

# GfK ICC y actitudes hacia la economía

## Estudio a nivel nacional urbano rural

Octubre 2015



# Contenido

1. Listado de noticias del período   Septiembre – Octubre 2015	3
2. Conclusiones	6
3. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)	8
4. Percepción de la situación económica personal y del hogar	13
5. ¿Más tiempo o más dinero?	18
6. Percepción macroeconómica del país	20
7. Lo que se viene	25
8. Reducción del precio de las bebidas alcohólicas	27
9. GfK   Metodología   Ficha técnica del estudio	29



# Listado de noticias del período | Septiembre - Octubre 2015

# Listado de noticias económicas| Septiembre - Octubre



DÍA	SEPTIEMBRE - OCTUBRE
24	Bancos disputan S/. 5,300 mlls de cuentas sueldo.
25	Sancionarán a las empresas que activen celulares que sean robados.
26	Viviendas de hasta S/. 77 mil podrán recibir Bono Familiar Habitacional.
27	Tramitología y conflictos traban US\$ 22 mil millones en inversiones.
28	El 44% en contra de que Petroperú asuma ya lote 192.
29	Limitarán las obras por impuestos a las regiones, pero no a los ministerios.
30	Por tercer año Perú cae en el ranking mundial de la competitividad.
1	Minería pierde atractivo entre sectores para trabajar.
1	Pesimismo en la población con respecto al ahorro en los próximos 12 meses.
2	Producción de cobre alcanza record.
3	Tercer trimestre "para el olvido" en fondos de los afiliados a las AFP.
4	Perú recibe cumbre mundial con halagos por su desempeño económico.
5	La tasa real más alta que se paga por una tarjeta es 149.5% anual.
6	Se cierra TPP sin afectar acceso a medicamentos.
7	FMI estima que el Perú crecerá solo 2,4% este año.
8	Cajas vuelven a pagar más por los depósitos a plazo en dólares.

# Listado de noticias económicas| Octubre



DÍA	OCTUBRE
9	Limitarán los créditos en dólares.
10	La inversión en Educación llegará al 4% del PBI el 2016.
11	Alonso Segura es premiado como mejor ministro de Finanzas en América Latina.
12	Hay nuevos proyectos mineros con luz verde para invertir US\$ 14,800 mlls.
13	Humala dice que se acabó crecimiento de más del 6%.
14	Disminuye el endeudamiento de los jóvenes.
15	Solo 3.1% en Lima estudia inglés en la edad ideal.
16	Aumentan en 47 mil los desocupados en Lima.
17	A fin de mes darán medidas para mayor desdolarización de créditos.
18	Salarios de trabajadores calificados crecieron hasta un 5% en el presente año.
19	Ganancias de empresas líderes de la bolsa habrían retrocedido en 23.5% 500,000 peruanos dan joyas para tener crédito.
20	Ventas de Gamarra se reducirán en S/. 300 millones este año. Se facilitará el prepago de tarjetas de crédito. Se desploma inversión de cobre.

\*Acontecimientos ocurridos antes y durante el trabajo de campo

# Conclusiones

## El gorro del pesimismo sigue puesto

Los resultados de este mes muestran un ligero incremento en la confianza del consumidor, que pasa de 86 a 91 puntos a nivel nacional. Pareciera ser un efecto de estar ya mirando el próximo año. La mejora es relativamente mayor en el interior del país (90 en octubre versus los 83 puntos de septiembre) y en los niveles socioeconómicos C y D, donde el indicador sube 5 y 9 puntos, respectivamente. Aún así, estos números no llegan al puntaje mínimo esperado (100), por lo que el “gorro” del pesimismo sigue puesto en la mayoría de peruanos. Esto se evidencia especialmente en ese 43% que tiene dificultades para llegar a fin de mes: 1 de cada 2 peruanos tiene un ingreso familiar que le alcanza con las justas o que, simplemente, no le alcanza.

Vale la pena destacar que, si bien el presente se ve oscuro, el futuro de aquí a un año se espera con ansias: 29% cree que la situación económica de su hogar será mejor en los próximos 12 meses y que incluso la situación económica del país será mejor también en un año (22% versus 17% de septiembre).

Da la impresión que la gente es consciente de que estamos en un año electoral donde las inversiones son menores, en el que todos cuidan lo que tienen y en el que una mejora económica para los meses que quedan del gobierno de Humala se ven poco probables. Allí radica la importancia de que se toque el tema económico a profundidad dentro de la campaña electoral que se viene: 47% espera que el mantenimiento de una economía saludable para el país sea una de las tres principales promesas que los candidatos a la presidencia discutan y aterricen. Muchos parecen estar pensando en el 2016 y en la mejor forma de afrontar lo que se viene.

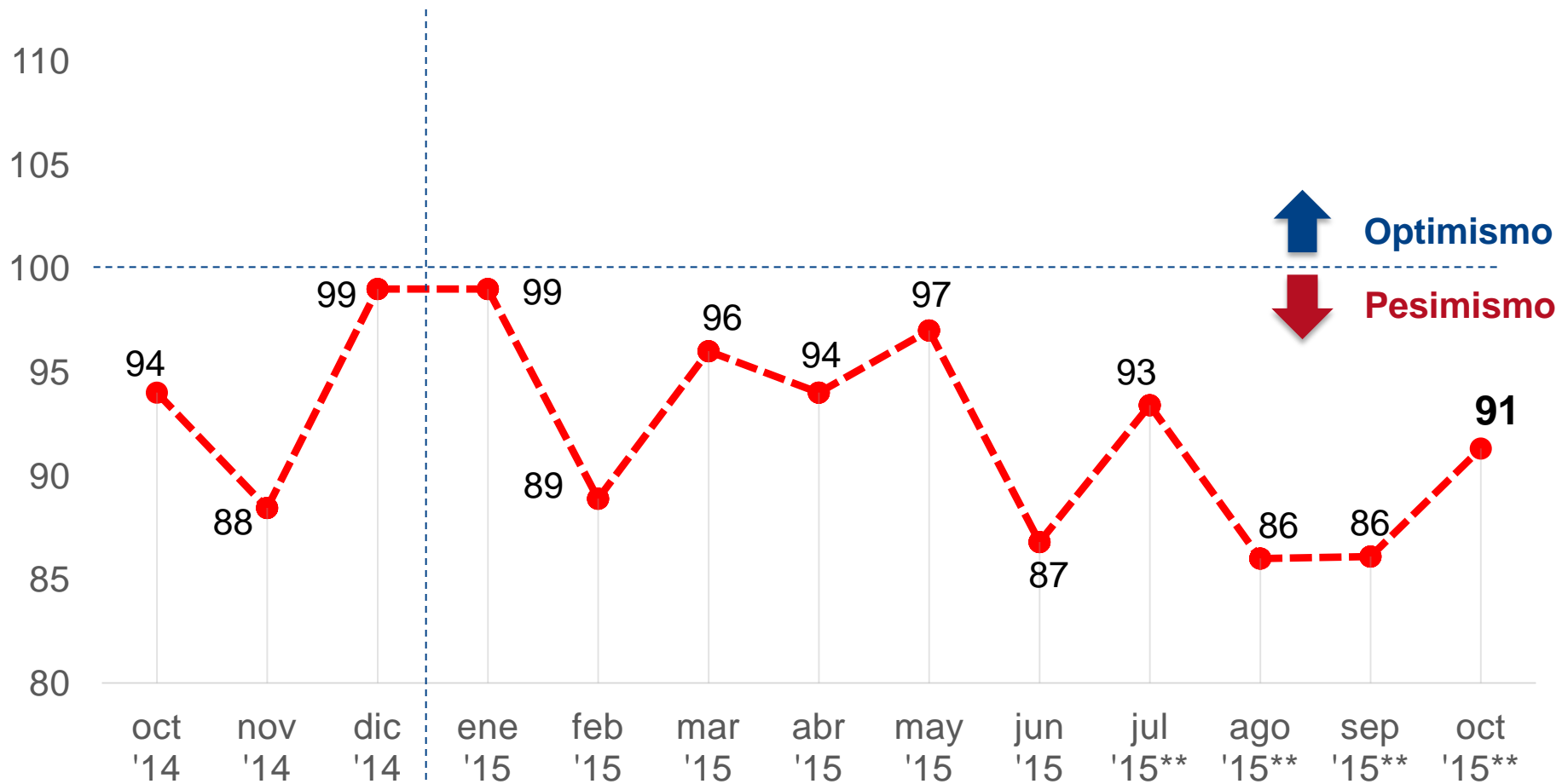
Laura Amaya  
Analista de Opinión Pública

