82	75	74	74	77	79	80	89	89	86
Unión Europea	77	81	85	85	86	86	92	96	96	93	92	91	79	73	71	76	79
Corea del sur	71	78	88	92	90	97	102	103	104	108	104	103	102	86	91	87	91

Probabilidad de ahorrar dinero en los próximos 12 meses



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



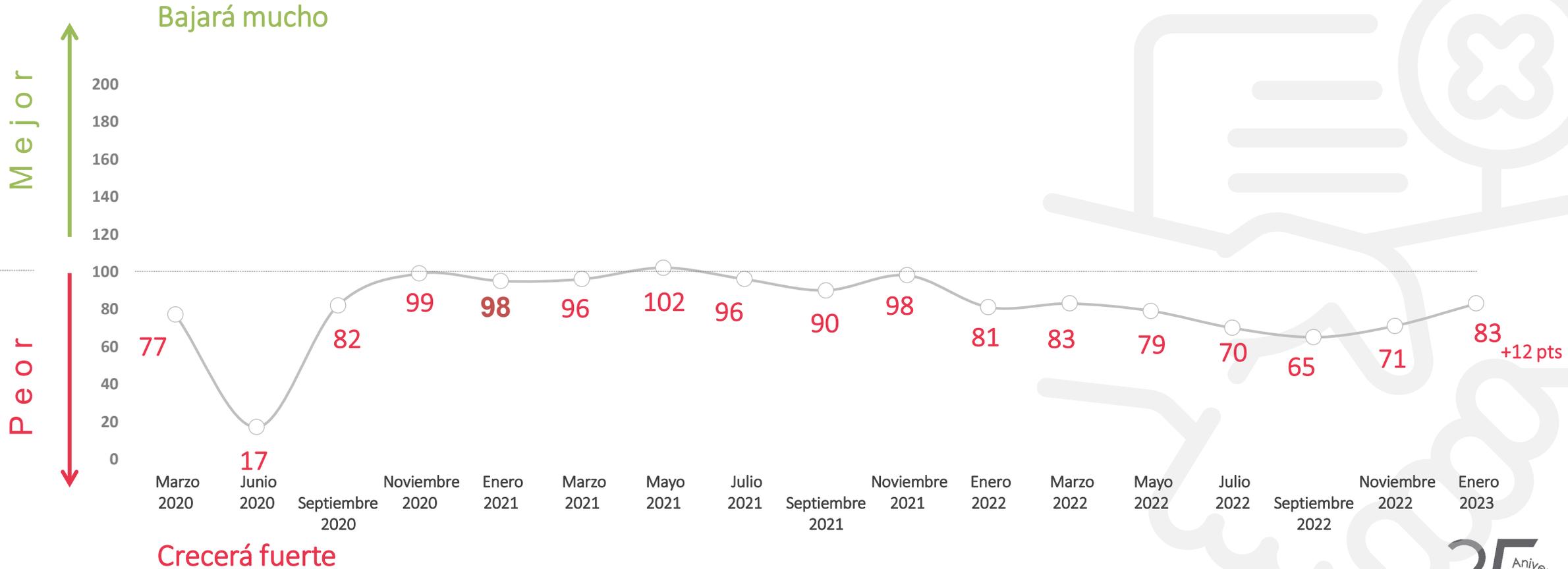
Durante los próximos 12 meses, cuán probable es que usted pueda **ahorrar dinero**? (Seguro / Probable / Poco probable / Imposible)

