

The Marketing Group

"Integridad en todo lo que hacemos"

iGeoPoll

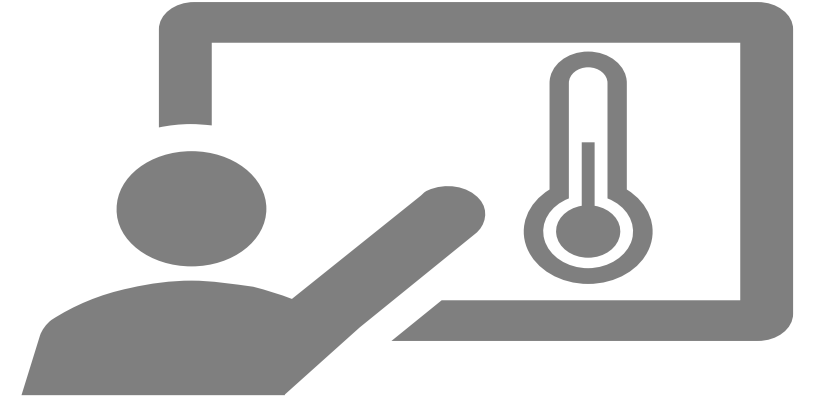
Índice de Confianza del Consumidor

Medición Junio 2020



Índice de confianza al 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.





MARCO MUESTRAL

Grupo Objetivo

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

Cobertura Geográfica

Nacional, con excepción de Darién y Comarcas Indígenas.

Muestra

700 entrevistas telefónicas distribuidas según el peso poblacional. Con un margen de error muestral de $\pm 3.70\%$ y 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



Metodología del Índice de confianza del consumidor ICC

Es generada desde el “Consumer Confidence Index” que calcula la Universidad de Michigan en USA, desde hace más de 60 años. Existe en Europa desde hace más de 30 años. La mayoría de los países a nivel internacional la establecen como la metodología oficial para determinar la confianza de los consumidores en la economía.

Como muestra presentaremos los resultados de algunos de los mas importantes países que la utilizan, siendo esta la misma metodología que Panamá ha utilizado desde el año 2007 ejecutada por la CCIAP y THE MARKETING GROUP entre otros aliados, siendo por ende, la unica disponible comparable a los resultados previos de Panama publicados durante mas de 12 años por la CCIAP y los unicos comparables con estos países a nivel internacional en la actualidad.

En el anexo al final 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 validado por todos los gobiernos y organizaciones económicas y financieras que lo utilizan para sus pronósticos del crecimiento económico al nivel de los consumidores.

