

# GfK ICC y actitudes hacia la economía

## Estudio de opinión pública nacional - urbano rural

Abril 2016



# Contenido

1. Listado de noticias del período   Abril 2016	3
2. Conclusiones	6
3. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)	8
4. Percepción de la situación económica personal y del hogar	13
5. Percepción macroeconómica del país	16
6. Principales problemas del país	19
6. GfK   Metodología   Ficha técnica del estudio	21



# Listado de noticias del período | Abril 2016

## Listado de noticias económicas| Abril 2016



DÍA	Abril
1	La confianza de los consumidores en Lima mejoró durante marzo.
2	Precios de colegios inciden en la inflación de marzo.
3	Perú arrebató a Bolivia el liderato en la exportación y producción de quinua.
4	Bancos ahora dan efectivo por trasladar la CTS.
5	Se desacelera el consumo con tarjetas de crédito.
6	Inversiones en soles rinden hasta 23.9%.
7	Congreso priorizará proyecto que rebaja comisiones de AFP.
8	Acuerdo por el Lote 64 de Petroperú aún espera.
9	Más de US\$ 5 millones se pierden por paralización de Lote 192.
10	Elecciones no generan tensiones en el precio del dólar ni en la Bolsa.
11	Déficit fiscal del Perú entre los cinco que más se deterioraron en la región.
12	Euforia tras elecciones: Alza récord de bolsa y caída del dólar.
13	MEF: No hay espacio para que el próximo Gobierno aumente el gasto.
14	20% de inmuebles de Lima en manos de empresas en paraísos fiscales.
15	Economía peruana habría crecido 5.1% en febrero.

## Listado de noticias económicas| Abril 2016



DÍA	Abril
16	Perú crece 6,04% pero hay cifras negativas en sectores que generan el empleo.
17	278 mil afiliados de AFP podrán usar 25% de su fondo para vivienda.
18	Cajas y bancos pelearán por los S/ 4,600 millones que saldrían de AFP.
19	Desempleo en Lima en su nivel más alto en los últimos 4 años.
20	Mejora el panorama para el PBI, pero inversión está en su peor momento. Inversión petrolera se desplomó en febrero.
21	Ley se promulga y ahora se puede retirar el 95.5% de los fondos AFP.
22	Nueve de cada diez peruanos cree que es necesaria ley de trabajo juvenil.
23	Pobreza baja pero aún hay 6 millones de pobres en el país.
24	Bolivia, Colombia y Ecuador utilizan tecnologías peruana en crianza de cuyes.
25	Malls venderán hasta 20% más en campaña del Día de la Madre. El 10% de peruanos más ricos gana 18 veces más que el 10% más pobre.
26	Guerra de tasas de interés por los fondos que saldrán de AFP. Sin programas sociales, la pobreza habría subido cuatro puntos en el 2015, según MEF
27	En duda atención de salud para los que retiren sus fondos AFP.

# Conclusiones

## La gran dicotomía: Lima-Interior

A solo cinco semanas de elegir a quien llevará las riendas de nuestro país, la confianza de los peruanos parece estar en su mejor momento, al menos en términos económicos. Confirmando la tendencia de los primeros meses del 2016, el ICC nuevamente vuelve a crecer, pasando de 108 a 114 puntos (por encima del margen de error). Es probable que los resultados de la primera vuelta electoral hayan contribuido a que el indicador continúe su alza.

Sin embargo, el panorama es diferente en Lima versus el resto del país. Mientras en el primer caso es evidente el crecimiento del indicador en cerca de seis puntos, en el interior el ICC se mantiene en 103, es decir, no se registra mayor movimiento con respecto al mes anterior. ¿Qué está ocurriendo en provincias? Aquí un 65% destaca temas como la falta de trabajo (34%) y la situación económica (31%) como los principales problemas del país, casi al mismo nivel que la delincuencia y la inseguridad (63%). Mientras tanto en la capital, los problemas económicos son solo mencionados por el 39% que, aunque tratándose de una cifra importante, queda relegada frente al 73% de limeños que consideran la inseguridad como el principal problema del Perú al cual habría que darle prioridad.

