

Índice de confianza económica (ICC*) Perú, Chile y Colombia

noviembre 2013



Resultados a nivel de Perú

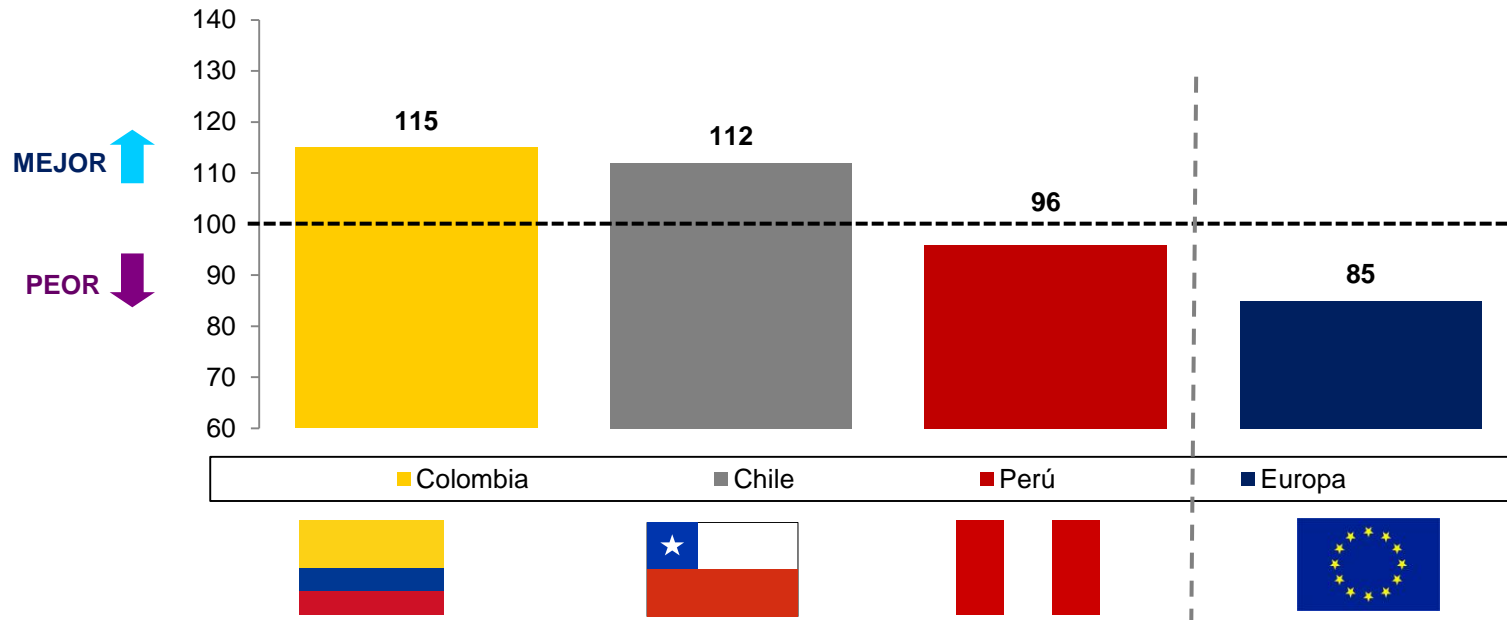
- Los resultados del mes de noviembre (96 puntos), muestran que el ICC ha mejorado frente al mes anterior. Sin embargo, aún no se recupera de una baja desde el mes de febrero donde se registró un puntaje de 111 llegando a 92 puntos en julio.
- Las expectativas sobre la situación del hogar (un ámbito donde hay mayor control personal) se mantienen por encima de las demás tendencias y sobre la línea central con 110, superior en 4 puntos al mes anterior. Las expectativas sobre la situación del país aumentaron sobre la línea de tendencia central (101 pts.). El indicador sobre el desempleo continúa por debajo de lo esperado pero ha aumentado en 2 pts. en relación al mes anterior.
- La percepción de posibilidades de ahorro sigue siendo el componente menor del ICC en Perú, para este mes se ha mantenido constante sin crecer ni disminuir.
- En comparación a los países de la región de América del Sur, Perú tiene su indicador por debajo del de Colombia y Chile.

Resultados comparativos a nivel de los países de la Alianza del Pacífico

- En **general**, se observa que la confianza de los consumidores de los países mencionados es superior a la observada en Europa. Colombia volvió a liderar en este indicador sobre la tendencia general (115 pts.). El ICC de Chile también creció sobre la línea neutra con 112 pts.

