

# GfK ICC y actitudes hacia la economía

Encuesta Nacional Urbano Rural



Lima, Noviembre 2016

---

<b>1</b>	<b>Resumen del mes</b> Principales conclusiones	3-4
<b>2</b>	<b>Índice de Confianza del Consumidor (ICC)</b> Resultados a nivel nacional, por región y según niveles socioeconómicos	5-10
<b>3</b>	<b>Aumento de precios</b>	11-13
<b>4</b>	<b>GfK Metodología</b> Ficha técnica del estudio	14-16

---

# Conclusiones

# Precios suben, confianza no



Nos acercamos al final de este 2016 con cierta preocupación: el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) cae por tercer mes consecutivo. En total, 13 puntos menos con respecto al mes de agosto, a partir del cual la tendencia ha sido descendente. Los 100 puntos de noviembre empiezan a bordear la zona peligrosa del pesimismo. Lejano se ve el tiempo en el que el actual presidente se encontraba en plena “luna de miel” con la población y los ánimos ciudadanos lucían más optimistas que nunca.

Muchos perciben que el presidente no ha cumplido sus promesas y hay un 61% de ciudadanos que considera que los precios han subido considerablemente. Este sentir es más notorio en las mujeres, en niveles bajos y en el interior del país. Es el ama de casa que a diario hace sus compras y palpa de manera directa cómo su economía se ve afectada por el alza de precios, debiendo ingeniárselas para que con ese mismo presupuesto pueda darle de comer a su familia.

Es un tema altamente sensible que no solo impacta en buena medida en la aprobación del gobierno, sino en la expectativa de mejora del país y de la economía familiar.

Por lo general, las fiestas navideñas suelen mejorar el clima emocional de la población, pero al ser una época en donde los bolsillos de la mayoría de peruanos deben desembolsar más de lo habitual, preocupa que segmentos socioeconómicos como el A/B luzcan más pesimistas que meses anteriores.

Se viene un mes de alto consumo, ojalá que este se acompañe de mejores vibras económicas.

Difícil, no imposible.

