

GfK ICC y actitudes hacia la economía

Encuesta Nacional Urbano Rural

Lima, 28 de enero de 2019

Conclusiones

Un nuevo comienzo

El 2019 arranca con la esperada caída del ICC post gratificación/navidad. Si bien perdimos algunos puntos, el año recién comienza. El ICC lleva desde octubre 2017 en la zona del pesimismo y claramente guarda relación con la poca estabilidad política que viene enfrentando el país.

El 2019, sin embargo, puede ser un primer paso a la recuperación. Con el NSE AB en el punto neutro, es posible que se reactive algo de inversión que logre brindar la estabilidad necesaria para recobrar la confianza en un escenario político que empieza a calmarse al neutralizarse la mayoría en el congreso y tener un presidente que muestra tener mayor decisión en sus acciones y por ende mayor impacto. Hay razones para confiar que todo mejorará.

Los ciudadanos ven la mejora personal/familiar como algo más cercano que la mejora del país, algo que aún impacta las inversiones a mediano o largo plazo según la intención de compra de electrodomésticos e inmobiliarios.

Los jóvenes de niveles altos son quienes mejor percepción manejan, pero incluso ellos sólo llegan a una posición neutra.

Mucho por hacer.

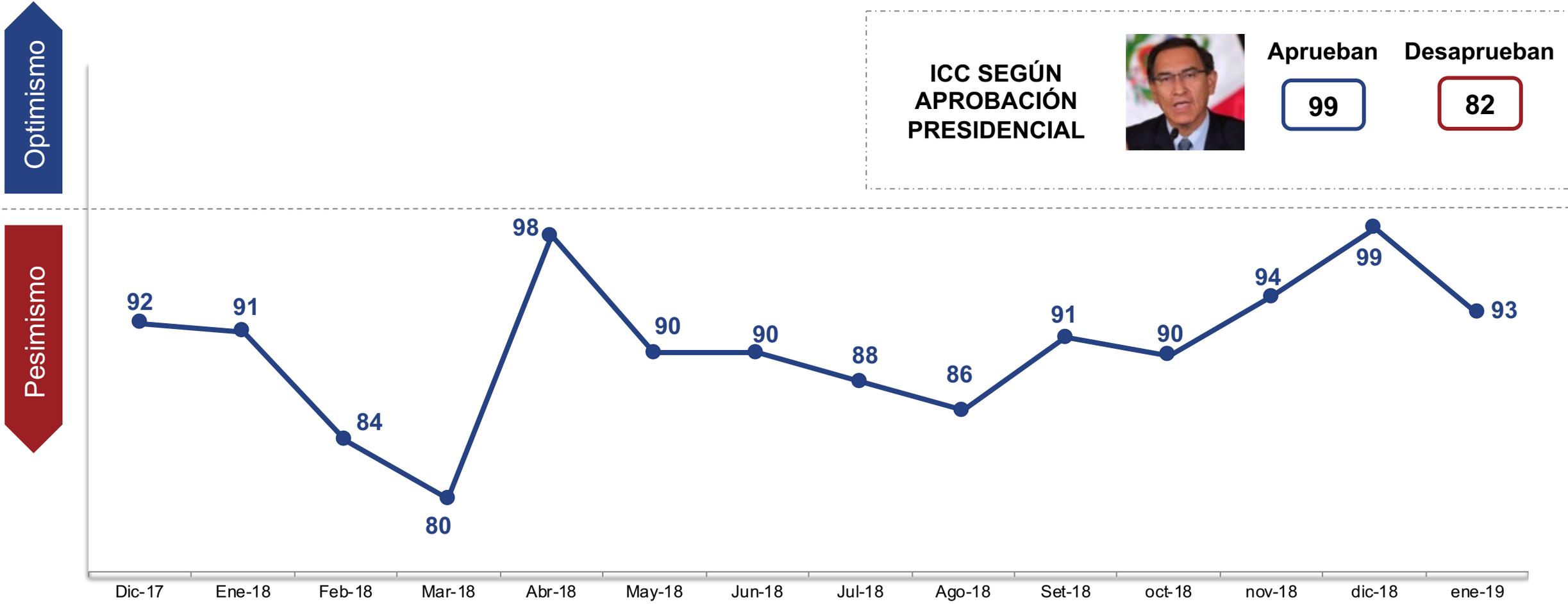
Gonzalo Abad
Sales Effectiveness Lead
Marketing & Communications
Gonzalo.abad@gfk.com
GfK Perú



Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

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

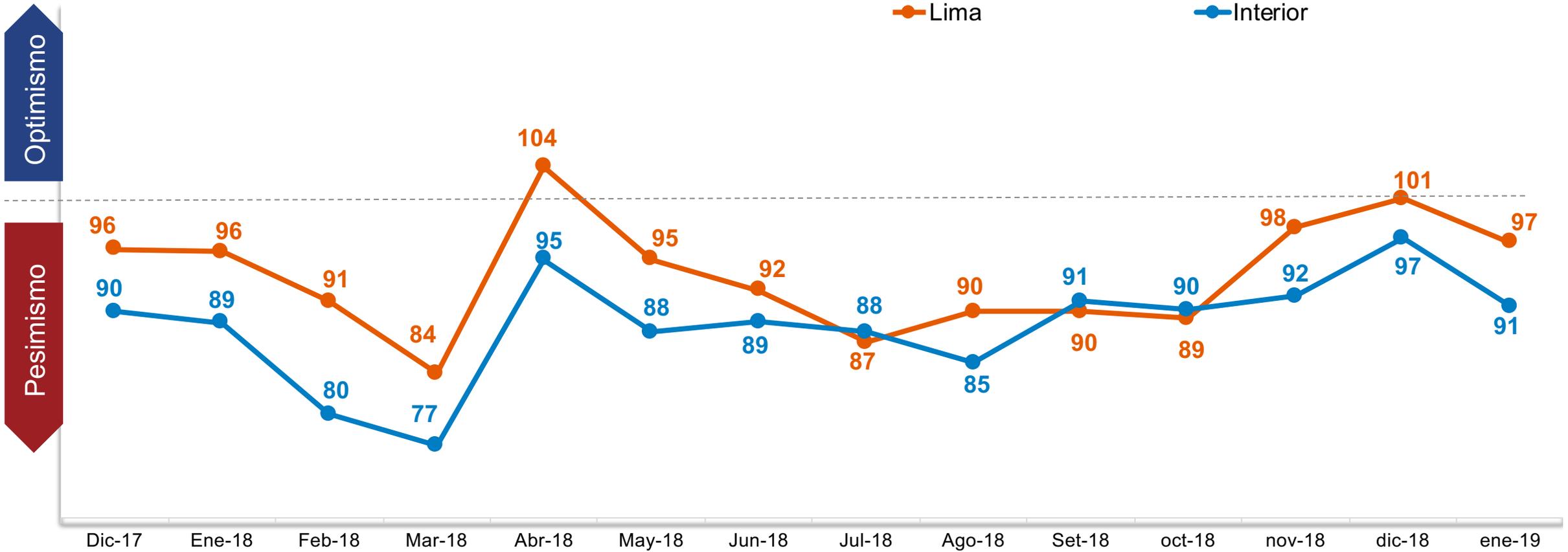
Luego de 5 meses, confianza del consumidor vuelve a caer. Este mes se ubica en 93 puntos.
Confianza es mayor entre aquellos que aprueban la gestión presidencial de Martín Vizcarra