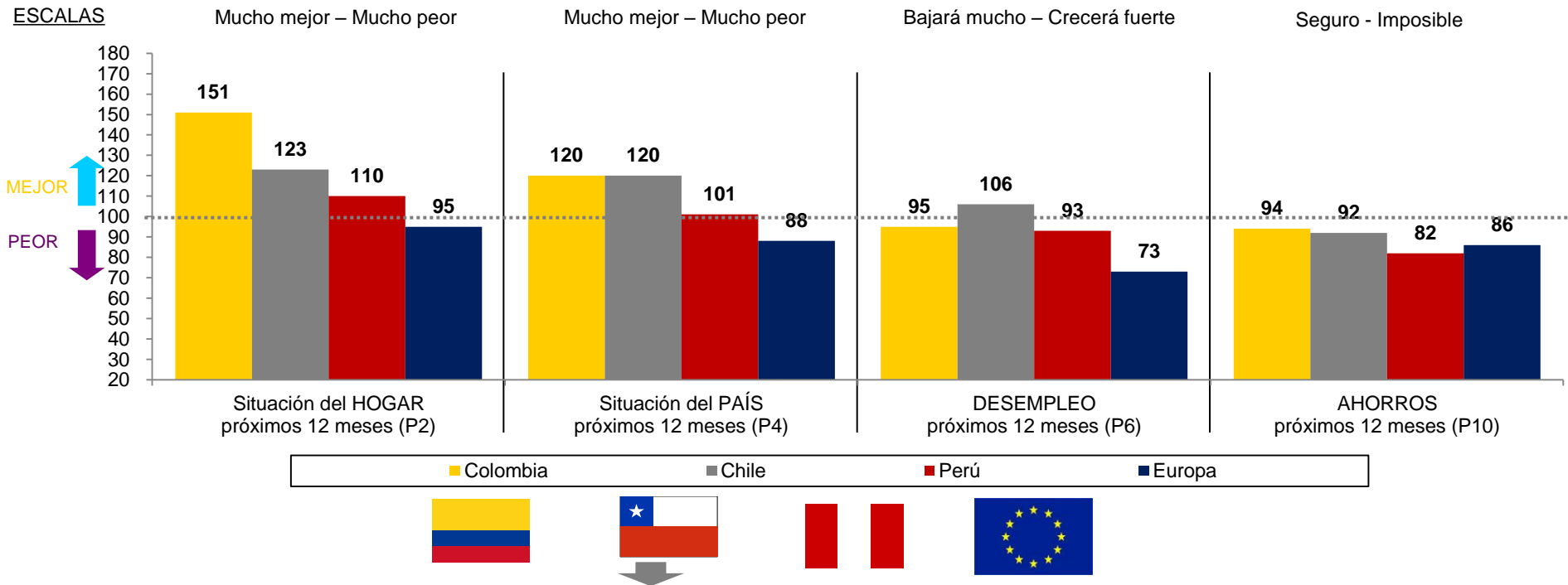
Germany	France	Italy	Spain	UK
98	74	79	80	97