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



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

Ligera mejora respecto a septiembre: 86 a 91 puntos

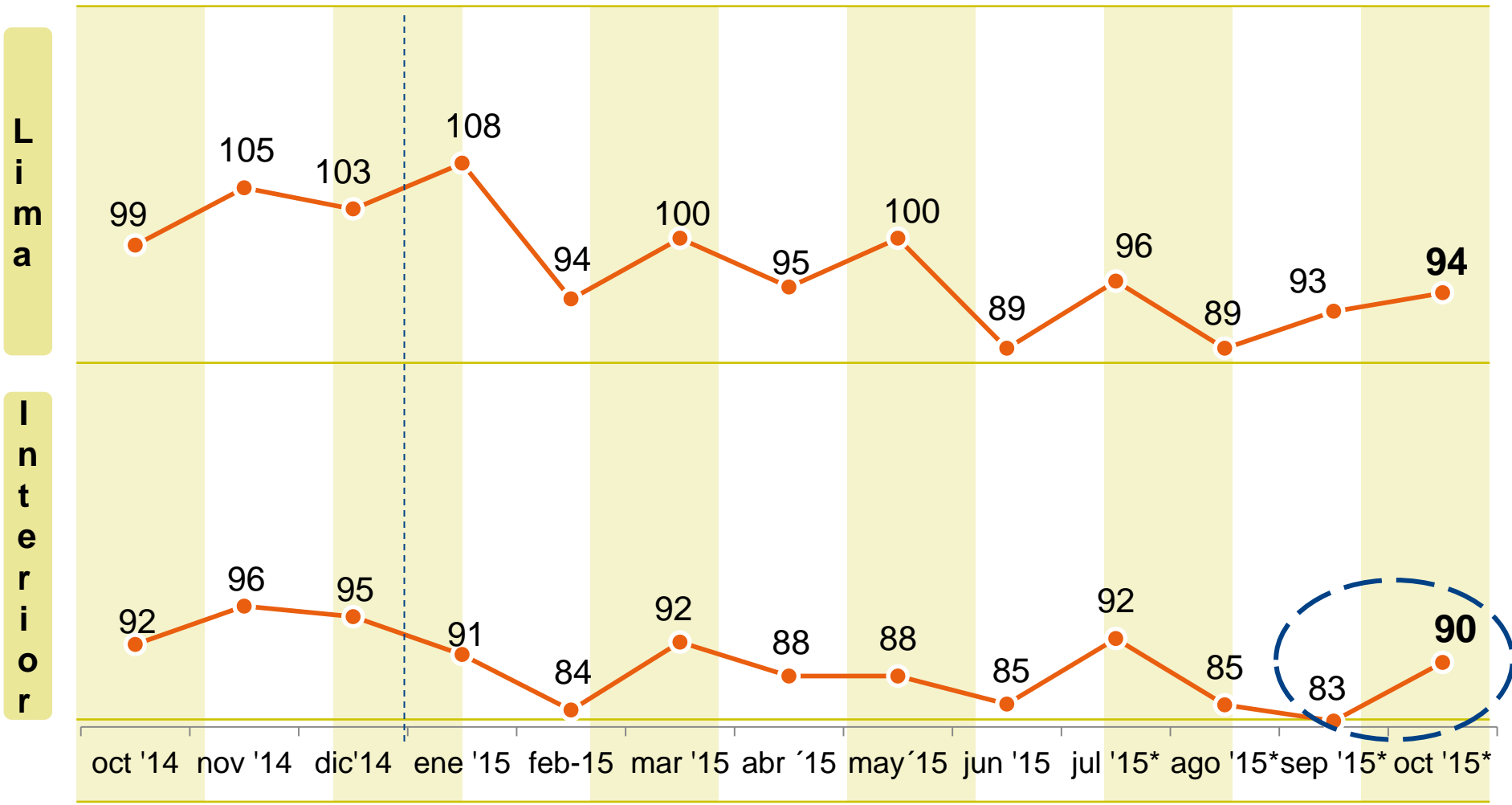


\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.



