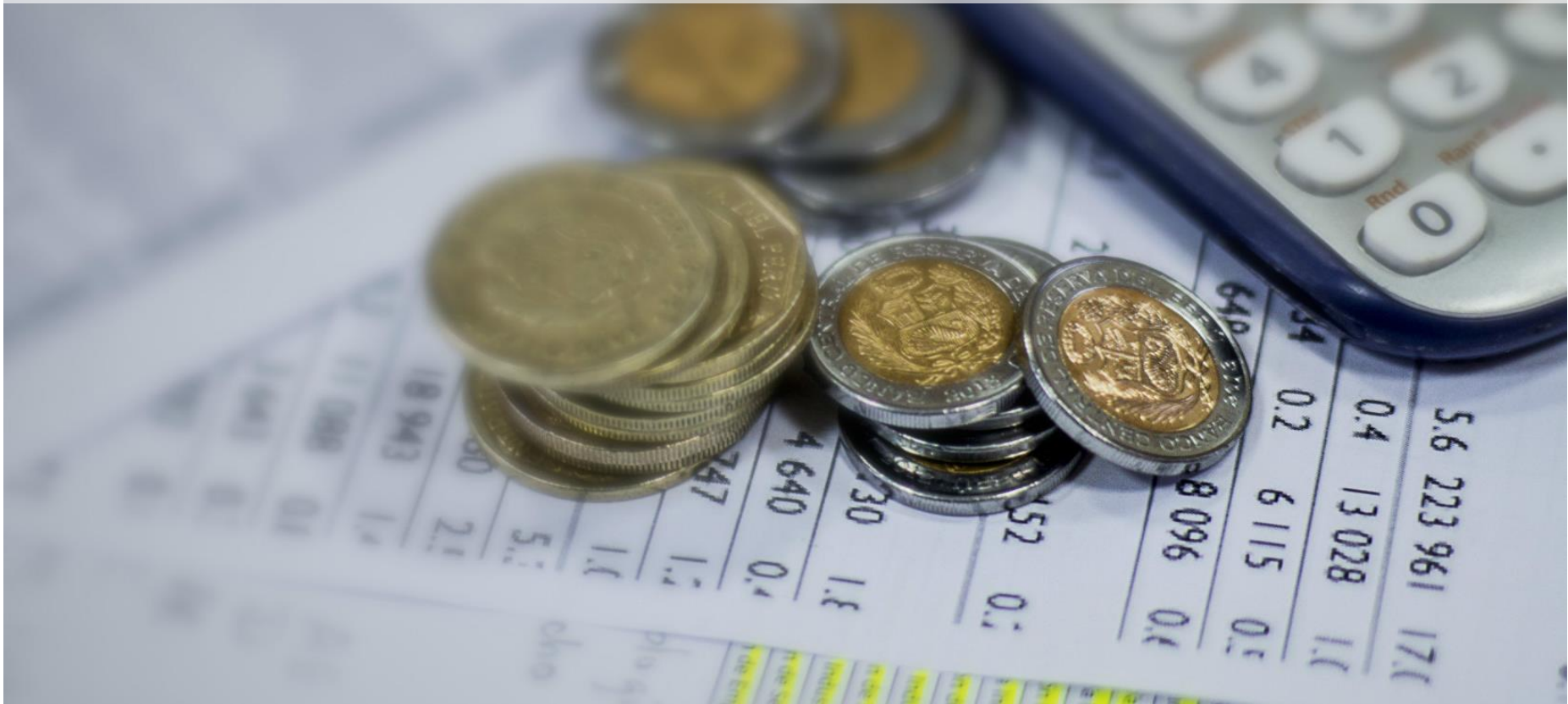


# GfK ICC y actitudes hacia la economía

## Estudio de opinión pública nacional - urbano rural

Mayo 2016



# Contenido

1. Listado de noticias del período   Mayo 2016	3
2. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)	6
3. Percepción de la situación económica personal y del hogar	12
4. Percepción macroeconómica del país	15
5. GfK   Metodología   Ficha técnica del estudio	18



# Listado de noticias del período | Mayo 2016

## Listado de noticias económicas| Abril-Mayo 2016



DÍA	Abril-Mayo
28/04	ESSALUD: el 4.5% que dejen los que salgan de AFP no cubrirá atención.
29/04	Optimismo de consumidores en su nivel más alto del año.
30/04	BCR se enfrenta a Servir por pase de trabajadores a Ley del Servicio Civil.
1	Este mes sube el sueldo mínimo y depositan la CTS.
2	Disputa por S/ 2,000 mlls. De CTS lleva a subir tasas a más de 8%.
3	Trabas frenan avance de obras de la Línea 2 del Metro de Lima.
4	Sunat investiga patrimonios de artistas de TV y profesionales.
5	Afiliados de AFP a punto de usar sus fondos para comprar casas.
6	Se aprobó el uso de fondos de AFP para compra de casas o terrenos.
7	No abonar la CTS sería sancionado con S/ 197,500
8	Afiliados de AFP podrán pagar deuda hipotecaria con 25% de su fondo.
9	Si tiene 55 años y está desempleado, también Ud. puede retirar el 95,5%.
10	Crecimiento de la economía se desacelerará en marzo y abril según BCP.
11	Lima tendrá un nuevo peaje y costará más de S/ 3 en túnel de Línea Amarilla.
12	Recaudación por el IGV interno creció en abril tras 3 meses de caídas.

