

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR GLOBAL: TENDENCIAS DESDE 2010

Una encuesta Global Advisor de 32 países

LATAM

Febrero 2023

Learn more:

<https://www.ipsos.com/en/ipsos-adds-nine-countries-its-monthly-consumer-sentiment-tracker>

© Ipsos

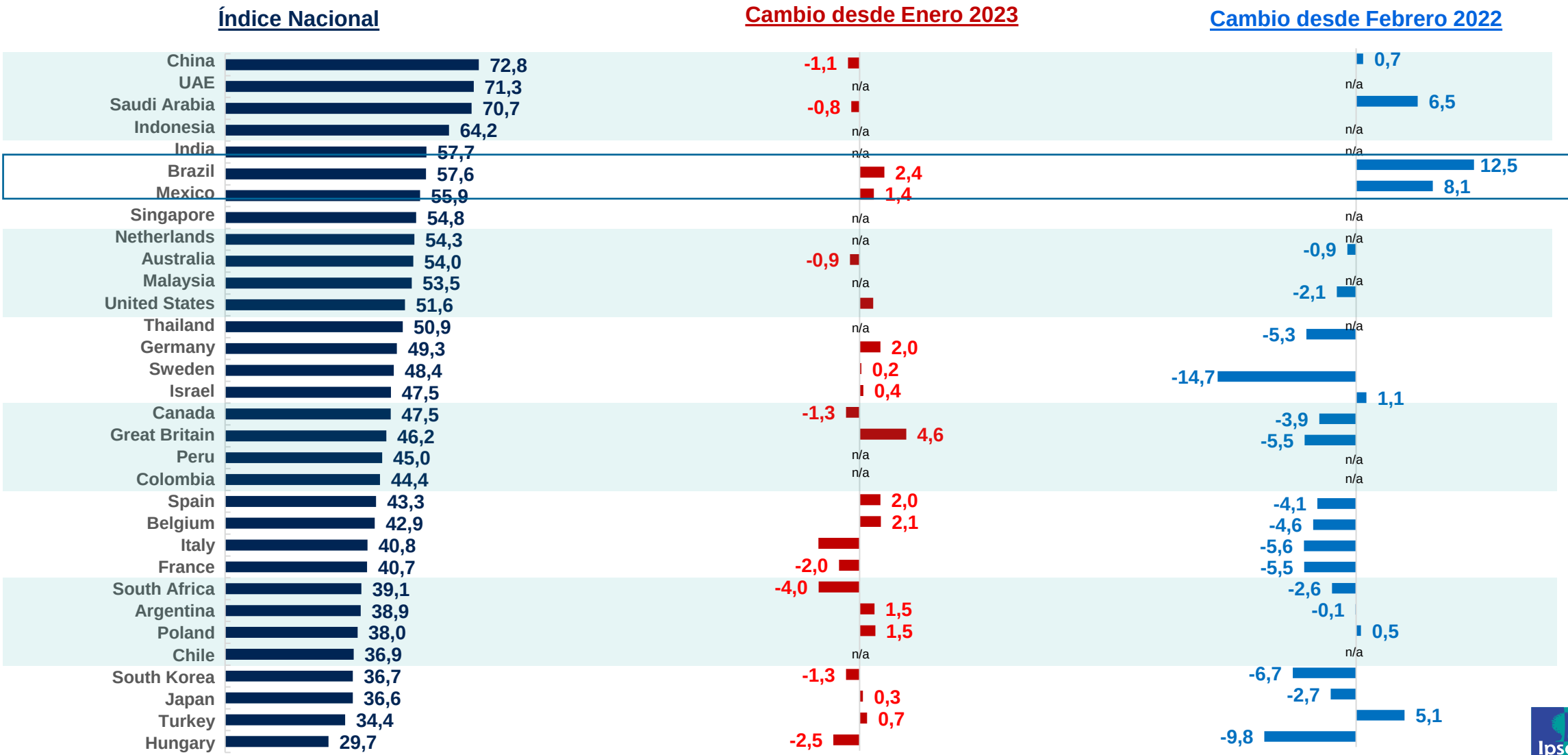
GAME CHANGERS



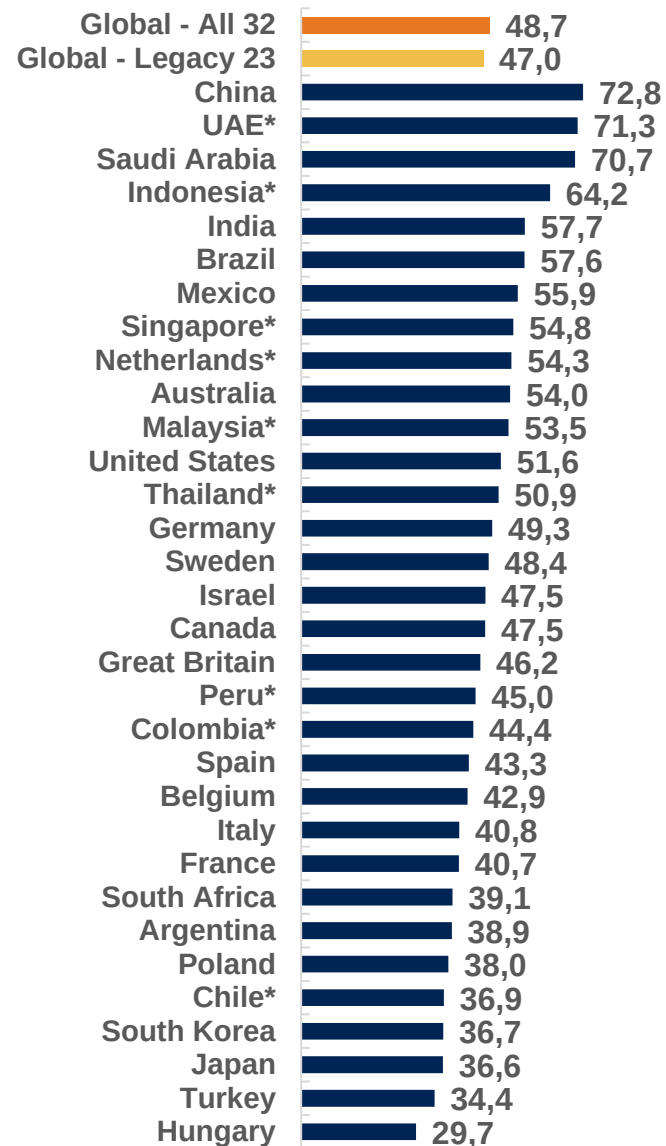
Brasil y México se sitúan a la cabeza de la clasificación y Brasil muestra la mayor subida de los últimos 12 años, mientras que el resto de países de Latam se encuentran al final de la lista.

Índice General (o “Nacional”) Febrero 2023 (Nuevo: Basado en datos de un solo mes)

Cambio en un mes y en un año



Índice de Confianza del Consumidor – Febrero 2023



Cambio de un mes (vs. Enero 2023)

Caídas significativas (-2.0 o menos)		Aumentos significativos (+2.0 o más)	
France	-2.0	Great Britain	+4.6
Hungary	-2.5	Brazil	+2.4
Italy	-4.0	Belgium	+2.1
South Africa	-4.0	Germany	+2.0
		Spain	+2.0

Cambio de un año (vs. Febrero 2022)

Mayores caídas		Mayores aumentos	
Sweden	-14.7	Brazil	+12.5
Hungary	-9.8	Mexico	+8.1
South Korea	-6.7	Saudi Arabia	+6.5
Italy	-5.6	Turkey	+5.1
Great Britain	-5.5		
France	-5.5		
Germany	-5.3		