* 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

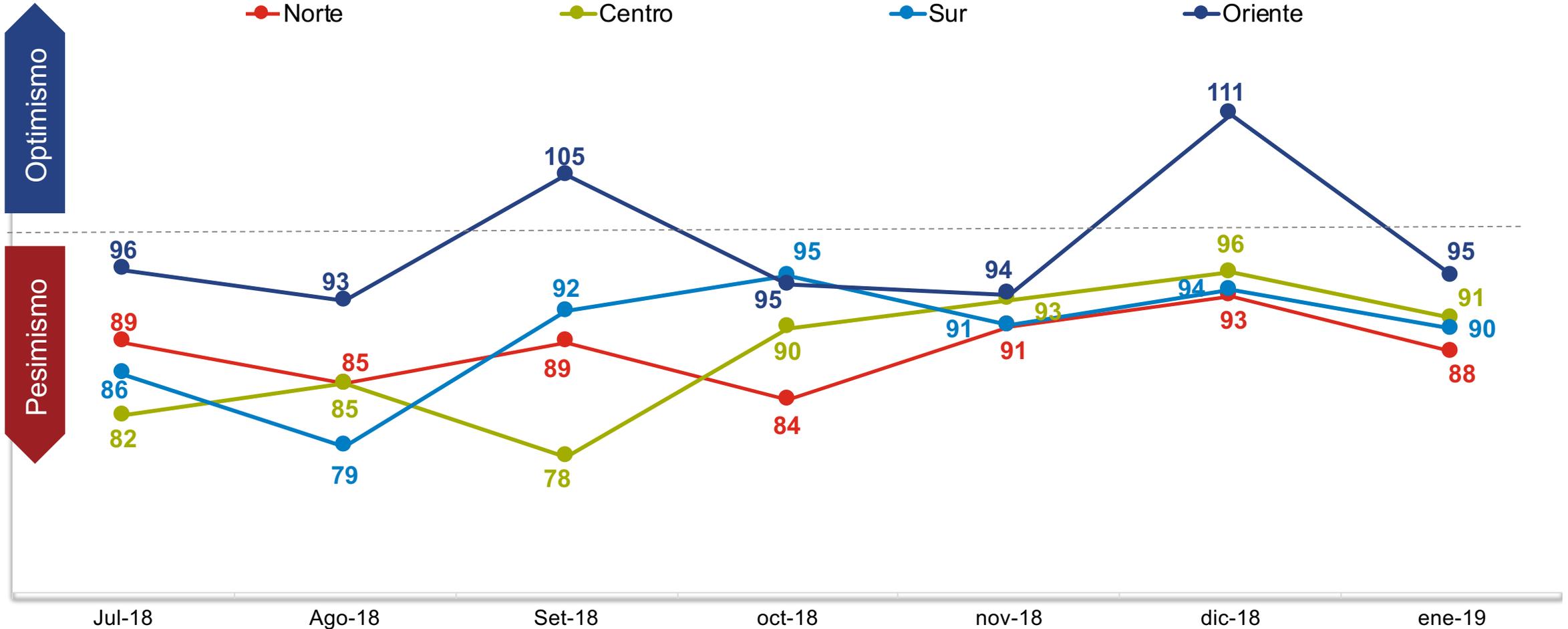
Confianza cae 4 puntos en Lima y 6 puntos en provincia, donde se ubica el indicador se ubica en 91.



Base enero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1260)