## Listado de noticias económicas| Mayo 2016

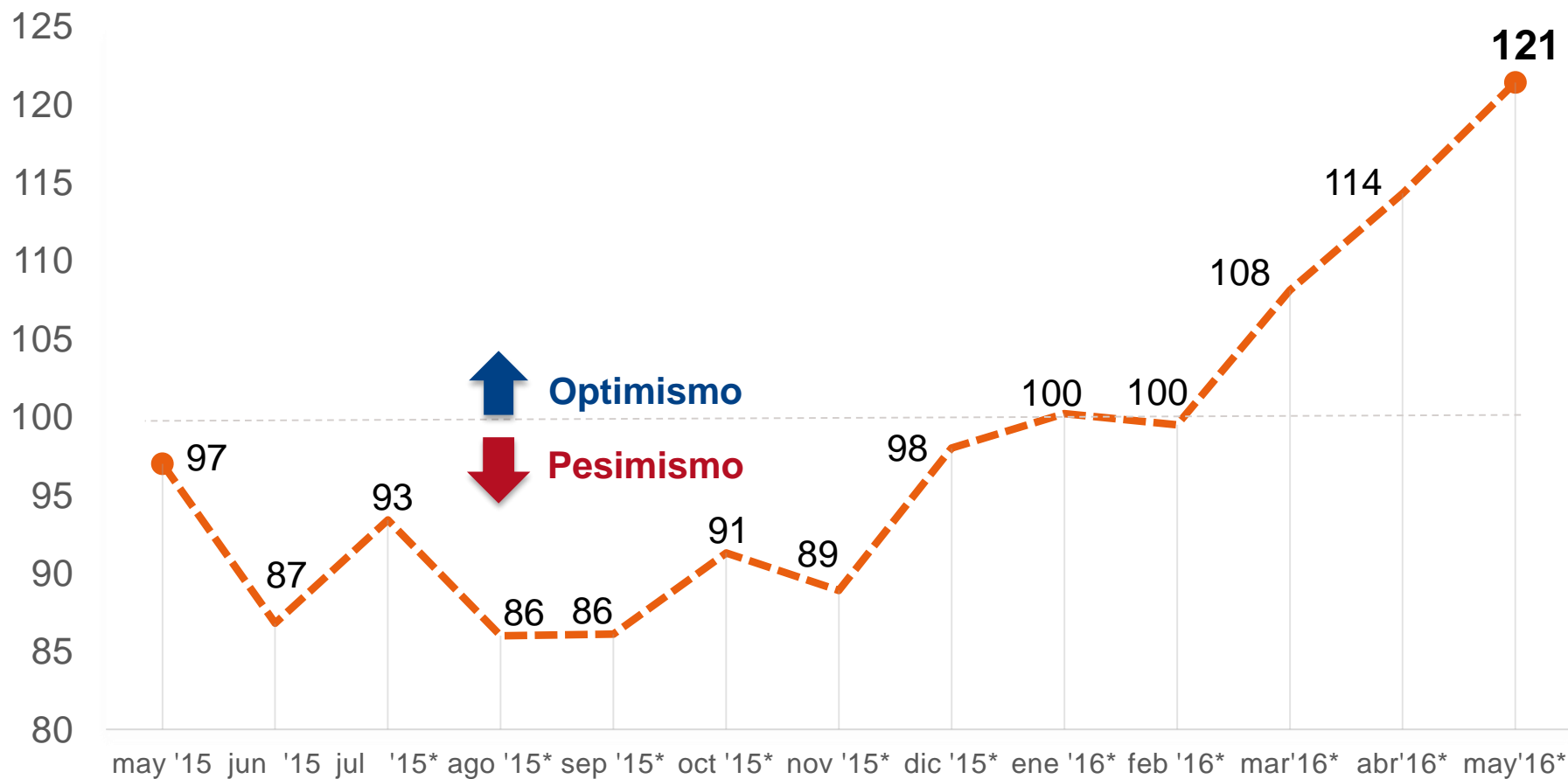


DÍA	Mayo
13	8 de cada 10 peruanos consideran muy necesaria reforma para el empleo.
14	Cada línea móvil consume un promedio de S/ 27 al mes, según Osiptel.
15	Desde mañana Ud. podrá iniciar los trámites para retirar el 95,5% de su AFP.
16	Retirar efectivo con las tarjetas ya no será fácil.
17	Construcción se recupera y comercio se desacelera.
18	Primera temporada de pesca podría retrasarse hasta junio.
19	Desde junio costará más crédito de Mivivienda.
20	Alta volatilidad en los precios de alquiler de oficinas.
21	Bolsa de Valores de Lima cierra con indicadores mixtos.
22	En el 2016, el subempleo de los millenials es de 51%.
23	Crecen fraudes en operaciones bancarias con Smartphones.
24	Inversión privada sigue cayendo, retrocedió 1.1% en primer trimestre.
25	US\$ 800 mlls de depósitos a plazo pasan a soles por mejores tasas.

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC\*)- Total Nacional

Confianza se dispara a 121 puntos, continúa la tendencia en alza de primeros meses del 2016.