Al igual que en la escena política, se percibe una fuerte dicotomía entre Lima y el interior. Esperemos que quién asuma el liderazgo político y económico de la nación logre gobernar en favor de ambos entornos y pueda canalizar adecuadamente sus necesidades. La tarea está asignada.

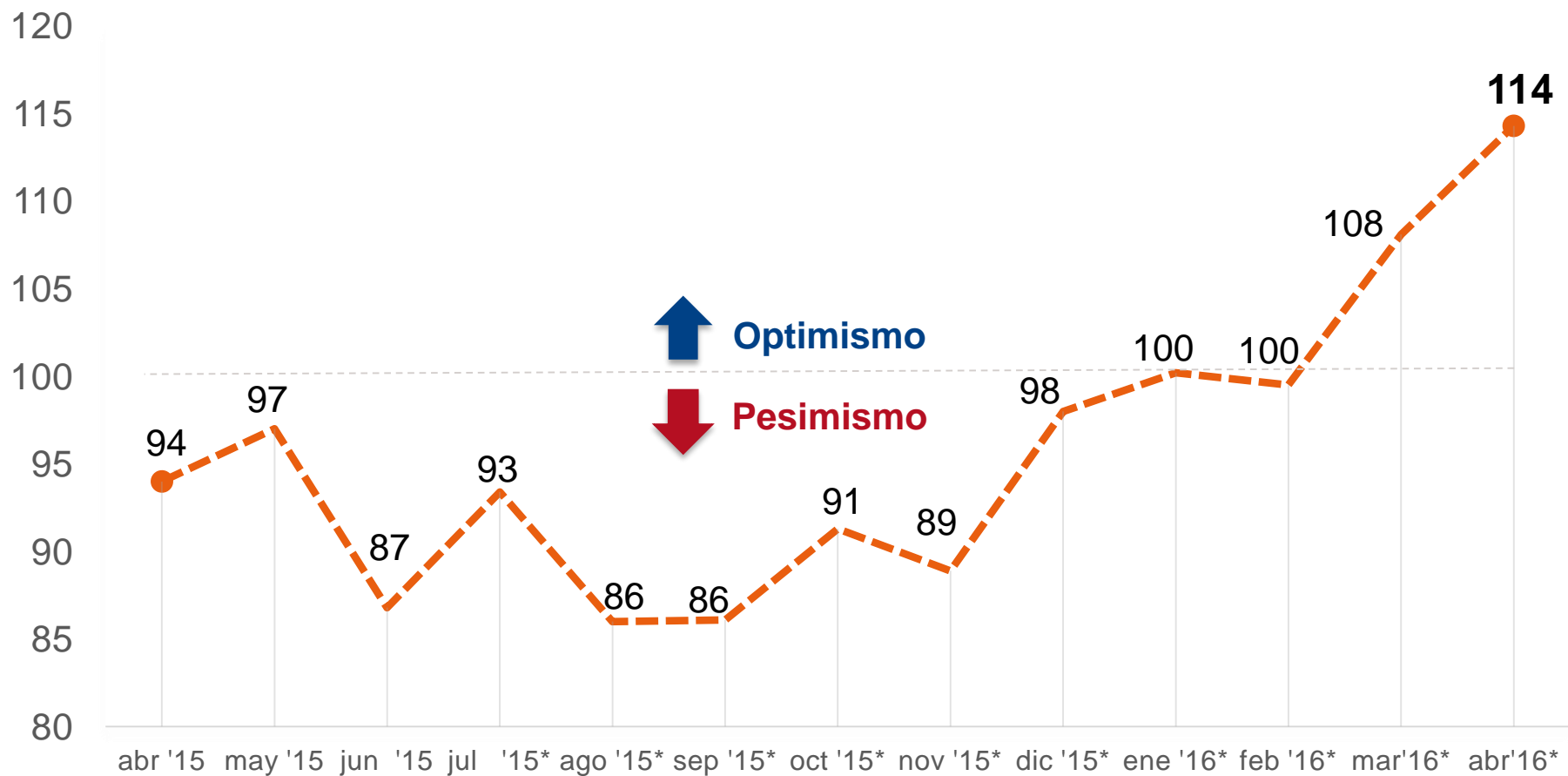
Laura Amaya  
Analista de Opinión Pública