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

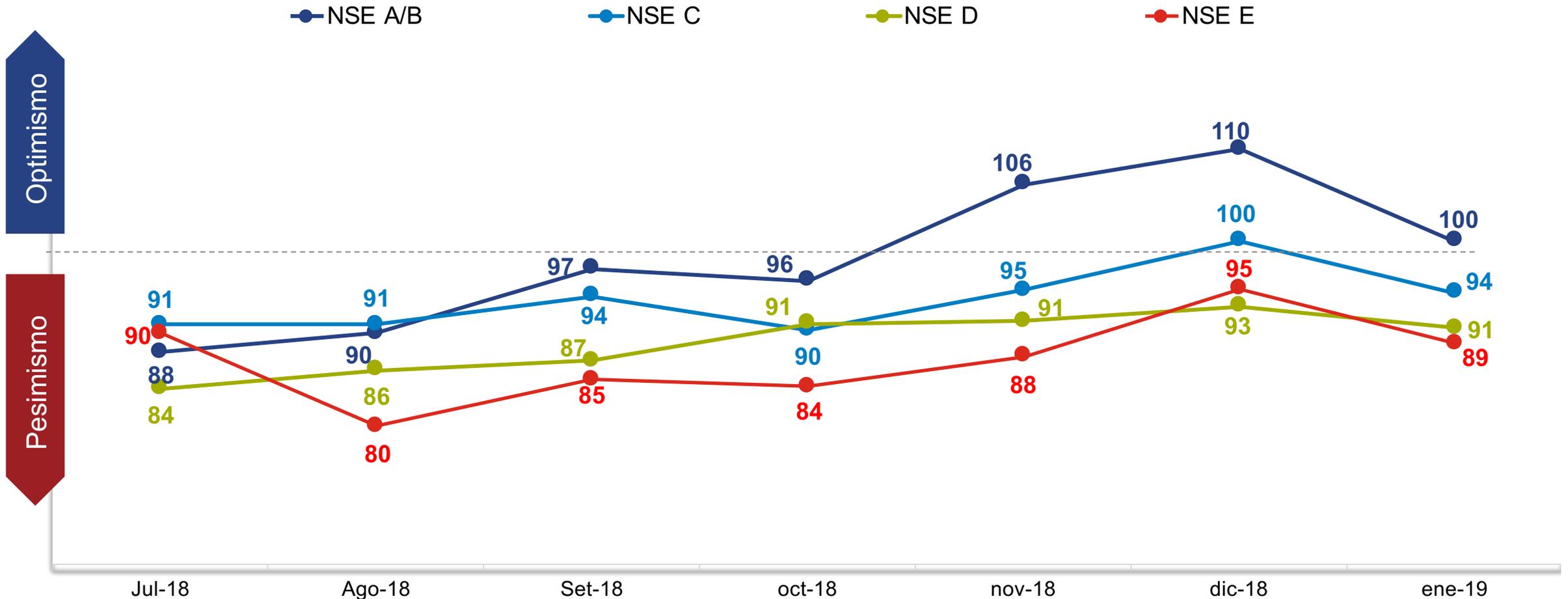
El ICC cae en todas las zonas, pero la principal disminución se da en el oriente del país.



Base enero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1260)

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

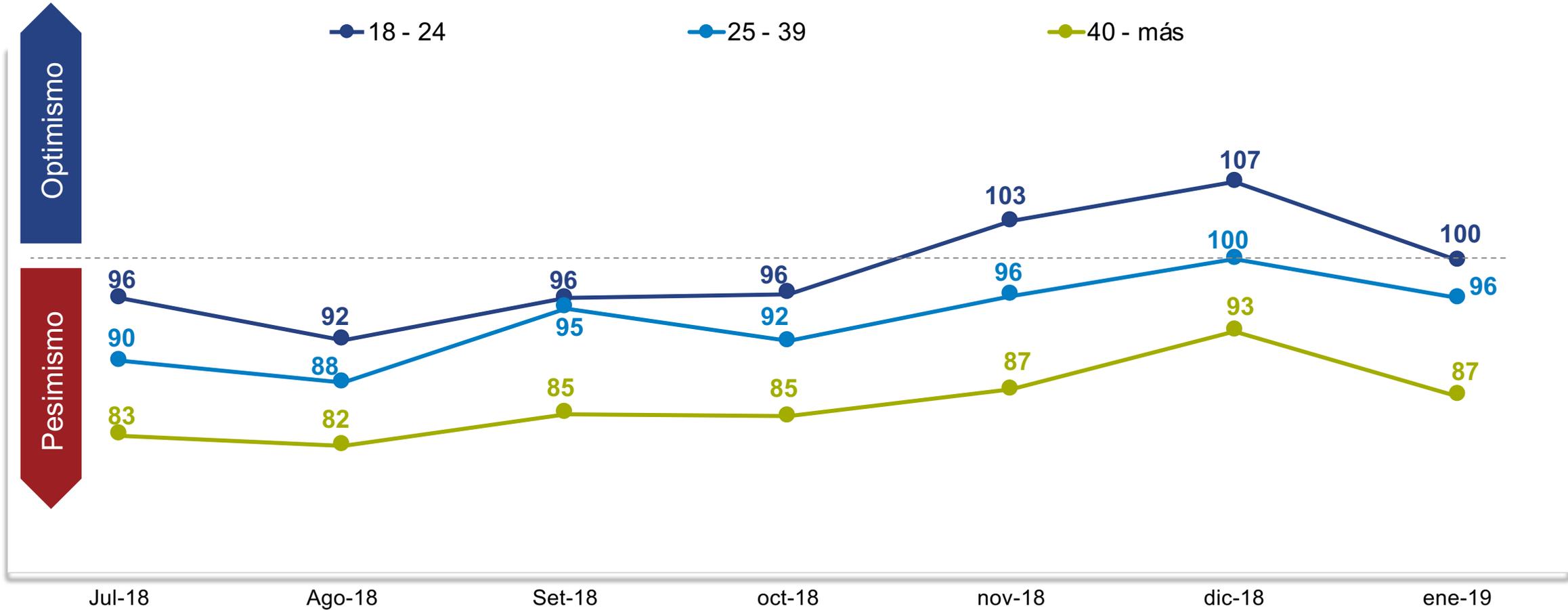
Pese a caer 10 puntos, el ICC en el NSE A/B se mantiene en la zona optimista a diferencia del resto de niveles socioeconómicos.