* Europa = Germany + France + Italy + UK + Spain



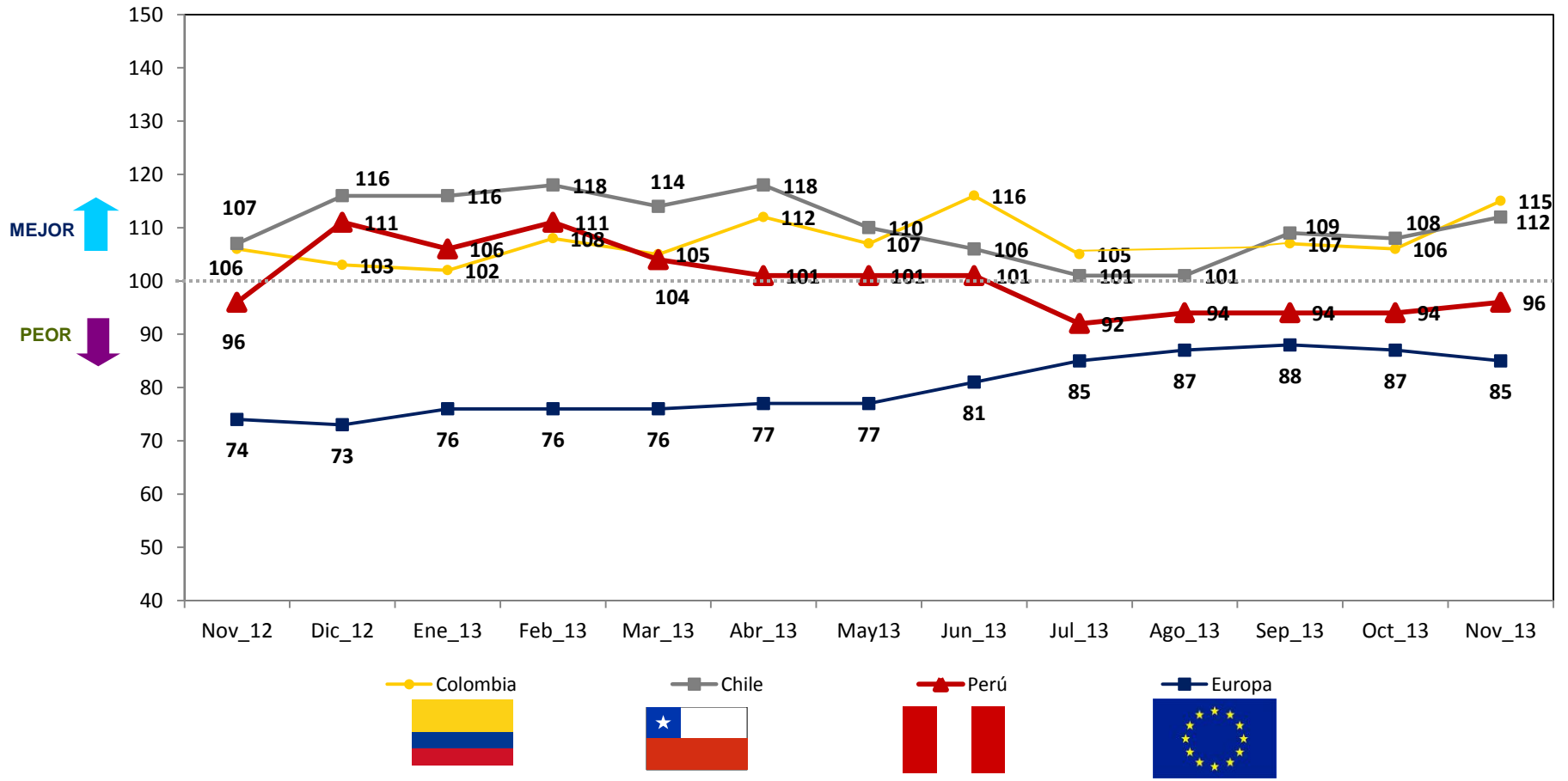
* Europa = Germany + France + Italy + UK + Spain

EUROPA	Germany	France	Italy	Spain	UK
Hogar	103	87	93	92	97
País	98	64	89	91	97
Desempleo	87	54	60	76	89
Ahorros	103	89	74	58	105

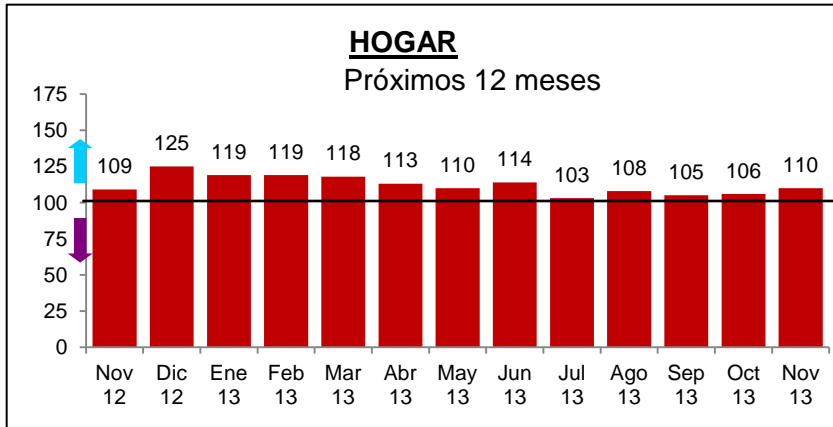


En Chile el cálculo del ICC está basado en otros indicadores (vea página 8)

