

TMG

The Marketing Group



"Integridad en todo lo que hacemos"

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Medición: Enero 2026



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 ± 3.7 , a un nivel de confianza del 95%.

Instrumento

Cuestionario con preguntas cerradas de aproximadamente 10 minutos de duración.

Trabajo de campo

12 al 20 de Enero 2026

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

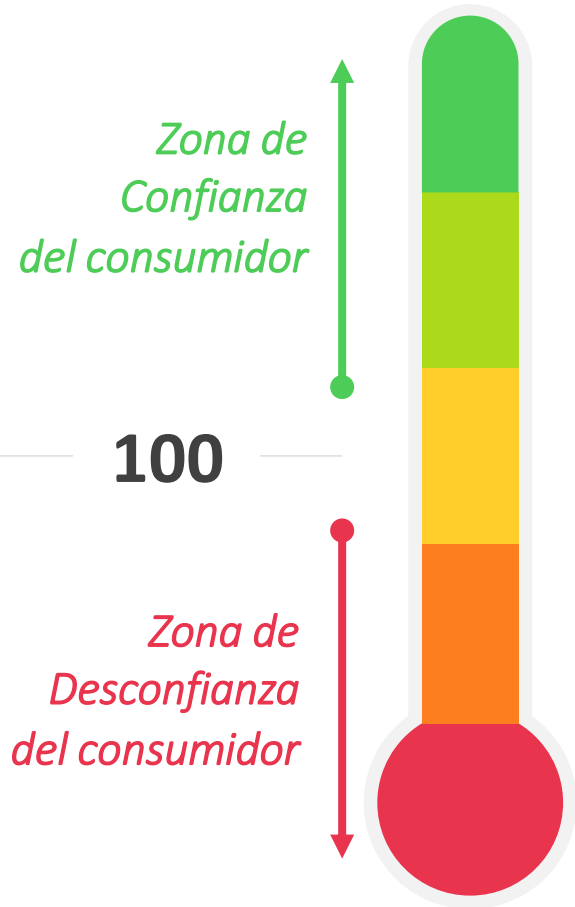