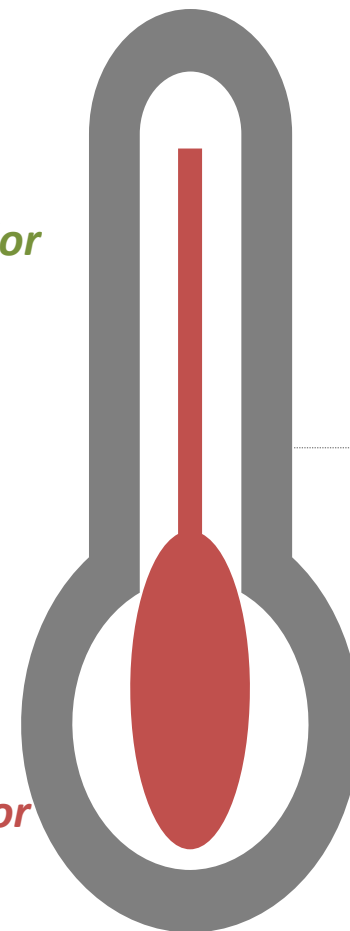
*Zona de
Confianza
del consumidor*



100



*Zona de
Desconfianza
del consumidor*

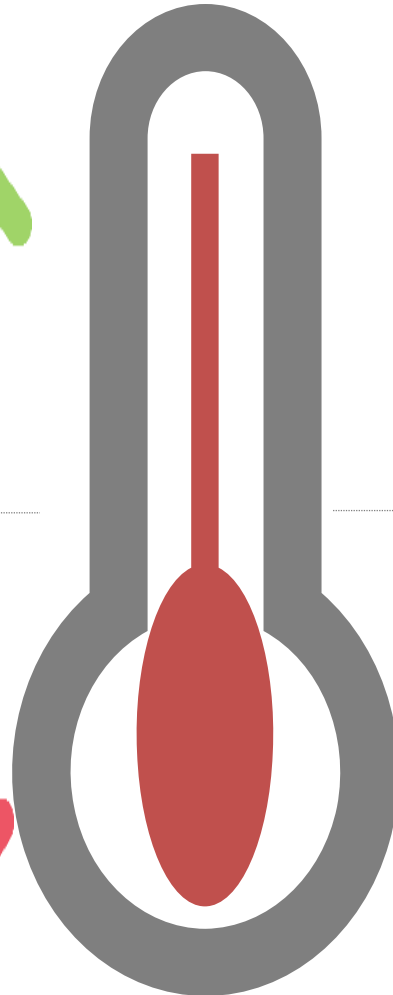


Metodología del Índice de Confianza del Consumidor ICC : es un termómetro de la confianza y/o la desconfianza de los consumidores en el devenir de sus hogares, el país los empleos y la economía

***Zona de Confianza
del consumidor***



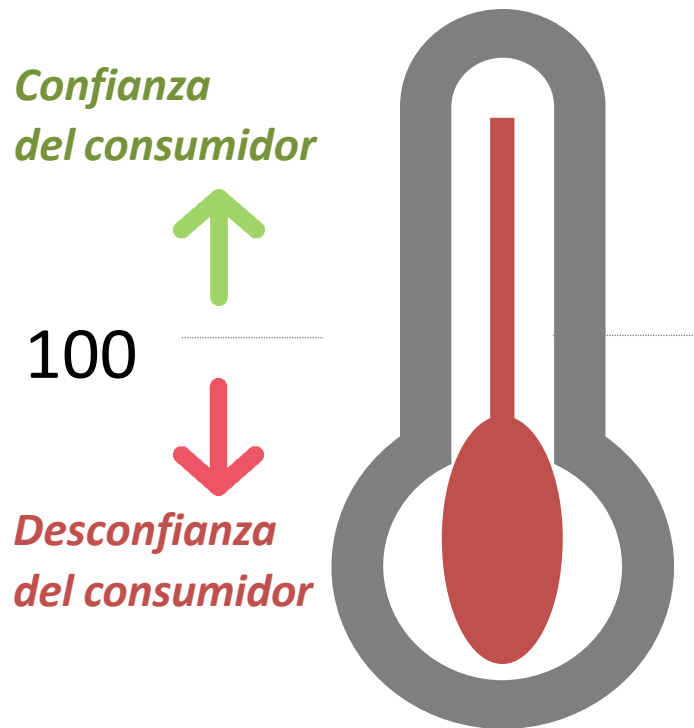
***Zona de
Desconfianza
del consumidor***



Punto de equilibrio /
neutralidad =100 pts.

Índice de confianza del consumidor (ICC)

Post Covid 19: desconfianza generalizada



	Post covid 19 – marzo-abril
Panamá	77: DESCONFIANZA
USA	87: DESCONFIANZA
España	50: DESCONFIANZA
Francia	95: DESCONFIANZA
Alemania	77: DESCONFIANZA
Brasil	58: DESCONFIANZA
Unión europea	77: DESCONFIANZA
Corea Del Sur	71: DESCONFIANZA

Mediciones tomadas entre los meses de Marzo a junio 2020

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

The Marketing Group 
"Integridad en todo lo que hacemos"



El Futuro: Los Componentes del ICC

INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

HOGAR (12 meses)



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?



Situación económica del
PAÍS

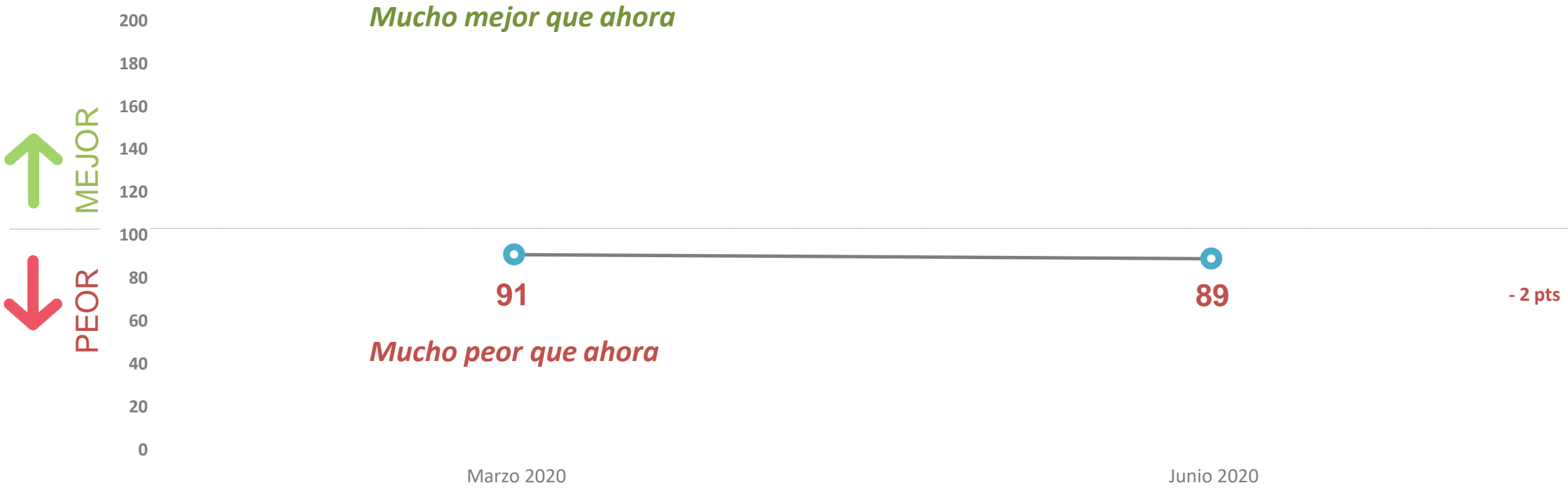
Dentro de los próximos 12 meses, cómo espera que la situación económica en general del país cambie?