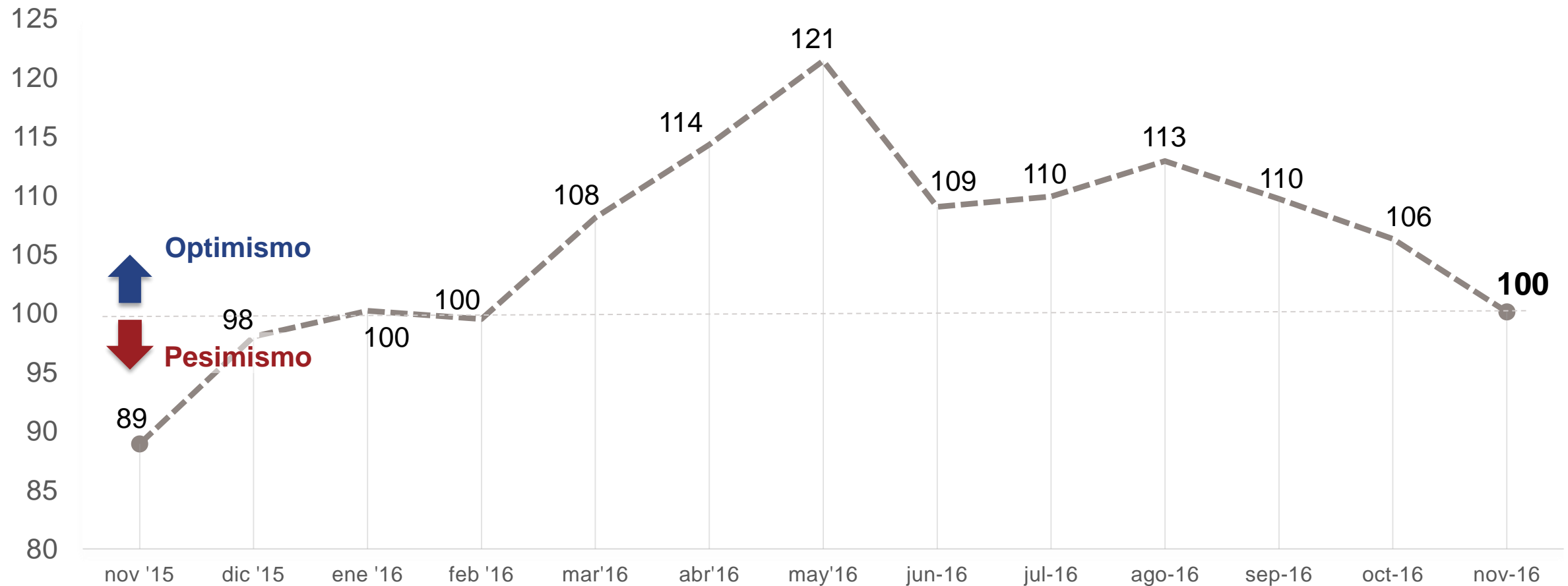


Laura Amaya López  
Analista Senior de Opinión Pública  
Twitter: @amaya\_laura  
Mail: [laura.amaya@gfk.com](mailto:laura.amaya@gfk.com)

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

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

Confianza económica vuelve a caer, se encuentra en el límite de la zona optimista

