

The background features a close-up of several stacks of coins on a grid surface. A line graph is overlaid on the grid, showing a curve that starts high on the left, dips, and then rises sharply to the right, ending in an arrowhead. The grid lines are faint and light-colored.

GfK ICC y actitudes hacia la economía

Encuesta Nacional Urbano Rural

Lima, 4 de marzo de 2019

Conclusiones

El optimismo que necesitábamos

Febrero llega con optimismo entre manos: En los últimos 3 años no se ha registrado un febrero tan optimista como éste, dónde hasta el interior alcanza el 100 neutral. La coyuntura política y lucha anti corrupción parece estar afectando positivamente a los trabajadores dependientes. En líneas generales los peruanos perciben que los meses próximos serán buenos para su familia y por ende estarán más dispuestos a invertir. Se respiran vientos de cambio y de oportunidades para los micro empresarios e independientes. Si la economía sigue percibiéndose positiva en todos los niveles podríamos estar reiniciando otro ciclo de bienestar económico en nuestro país.

Si bien se percibe como un mejor momento para invertir en electro, confirmando una inversión en corto/mediano plazo, la inversión a largo plazo, como es comprar una vivienda, no ha cambiado. Es necesario más tiempo de estabilidad para considerar la compra de un inmueble.

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



Indicador sube 11 pts. en un mes. Es mayor entre quienes aprueban la gestión del actual presidente.