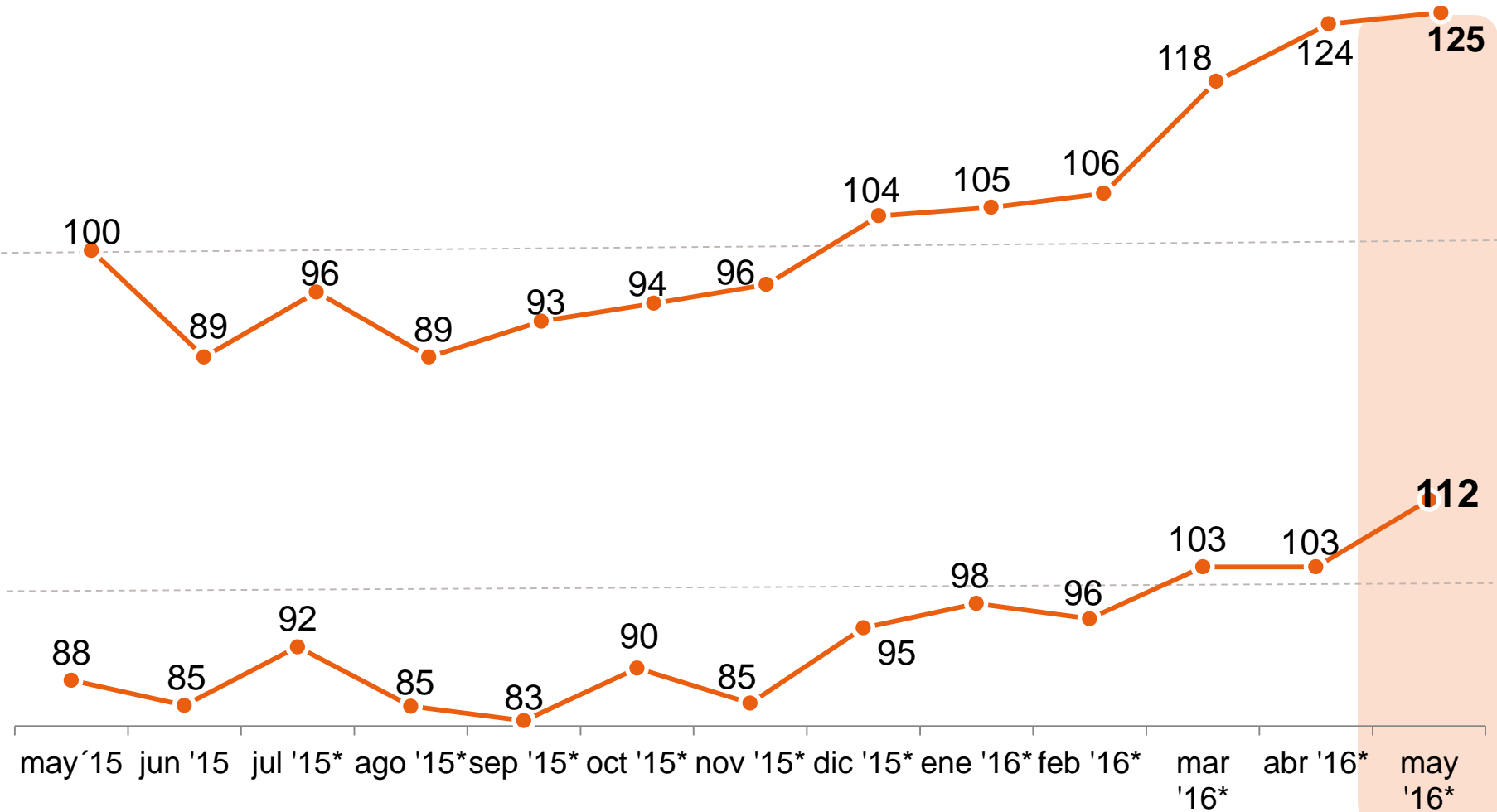
\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.



# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Lima e interior

Aumento es mayor en el interior del país, nueve puntos más que en abril.