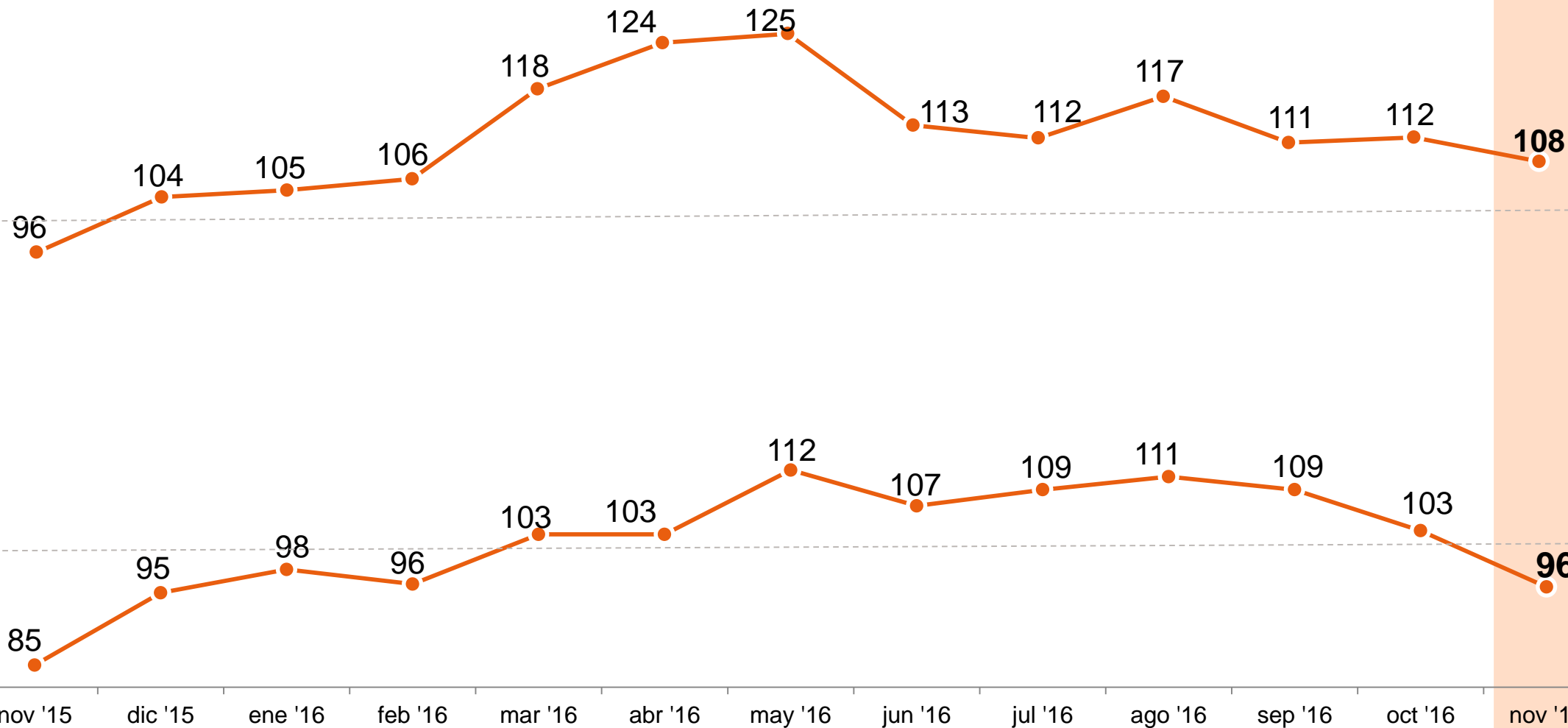


\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

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



L  