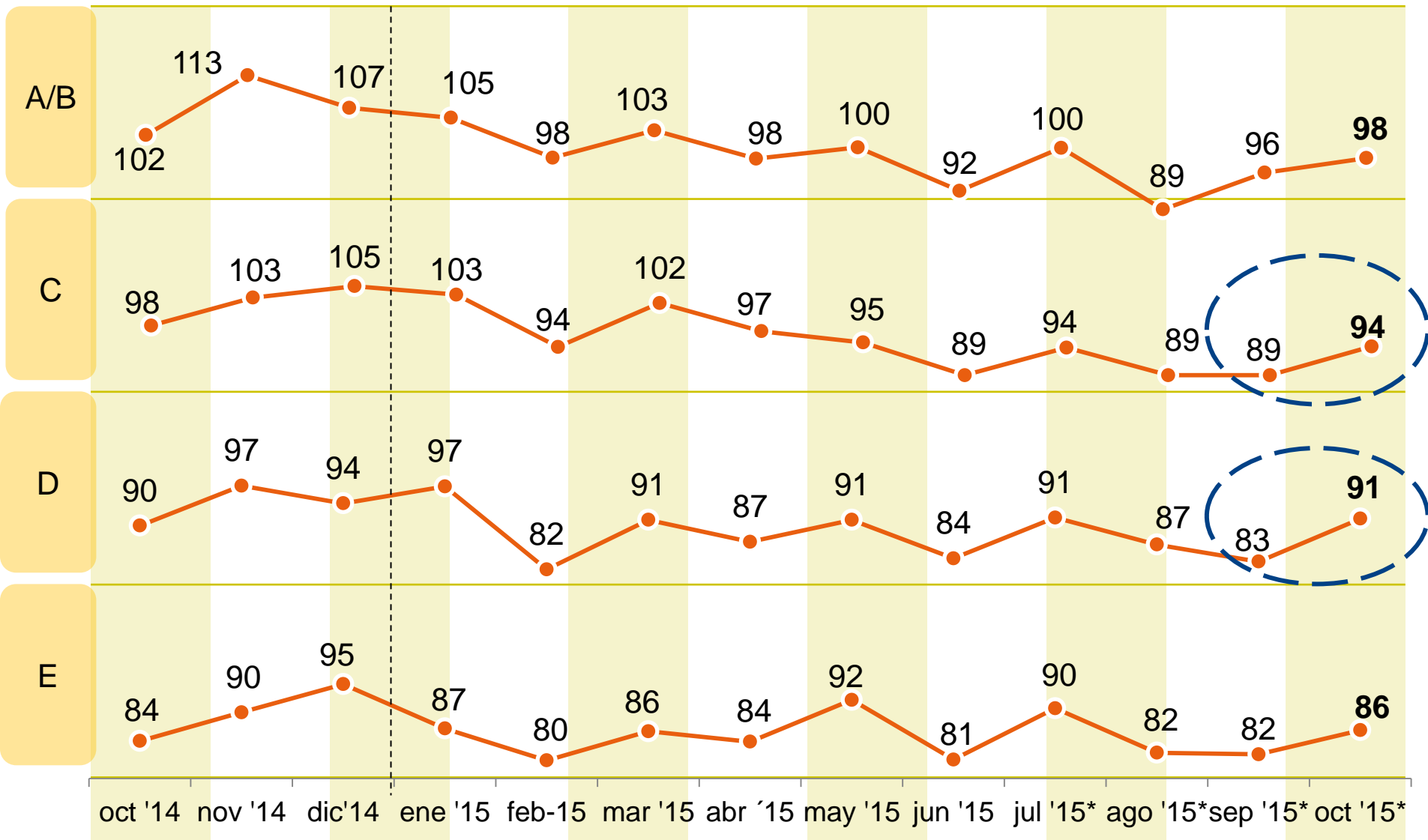
# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Lima e interior

Crecimiento de 7 puntos en el interior, mientras que en Lima no hay mayores variaciones respecto a Septiembre