Situación económica del PAÍS

¿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



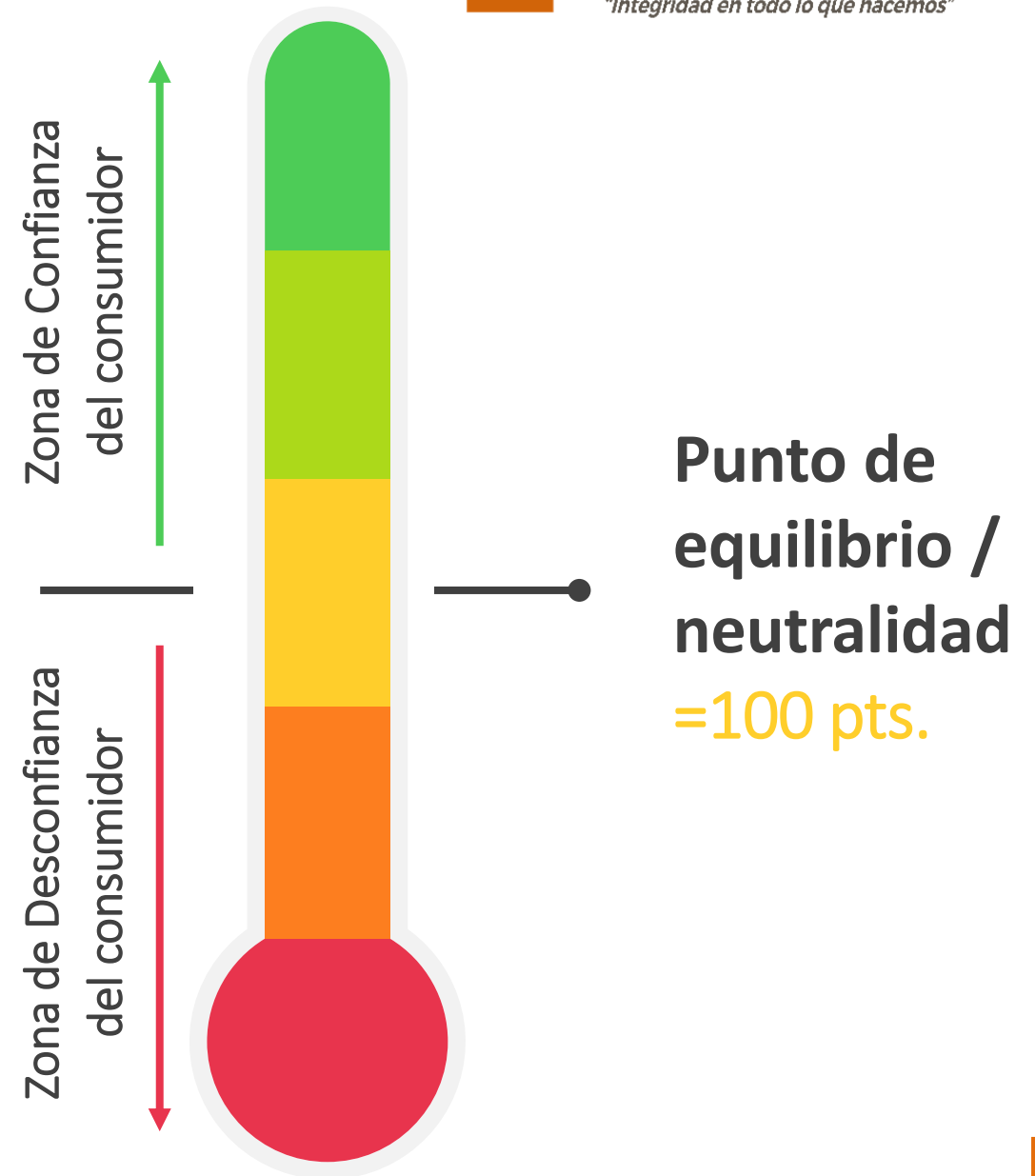
Es generado desde el "Consumer Confidence Index" que calcula la Universidad de Michigan en USA desde hace más de 70 años. Igualmente, el mismo existe en Europa desde hace más de 40 años con mediciones sostenidas.

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.

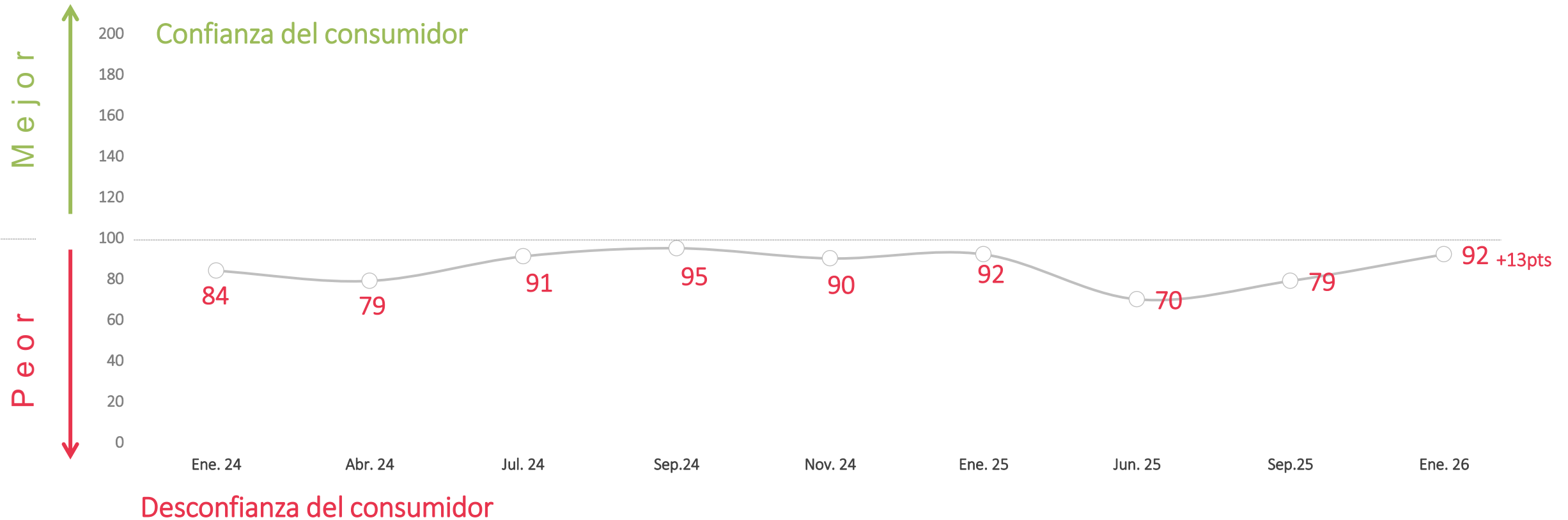
Metodología del Índice de Confianza del Consumidor – ICC

