

**INFORME DE APOYO CONSULTORÍA**

## La confianza de los consumidores en Lima mejoró durante marzo

—Aumento de precios sigue siendo la principal preocupación de las familias capitalinas. Más del 30% consideró que los precios están más altos que hace un año.

En marzo, el índice de confianza del consumidor de Apoyo Consultoría para Lima Metropolitana se situó en 52 puntos, cuatro puntos más que el mes pasado. Este incremento se dio de manera generalizada entre todos los niveles socioeconómicos (NSE) y los distintos componentes del índice.

Sin embargo, destacó el mayor optimismo respecto al mercado laboral. En solo un mes, el porcentaje de familias que perciben que en el último año se ha hecho más fácil conseguir empleo subió 12 puntos porcentuales (de 20% a 32%), mientras que el porcentaje que percibe más dificultades se redujo de 37% a 28%. Este salto en la percepción del mercado laboral refleja la moderada recuperación del empleo asalariado en Lima Metropolitana y apuntaría a que esta se mantuvo en marzo.

Por su parte, el aumento de precios sigue siendo la principal preocupación de las familias limeñas. Más del 30% de ellas consideró que los precios están más altos que hace un año; este porcentaje aún es uno de los más altos desde el 2008. En marzo, la inflación habría registrado su quinto mes consecutivo por encima de 4%, afectada por las mayores pensiones escolares, el desabastecimiento de alimentos por el bloqueo de la Carretera Central y la depre-



**Informal.** Es el empleo de menor calidad el que está creciendo más.

**ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (PUNTOS)**

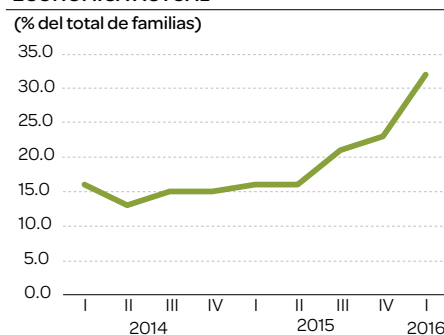
	Marzo 2015	Diciembre 2015	Enero 2016	Febrero 2016	Marzo 2016
Confianza del consumidor	53	54	49	48	52
NSE 1/					
AB	54	57	50	51	53
CDE	52	53	49	47	52
Componentes					
Familia: situación actual	53	54	47	44	48
Familia: expectativas	58	68	60	61	65
Precios	50	42	35	35	39
Empleo	50	45	48	45	51

1/ NSE: niveles socioeconómicos.

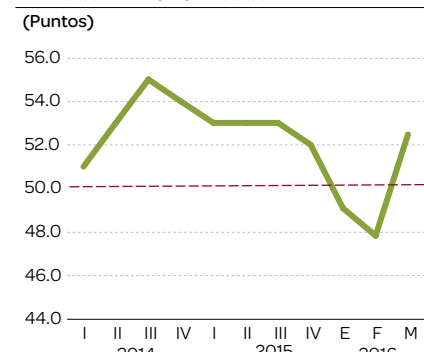
FUENTE: APOYO CONSULTORÍA EN BASE A UN ESTUDIO DE CAMPO DE IPSOS PERÚ

ciación del sol de los últimos 12 meses.

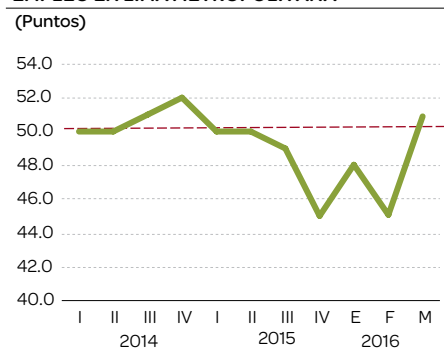
El incremento en la confianza del consumidor registrado en marzo es positivo, pero aún persiste un elevado número de hogares que percibe deterioro en su situación económica actual. De hecho, todavía tres de cada diez familias señalan que su situación económica se ha deteriorado en los últimos 12 meses. Por ello, aún es muy pronto para afirmar que la recuperación de la confianza en marzo es reflejo de una mejora generalizada, más aún cuando el empleo que más está creciendo en Lima es informal y la inversión privada sigue cayendo.

**PORCENTAJE DE FAMILIAS LIMEÑAS QUE PERCIPIEN UN DETERIORO EN SU SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL**


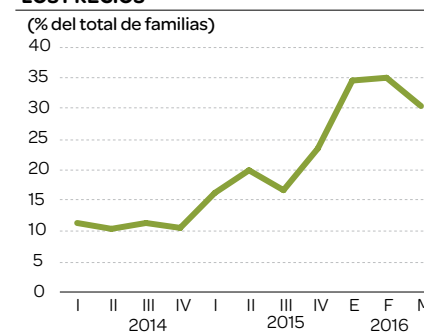
FUENTE: Apoyo Consultoría en base a un estudio de campo de Ipsos Perú

**ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR DE LIMA METROPOLITANA**


FUENTE: Apoyo Consultoría en base a un estudio de campo de Ipsos Perú

**ÍNDICE DE CONFIANZA PARA ENCONTRAR EMPLEO EN LIMA METROPOLITANA**


FUENTE: Apoyo Consultoría en base a un estudio de campo de Ipsos Perú

**PORCENTAJE DE FAMILIAS LIMEÑAS QUE PERCIPIERON UN ALZA CONSIDERABLE EN LOS PRECIOS**


FUENTE: Apoyo Consultoría en base a un estudio de campo de Ipsos Perú

**OPINIÓN**

**José Carlos Saavedra**  
 DIRECTOR DE ANÁLISIS MACROECONÓMICO ESTUDIOS ECONÓMICOS - APOYO CONSULTORÍA


**TODAVÍA NO CELEBREMOS**

La moderada recuperación del empleo asalariado en Lima observada en los últimos meses es una buena noticia para las familias, y la encuesta de marzo sugiere que esta contribuyó a mejorar la confianza para consumir de los hogares. Sin embargo, el mayor crecimiento del empleo se debe a la creación de trabajos informales,

que suelen ser de menor calidad y menores salarios. El empleo formal sigue creciendo muy poco, menos de 1% en los últimos doce meses. Este deterioro en la calidad del empleo explicaría la caída del salario real promedio.

Además, todavía más de la mitad de las familias manifiesta tener dificultades para cubrir gastos corrientes

básicos (agua, luz, teléfono, pensiones escolares y alquiler de la vivienda, así como obligaciones financieras). Este porcentaje es incluso mayor en las familias que tienen una elevada carga de deuda. Por ello, entre octubre del año pasado y ahora, se ha incrementado de 70% a 77% el porcentaje de familias que señalan que han re-

cortado sus gastos en algún rubro de consumo, principalmente en ropa, mejoras del hogar o compras de electrodomésticos.

Solo cuando las familias reacomoden sus balances y el empleo formal se recupere claramente podremos empezar a celebrar y esperar una mejora en el ritmo de crecimiento del consumo.