Optimismo

Pesimismo

ICC SEGÚN APROBACIÓN PRESIDENCIAL

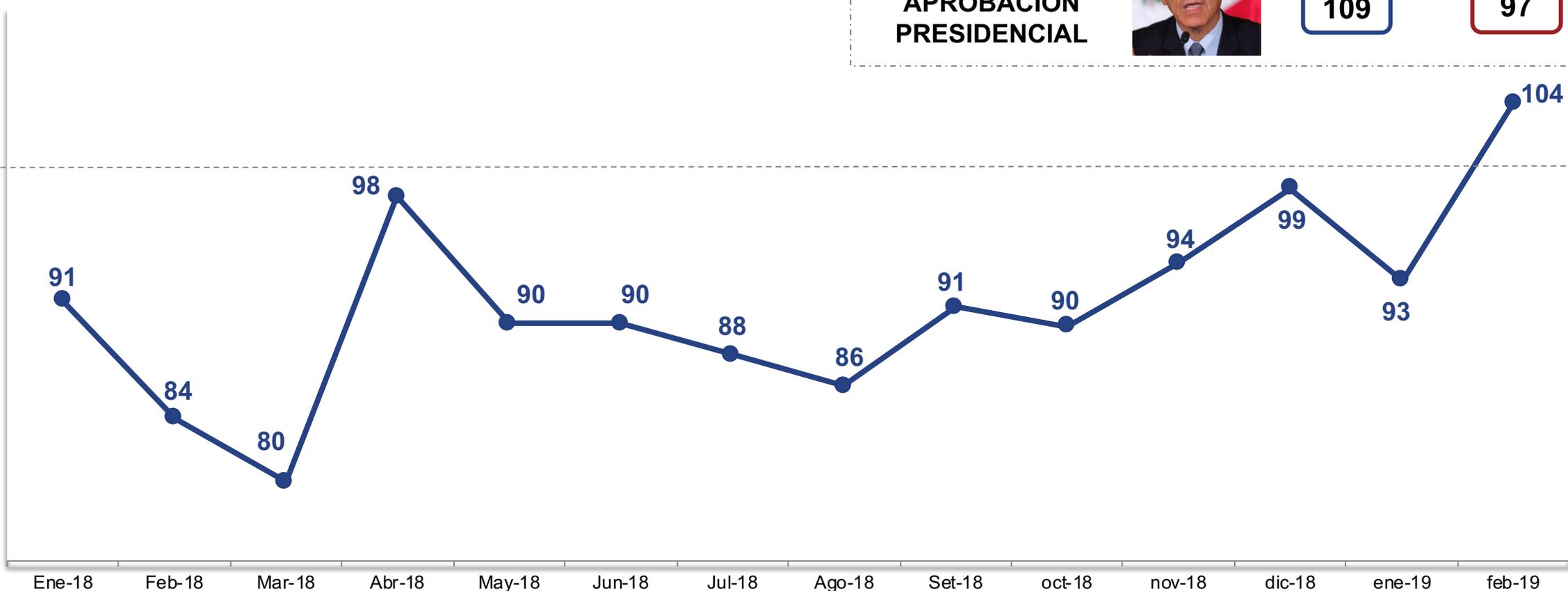


Aprueban

109

Desaprueban

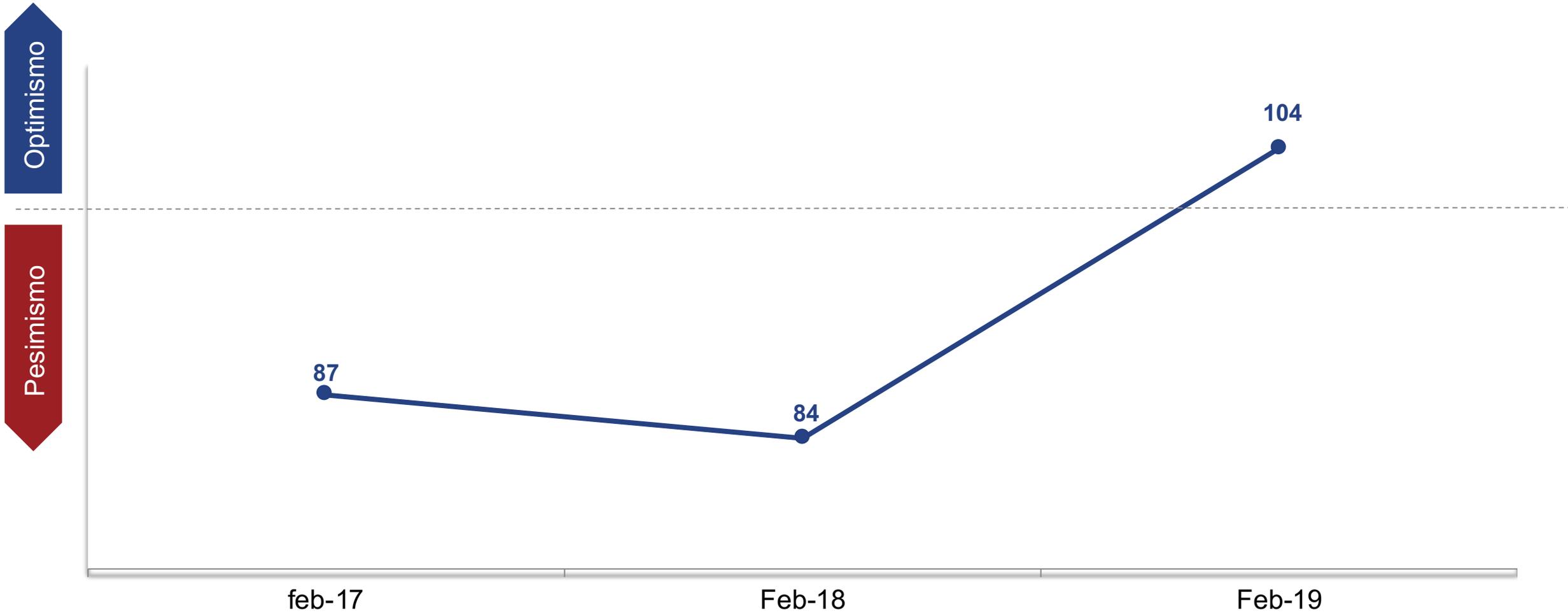
97



* 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.