New: Index based on single-month only data

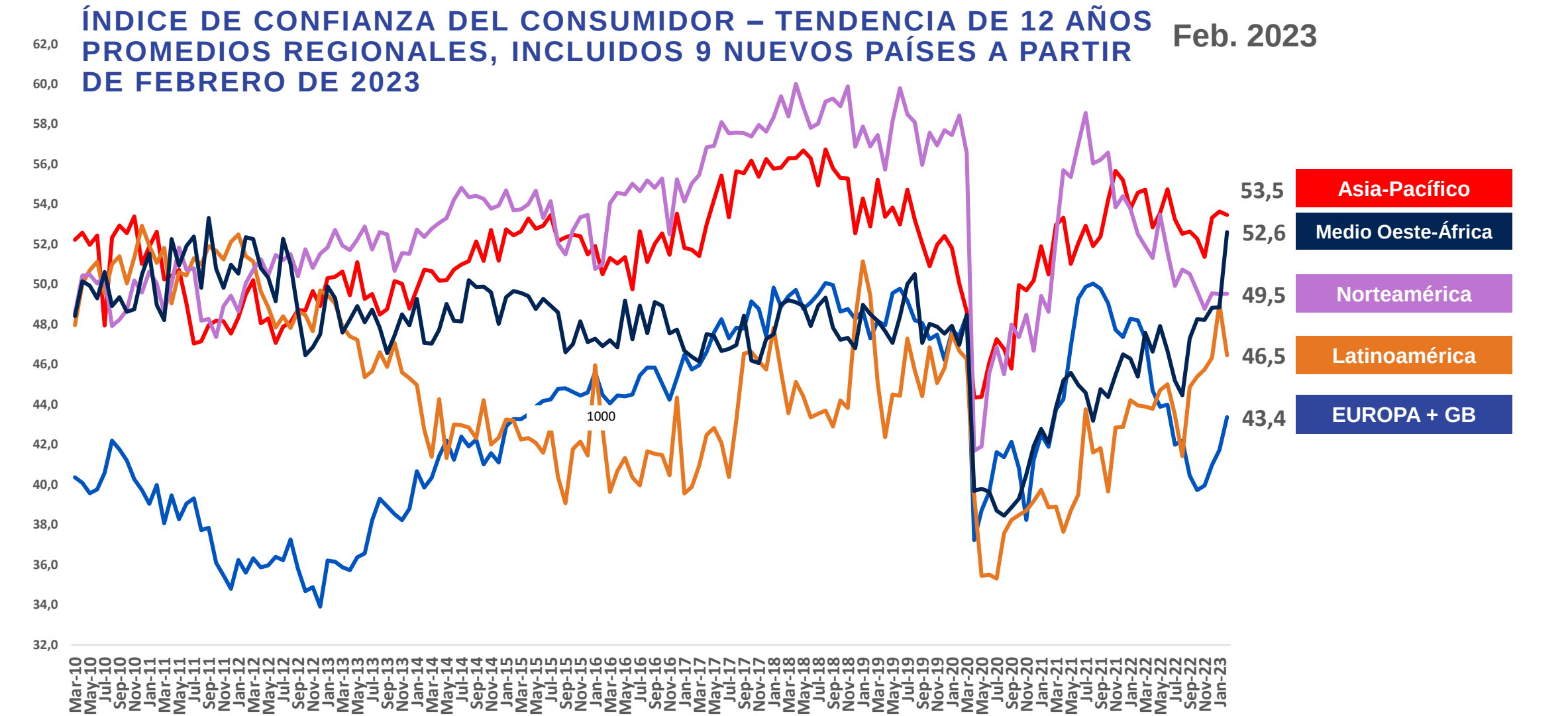
"Global All 32": average all 32 countries

