

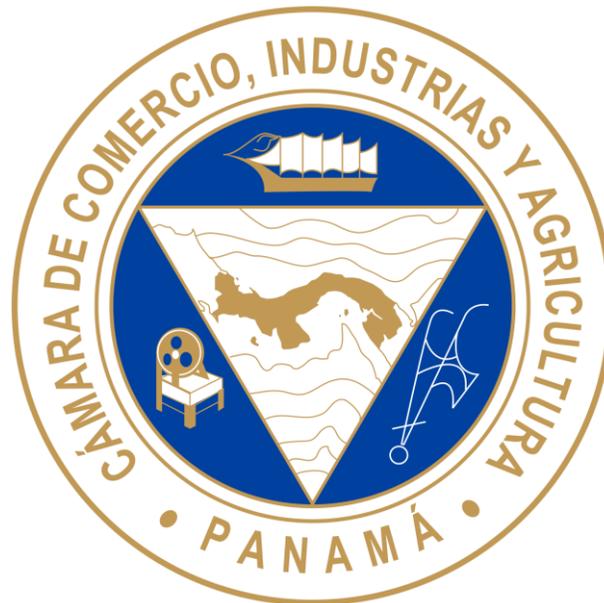
# CONFERENCIA DE PRENSA ICC

Enero 2025



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 2025



Maria Alejandra Cuéllar G  
CEO – Gerente General  
The Marketing Group

# 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 \$400.00

## Cobertura Geográfica

A nivel nacional

## 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 10 minutos de duración.

## Trabajo de campo

11 al 16 de Enero 2024  
4 al 11 de Abril 2024  
9 al 12 de Julio 2024  
12 al 19 de Septiembre 2024  
18 al 22 de Noviembre 2024  
13 al 20 de Enero 2025