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

Tanto el NSE C como el NSE D reportan los mayores incrementos

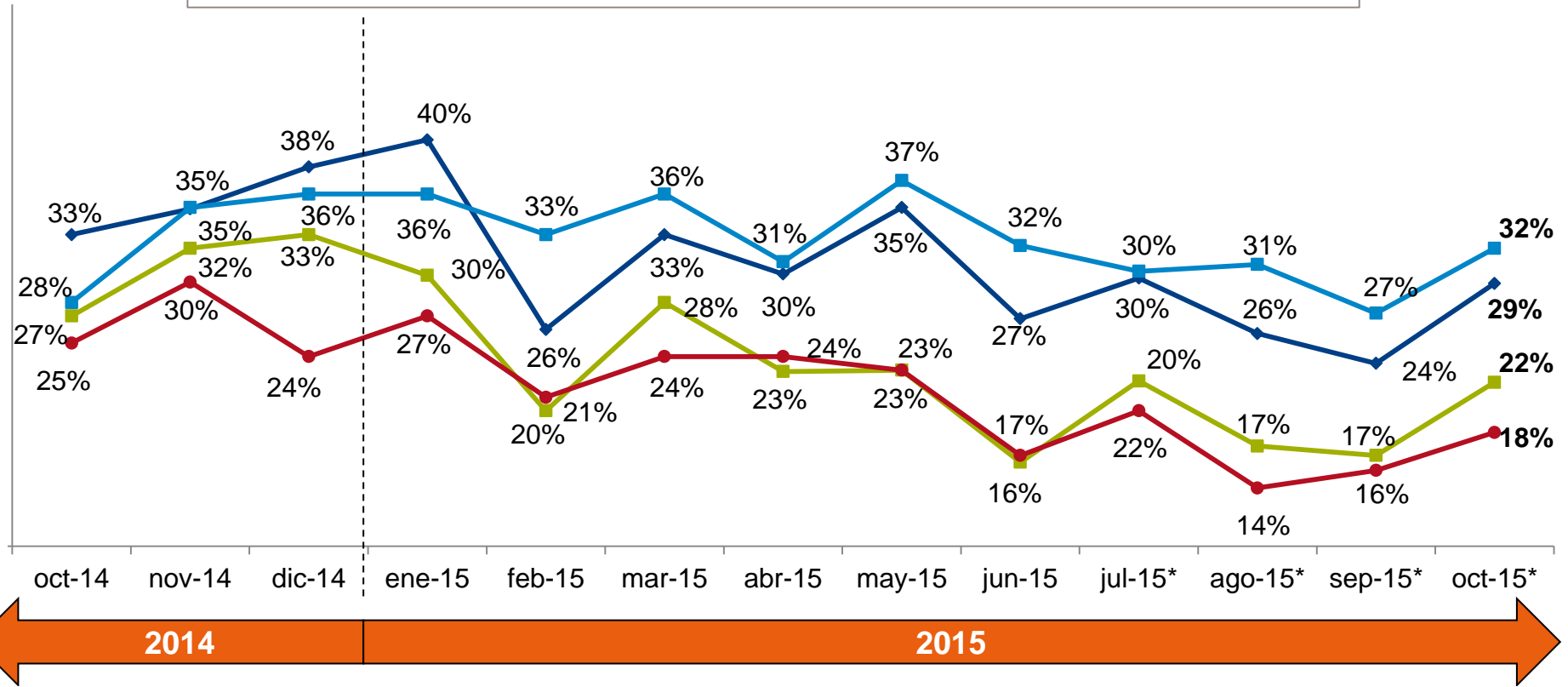




# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

## Todos los indicadores se incrementan con respecto a Septiembre

*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)*

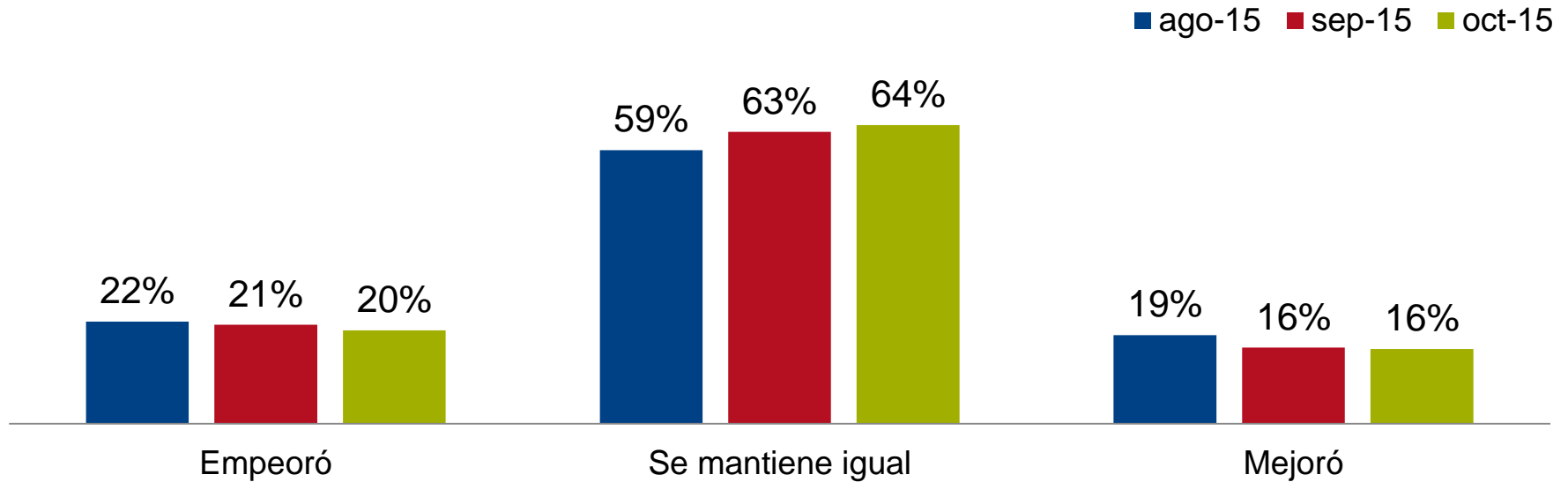


\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

# Percepción de la situación económica personal y del hogar

Para la mayor parte de peruanos, su economía personal se mantiene igual al 2014. 20% en Lima considera que mejoró

*¿Cómo es su situación económica PERSONAL en relación a un año atrás: diría que mejoró, se mantiene igual o empeoró?*

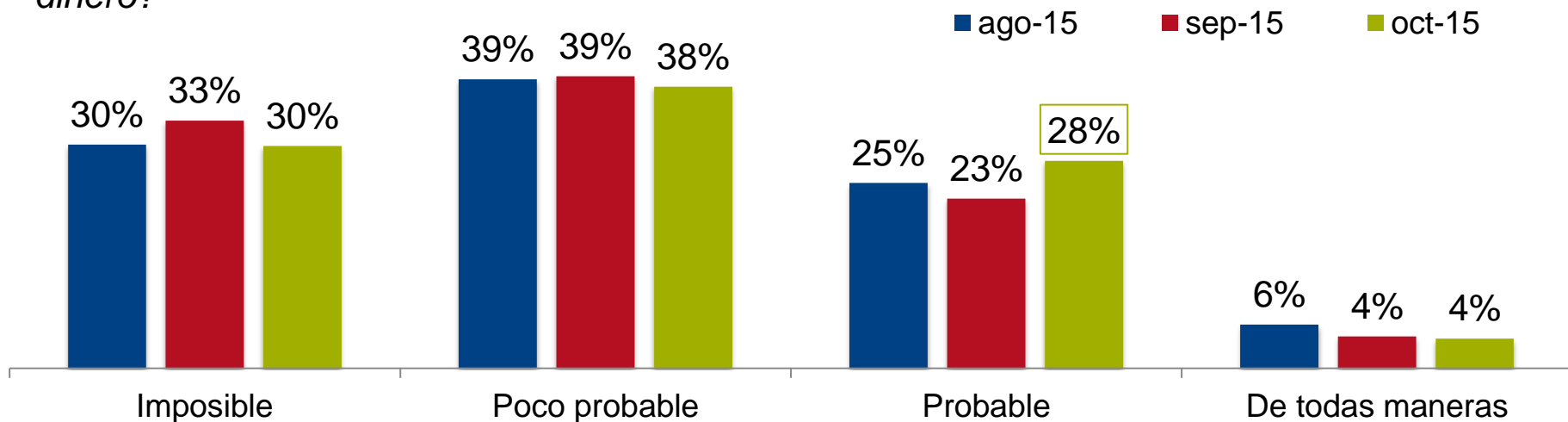


Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Empeoró	20%	15%	19%	<b>22%</b>	22%	19%	19%	23%
Se mantiene igual	64%	64%	62%	65%	58%	<b>67%</b>	64%	64%
Mejoró	16%	<b>21%</b>	<b>19%</b>	13%	<b>20%</b>	14%	17%	12%

# ¿Se podrá ahorrar en el futuro?

Crece a 28% el número de personas que consideran probable poder ahorrar

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



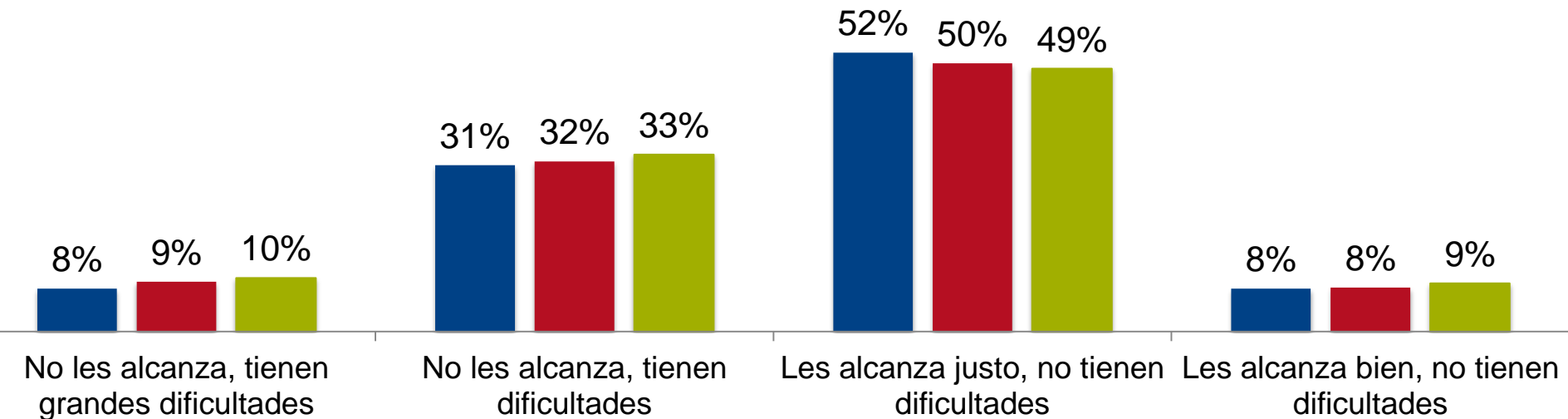
Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Imposible	30%	16%	25%	<b>35%</b>	28%	31%	26%	<b>41%</b>
Poco probable	38%	38%	36%	40%	36%	40%	40%	34%
Probable	28%	<b>39%</b>	34%	22%	<b>31%</b>	26%	30%	21%
De todas maneras	4%	8%	6%	3%	6%	4%	5%	4%