Base enero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1260)

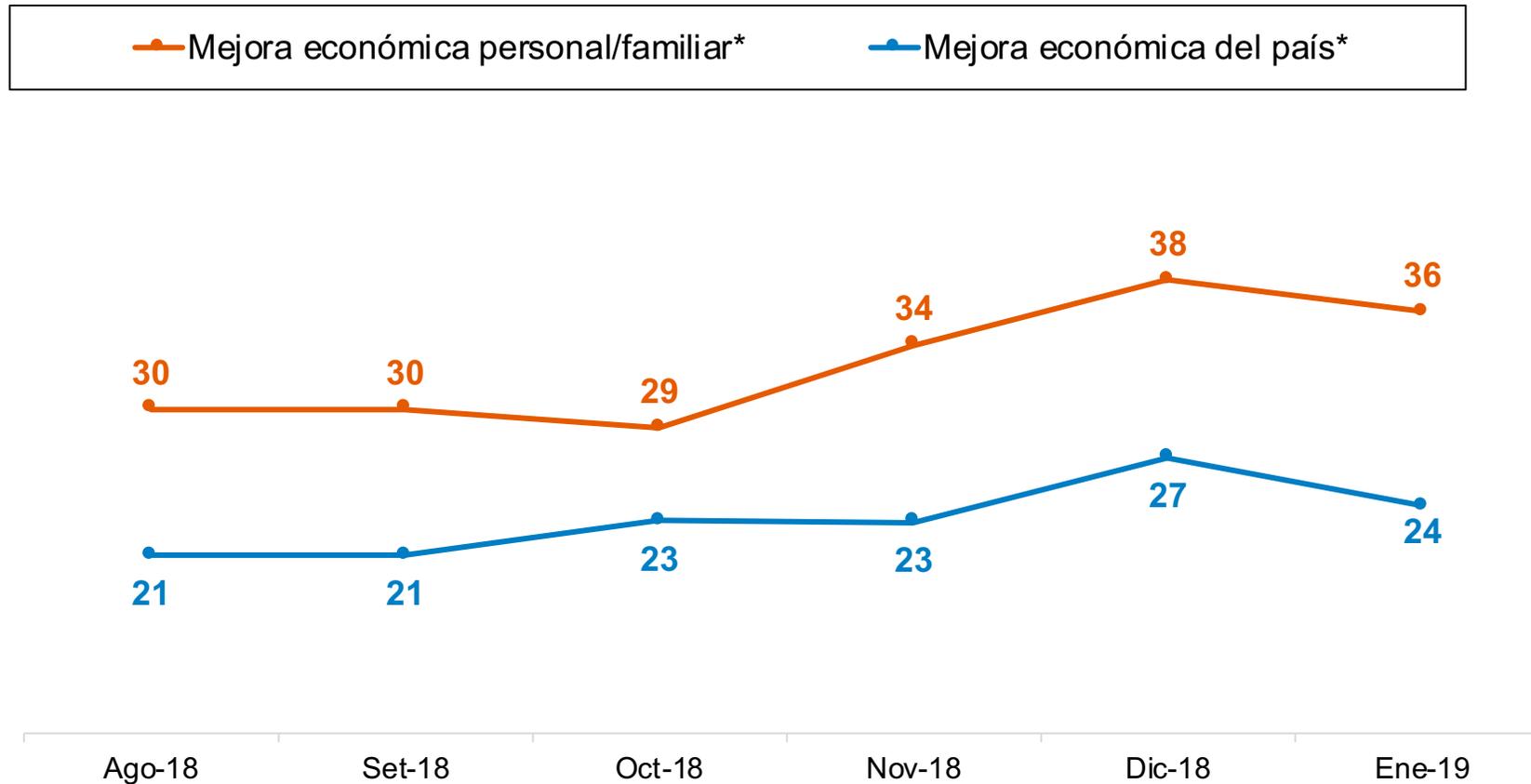
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Por grupos de edad