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)

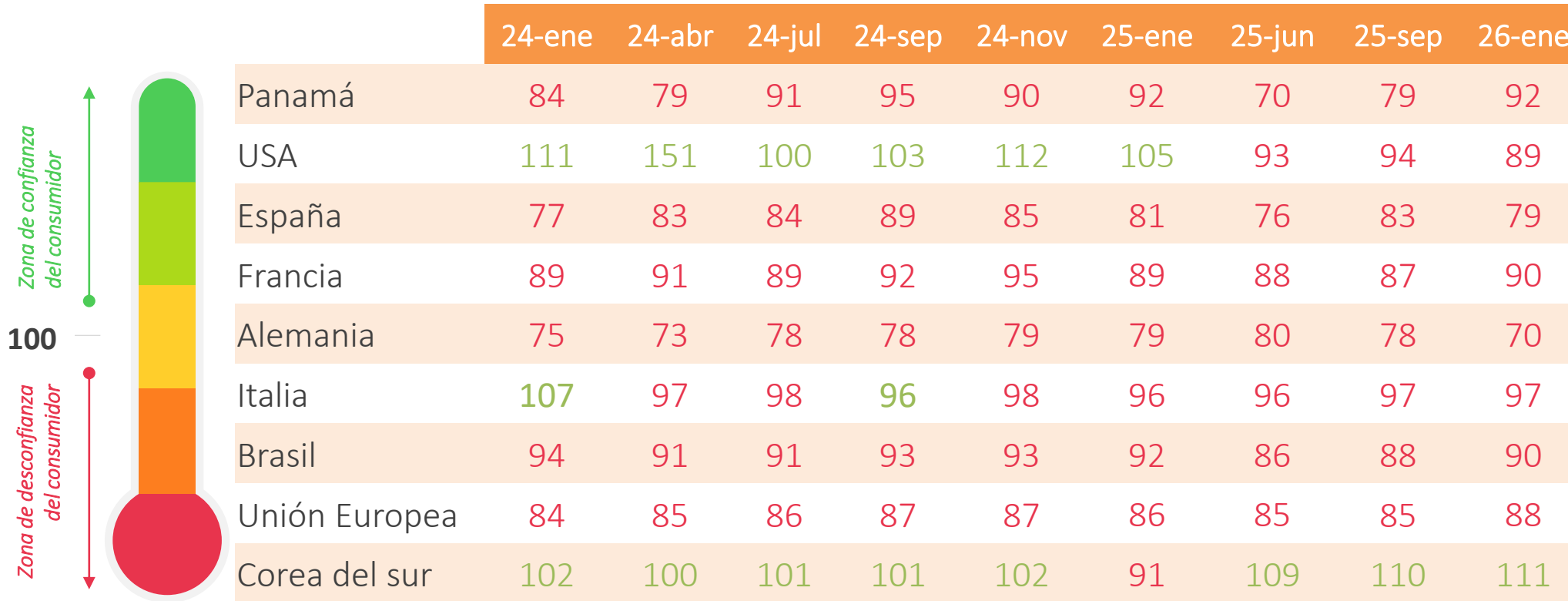


Índices de Confianza del Consumidor (ICC)