# Mientras a la mitad de peruanos su ingreso familiar le alcanza con las justas, 43% tiene dificultades para llegar a fin de mes



En relación al total del INGRESO FAMILIAR, ¿en cuál de estas situaciones se encuentra su familia?

■ ago-15 ■ sep-15 ■ oct-15



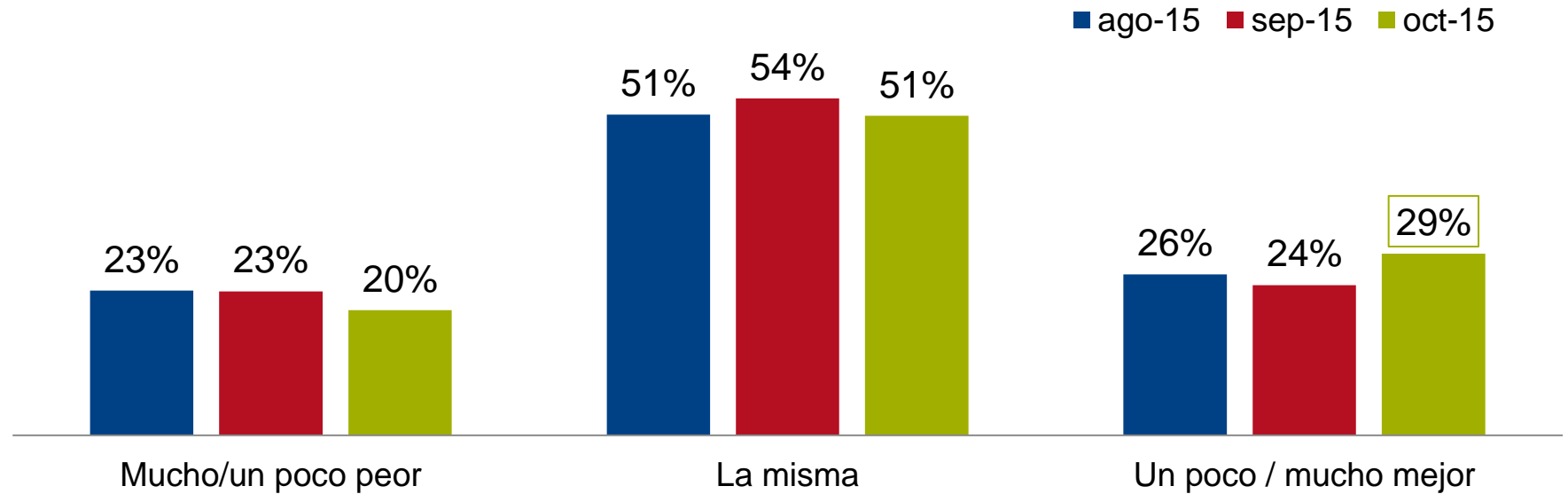
Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
No les alcanza, tienen grandes dificultades	10%	1%	5%	<b>14%</b>	4%	<b>12%</b>	6%	<b>21%</b>
No les alcanza, tienen dificultades	33%	9%	21%	<b>44%</b>	26%	<b>37%</b>	29%	<b>44%</b>
Les alcanza justo	49%	<b>65%</b>	<b>62%</b>	39%	<b>59%</b>	44%	<b>54%</b>	33%
Les alcanza bien	9%	<b>24%</b>	<b>12%</b>	3%	<b>12%</b>	7%	<b>11%</b>	2%



# La situación económica del hogar será la misma

29% se muestra optimista y cree que será mejor

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



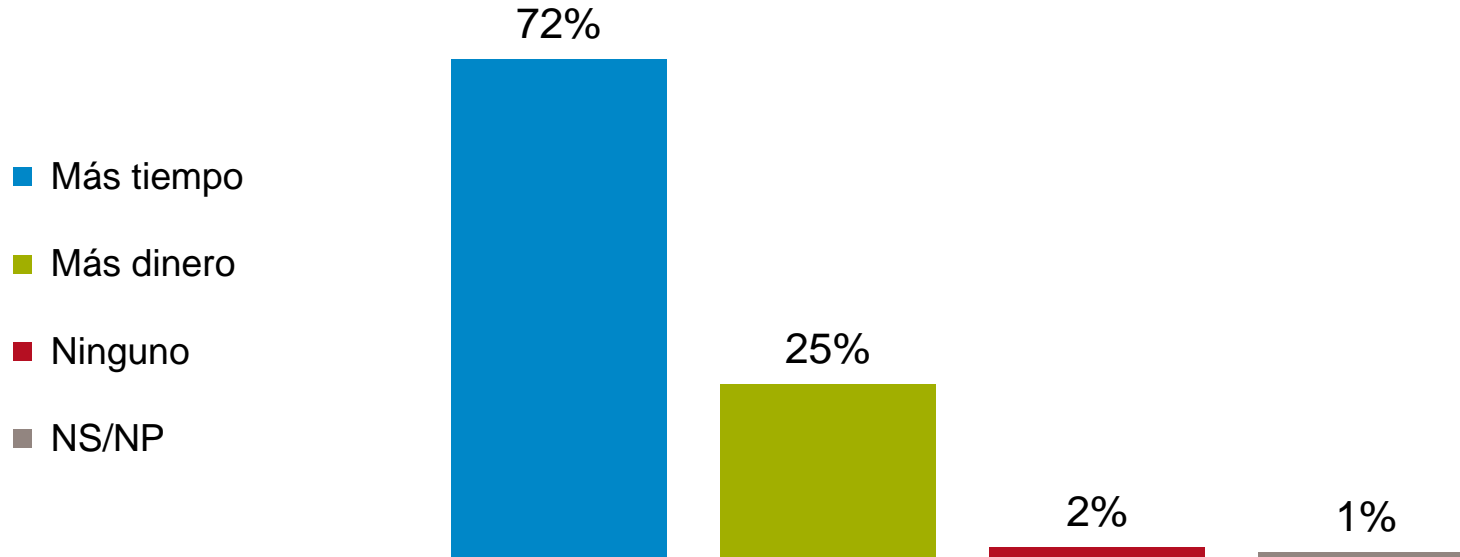
Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Mucho/un poco peor	20%	16%	20%	21%	19%	21%	19%	23%
La misma	51%	48%	48%	52%	43%	<b>55%</b>	50%	53%
Un poco/mucho mejor	29%	35%	32%	27%	38%	25%	31%	24%

¿Más tiempo o más dinero?