L  
I  
M  
A



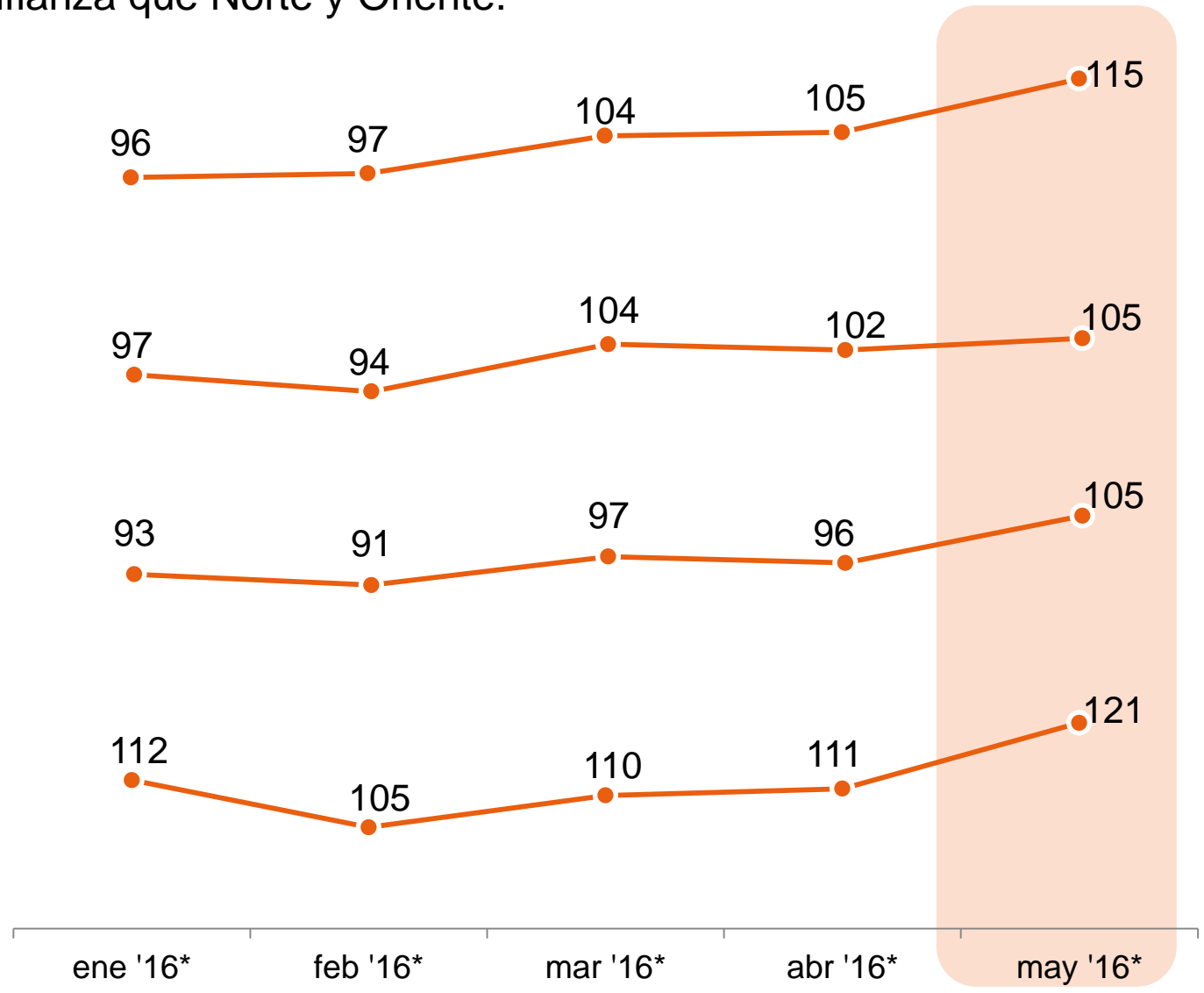
I  
N  
T  
E  
R  
I  
O  
R





¿Qué zonas geográficas del interior incrementan su confianza económica?  
Salvo el centro, todas incrementan sus indicadores. Aun así zonas Centro y Sur tienen menor confianza que Norte y Oriente.

- Norte**
- Centro**
- Sur**
- Oriente**



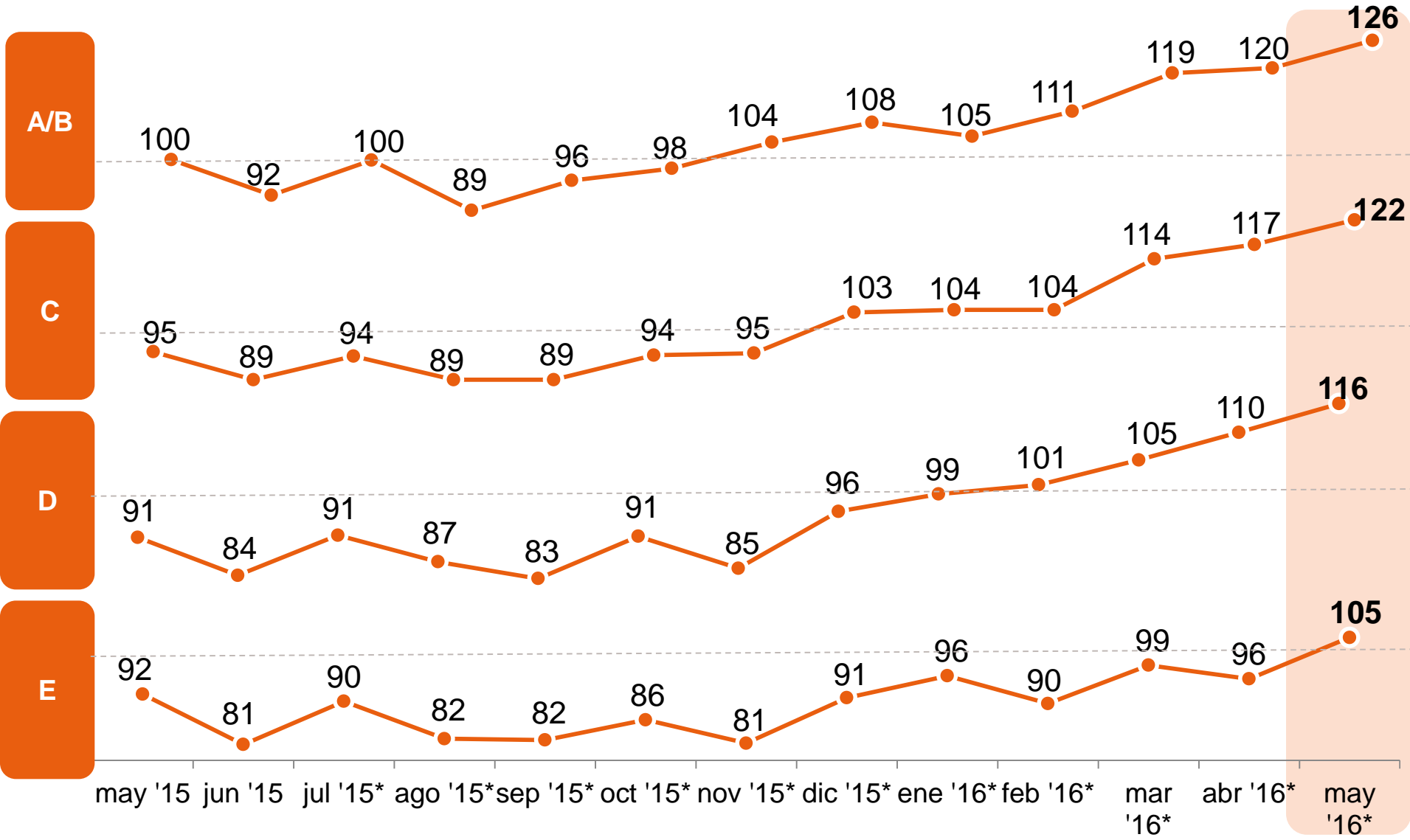
Base mayo 2016: (100%) Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1508)

