

ECONOMÍA

ENCUESTA DE APOYO CONSULTORÍA

Cae confianza de familias limeñas en octubre por tercer mes consecutivo

—Entre setiembre y octubre, creció de 16% a 24% el porcentaje de familias que observó aumentos significativos en los precios. Se deterioró la percepción sobre la facilidad para encontrar trabajo.

En octubre, el Índice de Confianza del Consumidor de Apoyo Consultoría para Lima Metropolitana se situó en 51 puntos, lo que representa una caída de cinco puntos respecto del trimestre pasado, cuando alcanzó niveles máximos de varios años. Las familias redujeron su optimismo sobre el futuro, percibieron incrementos en los precios y mayores dificultades para encontrar trabajo, sobre todo aquellas de ingresos medios y bajos (NSE C, D y E).

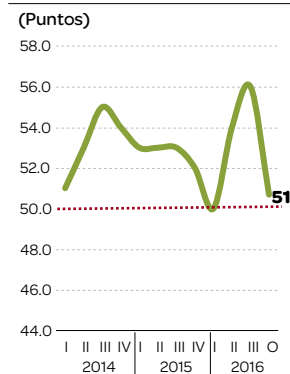
El principal cambio observado entre octubre y el tercer trimestre ha sido la disminución en el porcentaje de familias que espera mejoras en su situación económica para el 2017, que pasó de 62% a 52%.

“Este deterioro puede explicarse por la disminución en la confianza generada por el Gobierno, que se refleja en la caída de la aprobación presidencial. Parece estar repitiéndose el ciclo de confianza observado en los últimos tres cambios de Gobierno”, señala Apoyo.

De hecho, refiere, en todos ellos, tanto la aprobación presidencial como la confianza de las familias sobre las condiciones esperadas a un año se deterioraron luego de tres meses del cambio de mando.

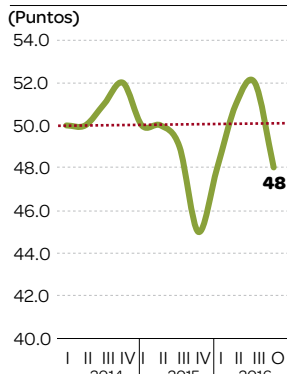
Adicionalmente, también se registró un aumento en el

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR DE LIMA METROPOLITANA



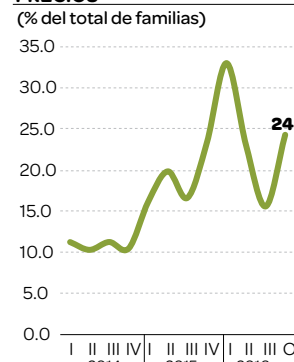
FUENTE: Apoyo Consultoría en base a un estudio de campo de Ipsos Perú

ÍNDICE DE CONFIANZA PARA ENCONTRAR EMPLEO EN LIMA METROPOLITANA



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

FAMILIAS LIMEÑAS QUE PERCIBIERON UN ALZA CONSIDERABLE EN LOS PRECIOS



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

“

Este deterioro puede explicarse por la disminución en la confianza generada por el Gobierno, que se refleja en la caída de la aprobación presidencial”.

porcentaje de familias que percibió incrementos considerables en los precios. Entre setiembre y octubre, el porcentaje de familias que observó aumentos significativos en los precios pasó de 16% a 24%. Esto sugeriría que la inflación habría dejado de caer este mes.

Empleo

Finalmente, los hogares de ingresos medios y bajos (NSE

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Puntos	Octubre 2015	Julio 2016	Agosto 2016	Setiembre 2016	Octubre 2016
Confianza del consumidor	51	58	57	54	51
NSE 1/					
AB	53	59	61	57	56
CDE	50	57	55	53	49
Componentes					
Familia: situación actual	47	55	54	50	49
Familia: expectativas	59	67	66	64	60
Precios	46	51	50	48	43
Empleo	45	52	53	51	48

1/ NSE: niveles socioeconómicos.

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

C, D y E) percibieron mayores dificultades para encontrar empleo. Tras mejorar gradualmente a lo largo del año, en octubre la percepción de las familias de estos NSE sobre la facilidad para encontrar trabajo se deterioró y volvió a los niveles del cuarto trimestre del 2015, cuando marcó un mínimo de cinco años. Esto podría estar relacionado a la caída del empleo de personas sin educación su-

perior registrada en los últimos meses.

Tras alcanzar máximos en el tercer trimestre del 2016, la confianza de los consumidores cayó en octubre y regresó a niveles relativamente bajos. Aparentemente, el ciclo político afectó las expectativas de las familias sobre el próximo año y explicó buena parte de la mejora inicial en la confianza y también su reciente deterioro.



CLAUDIA LLONTOP

Consumo. Aún no se perciben avances claros en las condiciones para consumir actuales.

OPINIÓN

José Carlos Saavedra
JEFE DE ANÁLISIS MACROECONÓMICO DE APOYO CONSULTORÍA



DEL OPTIMISMO A LA IMPACIENCIA

Los últimos resultados de la encuesta a consumidores limeños sugieren que, con la economía desacelerándose y sin avances concretos en cuanto a medidas de reactivación por parte del Gobierno, el optimismo de los consumidores podría convertirse rápidamente en impaciencia.

La confianza que generó la nueva administración en el empresariado y las familias a inicios de su mandato parecería estar dando algunas señales de debilitamiento. En octubre, cayó la confianza de los consumidores y la mayoría de empresarios percibe

escaso o ningún avance en temas claves como lucha contra la corrupción, seguridad ciudadana, reducción de barreras burocráticas o formalización laboral. Esto se refleja en la reducción de la aprobación del Gobierno.

Parecería que, tras tres meses de mandato, la luna de miel estaría llegando a su fin. Revertir esta situación requerirá de anuncios de medidas concretas que reactiven la economía, mostrando el trabajo que viene realizando el Gobierno. Con ello, se podría sostener la confianza para invertir y consumir.