# La vida agitada del peruano lo hace valorar más su tiempo

## 72% desearía tener más tiempo, sobre un 25% que quisiera más dinero

*Si en su vida usted pudiese elegir entre más tiempo o más dinero, ¿cuál en estos dos elegiría? (RESPUESTA ÚNICA)*



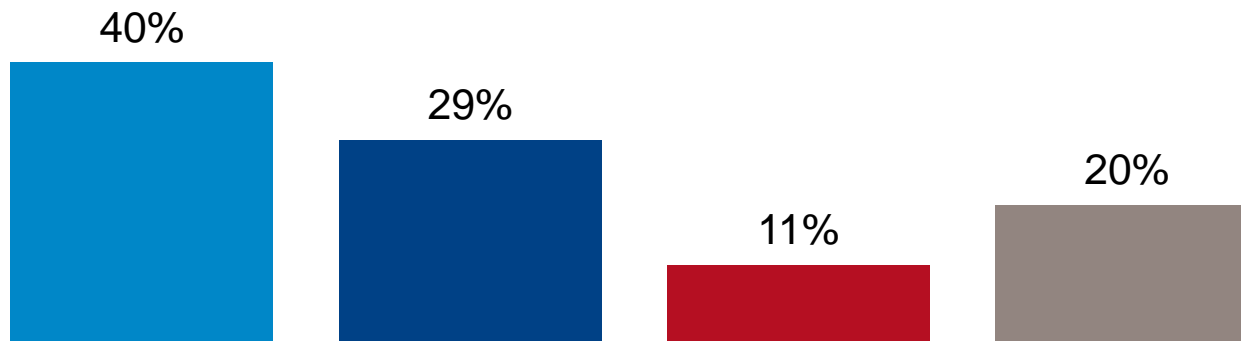
	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Más tiempo	72%	<b>78%</b>	74%	69%	<b>82%</b>	66%	<b>76%</b>	59%
Más dinero	25%	21%	24%	27%	16%	<b>30%</b>	22%	<b>34%</b>
Ninguno	2%	1%	2%	2%	1%	2%	1%	4%
NS/NP	1%	-	1%	<b>3%</b>	1%	2%	1%	3%

# Percepción macroeconómica del país

# 4 de cada 10 encuestados considera que vivimos dentro de una economía mixta, con igual intervención del Estado y del mercado

*Para usted, la economía del país es ...*

- Una economía mixta, con igual intervención del Estado y del mercado
- Una economía de mercado/ capitalista
- Una economía estatista, con alta intervención por parte del Estado
- NS/NP

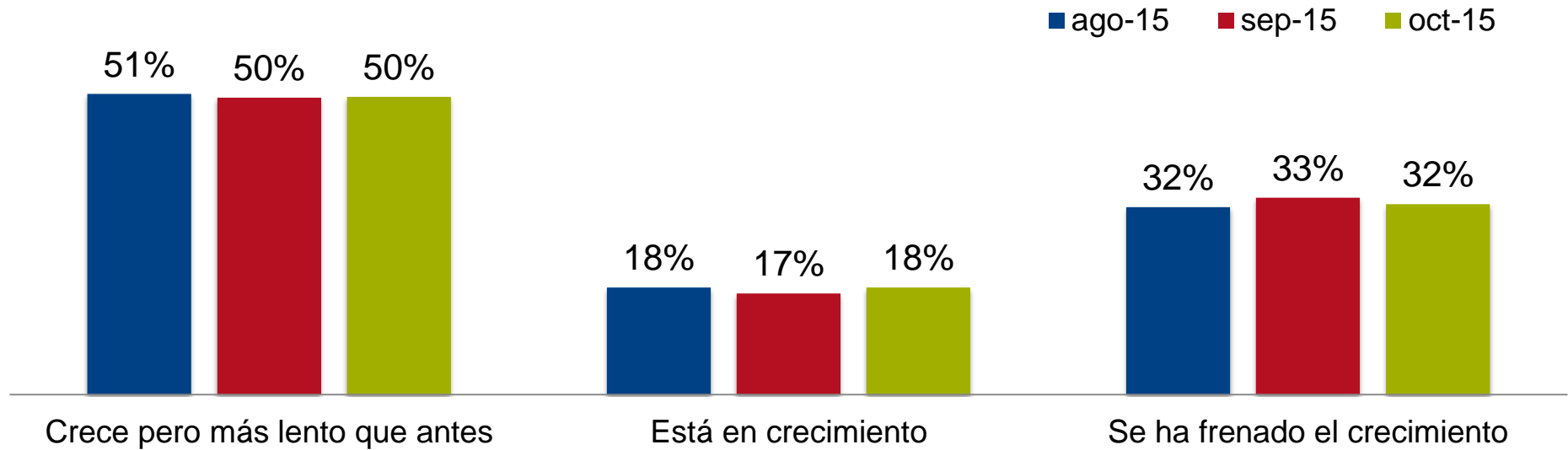


	Total	Nivel Socioeconómico			Región	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior
Una economía mixta	40%	<b>50%</b>	<b>50%</b>	33%	<b>53%</b>	33%
Una economía de mercado	29%	<b>36%</b>	30%	27%	27%	30%
Una economía estatista	11%	10%	13%	11%	11%	11%
NS/NP	20%	4%	7%	<b>30%</b>	9%	<b>26%</b>



Al igual que en septiembre, la mitad de los encuestados considera que seguimos creciendo, solo que a un ritmo más lento.