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

Nivel de desempleo en los próximos 12 meses

Los niveles de desconfianza de desempleo continúan

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

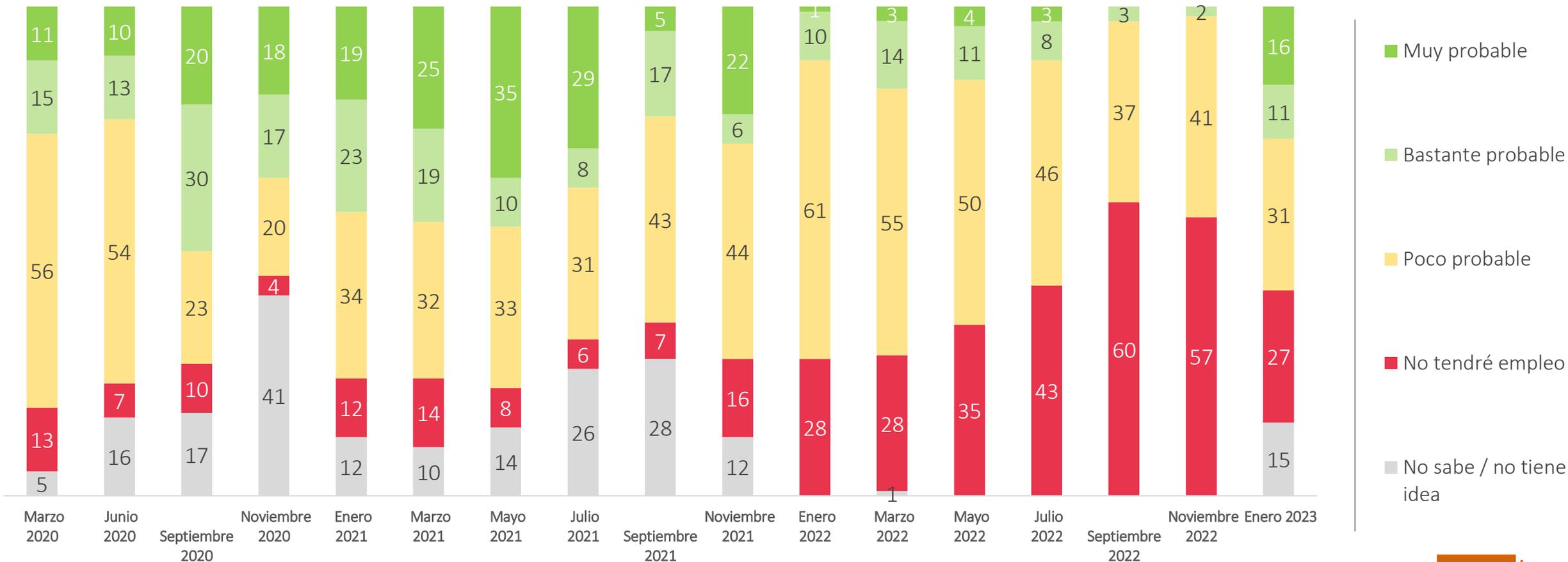


En cuánto al nivel de desempleo dentro de los próximos 12 meses, usted cree que: Bajará mucho / Bajará un poco / Será igual / Crecerá un poco / Crecerá fuerte)

Empleo en los próximos 6 meses

58% no tendrá empleo o considera que será poco probable obtenerlo

Base: Total entrevistados (n=700 por medición)
 Datos en %



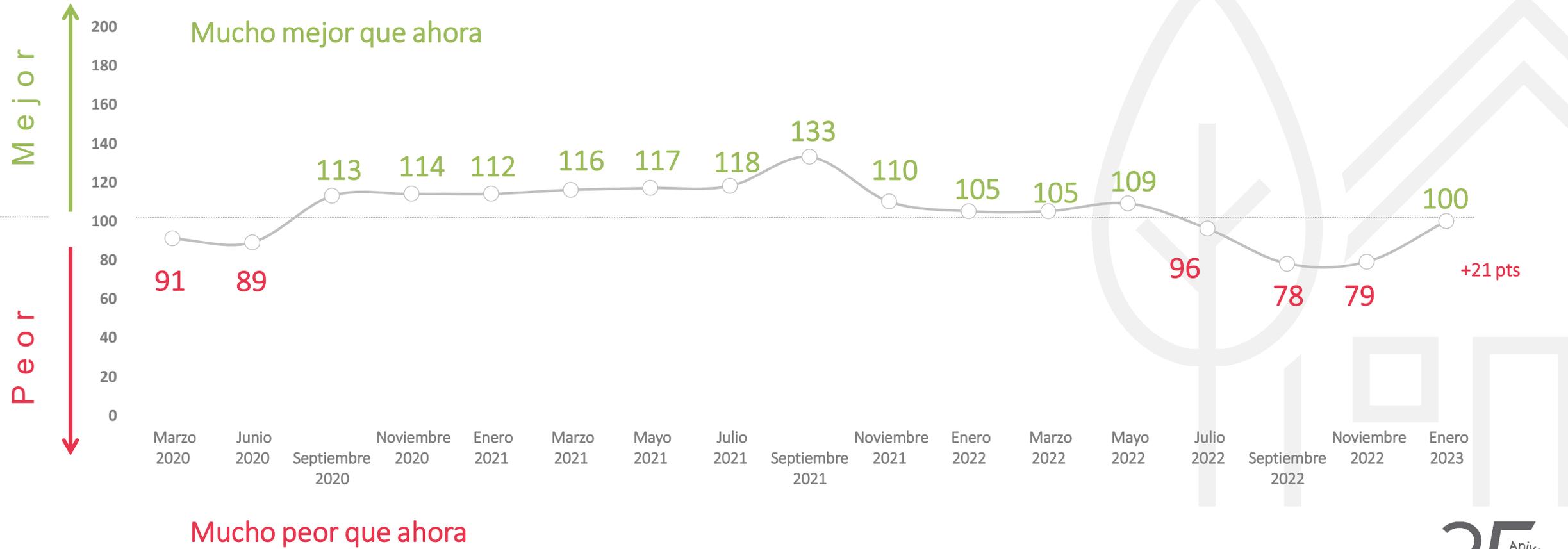
Viendo la situación actual, ¿qué tan probable es que usted tenga empleo en los próximo 6 meses?