"Global Legacy 23": average all countries excluding the 9 added in February 2023

* Country added in February 2023

INDIVIDUAL COUNTRY TRENDS

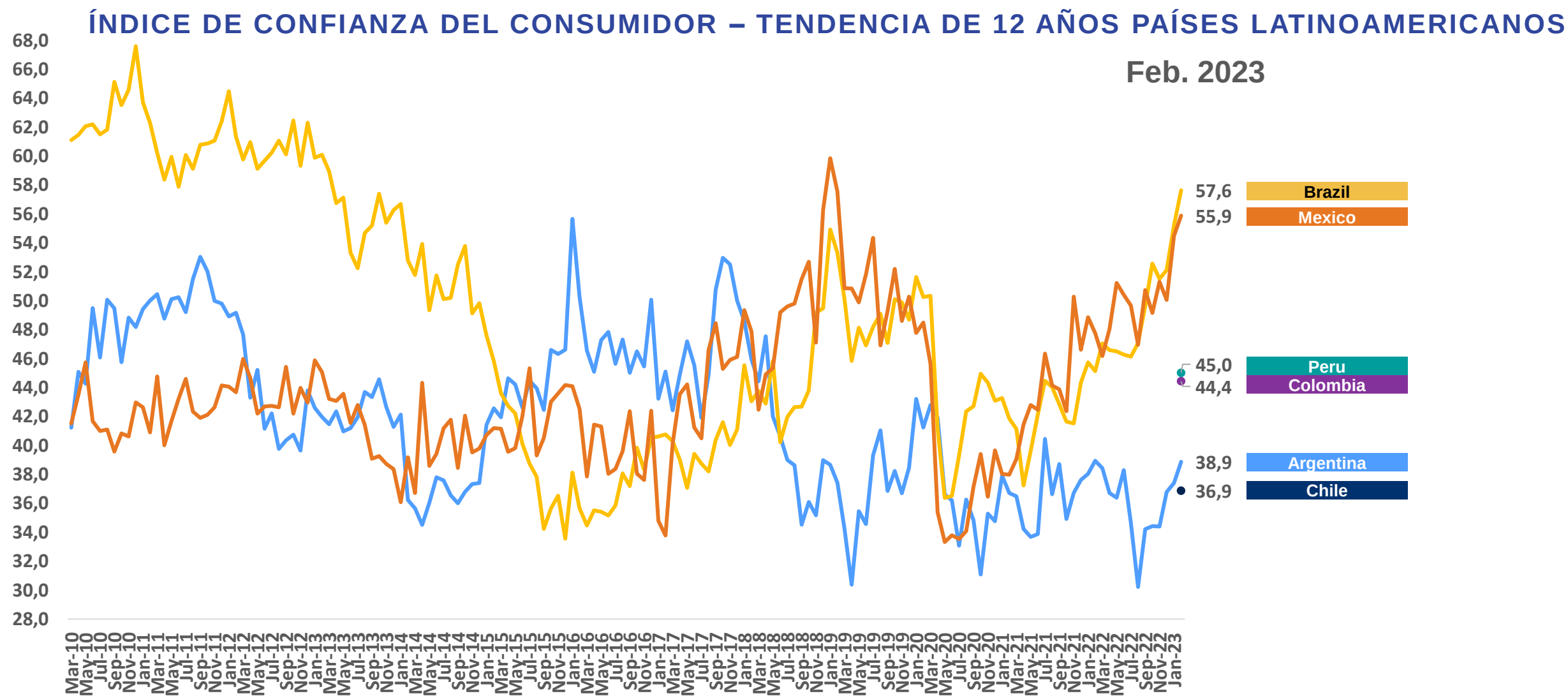
Asia-Pacífico es la región más optimista junto con Oriente Medio y África. Norteamérica muestra una tendencia negativa en el último año.



Index based on single-month only data for all months since March 2010
* Averages of all countries surveyed each month – bases starting in February 2023 include countries added that month