El ICC disminuye en todos los rangos de edad, pero principalmente entre los más jóvenes (7pts.menos que en diciembre)



El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - ULTIMOS 6 MESES

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**)



- Mejora económica personal/familiar es: mejora en el hogar y capacidad de ahorro personal
- Mejora económica del país es: mejora del país y mejora del empleo.

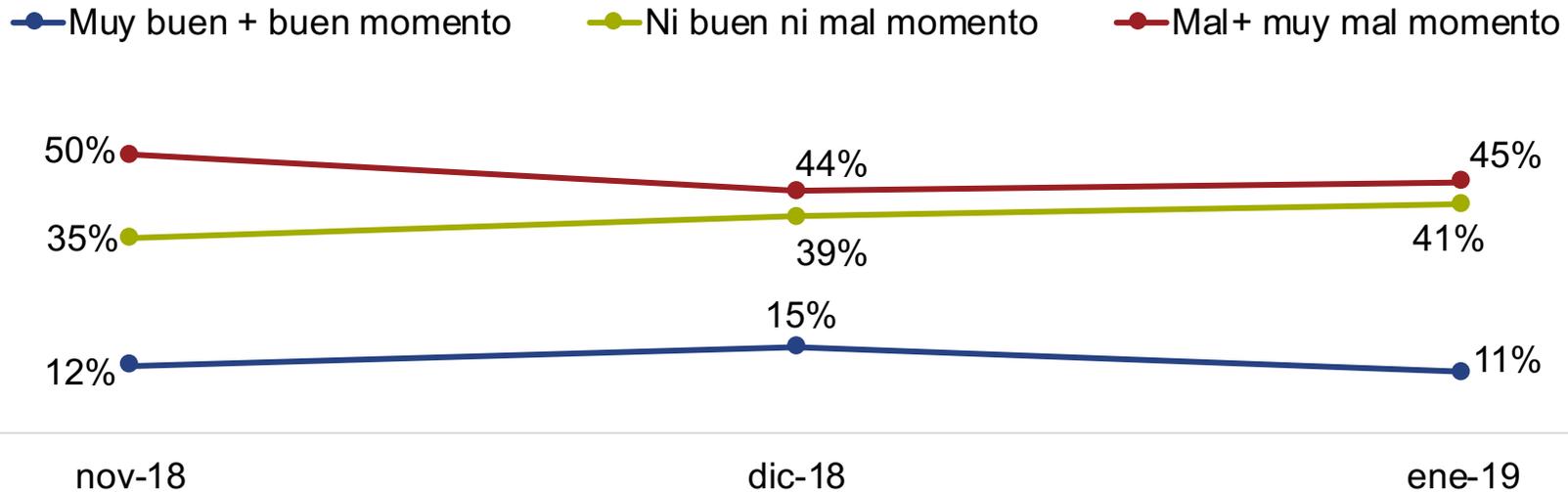
Base enero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1260)

Compra de electrodomésticos

45% considera que no es un buen momento para hacer compras de artículos de electro para el hogar.



