

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Cuarto Trimestre 2014 - Perú



AUMENTA LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES PERUANOS

- La confianza del consumidor peruano ascendió 4 puntos en el último trimestre de 2014 alcanzando un índice de 101 y posicionándose como el más alto de la región.
- Por el contrario, en Latinoamérica, el índice retrocedió, cayendo en 5 de los 7 países incluidos en la medición.
- La percepción de los peruanos sobre las perspectivas laborales y sus finanzas personales de cara al futuro se tornó más positiva y el porcentaje de encuestados que considera que su país está en recesión disminuyó 2 puntos porcentuales.

Mientras que en Latinoamérica la confianza de los consumidores retrocede, en Perú el índice ascendió 4 puntos al cierre de 2014 convirtiéndose en el país con mayor nivel de confianza dentro de la región, superando por primera vez a Brasil que lideraba el ranking desde 2011.

En líneas generales se observa que la percepción de los peruanos en relación al futuro se tornó más positiva, en este sentido, los resultados de la última encuesta muestran que un 49% de los consumidores en Perú considera que las perspectivas laborales para los próximos 12 meses serán buenas o excelentes, mientras que en el trimestre previo esta cifra era del 46%.

De la misma manera, también ascendió significativamente el sentimiento positivo en relación a las finanzas personales, en comparación con el trimestre previo, se incrementó de un 59% a un 65% el porcentaje de peruanos que piensa que éstas serán buenas o excelentes.

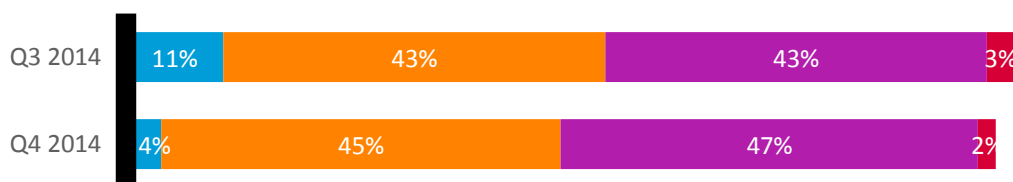
Finalmente, el indicador que interroga sobre el contexto económico nacional, también arrojó resultados positivos, disminuyendo de un 45% a un 43% el porcentaje de peruanos que considera que el país se encuentra en recesión. Cabe destacar que este porcentaje es el más bajo de la región.



PERSPECTIVAS A FUTURO



PERSPECTIVAS LABORALES PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES



PERCEPCIÓN SOBRE LAS FINANZAS PERSONALES PARA LOS PRÓXIMOS 12 MESES



● Excelentes ● Buenas ● No muy buenas ● Malas

Fuente: Nielsen-Encuesta Global de Confianza del consumidor e intenciones de gasto- Argentina - 4to trimestre 2014

POSITIVOS PERO CAUTELOSO

Si bien los consumidores peruanos muestran una actitud positiva, continúan siendo cautelosos y racionales en sus hábitos de consumo.

Los peruanos cuidan su bolsillo, en este sentido, un 38% declara haber cambiado a marcas más económicas, mientras que un 35% afirma que redujo las salidas fuera del hogar en comparación con el año anterior.

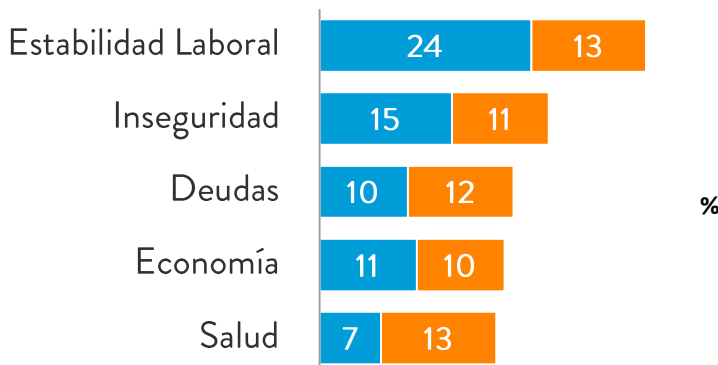
Asimismo, son racionales y previsores: el ahorro (45%) y el pago de las deudas (37%) aparecen como el principal destino del dinero excedente una vez cubiertos los gastos esenciales del hogar.

Por otro lado, la estabilidad laboral, la inseguridad y las deudas se encuentran entre las problemáticas que más los preocupa en la actualidad.