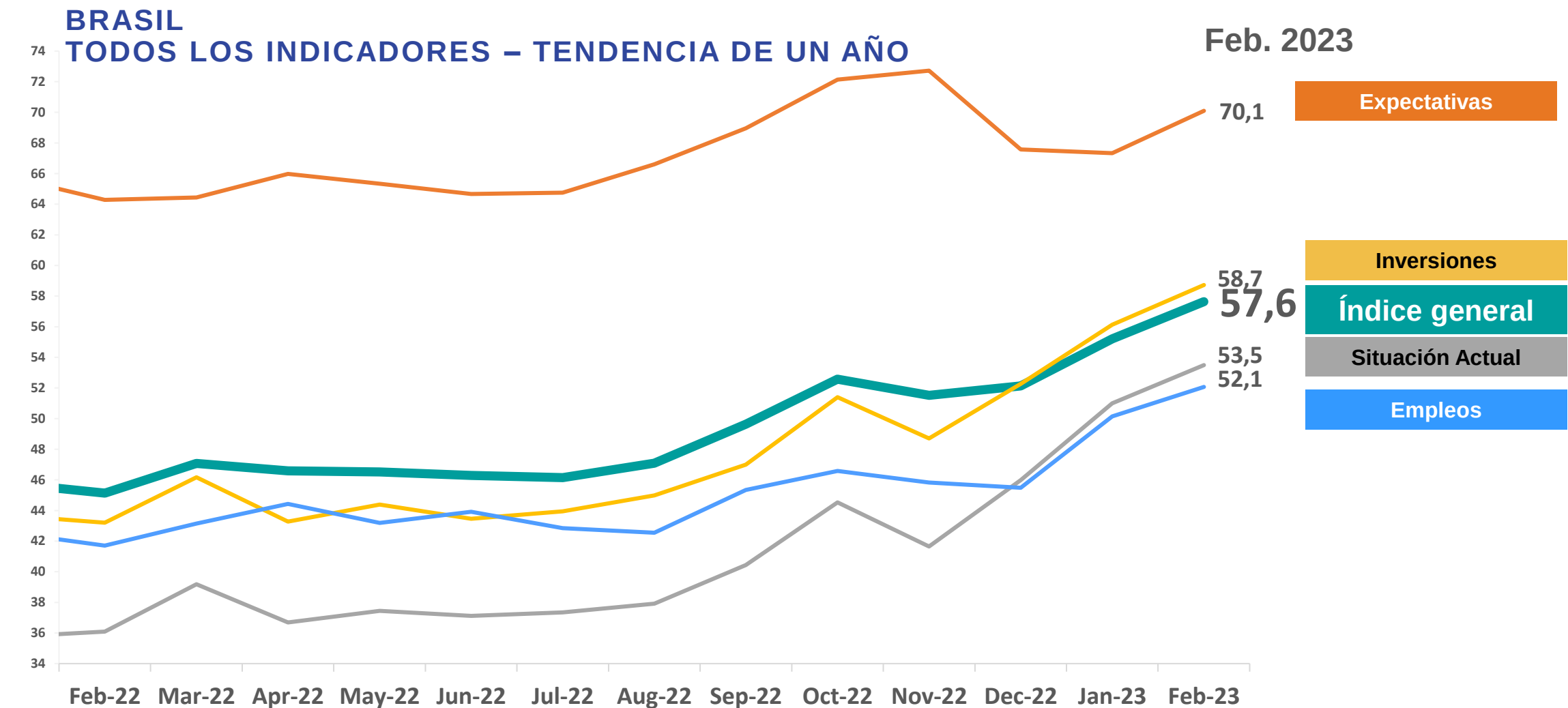


Las expectativas mejoran a principios de año en todos los países, México y Brasil muestran una tendencia positiva en los últimos 2 años.



Index based on single-month only data for all months since March 2010; countries added to the tracker in February 2023 show a marker rather than a line

El Índice General se ve afectado por las expectativas optimistas sobre el futuro y la inversión.