\*Mediciones urbano - rural



# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Por nivel socioeconómico

En todos los casos se incrementan los indicadores de confianza



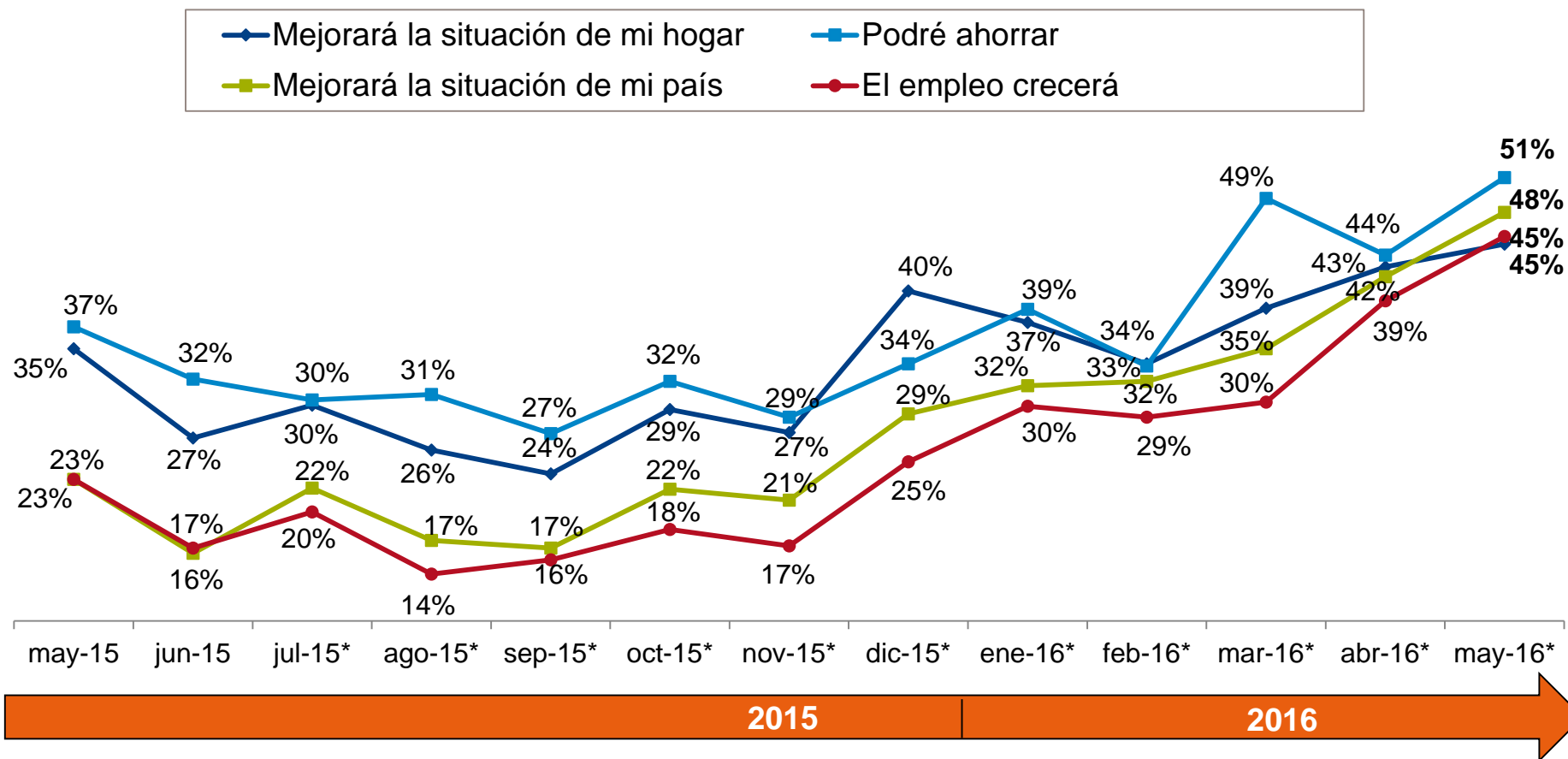
Base mayo 2016: (100%) Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1508)

\*Mediciones urbano - rural

# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



Pensando en el futuro, ¿cómo cree que estará la situación económica de su hogar, país, empleo y ahorro en los próximos 12 meses? **(RESPUESTA ASISTIDA)**