# Componentes del ICC

## ➤ Índice de confianza al consumidor



## 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

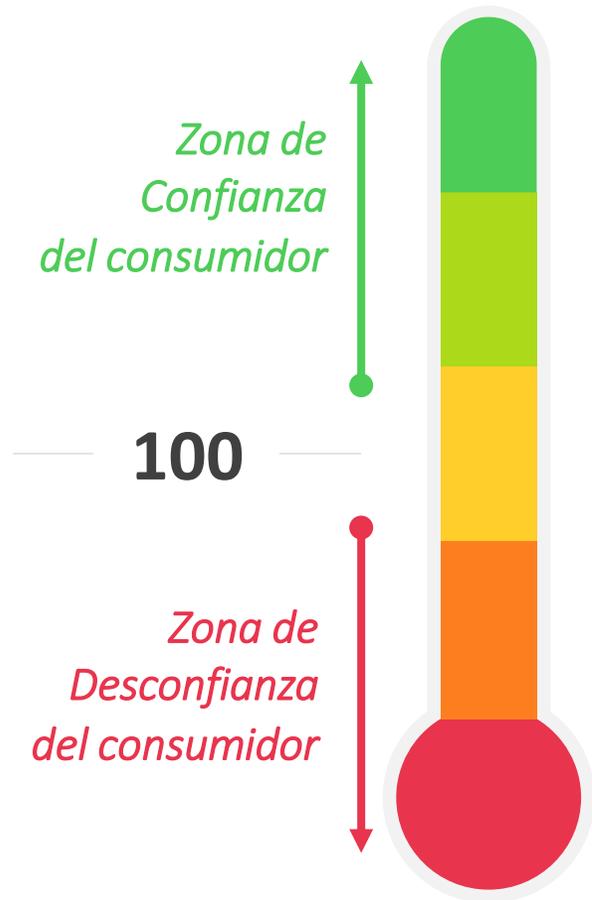
### Situación económica del PAÍS

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

### Nivel del DESEMPLEO

*Y en cuanto 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



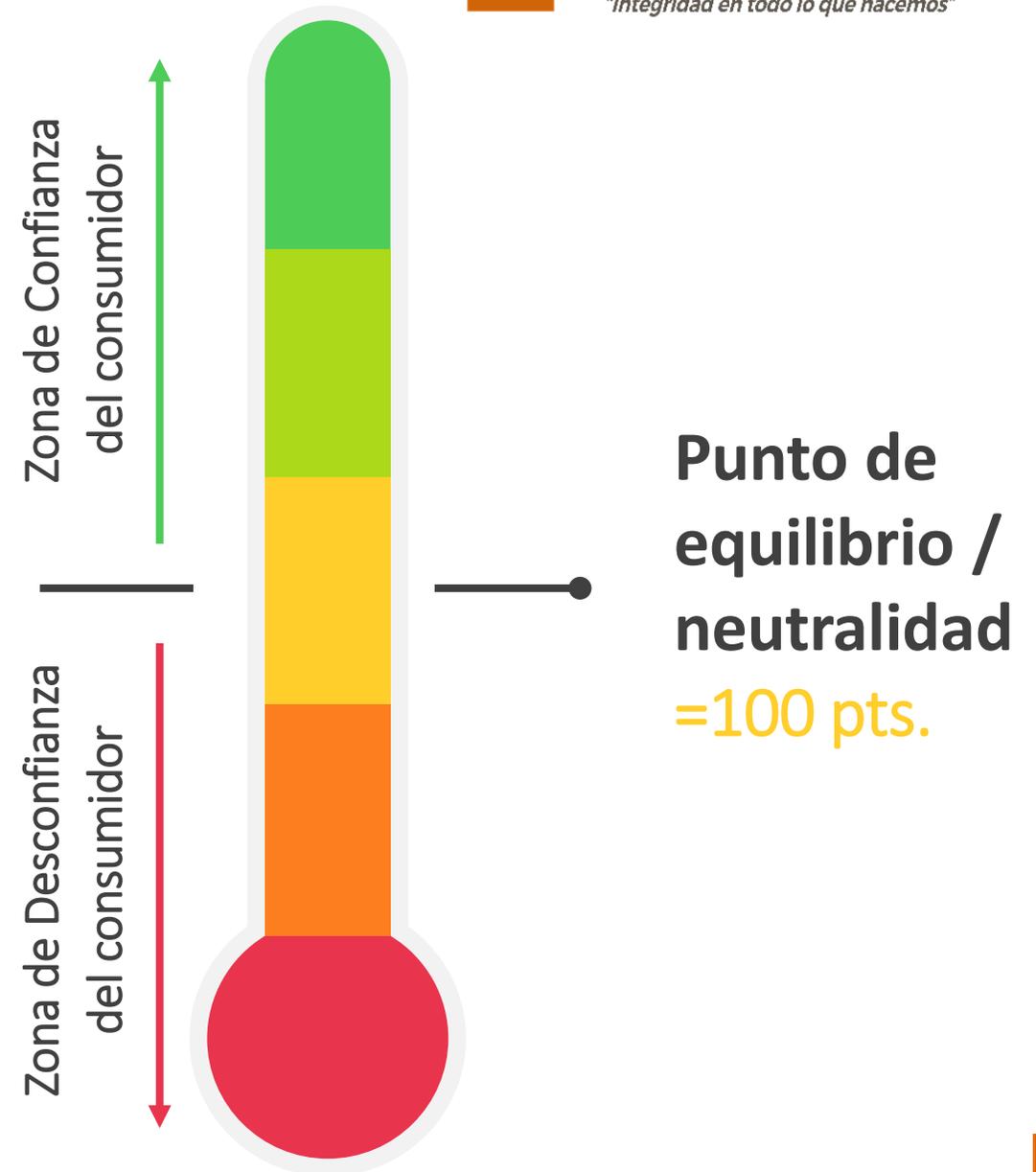
Es generado desde el "Consumer Confidence Index" que calcula la Universidad de Michigan en USA desde hace más de 70 años. Igualmente, el mismo existe en Europa desde hace más de 40 años con mediciones sostenidas.

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.