Situación económica del hogar en los próximos 12 meses



Aumentó la confianza en el futuro económico del 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)

The Marketing Group

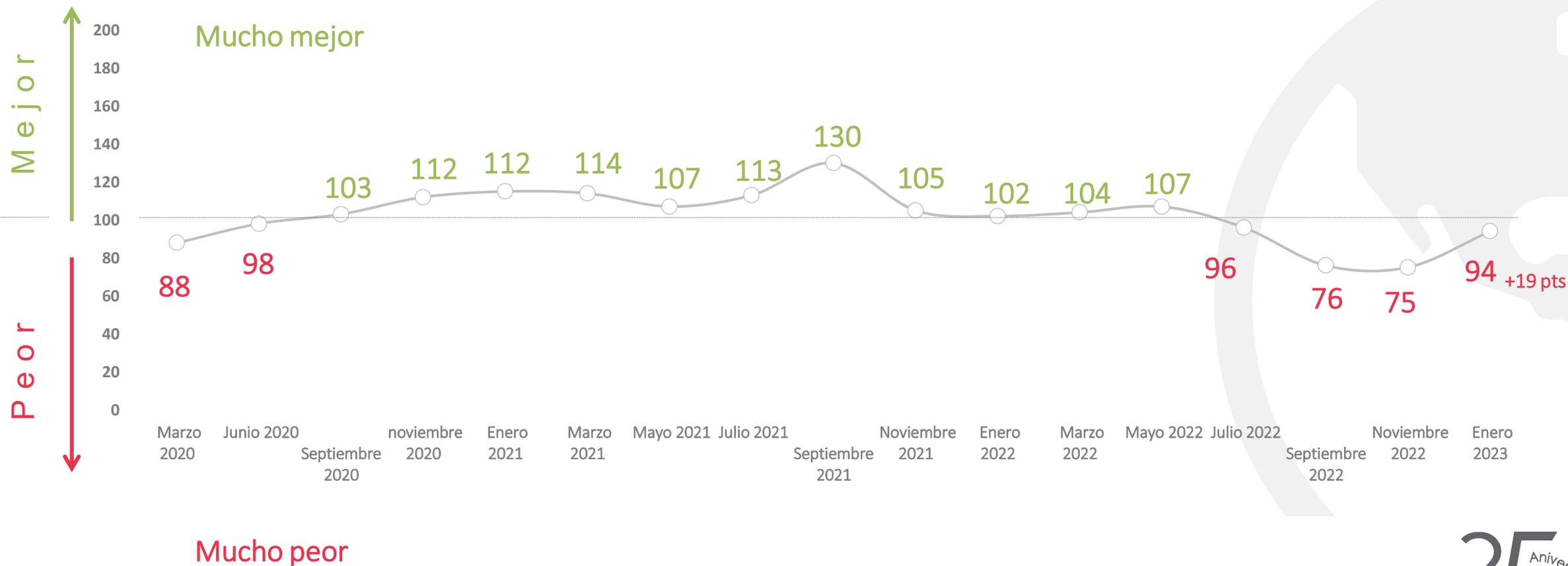
"Integridad en todo lo que hacemos"