A NIVEL INTERNACIONAL

Mediciones tomadas entre los meses de Enero 2024 a Enero 2026

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

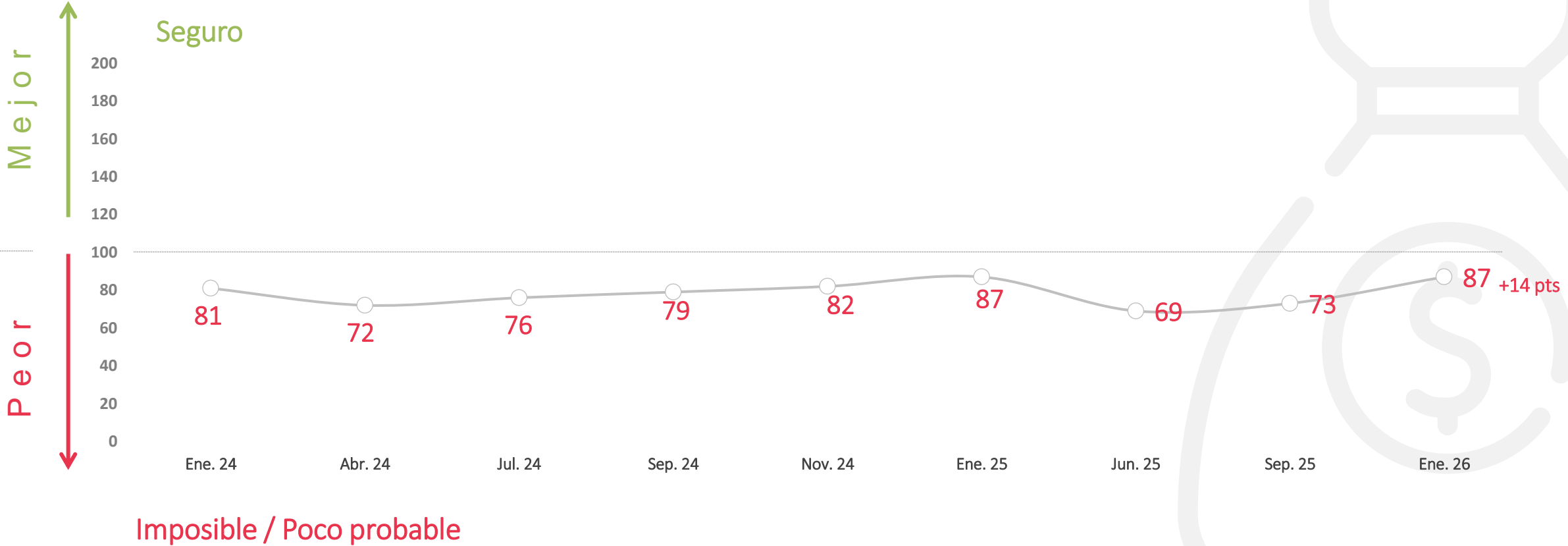


Probabilidad de ahorrar dinero en los próximos 12 meses