Índice de Confianza del Consumidor (ICC*) – Comparativo anual

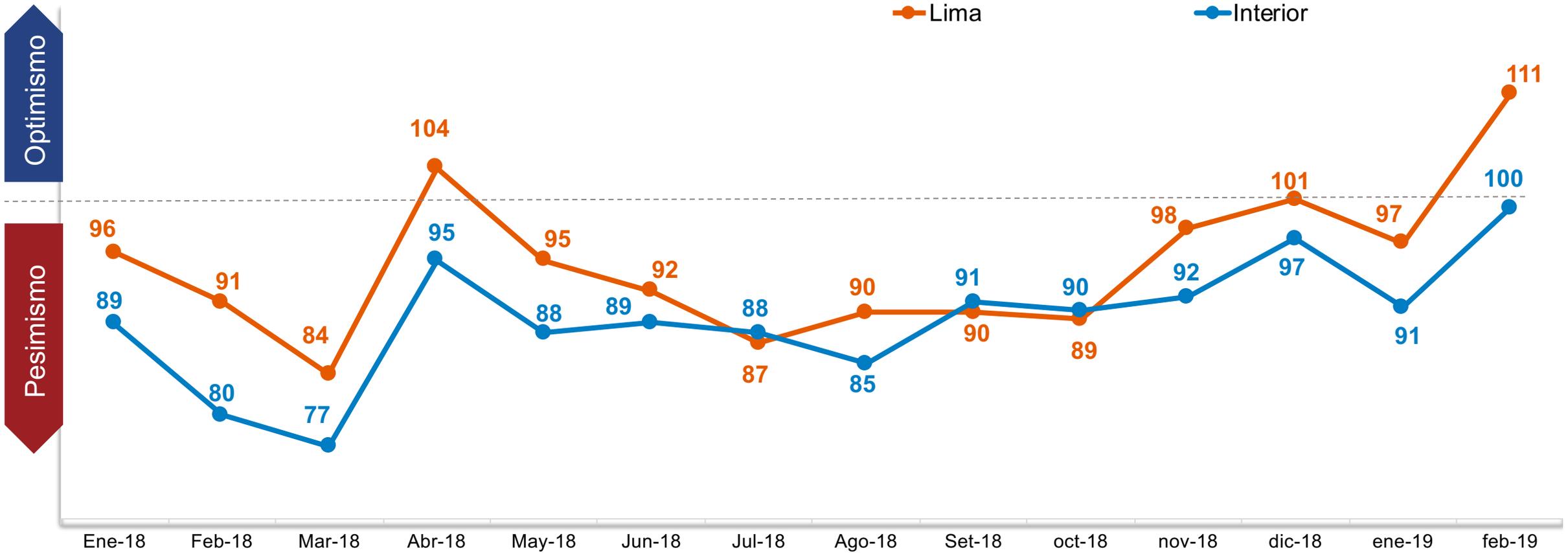
Comparativo anual



* El ICC es un índice 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.

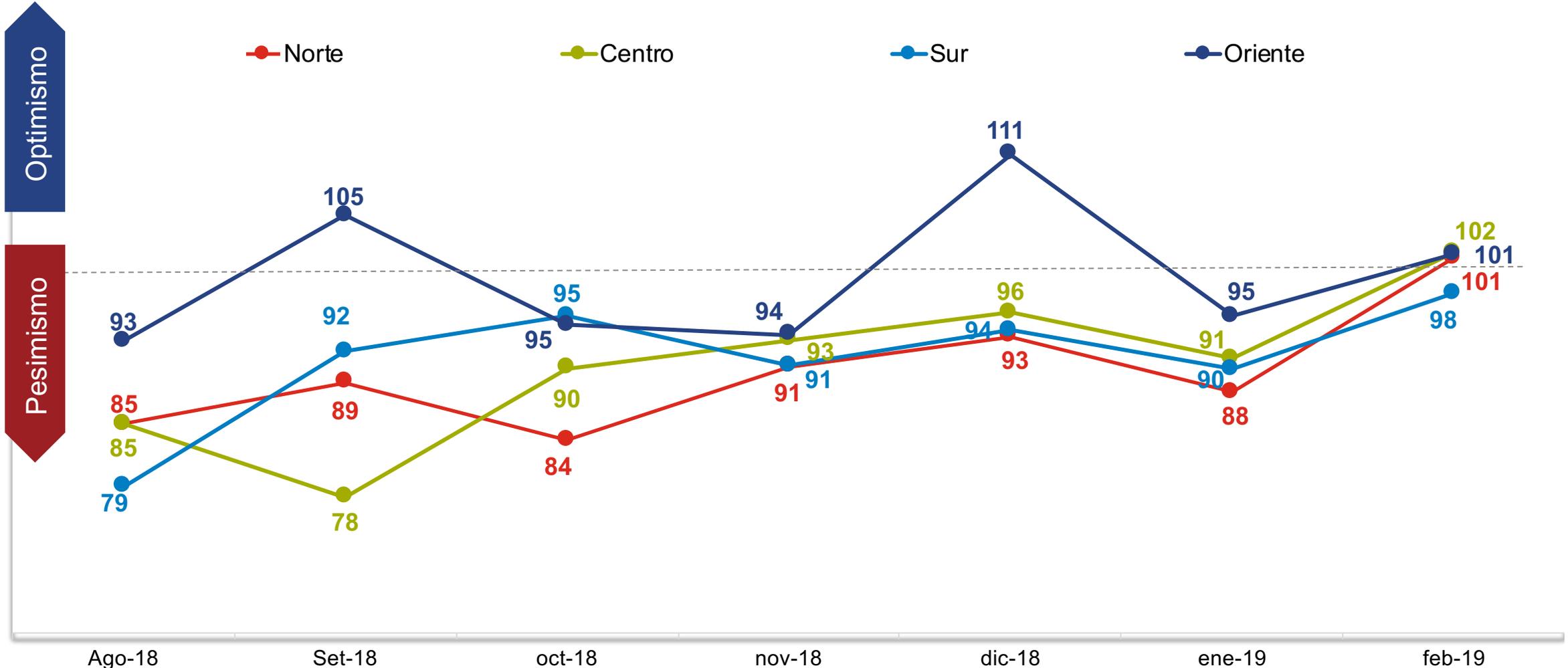
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Lima e interior