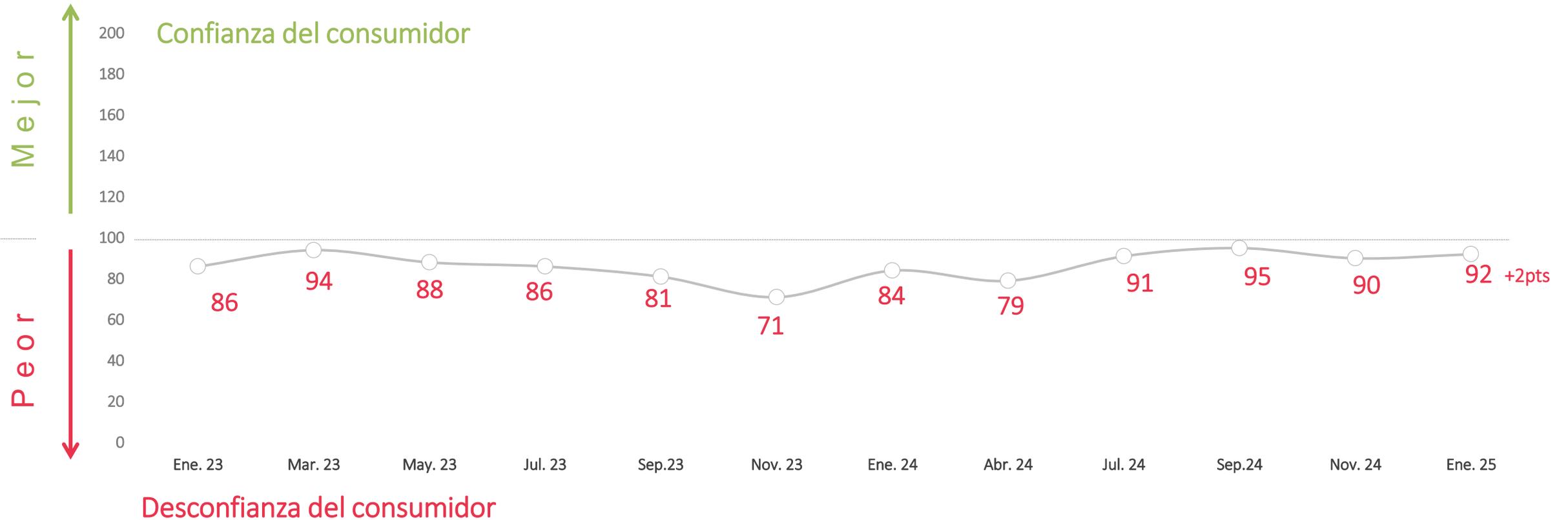
# Metodología del Índice de Confianza del Consumidor – ICC