Continúa baja la probabilidad de ahorrar dinero en el futuro

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



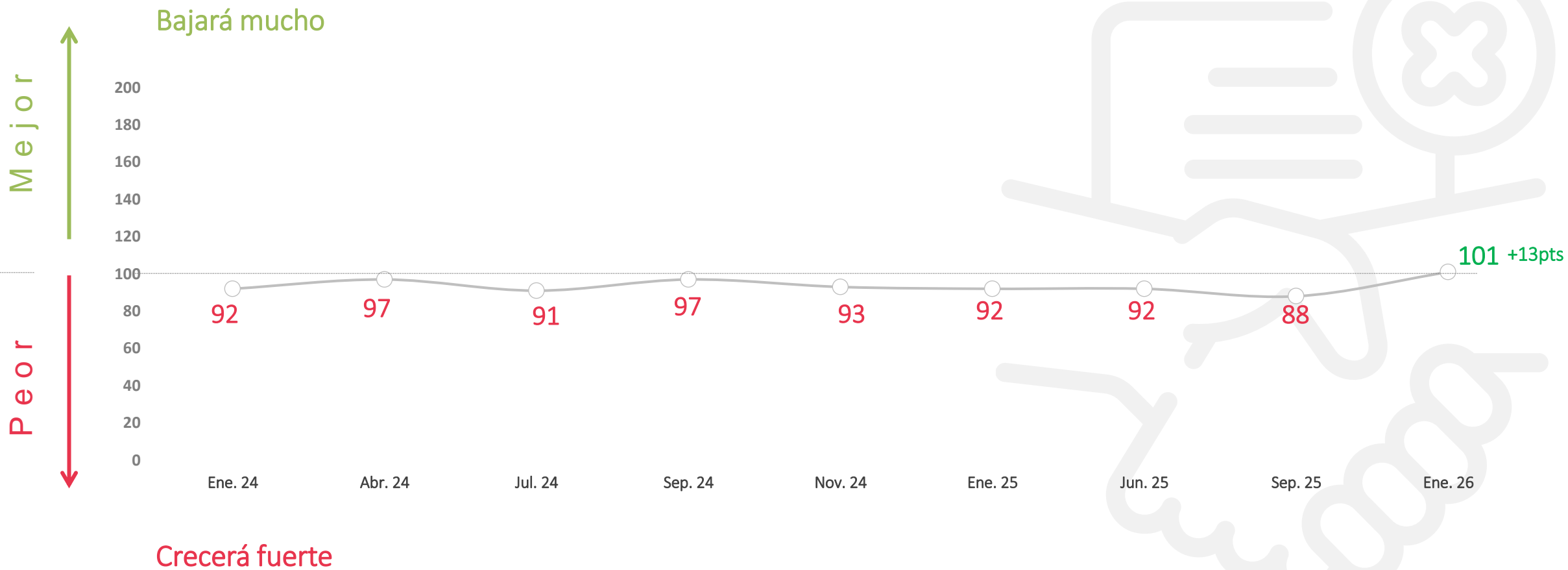
¿Durante los próximos 12 meses, cuán probable es que usted pueda ahorrar dinero? (Seguro / Probable / Poco probable / Imposible)