Nivel del
DESEMPLEO

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

Situación del hogar en los próximos 12 meses



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)

Probabilidad de ahorrar dinero

en los próximos 12 meses



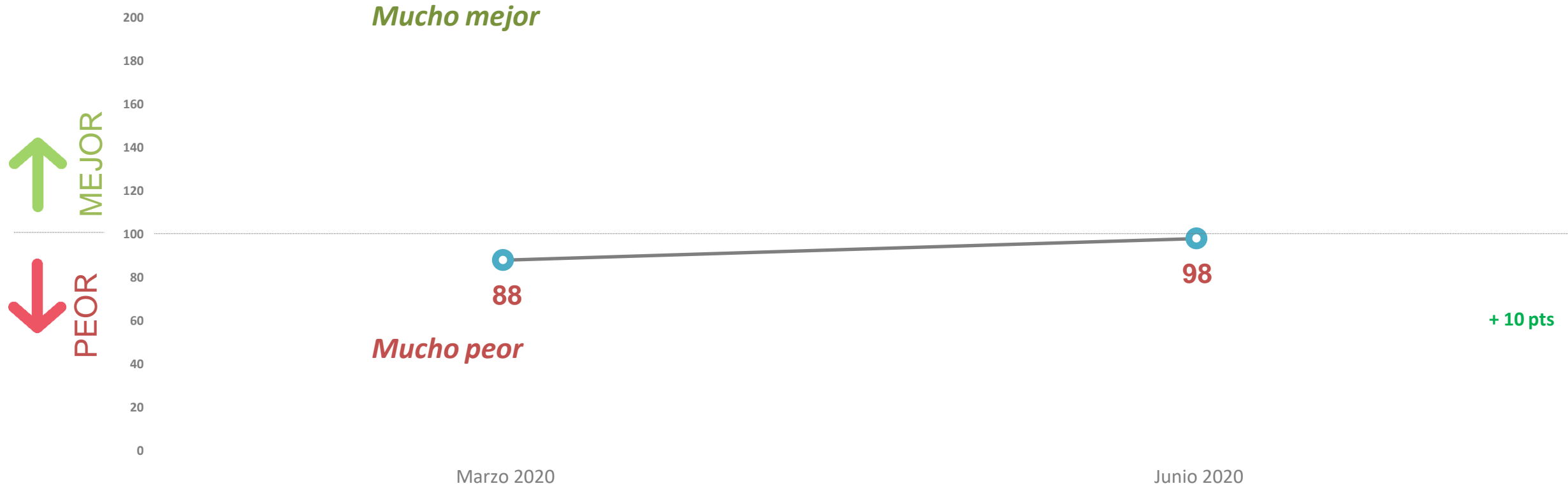
Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

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

The Marketing Group
"Integridad en todo lo que hacemos"



Situación económica del país en los próximos 12 meses

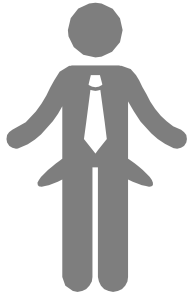


Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

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)