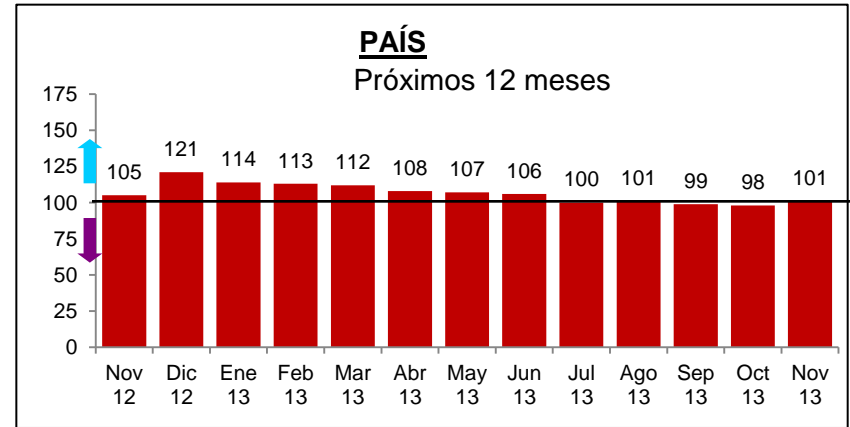
Germany	France	Italy	Spain	UK
98	74	79	80	97