Nivel de desempleo en los próximos 12 meses



Aumentan los niveles de confianza en que el desempleo disminuirá

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



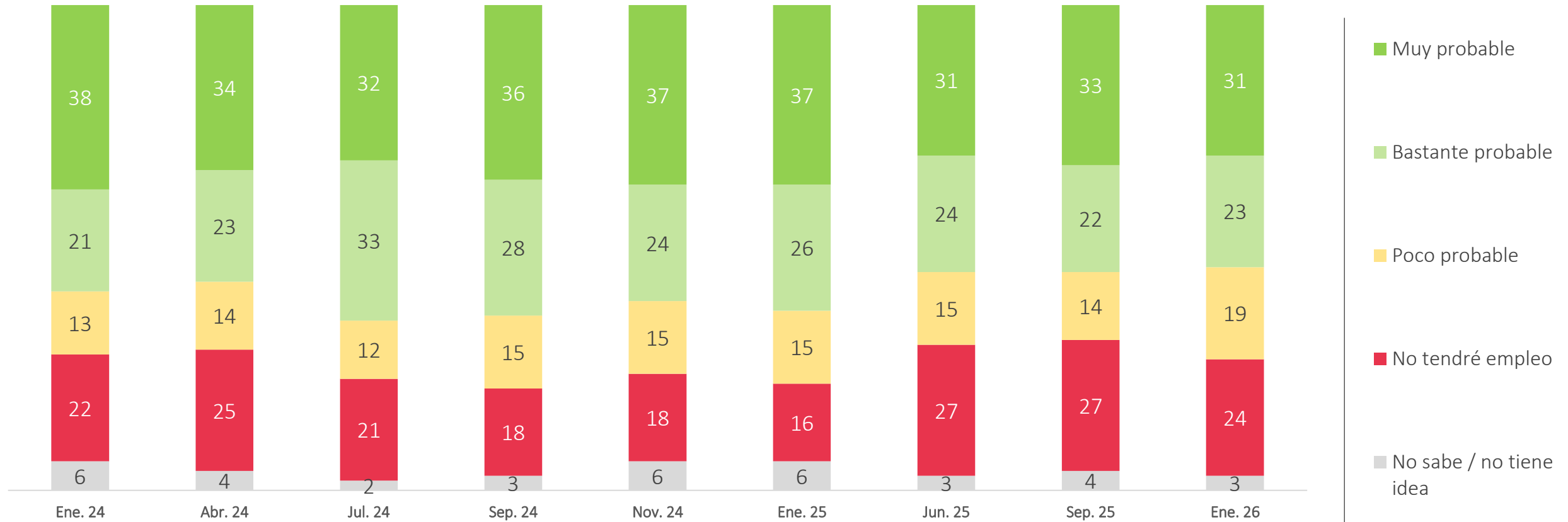
En cuanto al nivel de desempleo dentro de los próximos 12 meses, usted cree que: Bajaré mucho / Bajaré un poco / Será igual / Crecerá un poco / Crecerá fuerte

Empleo en los próximos 6 meses



El 54% de los encuestados muestran alta probabilidad de conseguir empleo en los próximos 6 meses