*Diría que en estos momentos, en el Perú, ¿la economía está en crecimiento, crece pero más lento que antes o se ha frenado el crecimiento? (RU)*

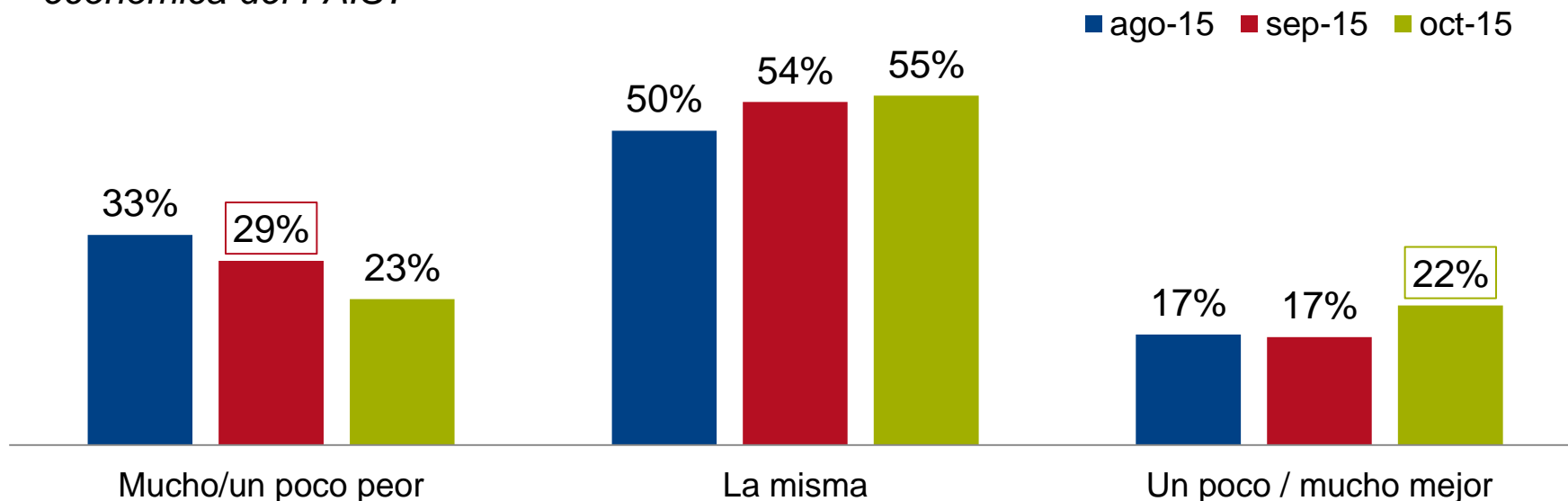


Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Crece pero más lento que antes	50%	55%	52%	48%	49%	51%	51%	48%
Está en crecimiento	18%	18%	19%	18%	<b>22%</b>	16%	18%	18%
Se ha frenado el crecimiento	32%	28%	29%	34%	29%	33%	31%	34%

Si bien el 60% considera que la situación económica del país será la misma, crece a 22% la gente más optimista. Posible efecto de ver que el próximo año habrá cambio de gobierno



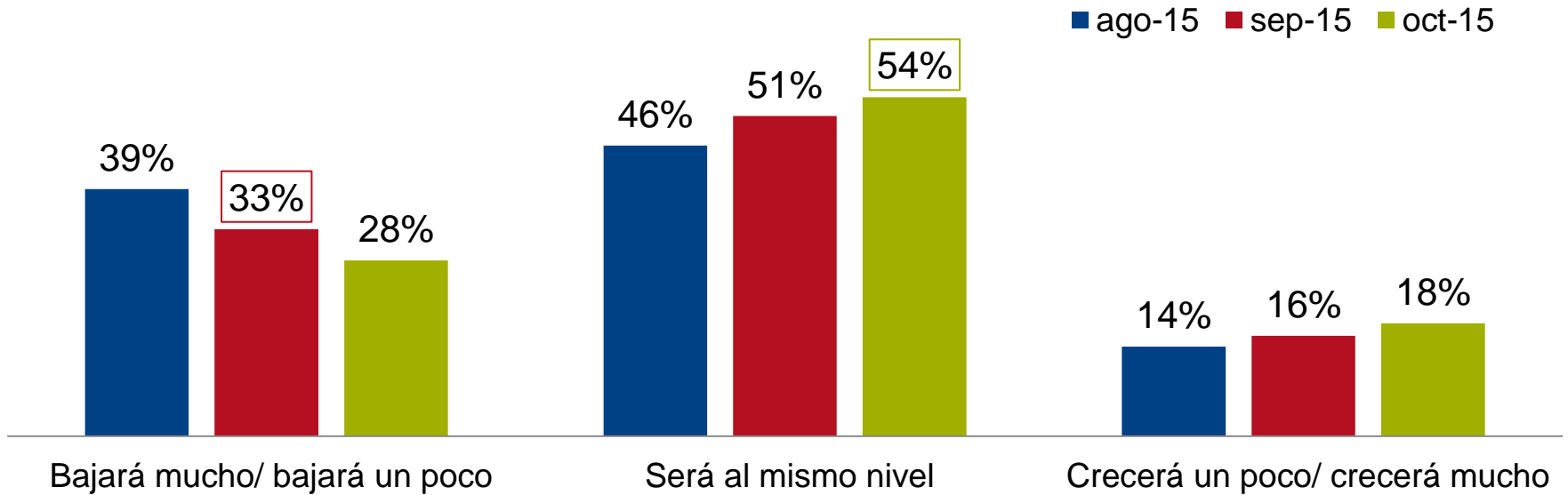
Y dentro de los próximos 12 meses, ¿cómo cree que estará la situación económica del PAIS?



Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
		Mucho/un poco peor	23%	23%	27%	21%	<b>27%</b>	21%
La misma	55%	56%	49%	<b>58%</b>	46%	<b>60%</b>	54%	59%
Un poco/mucho mejor	22%	21%	25%	21%	<b>27%</b>	20%	22%	21%

# Nivel de empleo se mantendría en los próximos 12 meses

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



Octubre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Bajará mucho/ bajará un poco	28%	27%	28%	28%	29%	27%	27%	31%
Será al mismo nivel	54%	54%	52%	55%	47%	58%	54%	54%
Crecerá un poco/ crecerá mucho	18%	19%	21%	17%	<b>24%</b>	15%	19%	16%



Lo que se viene...

47% considera importante que en la campaña presidencial se discutan los planes para mantener una economía saludable y generar mayor igualdad de oportunidades



¿Cuáles son para usted las TRES principales promesas que deberían discutirse a profundidad durante la campaña presidencial? ASISTIDA

¿Por quién votarán?

Keiko

PPK

Alan G.



Lucha contra delincuencia



82%

86%

80%

83%

Mejora de la educación pública



61%

60%

61%

62%

**Economía saludable, con igualdad de oportunidades para los menos favorecidos.**



47%

48%

46%

50%

Instituciones del Estado libres de corrupción. Sanciones ejemplares para quienes incurran en este delito



42%

43%

54%

36%

Protección de los derechos de los ciudadanos, sin importar raza, pensamiento ni condición económica.