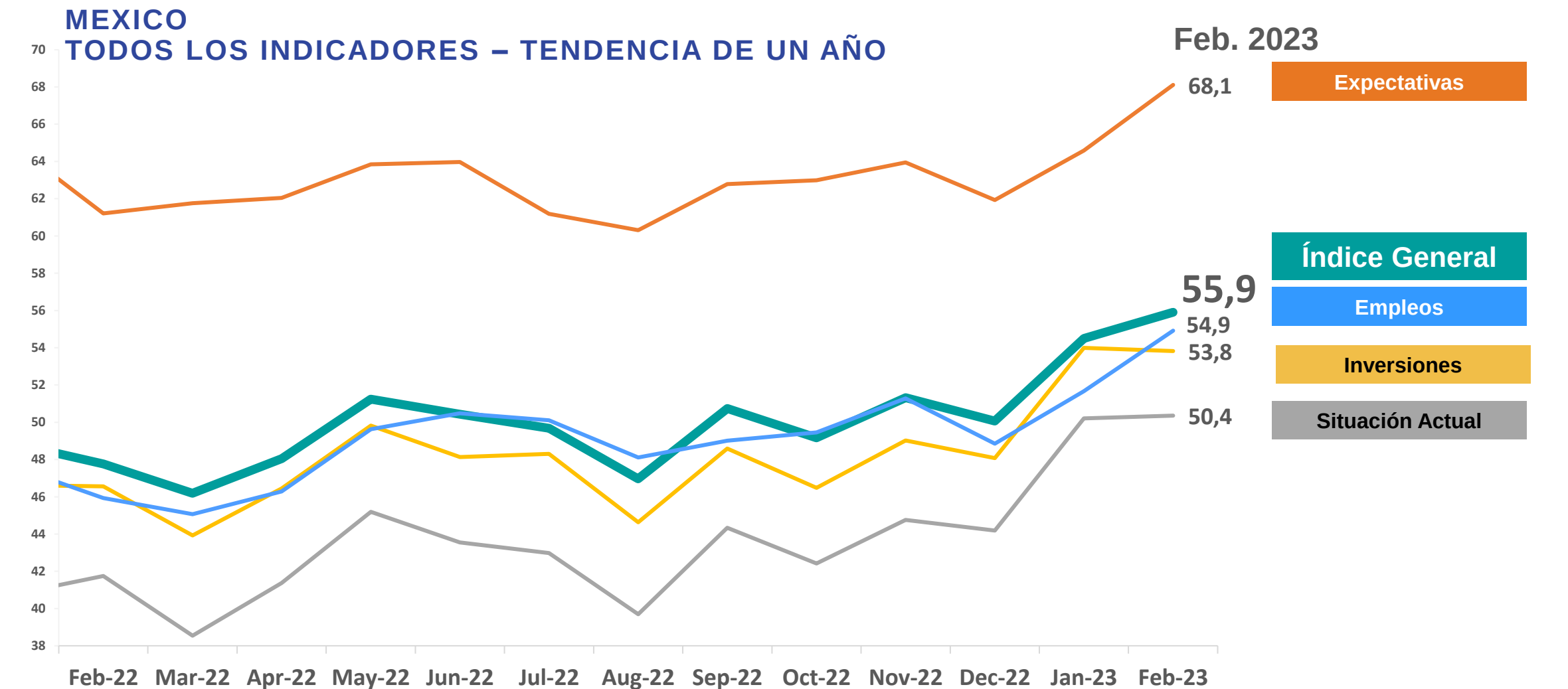


Indices based on single-month only data for all months since March 2010

Situación financiera actual	Expectativas	Inversiones	Empleos
Situación actual de las finanzas personales, la economía local y el empleo	Situación futura esperada de las finanzas personales, la economía local y el empleo	Confianza para realizar compras e inversiones	Confianza en la seguridad del empleo, experiencia de pérdida de empleo, miradas sobre el empleo



En México, el Índice General se ve afectado positivamente por las expectativas positivas sobre el futuro, aunque la situación actual no es tan fuerte para los consumidores.