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

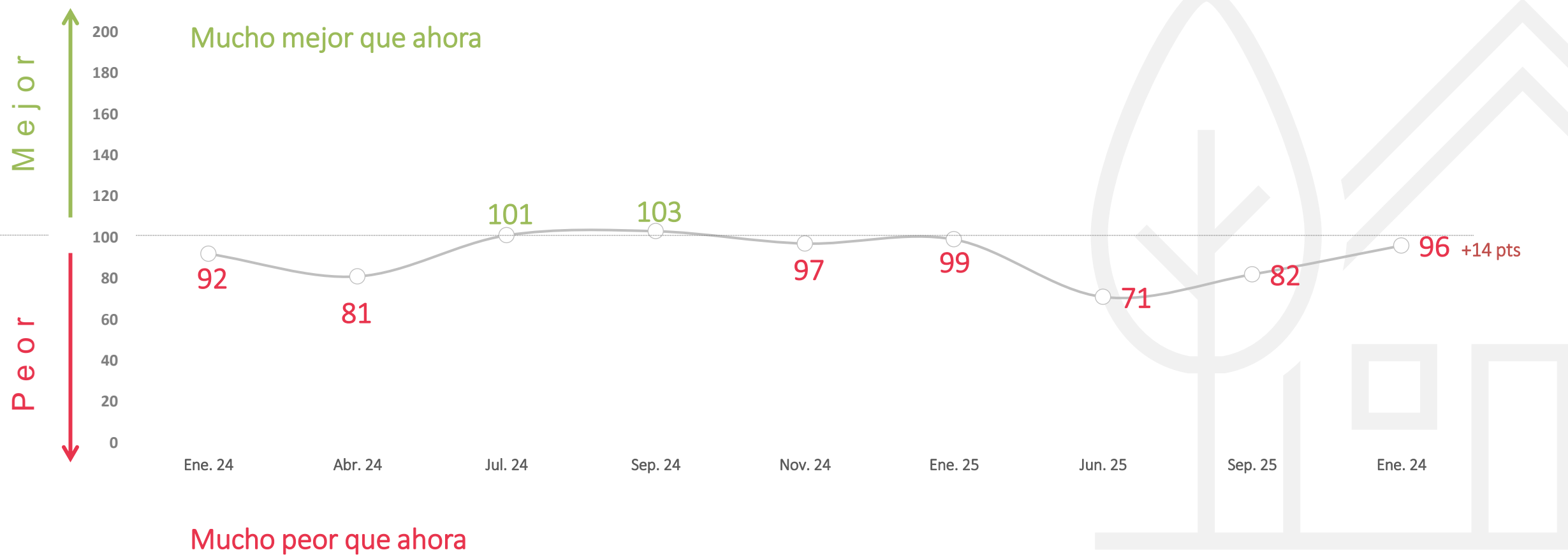


Viendo la situación actual, ¿qué tan probable es que usted tenga

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)

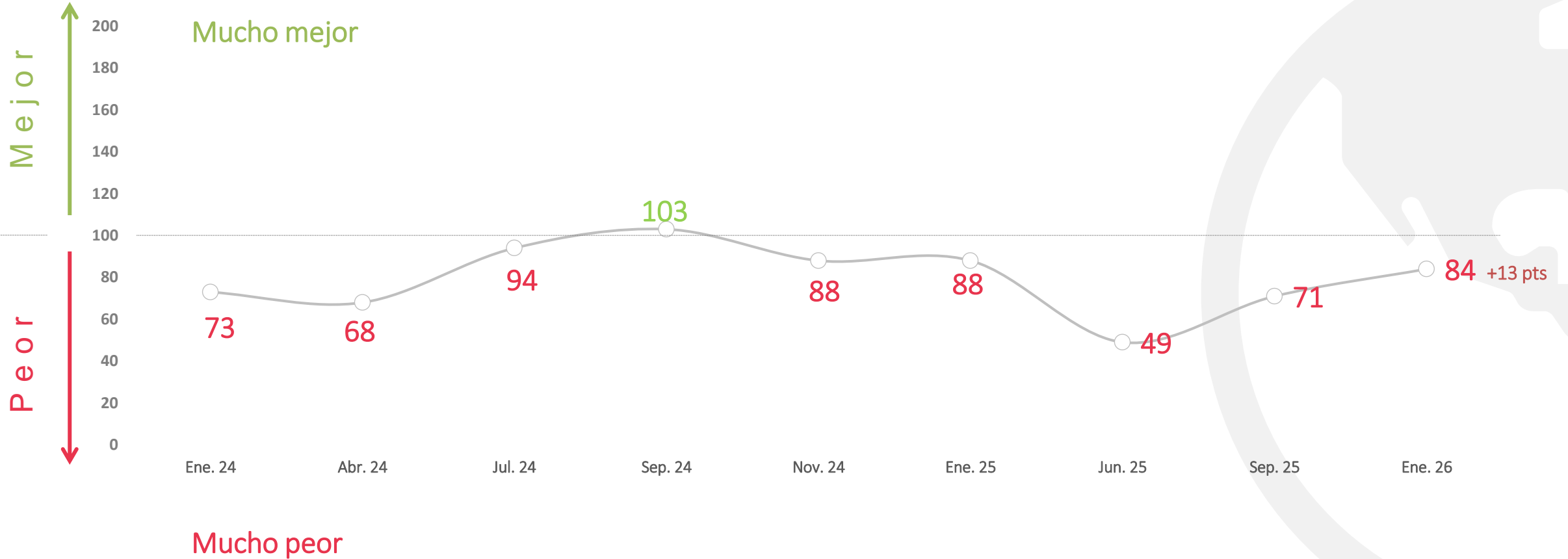


Ahora pensando en el futuro, usted diría que la situación económica de su hogar será durante los próximos 12 meses?
 (Mucho mejor que ahora / Un poco mejor / La misma / Un poco peor que ahora / Mucho peor que ahora)

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)