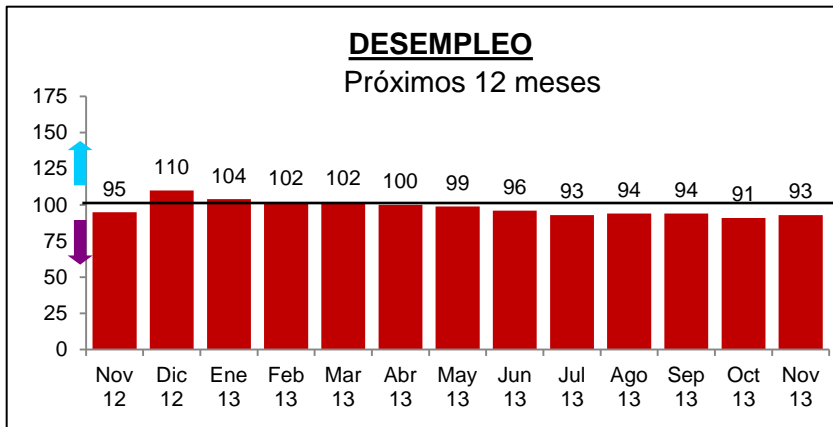
Mucho mejor – Mucho peor



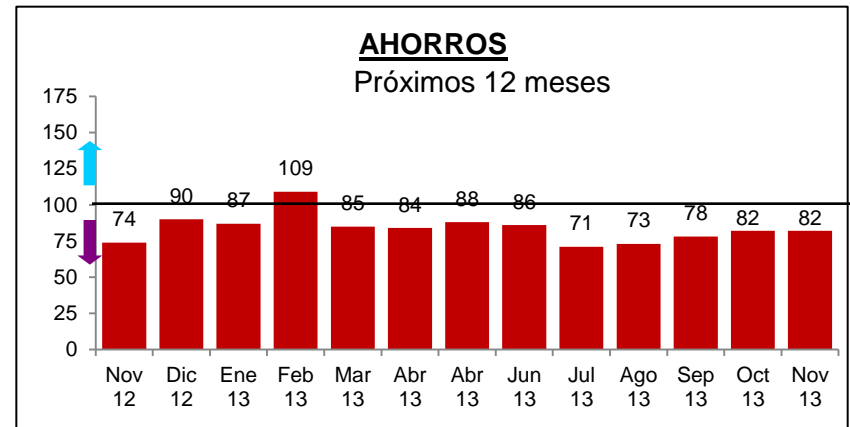
Mucho mejor – Mucho peor



Bajará mucho – Crecerá fuerte

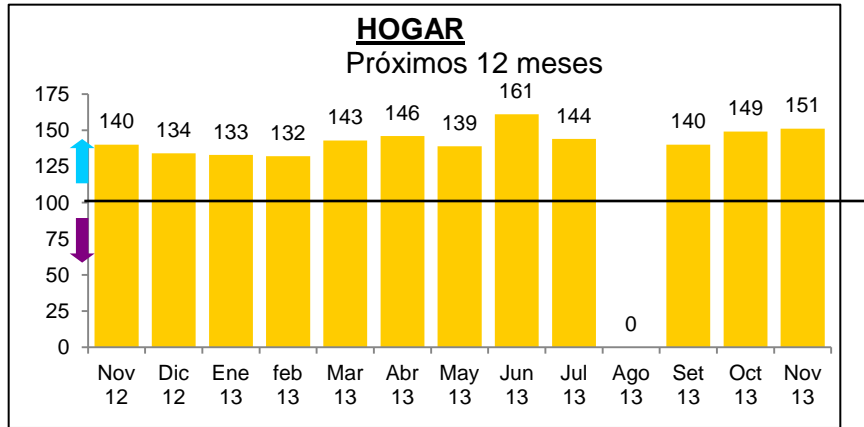


Seguro - Imposible

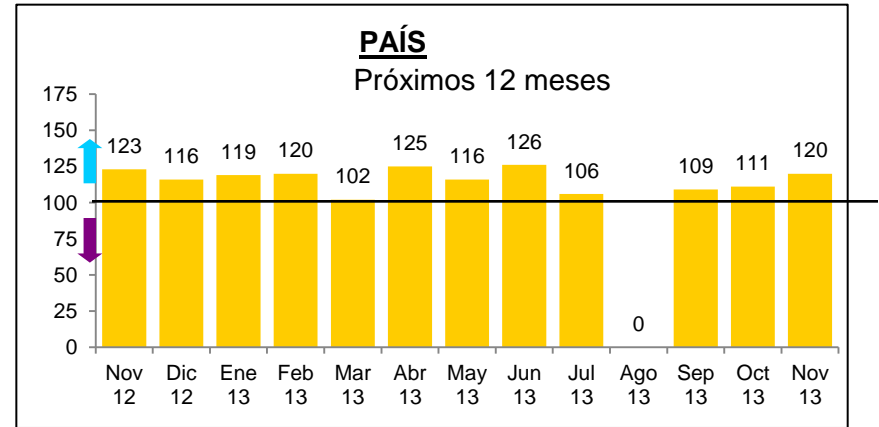




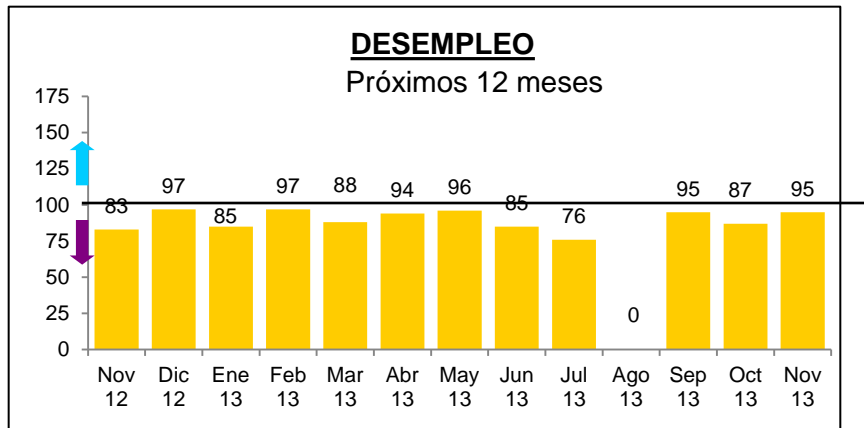
Mucho mejor – Mucho peor



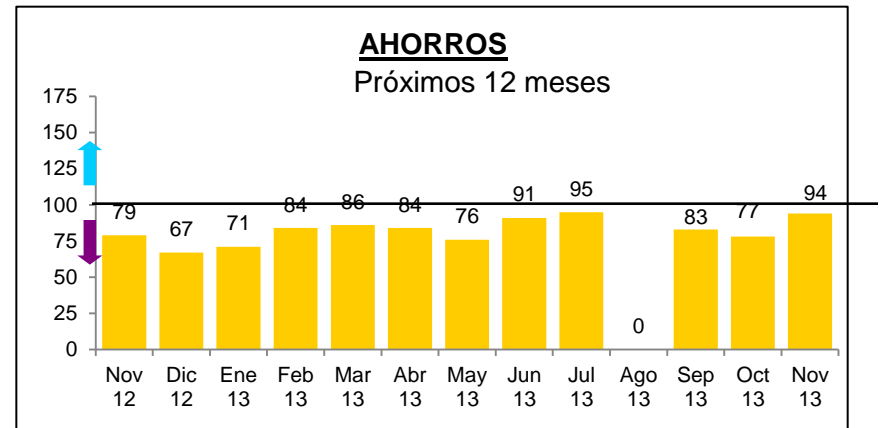