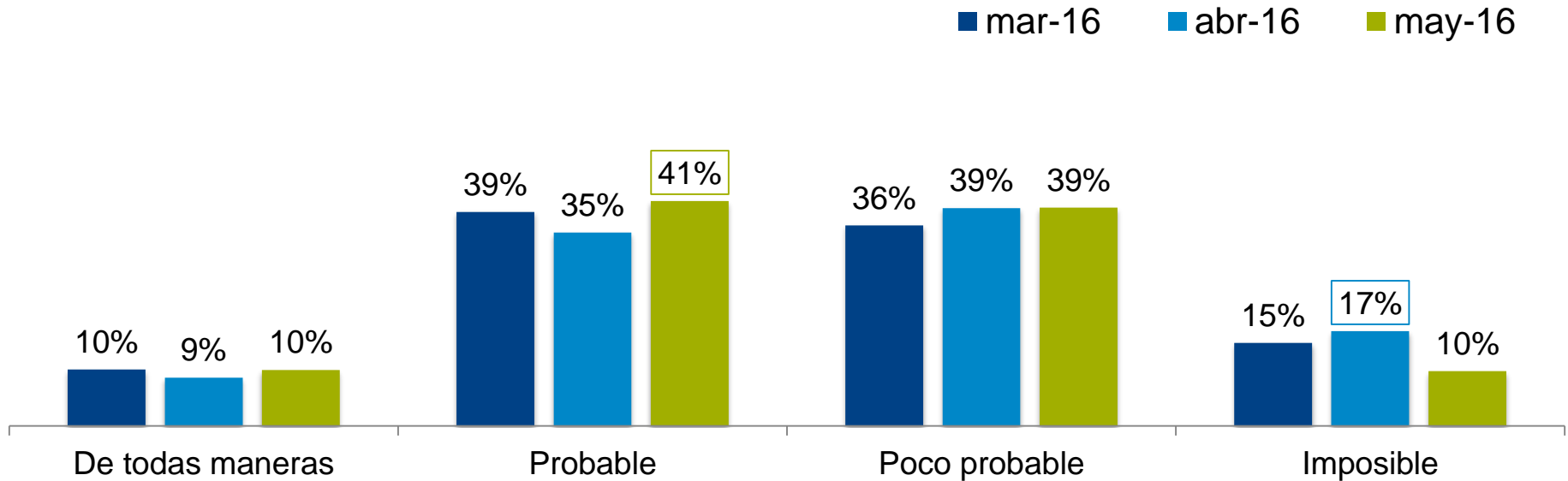


\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

# Percepción de la situación económica personal y del hogar

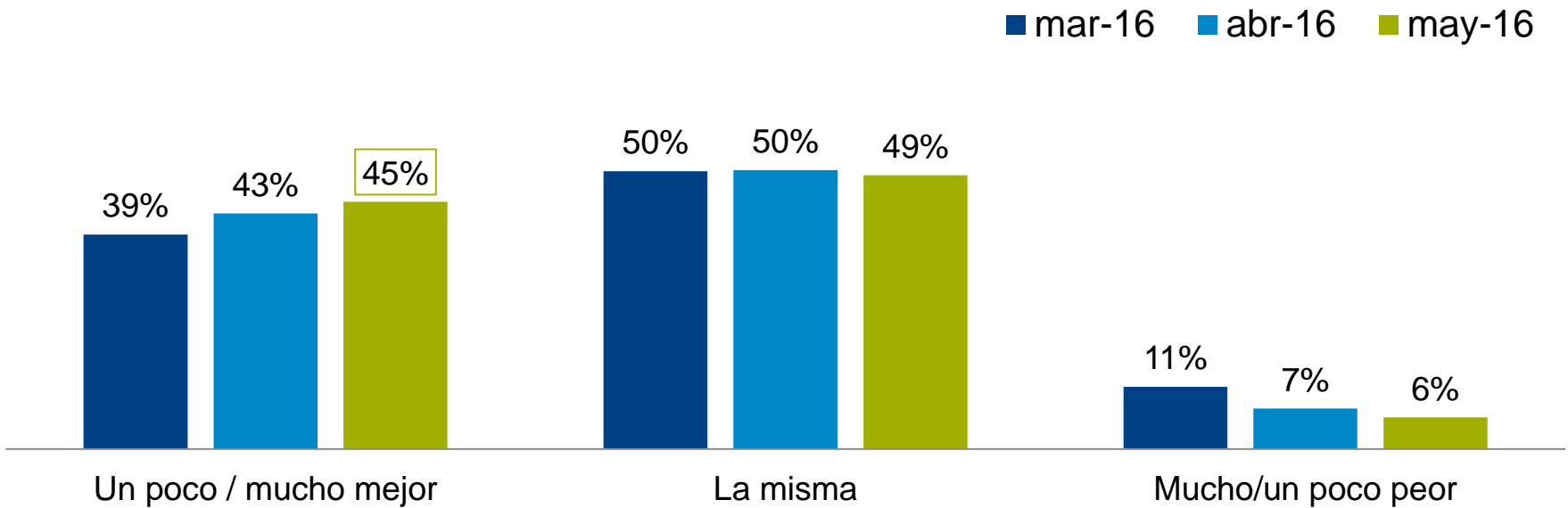


# Durante los próximos 12 meses, ¿cuán probable es que usted pueda AHORRAR dinero?



Mayo 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Zona geográfica				
		A/B	C	D/E	Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente
		De todas maneras	10%	14%	11%	9%	12%	13%	8%
Probable	41%	<b>51%</b>	<b>47%</b>	34%	<b>48%</b>	33%	35%	39%	43%
Poco probable	39%	33%	37%	42%	35%	35%	46%	<b>49%</b>	39%
Imposible	10%	2%	5%	<b>15%</b>	5%	<b>19%</b>	11%	7%	10%