I  
M  
A



I  
N  
T  
E  
R  
I  
O  
R

# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Por zonas geográficas

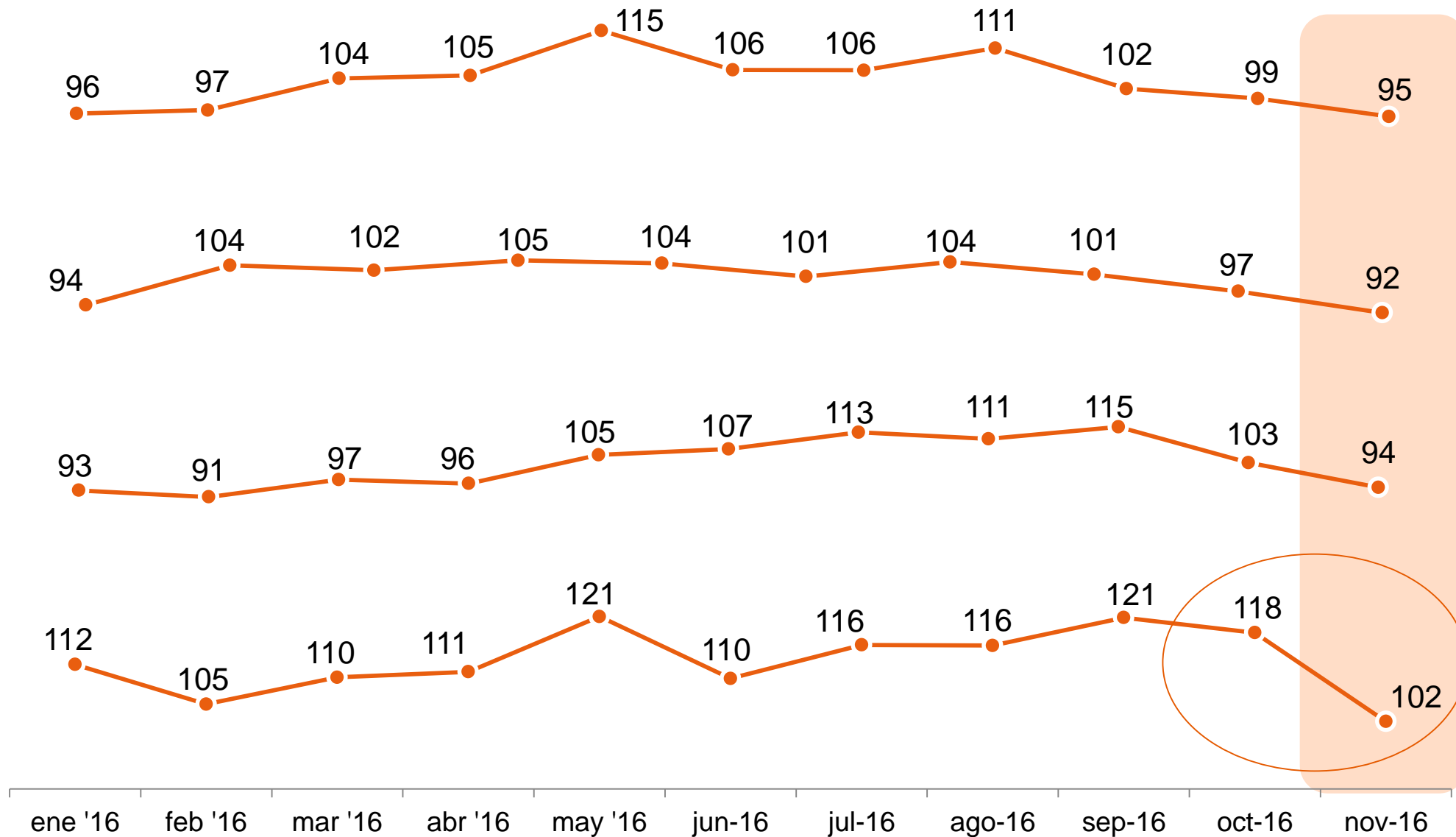