Confianza es mayor en Lima, donde llega a 111 puntos. No obstante, en el interior del país llega a 100 puntos, 9 pts. más que en enero.



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

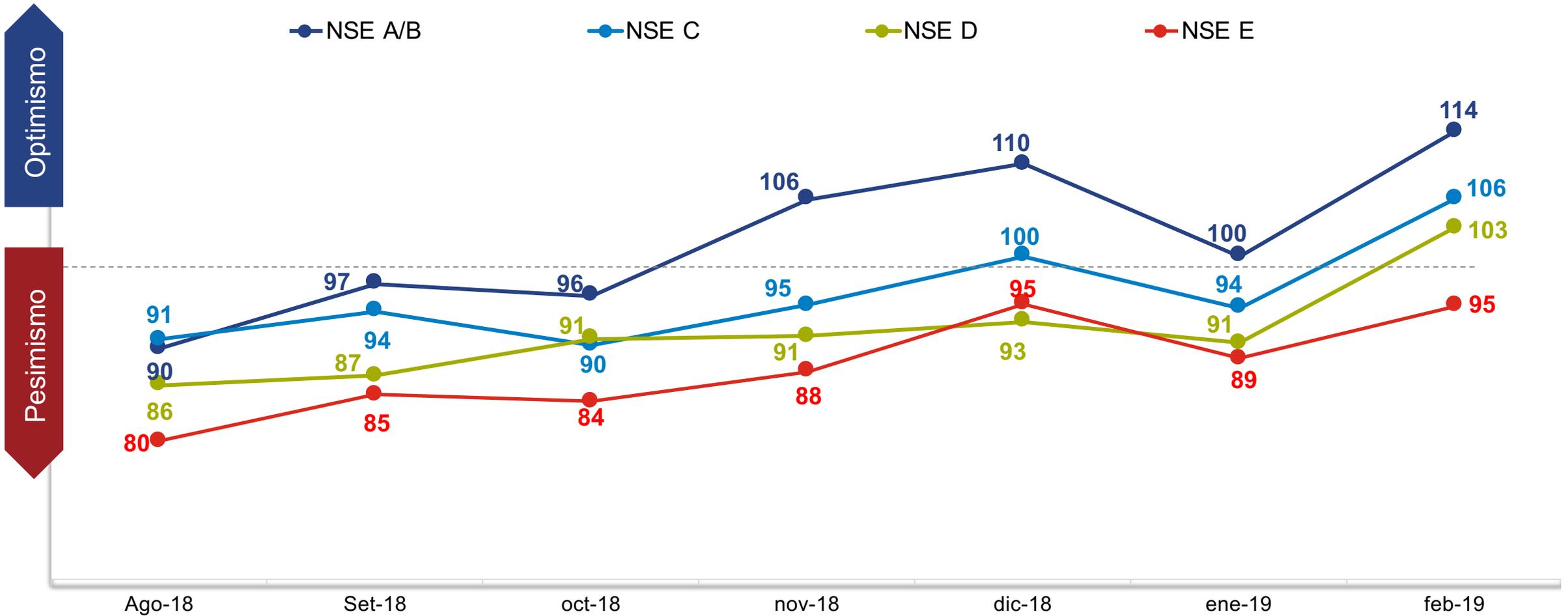
El indicador se incrementa en todas las zonas del país, siendo el sur la única que se ubica en la zona pesimista (98 pts.)