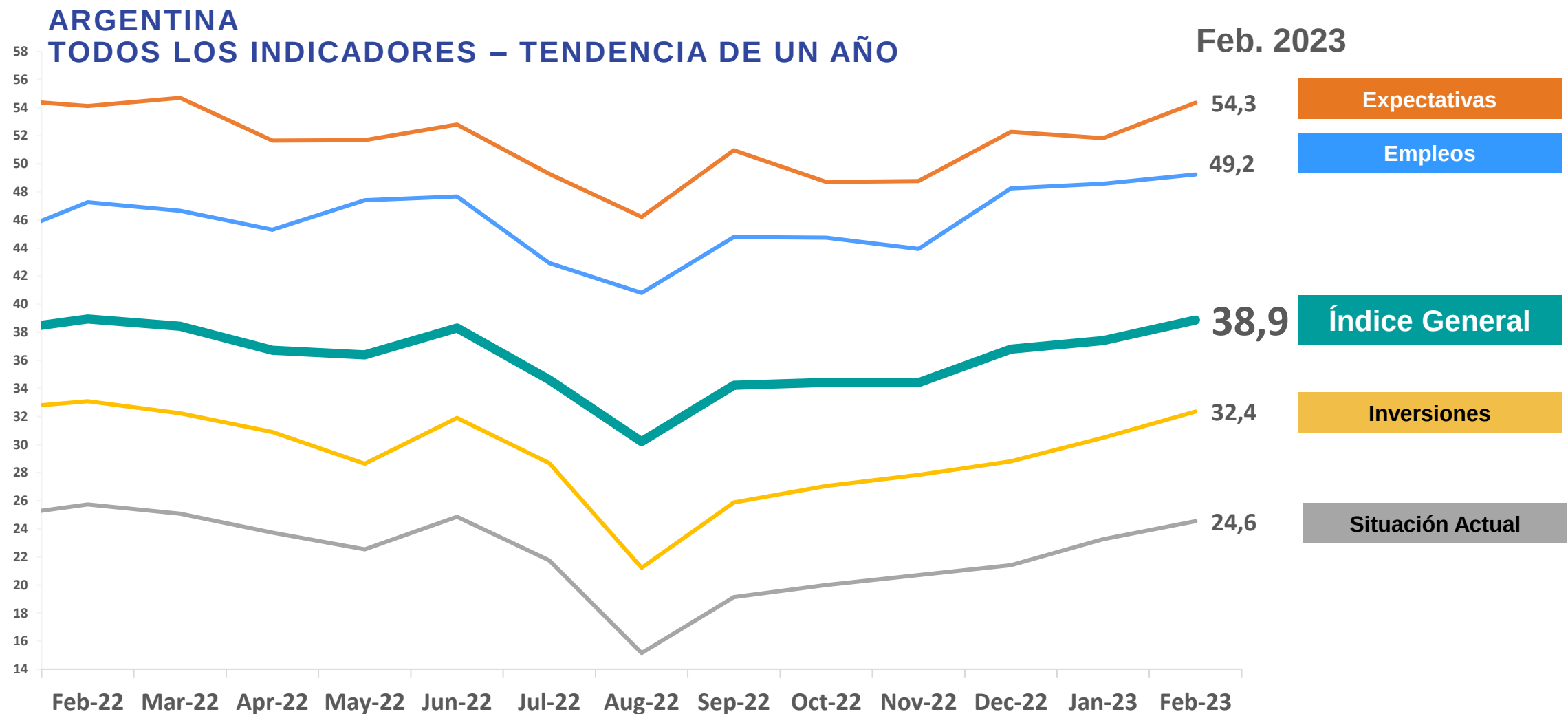


Indices based on single-month only data for all months since March 2010

Situación financiera actual	Expectativas	Inversiones	Empleos
Situación actual de las finanzas personales, la economía local y el empleo	Situación futura esperada de las finanzas personales, la economía local y el empleo	Confianza para realizar compras e inversiones	Confianza en la seguridad del empleo, experiencia de pérdida de empleo, miradas sobre el empleo



En Argentina, aunque las expectativas sobre el futuro siguen siendo altas, el índice actual es muy bajo en comparación con otros países de Latinoamérica. Todos los indicadores son muy estables en el tiempo.



Indices based on single-month only data for all months since March 2010

Situación financiera actual	Expectativas	Inversiones	Empleos
Situación actual de las finanzas personales, la economía local y el empleo	Situación futura esperada de las finanzas personales, la economía local y el empleo	Confianza para realizar compras e inversiones	Confianza en la seguridad del empleo, experiencia de pérdida de empleo, miradas sobre el empleo



Metodología

Estos resultados se basan en los datos de una encuesta mensual realizada en 32 países por Ipsos en su plataforma de encuestas en línea Global Advisor y, en la India, en su plataforma IndiaBus. Refinitiv los publica por primera vez cada mes como Índice de Sentimiento del Consumidor Primario (PCSI).

Los resultados se basan en entrevistas a más de 23.200 adultos mayores de 18 años en la India, de 18 a 74 años en Canadá, Israel, Malasia, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos, de 20 a 74 años en Tailandia, de 21 a 74 años en Indonesia y Singapur, y de 16 a 74 años en el resto de países. La muestra mensual consta de más de 1.000 personas en Alemania, Arabia Saudí, Australia, Brasil, Canadá, China (continental), Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia y Japón, y más de 500 personas en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, Corea del Sur, Hungría, Indonesia, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra de India consta de aproximadamente 2.200 personas, de las cuales 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 por Internet.

Las muestras de Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Polonia y Suecia pueden considerarse representativas de su población adulta general menor de 75 años. Las muestras de Arabia Saudí, Brasil, Chile, Colombia, Indonesia, Israel, Malasia, México, Perú, Sudáfrica, Tailandia y Turquía son más urbanas, más cultas y/o más acomodadas que la población general. Los resultados de la encuesta de estos países deben considerarse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de sus poblaciones. La muestra de la India representa a un amplio subconjunto de su población urbana: las clases socioeconómicas A/B/C en las metrópolis y las clases urbanas de nivel 1-3 en las cuatro zonas.

Los datos se ponderan de modo que la composición de la muestra en cada país refleje lo mejor posible el perfil demográfico de la población adulta según los datos del censo más reciente. Los índices y promedios globales aquí recogidos reflejan el resultado medio de todos los países y mercados en los que se ha realizado la encuesta. No se han ajustado al tamaño de la población de cada país o mercado y no pretenden sugerir resultados "totales". Las encuestas por muestreo y los sondeos pueden estar sujetos a otras fuentes de error, incluidos, entre otros, el error de cobertura y el error de medición.