42%

43%

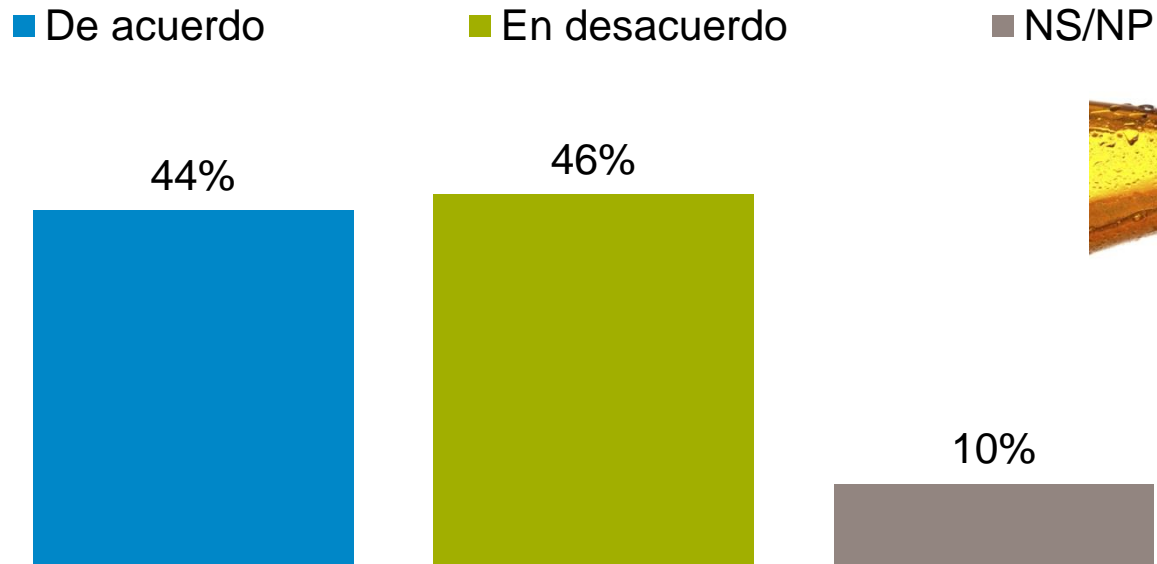
37%

54%

# Reducción del precio de las bebidas alcohólicas

# Opiniones divididas respecto a la reducción de precio de las bebidas alcohólicas con bajo porcentaje de alcohol.

¿Está de acuerdo o en desacuerdo con el proyecto de ley que busca reducir el precio de las bebidas alcohólicas con bajo porcentaje de alcohol?



	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Rol en el hogar		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Hombres	Mujeres	Jefe de hogar	Ama de casa	Hijo
De acuerdo	44%	44%	46%	43%	<b>49%</b>	42%	<b>49%</b>	40%	45%	39%	<b>48%</b>
En desacuerdo	46%	46%	46%	45%	44%	46%	43%	<b>48%</b>	45%	49%	43%
NS/NP	10%	10%	8%	11%	7%	<b>12%</b>	9%	12%	10%	12%	9%

# GfK | Metodología | Ficha técnica del estudio

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, Diego Rodríguez, Lucía Espinoza, Rossella Luzquiños, Esvenia Montalvo, Edgardo Obregón, Neol Coras, Moisés Cerna y José Fretel.

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). Código de renovación: 1050-A-2012-JNE 8 de noviembre de 2012.

## **Suscripciones:**

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

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

T: +51 1 206-2300

[www.gfk.pe](http://www.gfk.pe)

# Ficha técnica del estudio

## Objetivo

Conocer la opinión, comportamiento y hábitos de los peruanos frente a a diversos temas políticos, sociales, económicos, culturales y su opinión frente a la situación gubernamental.

## Universo del estudio

Población total de hombres y mujeres de 18 años a más de todos los niveles socioeconómicos del Perú (21,118,021 hab.).

## Población, muestra y margen de error

Cantidad de encuestas: 1,308

- Solo Lima: 405
- Lima y Callao: 453
- Interior: 855

Zona	Pob. de 18 años a más con DNI1	%	Muestra Proporcionada	Muestra Desproporcionada	Margen de error +/- (%)2	Representatividad	F.P
Lima y Callao	7,309,745	35%	453	461	4.6%	90%	0.98
Norte	5,242,528	25%	325	307	5.6%	85%	1.06
Centro	3,125,310	15%	194	191	7.1%	83%	1.02
Sur	3,629,815	17%	224	245	6.3%	90%	0.91
Oriente	1,810,623	9%	112	104	9.6%	81%	1.08
<b>Total</b>	<b>21,118,021</b>	<b>100%</b>	<b>1,308</b>	<b>1,308</b>	<b>2.7%</b>	<b>86%</b>	<b>1.00</b>

1 Fuente: RENIEC (Al 31 de diciembre del 2013).

2 El margen de error es calculado a un 95% de confianza y  $p=q=0.5$ .

## Zonas parte del estudio/ puntos de muestreo

Zonas	Ciudades
Lima	Lima Metropolitana
Norte	Costa Norte: Trujillo, Chiclayo, Lambayeque, Piura, Sullana y Chimbote. Sierra Norte: Cajamarca y Huaraz
Centro	Sierra Centro: Huancayo, Huánuco y Cerro de Pasco. Costa Centro: Huaral y Cañete
Sur	Sierra Sur: Arequipa, Cusco, Juliaca, Puno y Ayacucho . Costa Sur: Ica y Tacna
Oriente	Iquitos, Pucallpa y Tarapoto

## Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se utilizó fue semiprobabilística polietápica.

- Es semiprobabilística pues para seleccionar las diferentes unidades de muestreo aplicamos tipos de muestreo probabilísticos que nos permite realizar inferencia de acuerdo a la teoría estadística, y para elegir a las unidades de análisis usamos un muestreo por cuotas lo que nos permite tener una muestra representativa por género y edad.
- Es polietápica porque aplicamos varias etapas antes de elegir a la unidad de análisis.



## Tipo de muestreo

- Primera etapa: se agrupa a las manzanas según el nivel socioeconómico predominante.
- Segunda etapa: se elige al azar la manzana de inicio entre todas las manzanas pertenecientes al nivel socioeconómico. Se tiene en cuenta la proporción de manzanas del NSE en cada zona y distrito del marco muestral.
- Tercera etapa: dentro de la manzana de inicio se elige al azar la vivienda de inicio. Para la elección de las siguientes viviendas se aplica un salto sistemático de 3.
- Cuarta etapa: se elige a la persona a entrevistar según las cuotas que figuran en la guía de ruta.

## Nivel de inferencia

- Total Nacional Urbano rural / Resto Urbano rural
- Lima Metropolitana (Lima y Callao)
- Zonas: Norte, Centro, Sur y Oriente

## Fecha de campo

Del 17 al 20 de octubre de 2015