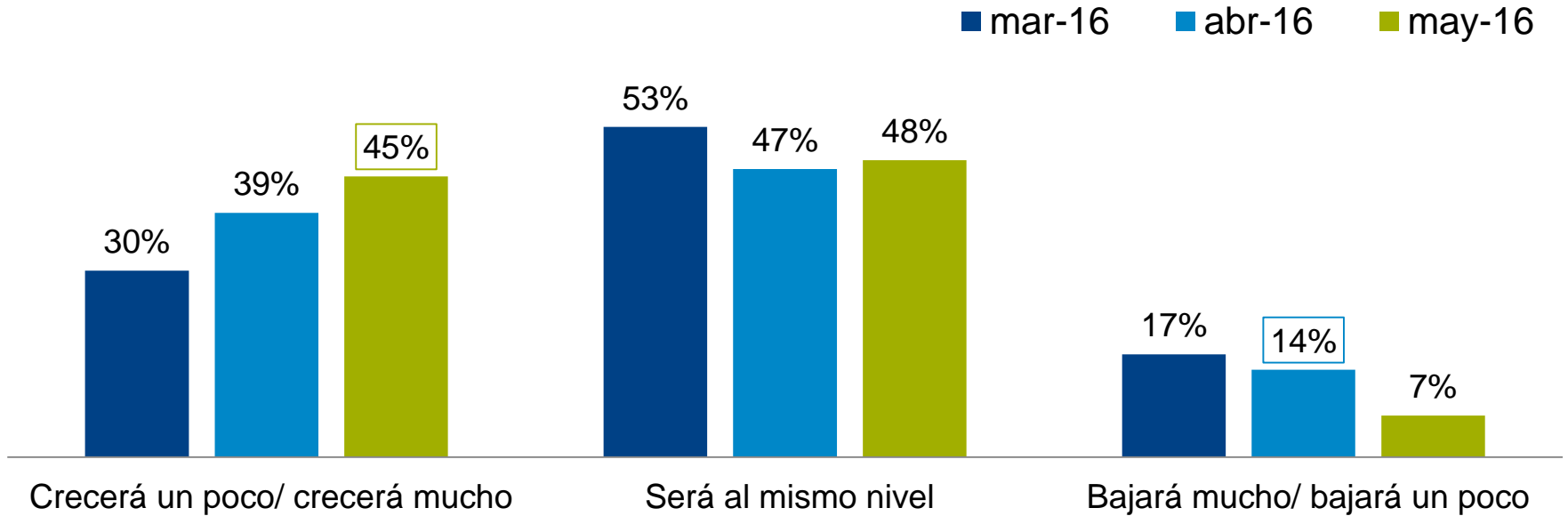
# Pensando en el futuro, ¿cómo cree que estará la situación económica de su HOGAR en los próximos 12 meses?



Mayo 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Zonas geográficas				
		A/B	C	D/E	Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente
Un poco/mucho mejor	45%	53%	48%	41%	55%	46%	29%	26%	56%
La misma	49%	44%	50%	50%	41%	48%	61%	67%	39%
Mucho/un poco peor	6%	3%	2%	9%	4%	6%	10%	7%	5%

# Percepción macroeconómica del país

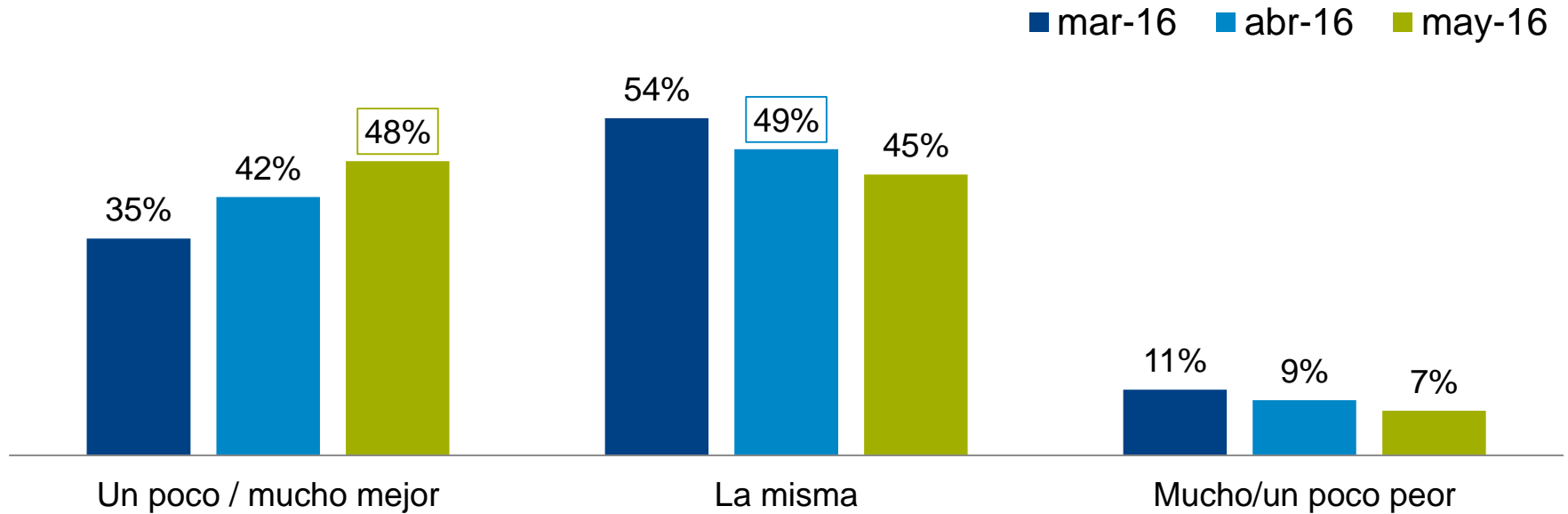
# En cuanto al nivel de EMPLEO dentro de los próximos 12 meses, ¿usted cree que...?