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



# Índice de Confianza del Consumidor ICC

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

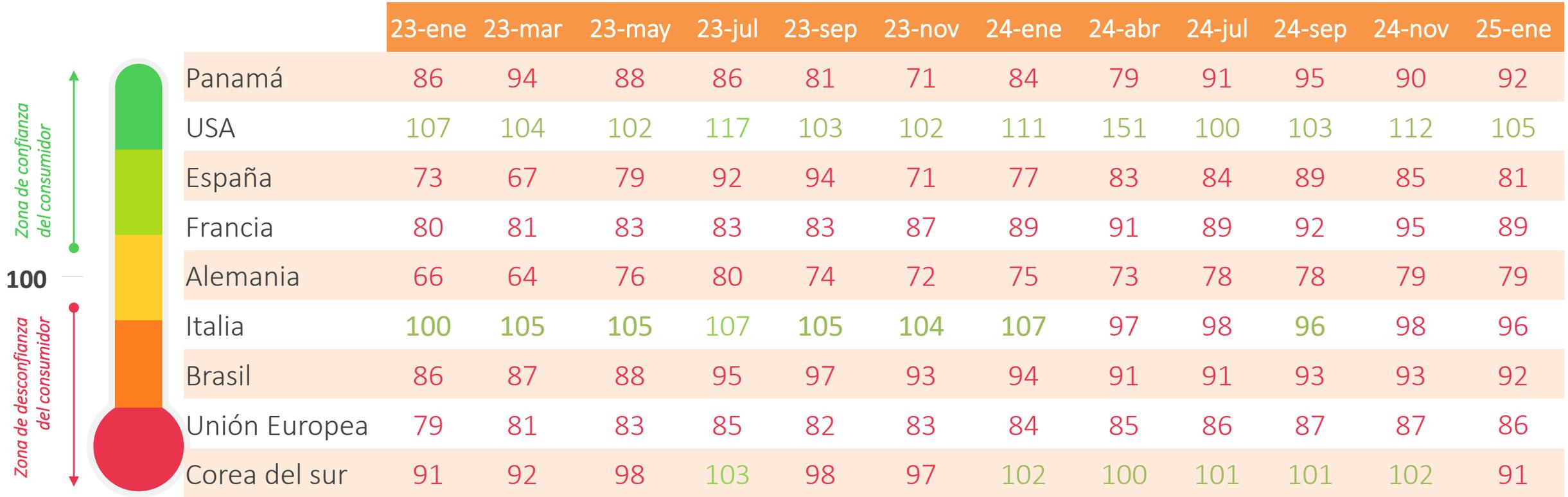


# Índices de Confianza del Consumidor (ICC)



## A NIVEL INTERNACIONAL

Mediciones tomadas entre los meses de Enero 2023 a Enero 2025  
 Datos en índices / Base: Total entrevistados (n=700 por medición)