Base febrero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1228)

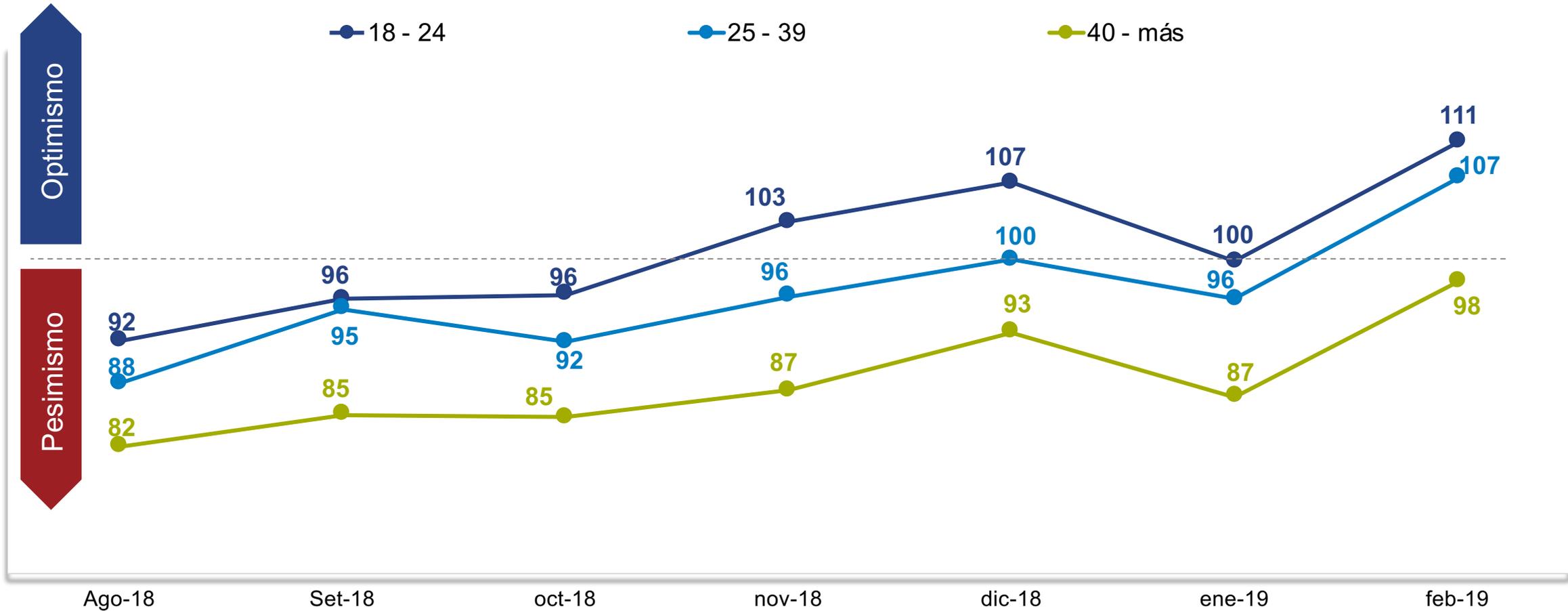
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Por nivel socioeconómico