Mucho mejor – Mucho peor



Bajará mucho – Crecerá fuerte



Seguro - Imposible

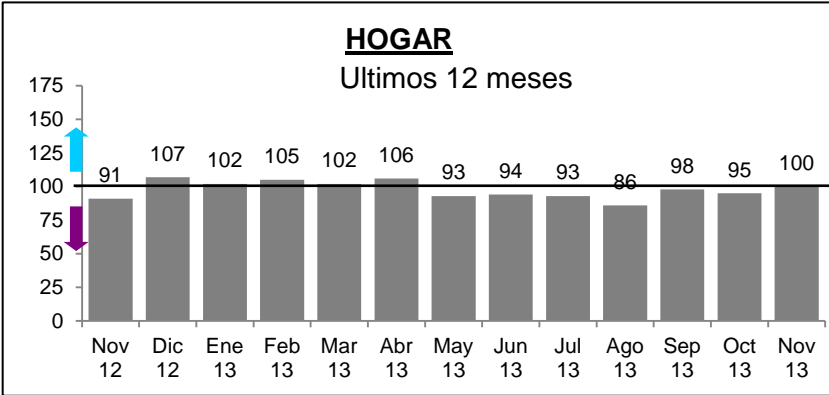


Datos de Colombia no disponibles en Ago 13

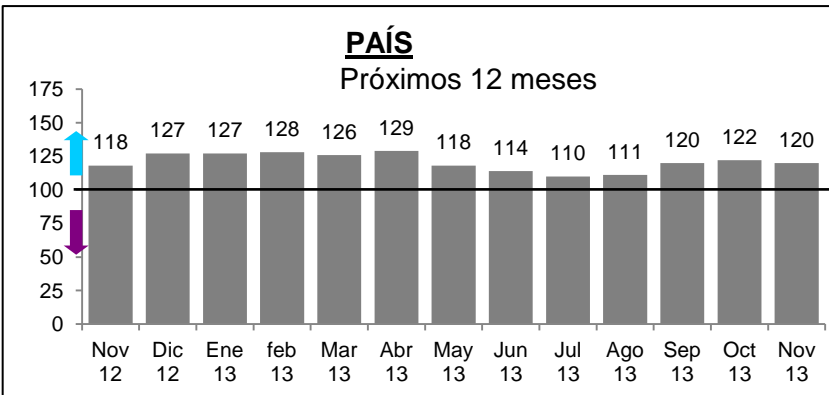
Evaluación de los Componentes del CCI Latam - Chile



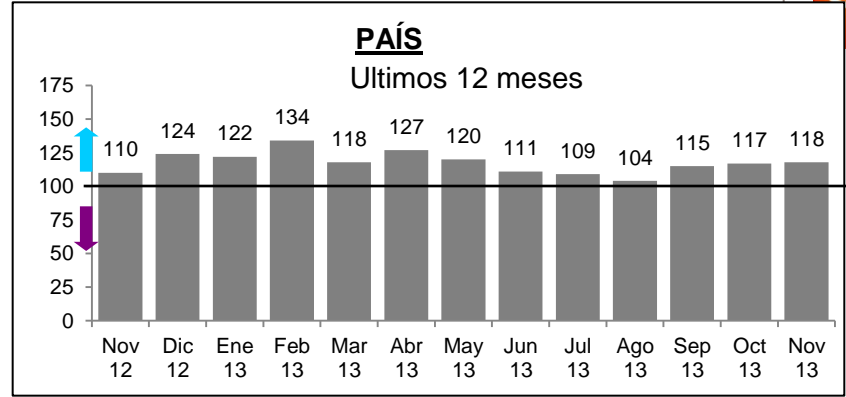
Está mejor, peor o igual que hace un año