Nivel de desempleo

en los próximos 12 meses



MEJOR



PEOR



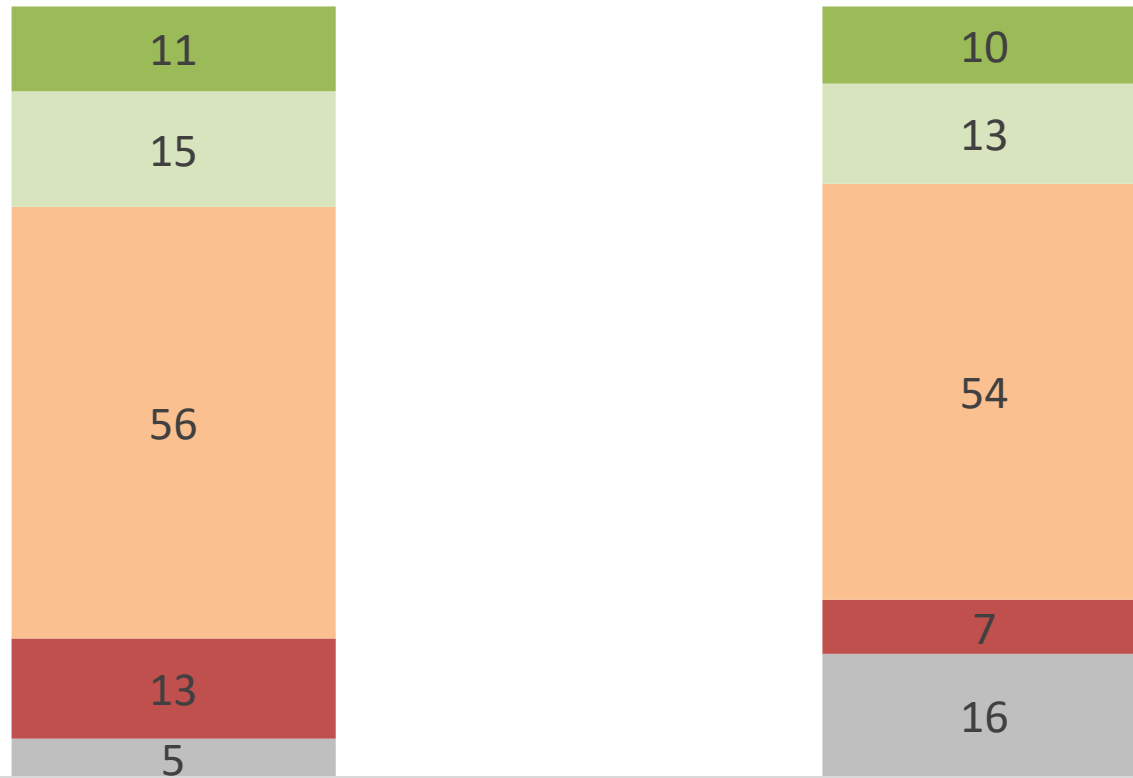
Datos en índices / Base: total entrevistados (n=700 por medición)

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)

The Marketing Group
"Integridad en todo lo que hacemos"



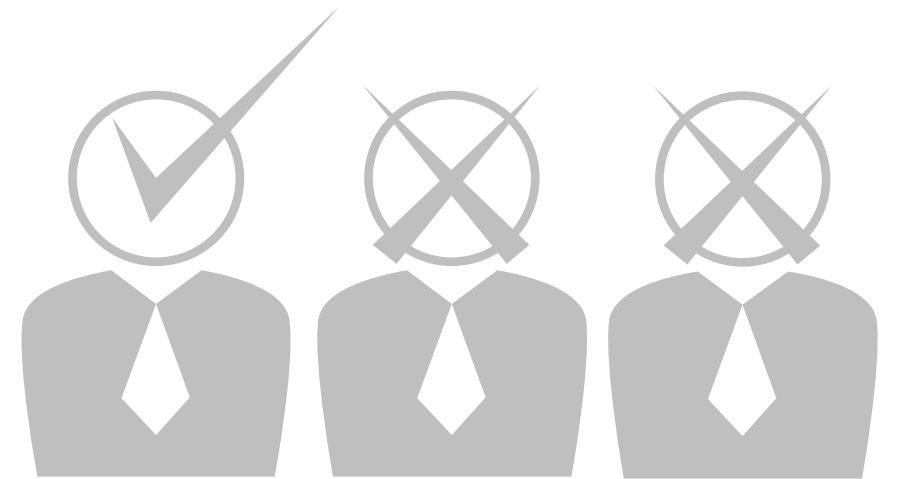
Empleo en los próximos 6 meses



Marzo 2020

Junio 2020

■ No sabe / no tiene idea ■ No tendré empleo ■ Poco probable ■ Bastante probable ■ Muy probable