Norte

Centro

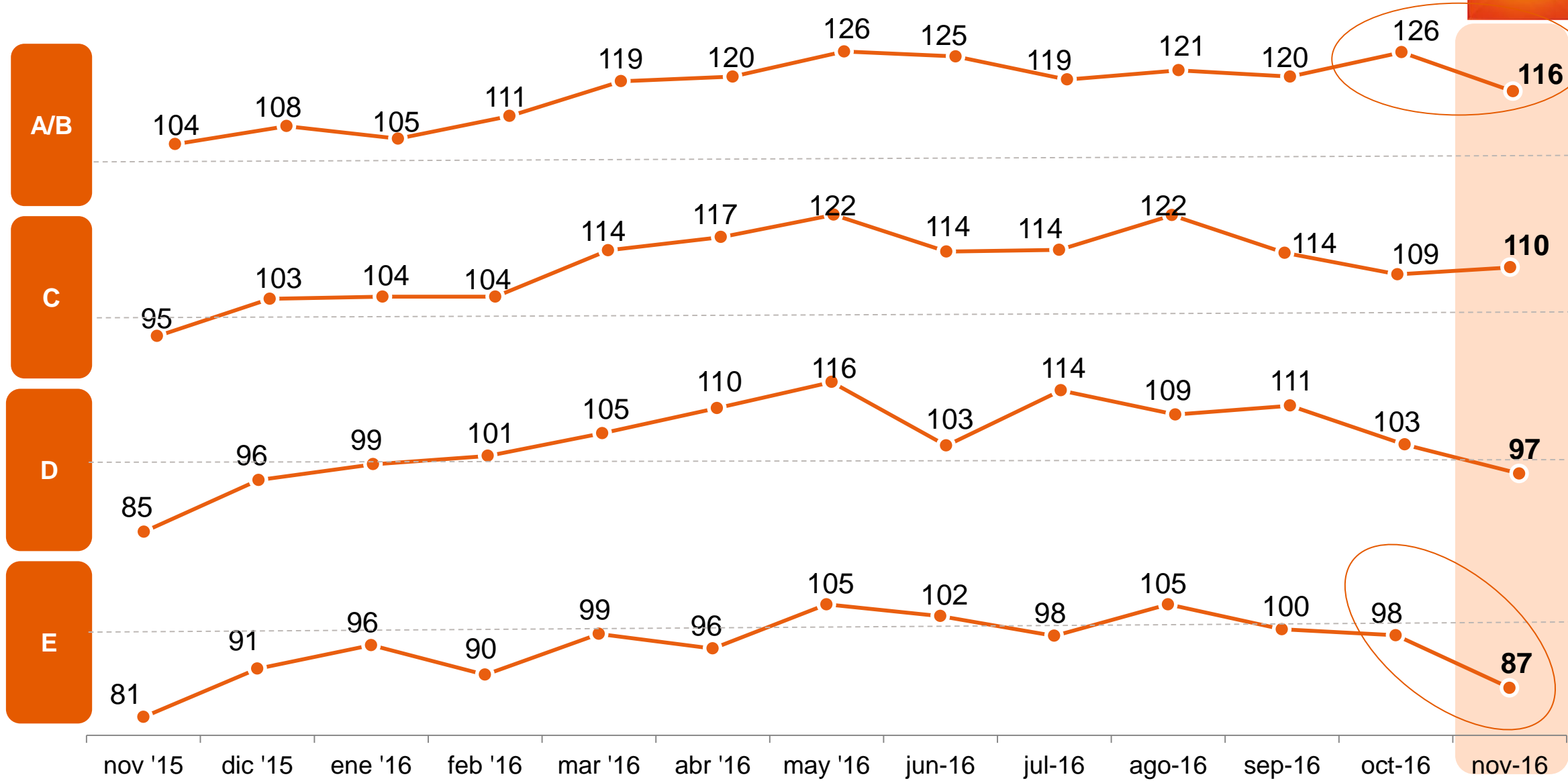
Sur

Oriente



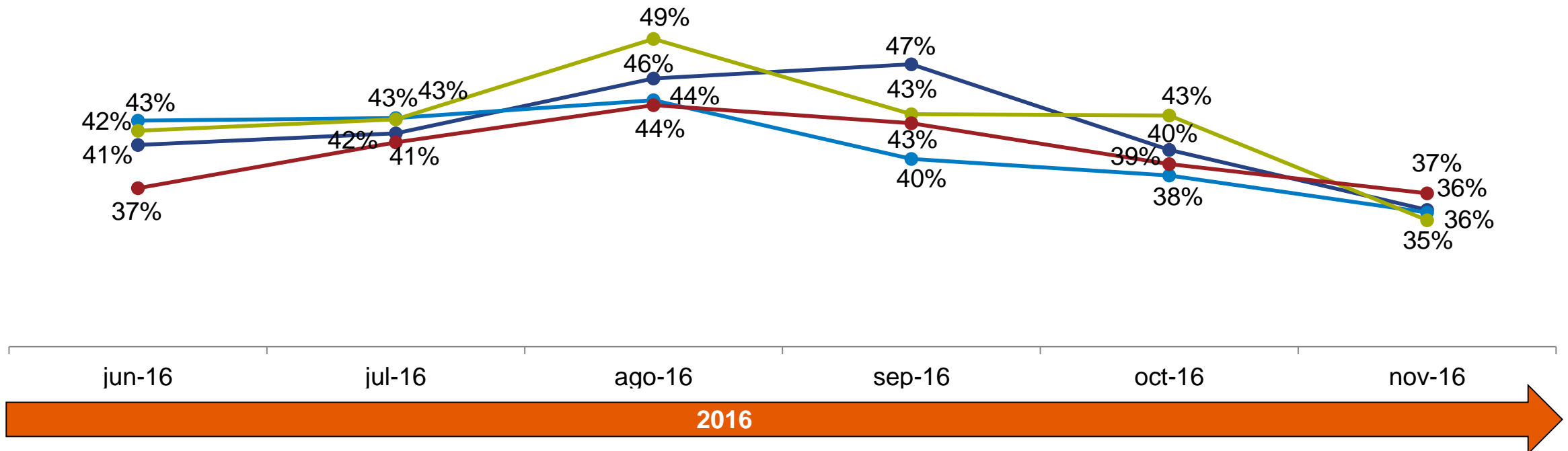
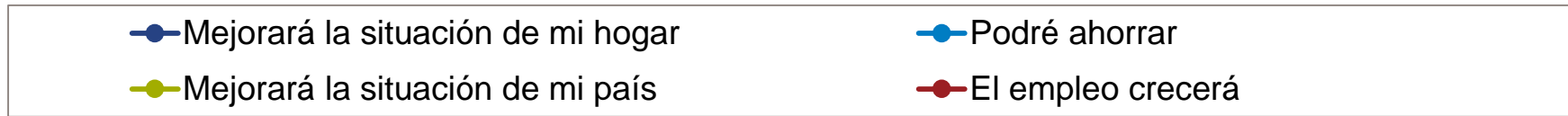


# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Por nivel socioeconómico



# 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.

# Aumento de precios

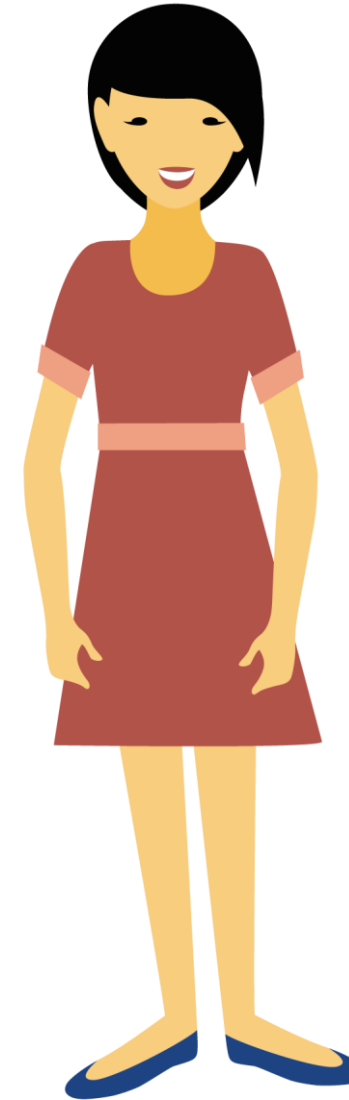
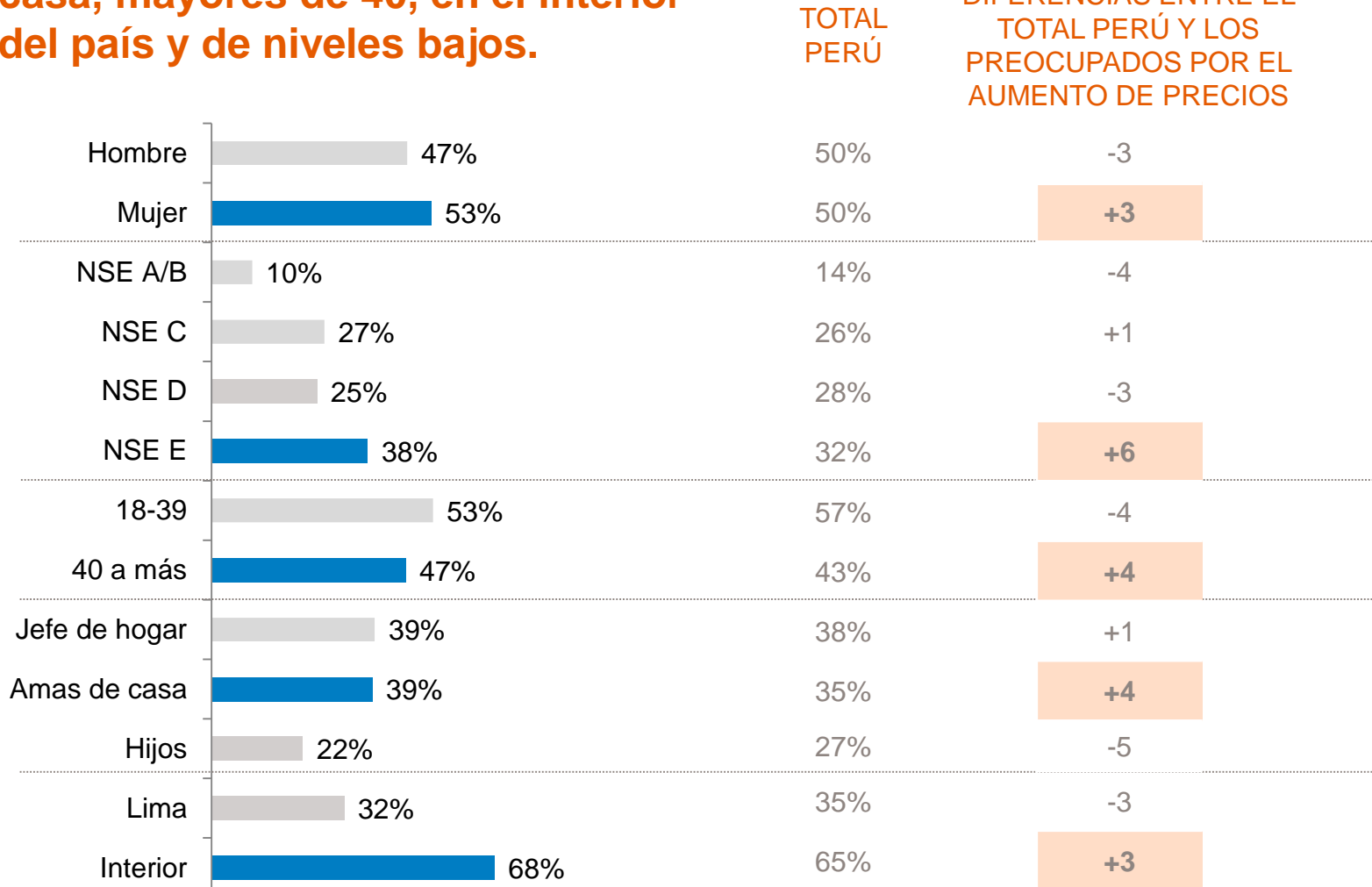


**El aumento de los precios es visto como el principal aspecto negativo del gobierno (61%)**

**Respecto a octubre, aumenta significativamente la percepción de que los precios están subiendo (de 44% a 61%)**

# ¿Quiénes creen que los precios están subiendo? (SUMA 100% VERTICAL)

**Mayormente mujeres, amas de casa, mayores de 40, en el interior del país y de niveles bajos.**



Base noviembre 2016: Total de entrevistados que consideran que los precios están subiendo-Nacional urbano rural (749)

# GfK | Metodología | Ficha técnica del estudio

## 1. Objetivo del estudio

Recoger las opiniones sobre el rumbo de la economía personal y del país en personas mayores de 18 a más años con DNI de todos los niveles socioeconómicos, en ámbitos urbano y rural.

## 2. Universo

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.

## 3. Muestra

1,244 encuestas distribuidas en los 17 departamentos, 19 provincias y 80 distritos, con un nivel de representatividad de 65%.

## 4. Margen de error

Los resultados del presente estudio tienen un error máximo estimado de  $\pm 2.8\%$  para los resultados a nivel nacional.

## 5. Nivel de confianza

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

## 6. Fecha de campo

Del 19 al 23 de noviembre del 2016.

# Te invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales



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



GfK (PE)



@gfkperu



GfK Perú