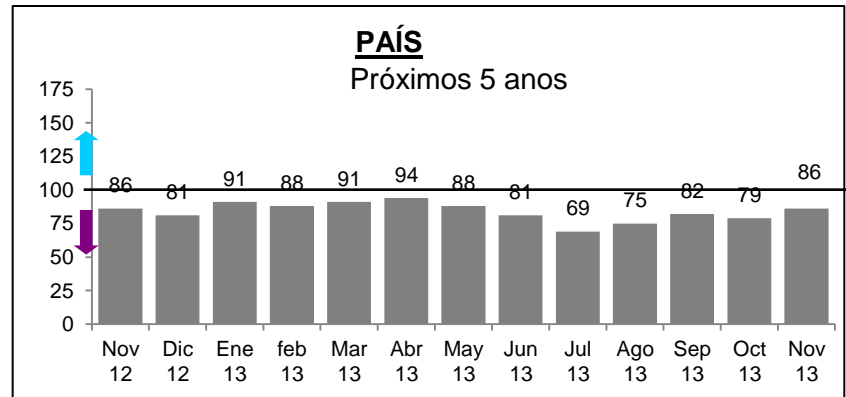
Será buena, regular o mala



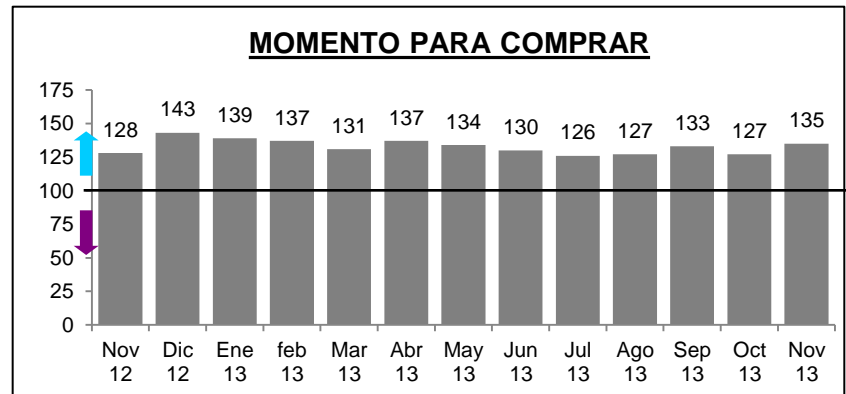
Buena, regular o mala



Estaremos bien o tendremos períodos con alto desempleo y recesión



Buen o mal momento para comprar artículos para el hogar



■ Indicaciones de lectura del indicador

- El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países.
- Cada valor ha sido calculado estadísticamente sobre 100 puntos para evitar los negativos.
- Cuando la lectura del indicador se encuentra por encima de 100, se considera una tendencia en crecimiento. Cuando se encuentra por debajo de 100, se considera una tendencia que decrece. Cuando hace una línea horizontal, se deduce que es una situación sin tendencia.

■ Orígenes

- Este indicador fue inspirado en el “Index of Consumer Sentiment” que calcula la Universidad de Michigan en USA, desde hace más de 60 años.
- Existe en Europa desde hace más de 30 años.
- Existe en Chile desde 1981.
- Existía en Brasil desde el año 2007.
- Existe desde Agosto del 2011 en México, Colombia, Venezuela, Ecuador y Panamá.

• En el Perú

- Este indicador se realiza desde mayo de 2012 a través de encuestas a nivel nacional de población urbana de Lima, Callao y 16 regiones adicionales. Las encuestas se aplican a mujeres y hombres de 18 a más años de edad que pertenecen a todos los niveles socioeconómicos. Los resultados se obtuvieron con un nivel de confianza de 95% y un margen de error menor a 3 puntos porcentuales.
- En octubre se aplicaron a **1234** personas a nivel nacional.

GfK

Fundada en el 2003 (como Conecta Asociados), se ha caracterizado por contar con un equipo de profesionales de primer nivel, altamente comprometidos, realizando informes orientados a soluciones con enfoques estratégicos, novedosos que optimizan la inversión de sus clientes. Desde el 2009 es parte del Grupo GfK, quinta empresa de investigación de mercados en el mundo que opera en más de 100 países con un staff de más de 11,000 personas.

Equipo humano

Gerente General: Hernán Chaparro

Colaboradores: Diana Bazán, Gonzalo Abad y Antonio Carrillo.

Todos los derechos reservados

Este material no puede ser reproducido o transmitido por ningún medio, total o parcialmente, sin el permiso expreso de **GfK Perú.**

Suscripciones:

mktcomunicaciones.peru@gfk.com

GfK | Av. Jorge Basadre 990 San Isidro, Lima | Perú

T: +51 1 206-2300

www.gfk.pe