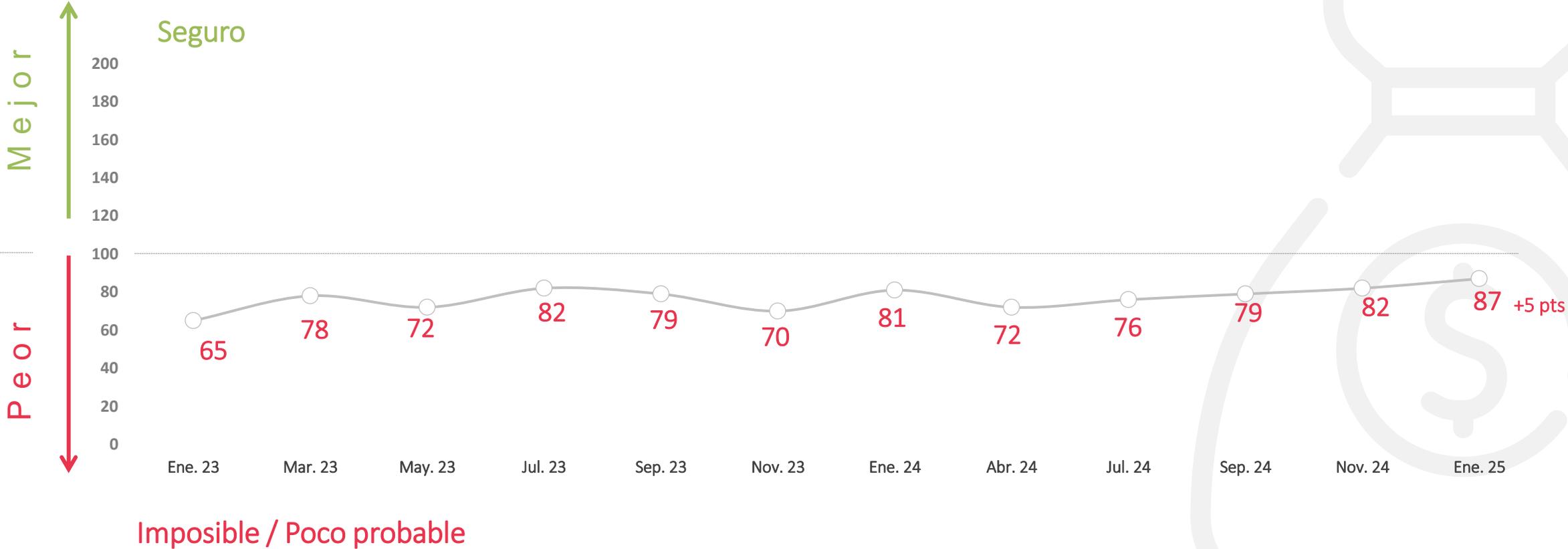


# Probabilidad de ahorrar dinero en los próximos 12 meses



Continúa baja la probabilidad de ahorrar dinero en el futuro

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



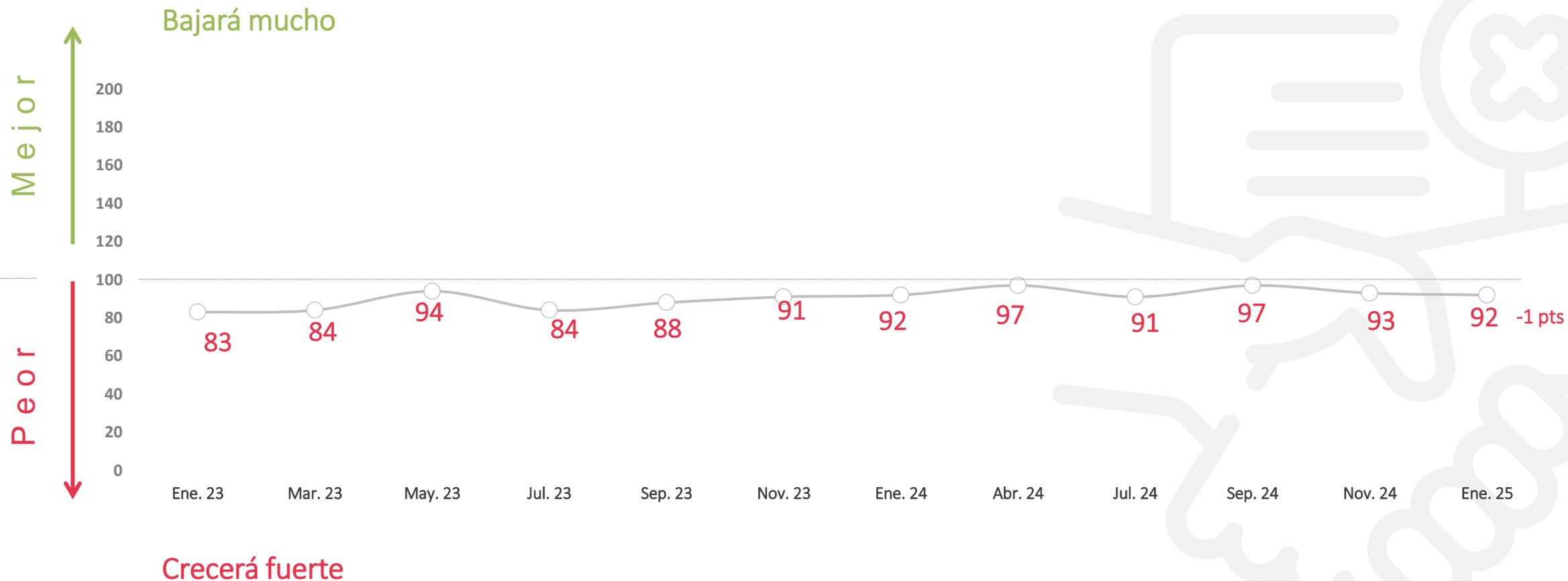
¿Durante los próximos 12 meses, cuán probable es que usted pueda ahorrar dinero? (Seguro / Probable / Poco probable / Imposible)

# Nivel de desempleo en los próximos 12 meses



Los niveles de desconfianza de desempleo continúan

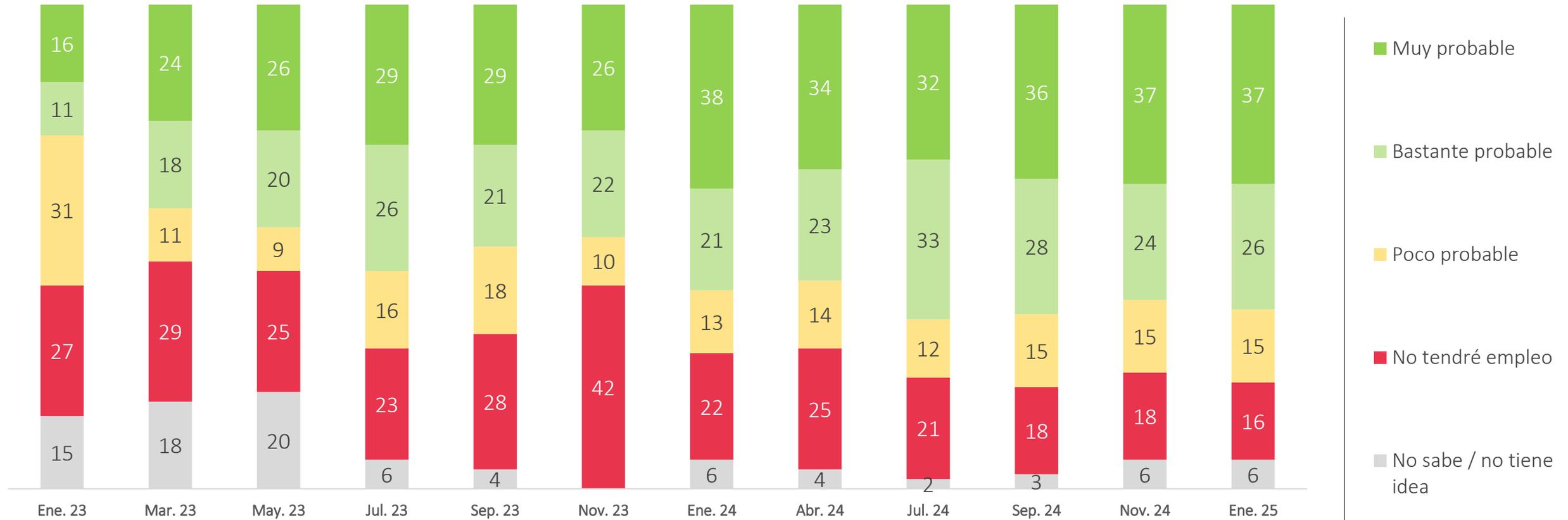
Datos en índices / Base: Total entrevistados (n=700 por medición)