Base: total entrevistados (n=700 por medición)

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

INDICE DE CONFIANZA AL CONSUMIDOR

HOGAR

PAÍS



MEJOR



PEOR

120

100

80

60

40

20

0

89



Situación del HOGAR

-2 pts

55



AHORROS

+3 pts

98



Situación del PAÍS

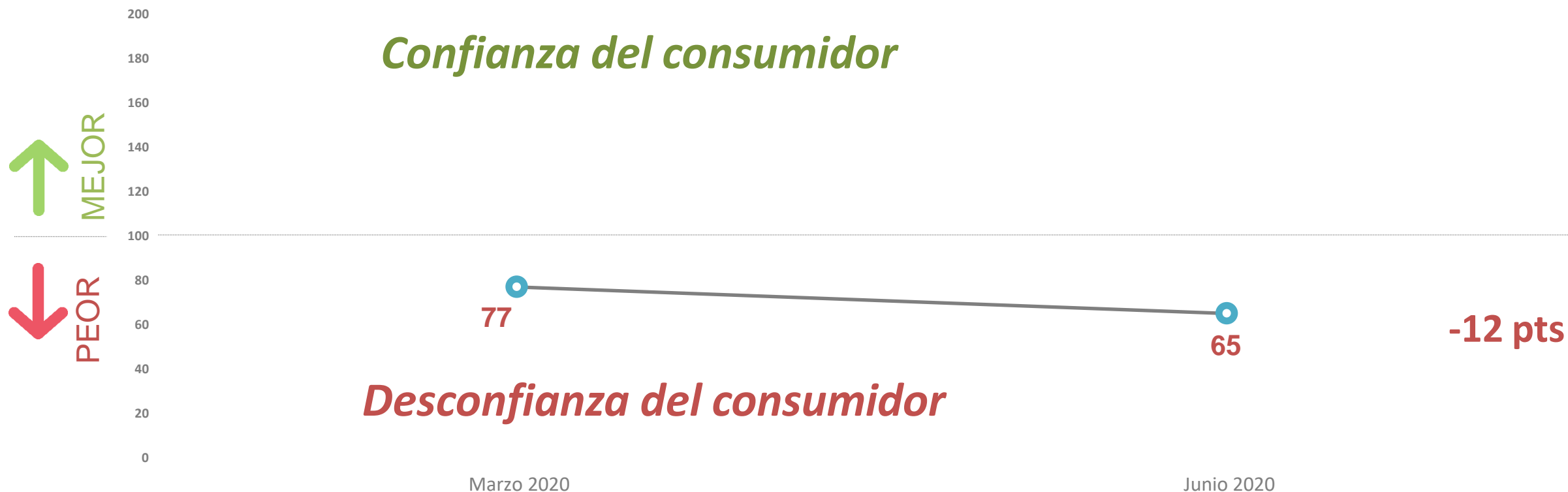
+10 pts

17

DESEMPLEO

-60 pts

Índice de confianza del consumidor (ICC): se incrementa la desconfianza



The Marketing Group



"Integridad en todo lo que hacemos"

Índice de confianza del consumidor (ICC)

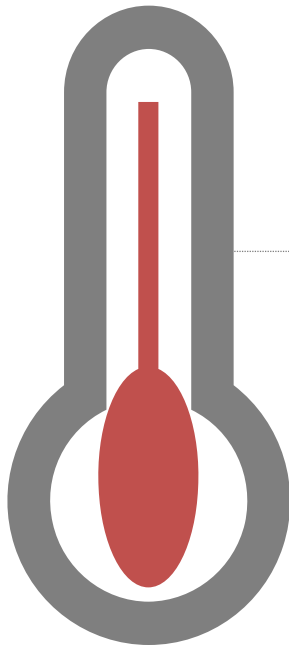
**Confianza
del consumidor**



100



**Desconfianza
del consumidor**



	Post covid 1 – marzo-abril	Post covid 2 mayo – junio	
Panamá	77	65	↓
USA	87	87	=
España	50	54	↑
Francia	95	93	=
Alemania	77	81	↑
Brasil	58	62	=
Unión europea	77	81	↑
Corea Del Sur	71	78	↑

Mediciones tomadas entre los meses de Marzo a junio 2020

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

The Marketing Group



"Integridad en todo lo que hacemos"

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/2020/ICC20-05May.html
Francia	https://mx.investing.com/economic-calendar/french-consumer-confidence-519
Alemania	https://es.investing.com/economic-calendar/gfk-german-consumer-climate-359
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
Reino Unido	https://es.investing.com/economic-calendar/gfk-consumer-confidence-330

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

