DESTAQUE

25 AÑOS 1990-2015

INFORME DE APOYO CONSULTORÍA

Confianza del consumidor en abril está en nivel más alto en nueve meses

—Resultado se debe a una mejora generalizada en la percepción de las familias sobre su situación económica actual. No obstante, el entorno de precios aún se mantiene menos favorable.

ROCÍO BARJA MARQUINA
rocio.barja@diariogestion.com.pe

El cuarto mes del 2015 sí que ha traído novedades para la economía. Y es que el índice de confianza del consumidor de abril en Lima Metropolitana aumentó por primera vez en el año y se ubicó en 56 puntos, el nivel más alto en nueve meses, excluyendo el salto estacional de diciembre del año pasado.

Según el informe elaborado por Apoyo Consultoría, este incremento fue impulsado, principalmente, por la mejora generalizada en la percepción de las familias sobre su situación económica actual. "Si bien el resultado de abril es positivo, es necesario esperar a los próximos meses para confirmar si estas mejoras se consolidan y se traducen en una recuperación del consumo", puntualizó la consultora.

Al respecto, hay que precisar que en el suplemento solo para suscriptores de **Gestión** sobre Balance y perspectivas del consumo -realizado con Kantar Worldpanel Perú- se revela que en el primer trimestre del año esta variable creció 1% en volumen, en un escenario en el que febrero y marzo se ubicaron en positivo, mientras que enero registró una caída muy pronunciada.

Con estos datos, el resultado es que el consumo crece y ya suma dos trimestres con modestos incrementos, en los que Lima y los niveles socioeconómicos (NSE) AB y C, son los que siguen sosteniendo su dinamismo.

CAROLINA URRA

Precios. Es la variable que sigue preocupando al consumidor de Lima.

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Puntos

	Abril 2014	Diciembre 2014	Febrero 2015	Marzo 2015	Abril 2015
Confianza del consumidor	53	57	53	53	56
NSE 1/					
AB	57	60	54	55	57
CDE	52	56	52	53	55
Componentes					
Familia: situación actual	53	56	52	53	57
Familia: expectativas	57	60	58	58	60
Precios presente	51	55	50	50	50
Empleo presente	52	54	49	50	53

1/ NSE: Niveles socioeconómicos.

FUENTE: APOYO CONSULTORÍA EN BASE A ESTUDIO DE CAMPO DE IPSOS PERÚ

PARA RECORDAR

Tendencia. Según GfK, en marzo la confianza de los consumidores peruanos mejoró de manera importante. Sin embargo, se mantuvo en la zona del pesimismo (menor a 100 puntos). Los segmentos socioeconómicos A, B y C volvieron a estar en el tramo optimista, aunque los estratos bajos todavía se mantuvieron en el tramo pesimista. El panorama sobre empleo también mejoró.

Al detalle

Por componentes, en el índice de Confianza del Consumidor de Apoyo Consultoría destacó en el cuarto mes del año la mejora en la percepción que tienen las familias sobre su situación económica actual.

"Este componente aumentó cuatro puntos y llegó al nivel más alto desde julio del 2014. Parte de esta mejora estaría explicada por la percepción de que las condiciones para encontrar empleo no están tan duras como en el primer trimestre del año", señala el informe.

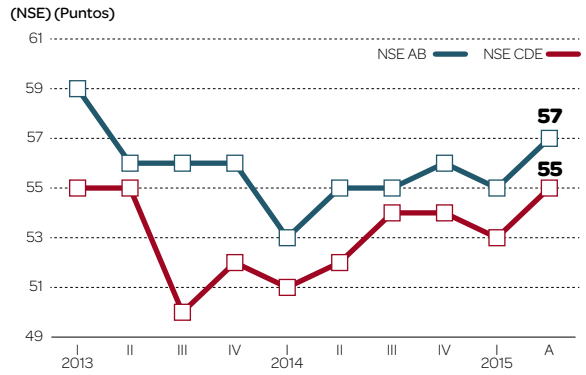
De hecho, el reporte señala que este componente influyó también en la confianza del componente de empleo, el cual mejoró tres puntos en el periodo analizado.

En contraste a esta buena performance, la percepción de los consumidores limeños respecto al entorno de precios no mejoró y se mantuvo en 50 puntos. "Con ello, los precios se van consolidando como la principal fuente de preocupación de las familias", subraya el informe.

Finalmente, por niveles socioeconómicos, el índice también da cuenta de una mejora generalizada. Ello debido a que en abril, se registraron incrementos entre dos y cuatro puntos en la confianza de todos los niveles socioeconómicos, con excepción del NSE E.

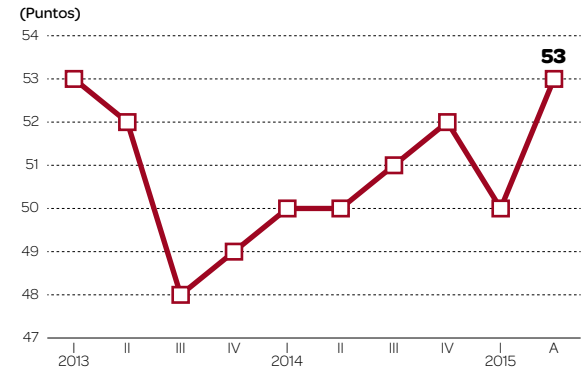
"Las familias de los segmentos A y B se vieron beneficiadas por la percepción de mejores condiciones laborales y menores precios; mientras que los hogares del C y D percibieron un entorno laboral menos duro, pero también un entorno de precios menos favorable", concluye el reporte.

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR POR NIVEL SOCIOECONÓMICO



FUENTE: APOYO Consultoría en base a estudio de campo de Ipsos Perú

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR SOBRE LA FACILIDAD PARA CONSEGUIR EMPLEO RESPECTO DE HACE 12 MESES



FUENTE: APOYO Consultoría en base a estudio de campo de Ipsos Perú

OPINIÓN

José Carlos Saavedra
JEFE DE ANÁLISIS MACROECONÓMICO DE APOYO CONSULTORÍA

SE EVIDENCIAN BRECHAS POR SEGMENTOS

En el entorno actual de bajo crecimiento e incertidumbre, la mejora de este mes es una buena noticia. Sin embargo, aún hace falta ver si se consolida los siguientes meses. Ojalá eso suceda, pero con el bajo crecimiento del empleo formal esperado para este año, no es claro que esto vaya a suceder.

Además de observar lo que pase con la confianza en términos agregados, quizá sea más importante seguir con detenimiento las diferencias que se van evidenciando según segmentos socioeconómicos. Las familias con jefes de hogar calificados y trabajo formal ven el entorno con cautela, pero también se benefician de la reducción del Impuesto a la Renta a trabajadores, gastan menos que hace un año en gasolina y probablemente siguen teniendo buen acceso al crédito.

En contraste, los trabajadores o aspirantes a trabajadores que solo tienen educación escolar tienen un entorno mucho más adverso. Estos encuentran difícil competir por los pocos puestos formales que se generan, se benefician poco de la reducción de impuestos o de la bajada del precio del petróleo y los bancos lo piensan dos veces antes de prestarles, debido a la relativamente alta tasa de morosidad.

Estas diferencias son relevantes porque en el segundo grupo está la mayoría de jefes de hogar en Lima Metropolitana. Y esto es aún más marcado en provincias, donde las familias están siendo más afectadas.