# Empleo en los próximos 6 meses

El 63% de los encuestados muestran alta probabilidad de conseguir empleo en los próximos 6 meses

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

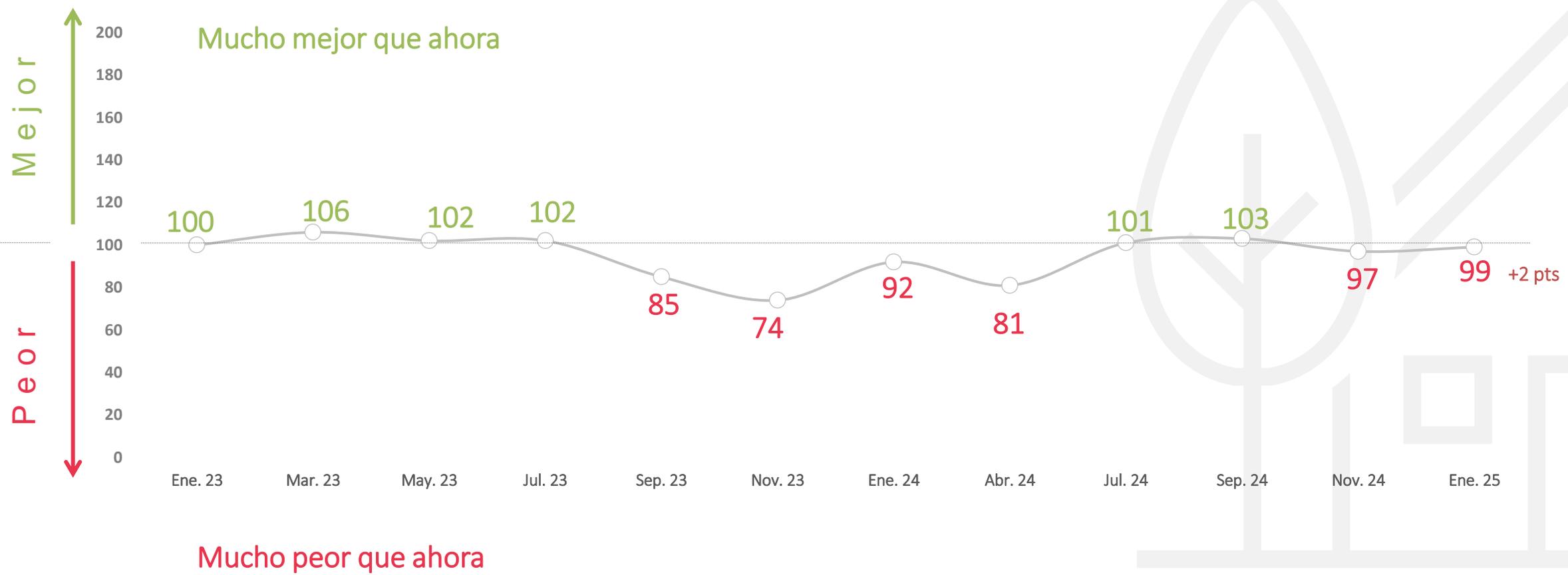


Viendo la situación actual, ¿qué tan probable es que usted tenga empleo en los próximo 6 meses?