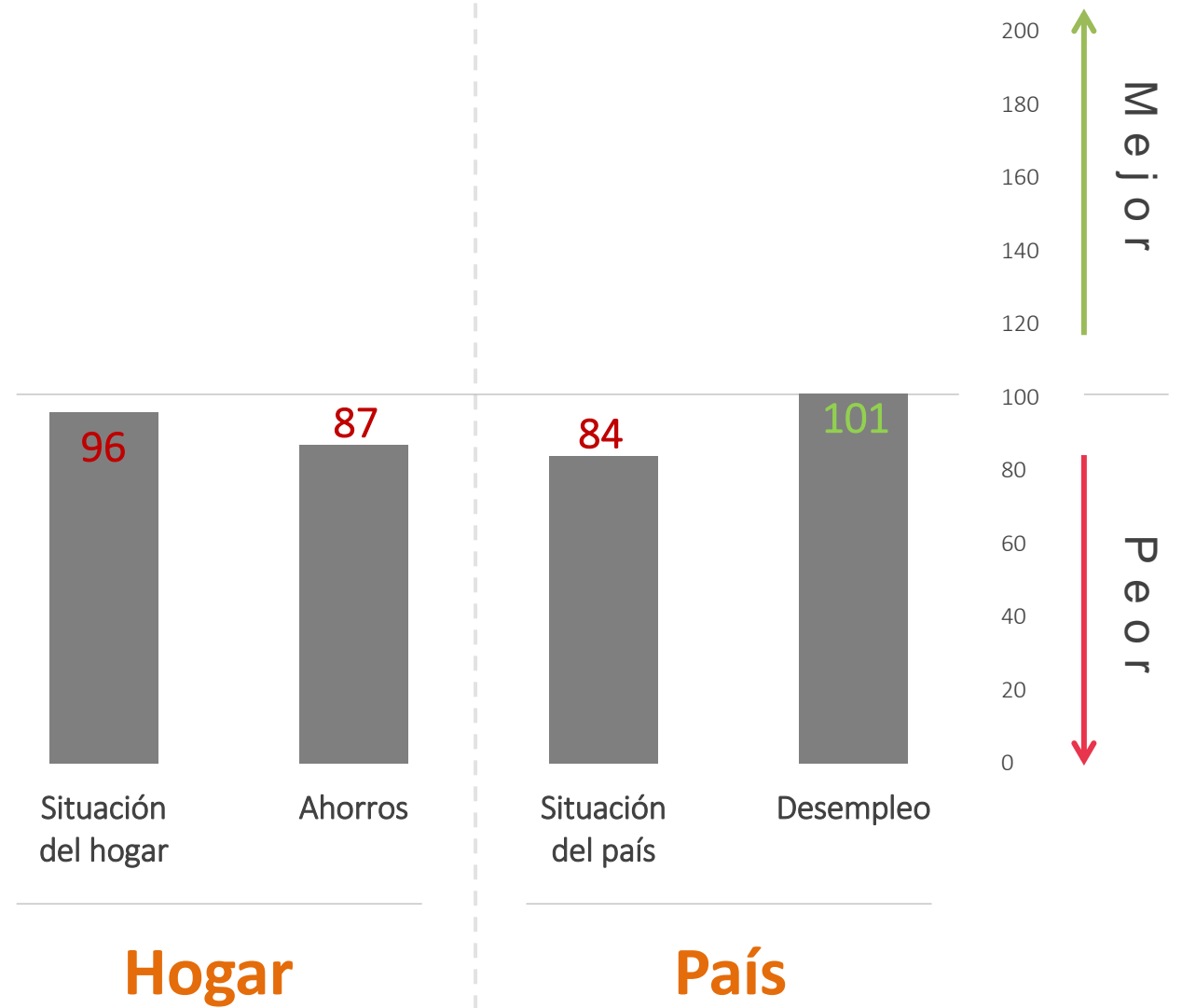
Índice de confianza del consumidor

92

Enero 2026

+13 vs Septiembre 2025

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>

Anexos





The Marketing Group



info@marketinggroup.com.pa



TMGroupSa

¡MUCHAS GRACIAS!