PRINCIPALES PREOCUPACIONES PARA LOS PRÓXIMOS 6 MESES

PRINCIPALES PREOCUPACIONES PARA LOS PRÓXIMOS 6 MESES

● Mayor preocupación ● Segunda mayor preocupación



PANORAMA LATINOAMERICANO

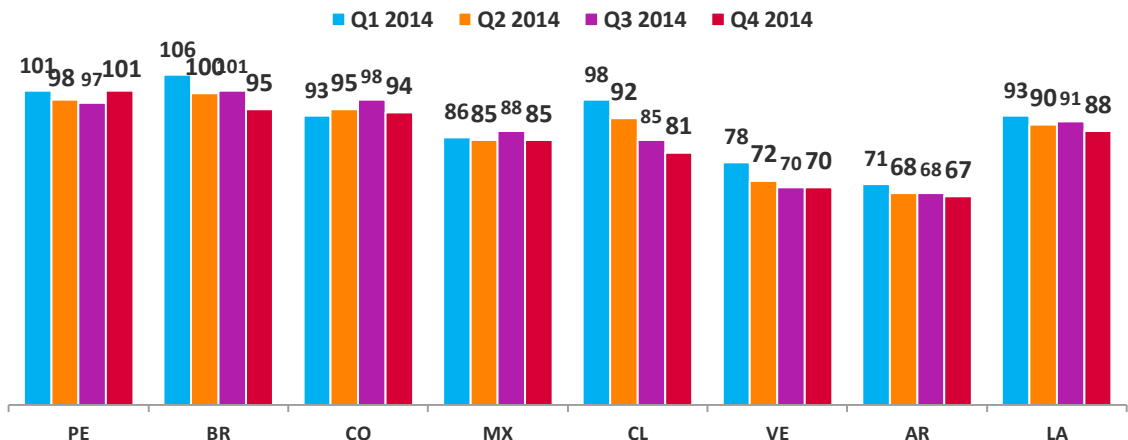
En América Latina la confianza disminuyó tres puntos en el cuarto trimestre de 2014, ubicándose en 88 y cayendo en 5 de los 7 países medidos en el estudio . Perú fue el único país de la región que mejoró su índice creciendo 4 puntos, alcanzando el nivel más alto de la región y superando por primera vez desde 2011 a Brasil (95) que retrocedió 6 puntos al cierre del año.

México (85) disminuyó tres puntos, Colombia (94) y Chile (81) cayeron cuatro puntos cada uno y Argentina (67) retrocedió un punto en el cuarto trimestre, mientras que Venezuela (70) se mantuvo sin cambios en comparación con el trimestre previo.

Las perspectivas positivas sobre el empleo se contrajeron en tres de los siete países de la región y las percepciones sobre las finanzas personales empeoraron en todos los países, excepto Perú.

Tanto en Brasil como en Chile se incrementó en un 7% el porcentaje de encuestados que considera que su país se encuentra en recesión, alcanzando un 73% y un 59% respectivamente, uno de los niveles más elevados de los últimos años.

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - LATAM



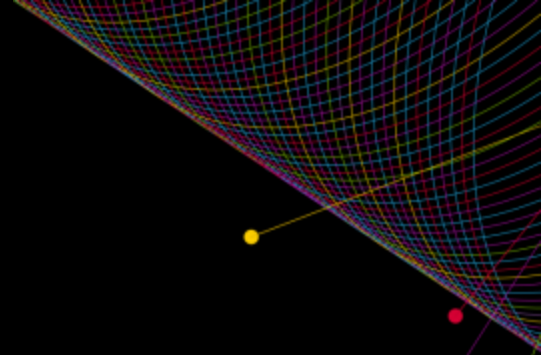
Fuente: Nielsen-Encuesta Global de Confianza del consumidor e intenciones de gasto - 4to trimestre 2014

ACERCA DE LA ENCUESTA GLOBAL DE NIELSEN

La Encuesta Global de Nielsen sobre la Confianza del Consumidor e Intenciones de Compra se aplicó del 10 al 28 de noviembre de 2014. Fueron encuestados más de 30,000 consumidores online en 60 países de Asia-Pacífico, Europa, Latinoamérica, Medio Oriente, África y América del Norte. La muestra tiene cuotas por edad y género para cada país con base en su penetración de Internet, además se pondera para representar a los usuarios de Internet y tiene un margen máximo de error de $\pm 0.6\%$. Este estudio de Nielsen está basado en el comportamiento solamente de aquellos con acceso a Internet. Las tasas de penetración de Internet varían según el país. El Índice de Confianza del Consumidor en China es compilado por un estudio metodológico combinado entre 3,500 encuestados en China. Nielsen utiliza un estándar mínimo de reporte de 60% de penetración de Internet o 10 millones de población online para incluir en el estudio. La Encuesta Global de Nielsen que incluye el Índice de Confianza del Consumidor Global fue creada en 2005.

ACERCA DE NIELSEN

Nielsen (NYSE: NLSN) es una compañía global de información y medición, con posiciones líderes en el sector de la mercadotecnia e información del consumidor, televisión y medición de otros medios de comunicación, inteligencia online y medición de telefonía móvil. Nielsen tiene presencia en aproximadamente 100 países y sus sedes se ubican en Nueva York, Estados Unidos y en Diemen, Países Bajos. Para mayor información por favor visite www.nielsen.com



nielsen
.....