# Situación económica del hogar en los próximos 12 meses

Se mantiene la desconfianza en el futuro económico del hogar

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

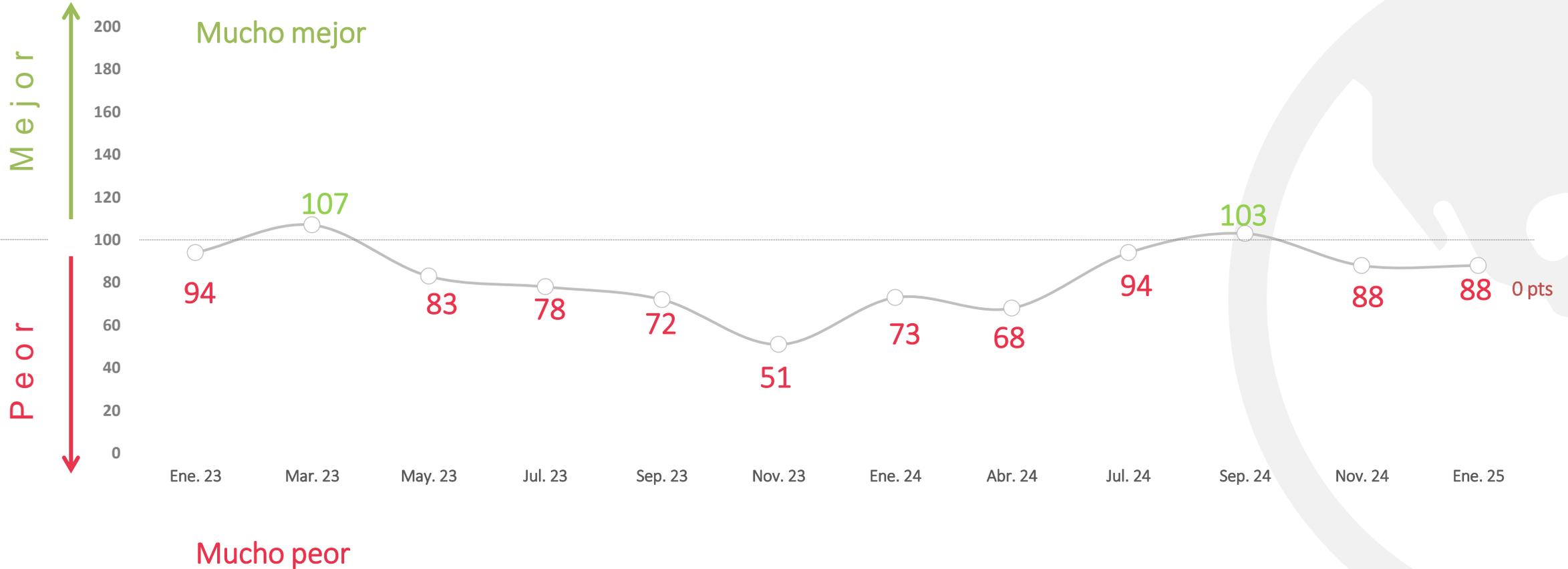


Ahora pensando en el futuro, usted diría que la situación económica de su hogar será durante los próximos 12 meses?  
 (Mucho mejor que ahora / Un poco mejor / La misma / Un poco peor que ahora / Mucho peor que ahora)

# Situación económica del país en los próximos 12 meses

Se mantiene la desconfianza en la situación económica del país

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)