La precisión de las encuestas en línea de Ipsos se calcula utilizando un intervalo de credibilidad bayesiano, en el que una encuesta de N=1.000 tiene una precisión de +/- 3,5 puntos porcentuales y una encuesta de N=500 tiene una precisión de +/- 5,0 puntos porcentuales. Para más información sobre los intervalos de credibilidad, visite [esta página](#).

El Índice de Sentimiento del Consumidor Primario (PCSI) de Refinitiv/Ipsos, en curso desde 2010, es una encuesta mensual sobre las actitudes de los consumidores respecto al estado actual y futuro de su economía local, su situación financiera personal, sus ahorros y su confianza para realizar inversiones importantes. Las métricas del PCSI que se publican cada mes para cada uno de los países encuestados consisten en un "Índice Primario" basado en las 10 preguntas que figuran a continuación y en varios "subíndices", cada uno de ellos basado en un subconjunto de estas 10 preguntas.

La publicación de estos resultados se rige por las normas y reglamentos locales.

PAÍSES ENCUESTADOS (Desde marzo 2010 a menos que especifique lo contrario)

Países	Asia-Pacífico	Europa + GB	Latino América	Norte América	Med. Oeste- África	G7	BRICS
Argentina			x				
Australia	x						
Belgium		x					
Brazil			x				x
Canada				x		x	
China (mainland)	x						x
Chile			x (added Feb '23)				
Colombia			x (added Feb '23)				
France		x				x	
Germany		x				x	
Great Britain		x				x	
Hungary		x					
India	x						x
Indonesia	x (added Feb '23)						
Israel					x (added Feb '15)		
Italy		x				x	
Japan	x					x	
Malaysia	x (added Feb '23)						
Mexico			x				
Netherlands		x (added Feb '23)					
Peru			x (added Feb '23)				
Poland		x					
Russia							x (removed Apr '22)
Saudi Arabia					x		
Singapore	x (added Feb '23)						
South Africa					x		x
South Korea	x						
Spain		x					
Sweden		x					
Thailand	x (added Feb '23)						
Turkey					x		
UAE					x (added Feb '23)		
United States				x		x	

NUEVO EN FEBRERO DE 2023

Las principales mejoras en la cobertura geográfica, la puntualidad y el formato de los informes del Índice Global de Confianza del Consumidor de Ipsos, que entran en vigor este mes, incluyen:

Índices basados únicamente en datos de un solo mes recogidos en las últimas 2-5 semanas, en lugar de medias de tres meses calibradas, como ocurría anteriormente..

- Ampliación del alcance del índice de 23 a 32 países con la incorporación de nueve países que Global Advisor cubre mensualmente: Chile, Colombia, Perú, Indonesia, Malasia, Países Bajos, Singapur, Tailandia y Emiratos Árabes Unidos, lo que eleva la cobertura del índice al 84% de la economía mundial..
- Cambio a una metodología híbrida de recopilación de datos en la India (80 % de entrevistas cara a cara, 20 % en línea y multilingües), que capta el sentimiento de una franja mucho más amplia del vasto mercado de consumidores del país. Hasta enero de 2023, la encuesta se realizaba exclusivamente mediante entrevistas en línea en inglés.

Estos cambios afectan a las comparaciones y tendencias de varias maneras :

- La notificación de datos de un solo mes se aplica a todos los índices de todos los meses: pasados, presentes y futuros. Obsérvese que estos valores mensuales difieren de las medias trimestrales comunicadas anteriormente. Sin embargo, las diferencias son generalmente pequeñas y las tendencias a largo plazo permanecen invariables..
- Dado que el número de países cubiertos ha aumentado considerablemente, presentamos dos versiones de todos los agregados mundiales y regionales: una que excluye todos los países añadidos a la encuesta en febrero de 2023, de modo que los índices siguen basándose en los mismos países "heredados" que antes (es decir, "de igual a igual" para las tendencias con respecto a los meses anteriores); y otra versión que incluye los países recién añadidos para las tendencias futuras.
- Los índices y porcentajes basados en datos recogidos en la India a partir de febrero de 2023, etiquetados como "India (Nacional)", no deben compararse con los recogidos anteriormente..

CONTACTO

Nicolas Boyon

Senior Vice President, US Public Affairs, Ipsos

nicolas.boyon@ipsos.com