El ICC crece este mes en todos los sectores socioeconómicos



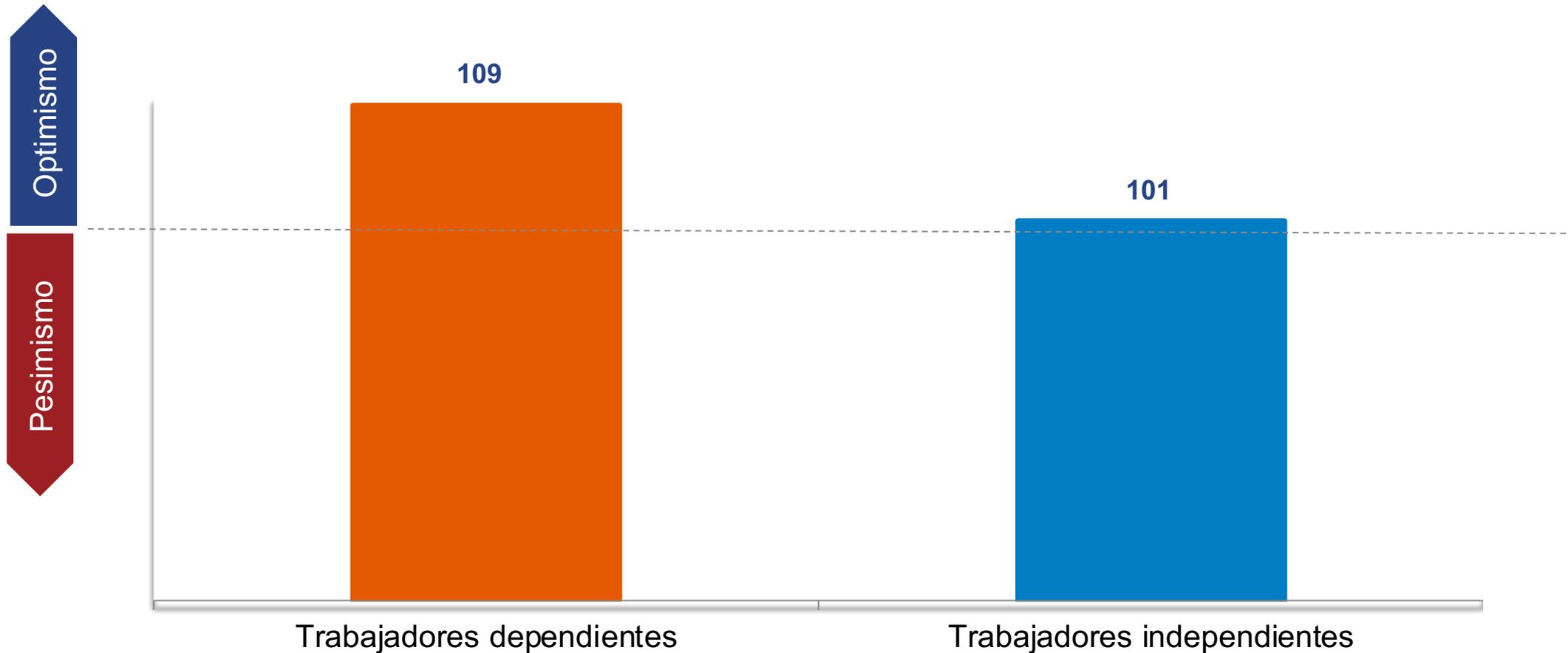
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Por grupos de edad

Crecimiento del indicador es similar en todos los rangos de edad.