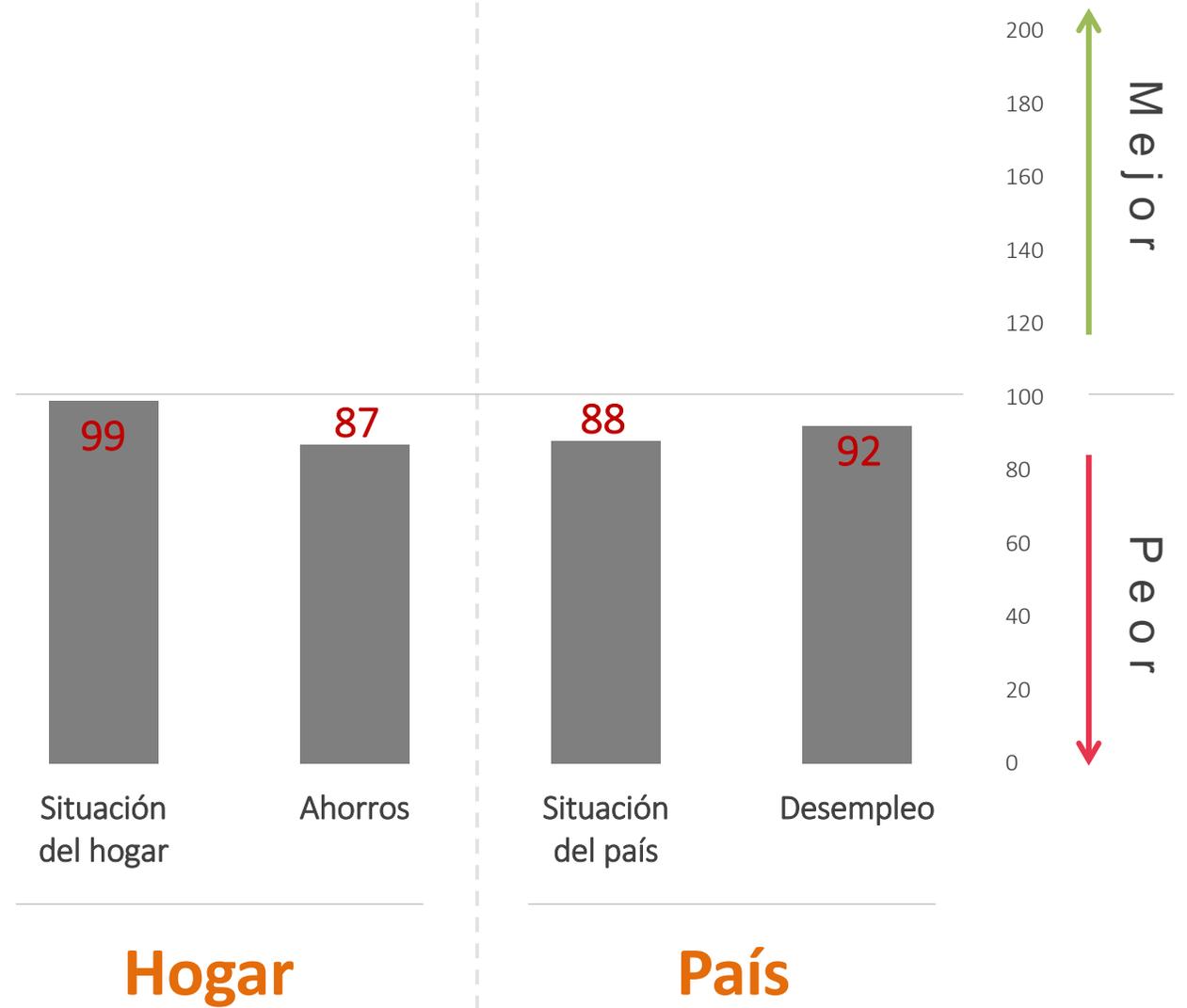
# Índice de confianza del consumidor

# 92

Enero 2025

+ 2 vs Nov 24

TMG





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



<https://es.investing.com/economic-calendar/spanish-consumer-confidence-558>



<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>



The Marketing Group   
"Integridad en todo lo que hacemos"

# Anexos



TMG

The Marketing Group



*"Integridad en todo lo que hacemos"*

Ma. Alejandra Cuéllar G

CEO – Gerente General

@ALEJANDRA.CUELLAR@MARKETINGGROUP.COM.PA



TMG  
MARKETING  
GROUP



Panamá

EDIFICIO CENTURY TOWER, PISO 12, OFICINA 1220



+507 302.3000



+507 302.3033



+507 62067823



Miami

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



+1 954 993 2685

[www.marketinggroup.com.pa](http://www.marketinggroup.com.pa)

TMG



The Marketing Group



info@marketinggroup.com.pa



TMGroupSa

# ¡MUCHAS GRACIAS!