En su opinión, ¿qué tan buen o mal momento es para comprar artículos para el hogar (por ejemplo: refrigeradora, televisor, cocina, etc.)? ¿Diría usted que es un...? – **PREGUNTA ASISTIDA**



Enero 2019	Total	Zona geográfica					Nivel Socioeconómico			Edad		
		Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente	NSE A/B	NSE C	NSE D/E	18 – 24	25 – 39	40 a más
Muy buen + buen momento	11%	12%	15%	7%	9%	7%	15%	11%	10%	13%	12%	9%
Ni buen ni mal momento	41%	47%	36%	35%	44%	37%	51%	44%	36%	55%	39%	36%
Mal + muy mal momento	45%	39%	49%	52%	45%	49%	31%	42%	51%	30%	46%	52%
NS/NP	3%	3%	1%	5%	1%	8%	3%	3%	3%	3%	4%	3%

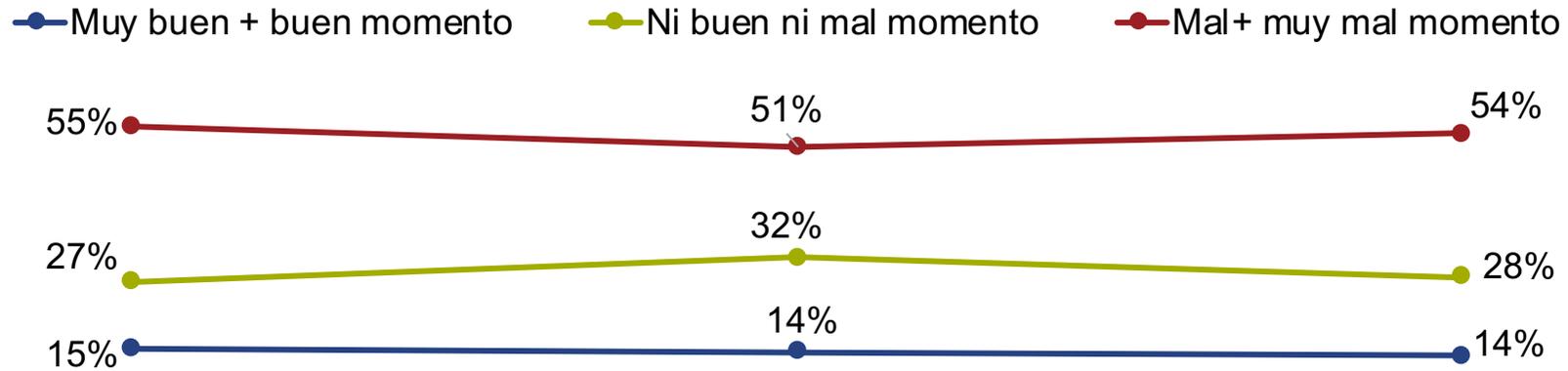
Base enero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1260)

Compra de vivienda

Se incrementa la percepción negativa frente a la compra de una vivienda en la actualidad



Y actualmente, ¿qué tan buen o mal momento es para comprar una vivienda? ¿Diría usted que es un....? – **PREGUNTA ASISTIDA**



Enero 2019	nov-18		dic-18					ene-19			Edad		
	Total	Zona geográfica					Nivel Socioeconómico			18 – 24	25 – 39	40 a más	
		Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente	NSE A/B	NSE C	NSE D/E				
Muy buen + buen momento	14%	13%	14%	10%	18%	13%	19%	13%	13%	19%	13%	12%	
Ni buen ni mal momento	28%	30%	28%	29%	26%	25%	39%	30%	24%	34%	29%	24%	
Mal + muy mal momento	54%	54%	57%	57%	52%	48%	39%	53%	58%	42%	53%	60%	
NS/NP	4%	4%	2%	5%	4%	13%	4%	5%	5%	5%	5%	4%	

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

1,184 encuestas distribuidas en 17 departamentos, 24 provincias y 78 distritos, con un nivel de representatividad de 56%.

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 enero de 2019

Te invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales



www.gfk.pe



GfK (PE)



@gfkperu