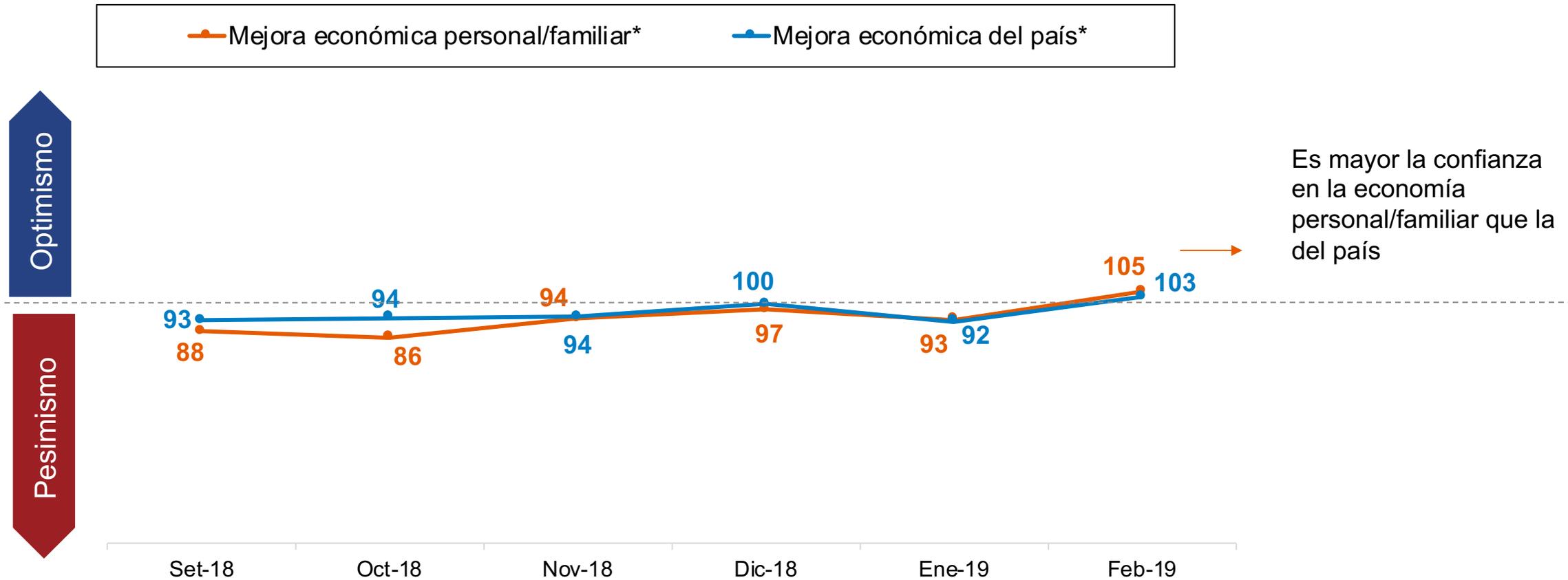
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Por tipo de ocupación

Importante destacar que el indicador es considerablemente mayor entre aquellos que se encuentran trabajando como dependientes (109), versus aquellos que lo hacen por cuenta propia (101).



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)**

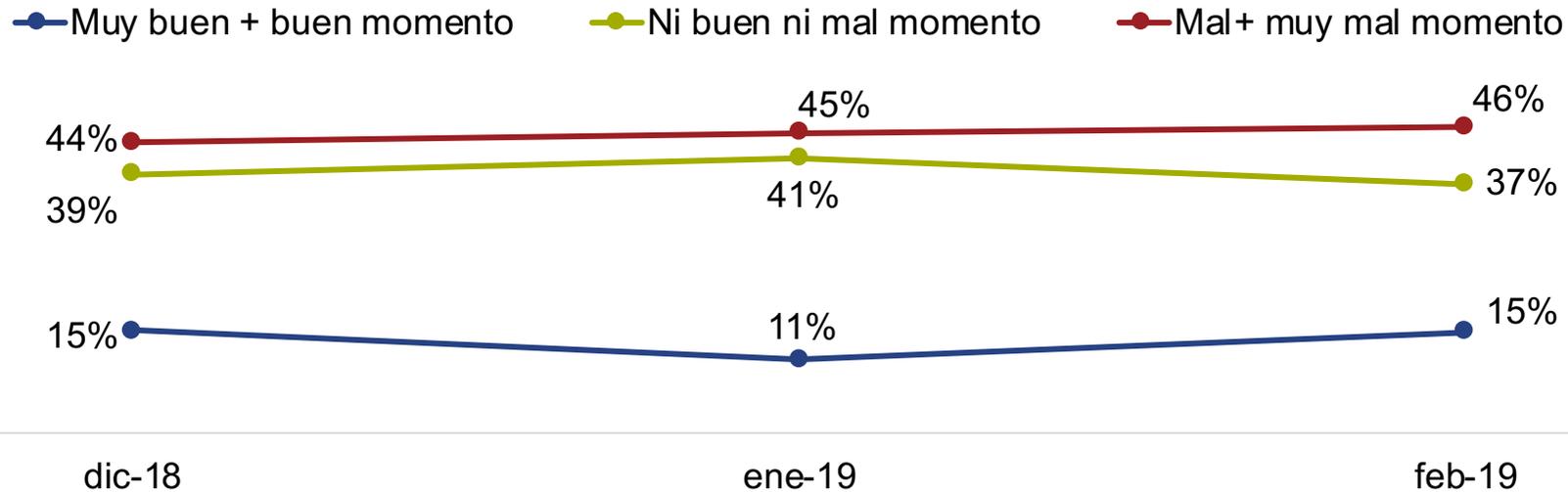


- Mejora económica personal/familiar es: mejora en el hogar y capacidad de ahorro personal
- Mejora económica del país es: mejora del país y mejora del empleo.