25 Aniversario 1997-2022

Situación económica del país en los próximos 12 meses



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



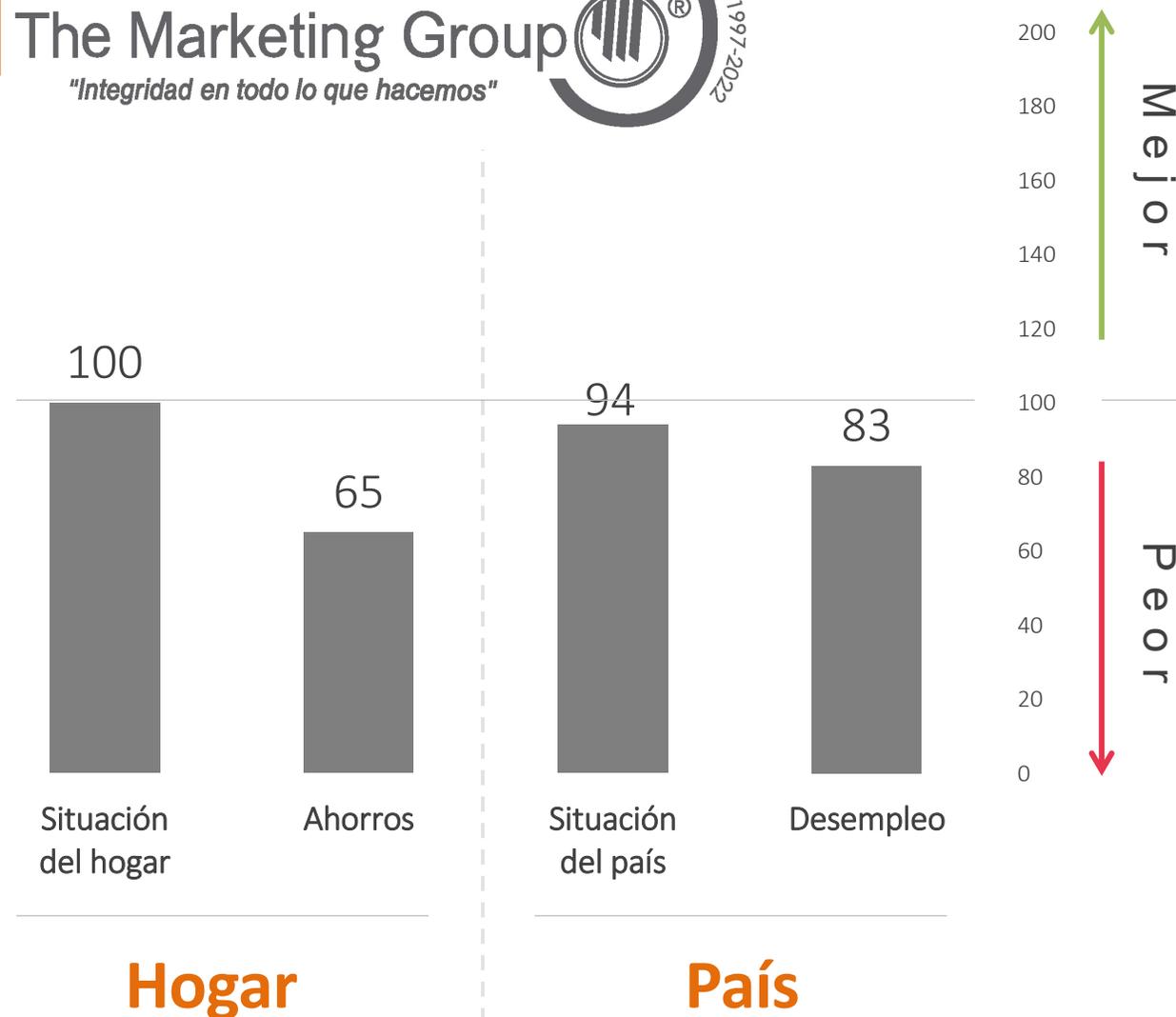
Dentro de los próximos 12 meses, cómo espera que la situación económica en general del país cambie?
(Mucho mejor / Un poco mejor / Igual / Un poco peor / Mucho peor)

Índice de confianza del consumidor



The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"





<https://www.mql5.com/es/economic-calendar/united-states/consumer-confidence-index>



http://www.cis.es/cis/opencms/ES/13_Indicadores/Indicadores/ICC/index.jsp



<https://mx.investing.com/economic-calendar/french-consumer-confidence-519>



<https://es.investing.com/economic-calendar/gfk-german-consumer-climate-359>



<https://es.investing.com/economic-calendar/italian-consumer-confidence-525>



<https://es.investing.com/economic-calendar/fgv-consumer-confidence-860>



<https://es.investing.com/economic-calendar/consumer-confidence-49>



<https://es.investing.com/economic-calendar/south-korean-consumer-confidence-468>



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

Anexos



TMG The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"



Domingo E. Barrios W.

PRESIDENTE

@ DOMINGO.BARRIOS@MARKETINGGROUP.COM.PA



TMG
MARKETING
GROUP



Panamá

EDIFICIO CENTURY TOWER, PISO 12, OFICINA 1220



+507 302.3000



+507 302.3033



+507 6430.7027



Miami

940 HOLLYWOOD BOULEVARD, HOLLYWOOD
FLORIDA 33019 U.S.A.



+1 954 993 2685

www.marketinggroup.com.pa

TMG



The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"