Mayo 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Zonas geográficas				
		A/B	C	D/E	Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente
Crecerá un poco/ crecerá mucho	45%	49%	48%	43%	53%	49%	28%	30%	55%
Será al mismo nivel	48%	49%	48%	47%	44%	42%	62%	60%	38%
Bajará mucho/ bajará un poco	7%	2%	4%	10%	3%	9%	10%	10%	7%



# Y dentro de los próximos 12 meses, ¿cómo cree que estará la situación económica del PAIS?



Mayo 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Zonas geográficas				
		A/B	C	D/E	Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente
Un poco/mucho mejor	48%	48%	55%	43%	58%	49%	29%	26%	65%
La misma	45%	51%	41%	46%	38%	42%	58%	66%	28%
Mucho/un poco peor	7%	1%	4%	11%	4%	9%	13%	8%	7%

# GfK | Metodología | Ficha técnica del estudio

## Objetivo del estudio

Recoger el índice de confianza del consumidor (ICC) en personas mayores de 18 a más años con DNI de todos los niveles socioeconómicos, en ámbitos urbano y rural.

## Tamaño de la población

Hombres y mujeres de 18 años a más con DNI de todos los niveles socioeconómicos del Perú (22,017,030). Ámbito urbano y rural, de acuerdo con el Padrón Electoral de las Elecciones Generales 2016.

## Tamaño de la muestra

La muestra para esta medición tuvo 1,508 entrevistados y está distribuida de la siguiente manera.

Zona	Ambito					
	Urbano	%	Rural	%	Total	%
Lima	532	35.3%	0	0.0%	532	35.3%
Norte	247	16.4%	108	7.2%	355	23.5%
Centro	97	6.4%	42	2.8%	139	9.2%
Sur	215	14.3%	93	6.2%	308	20.4%
Oriente	104	6.9%	70	4.6%	174	11.5%
<b>Total</b>	<b>1,195</b>	<b>79.2%</b>	<b>313</b>	<b>20.8%</b>	<b>1,508</b>	<b>100.0%</b>

## Nivel de representatividad

83.7% a nivel provincial

## Margen de error de muestreo

Los resultados del presente estudio tienen un error máximo estimado de  $\pm 2.5\%$  para los resultados a nivel nacional.

## Nivel de confianza de la muestra

Los resultados del estudio tienen un nivel de confianza de 95% considerando una varianza máxima en las proporciones poblacionales ( $p=q=0.5$ ).

## Tipo de Muestreo aplicado

Es polietápico por las etapas de selección se describen a continuación:

<b>Etapas</b>	<b>Unidad de Muestreo</b>	<b>Tipo de Selección</b>
1	Ciudades y distritos	Probabilístico. Estratificado
2	Zonas censales <sup>4</sup>	Probabilístico. Sistemático con inicio aleatorio de manzana y probabilidad proporcional al tamaño de las viviendas.
3	Viviendas <sup>5</sup>	Probabilístico. Sistemático con inicio aleatorio.
4	Persona <sup>6</sup>	Cuotas de sexo y rango de edad.

## Fecha de realización del trabajo de campo

Del 23 al 25 de mayo del 2016.

## Página web en la que se encuentra la información

<http://www.gfk.com/es-pe/insights/press-release/encuestasgfk-opinion-publica/>



Fundada en el 2003 (como Conecta Asociados), se ha caracterizado por contar con un equipo de profesionales de primer nivel, altamente comprometidos, realizando informes orientados a soluciones con enfoques estratégicos, novedosos que optimizan la inversión de sus clientes. Desde el 2009 es parte del Grupo GfK, quinta empresa de investigación de mercados en el mundo que opera en más de 100 países con un staff de más de 11,000 personas.

## **Equipo humano**

Gerente General: Hernán Chaparro

Colaboradores: Laura Amaya, María Gracia Puyo, Lucía Espinoza, Rossella Luzquiños, Esvenia Montalvo, Edgardo Obregón, Moisés Cerna y Antonio Ruiz.

Distribución y difusión: Nancy Jaén, Luis Orellana y Gonzalo Abad.

## **Todos los derechos reservados**

Este material no puede ser reproducido o transmitido por ningún medio, total o parcialmente, sin el permiso expreso de [GfK Conecta SAC](#) (083-REE/JNE).

## **Suscripciones:**

[mktcomunicaciones.peru@gfk.com](mailto:mktcomunicaciones.peru@gfk.com)

GfK | Av. Jorge Basadre 990 San Isidro, Lima | Perú

T: +51 1 206-2300