Compra de electrodomésticos

Ligero optimismo: pasa de 11% a 15% el número de encuestados que considera un buen momento para la compra de electrodomésticos.

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**



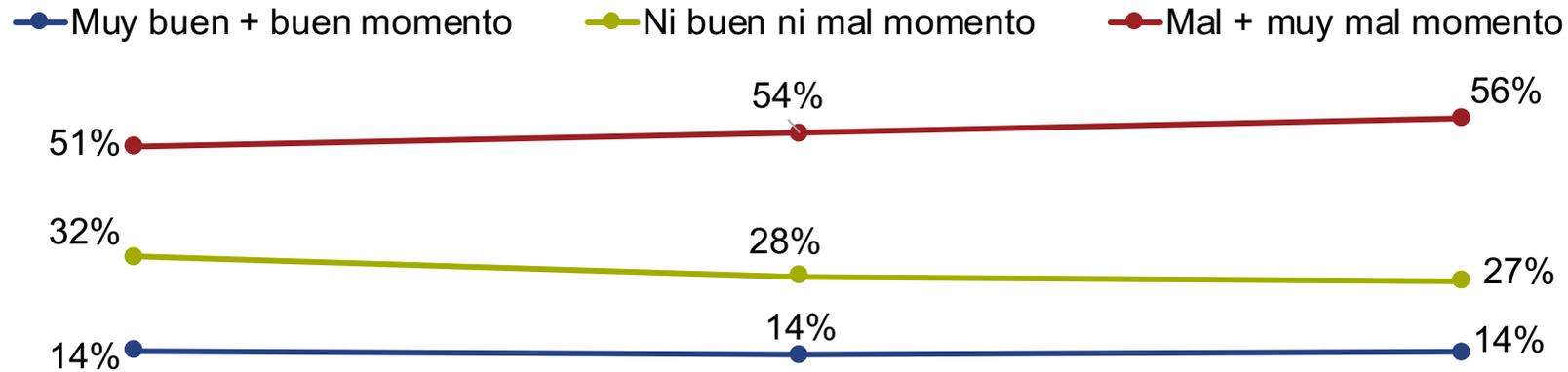
Febrero 2019	Total	Zona geográfica					Nivel Socioeconómico			Edad		
		Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente	NSE A/B	NSE C	NSE D/E	18 – 24	25 – 39	40 a más
Muy buen + buen momento	15%	19%	20%	8%	10%	11%	21%	16%	13%	20%	13%	15%
Ni buen ni mal momento	37%	41%	26%	50%	50%	19%	49%	40%	31%	37%	40%	35%
Mal + muy mal momento	46%	38%	54%	41%	38%	69%	28%	43%	54%	40%	45%	49%
NS/NP	2%	2%	1%	1%	3%	2%	3%	1%	2%	3%	1%	2%

Base febrero 2019: Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1228)

Compra de vivienda

56% cree que es un mal momento para comprar una vivienda.
 Esta percepción es más fuerte en los niveles bajos y en zonas como norte y oriente.

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



Febrero 2019	dic-18			ene-19					feb-19			
	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	14%	18%	17%	7%	9%	11%	22%	15%	12%	19%	14%	12%
Ni buen ni mal momento	27%	29%	16%	47%	33%	18%	44%	25%	23%	26%	30%	25%
Mal + muy mal momento	56%	50%	66%	45%	54%	70%	31%	60%	62%	53%	54%	60%
NS/NP	2%	3%	1%	1%	4%	2%	3%	1%	3%	2%	2%	3%

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

1,228 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 16 al 20 de febrero de 2019

Te invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales



www.gfk.pe



GfK (PE)



@gfkperu