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



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

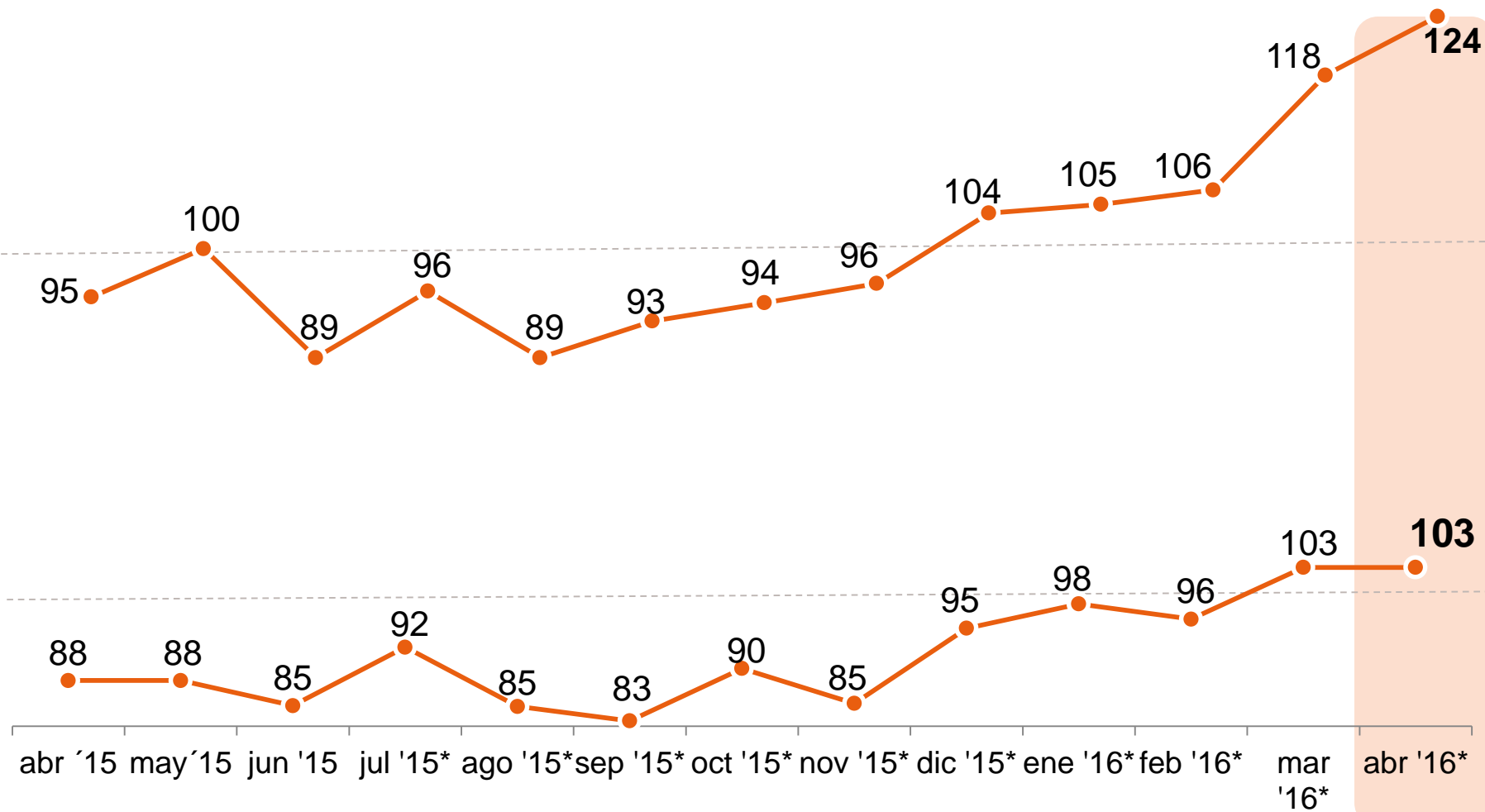
Confianza en ascenso: 114 puntos, 20 más que hace un año.



\* 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  
 Lima es la región con mayor crecimiento, a diferencia del interior que se mantiene respecto al mes anterior.

L  
I  
M  
A

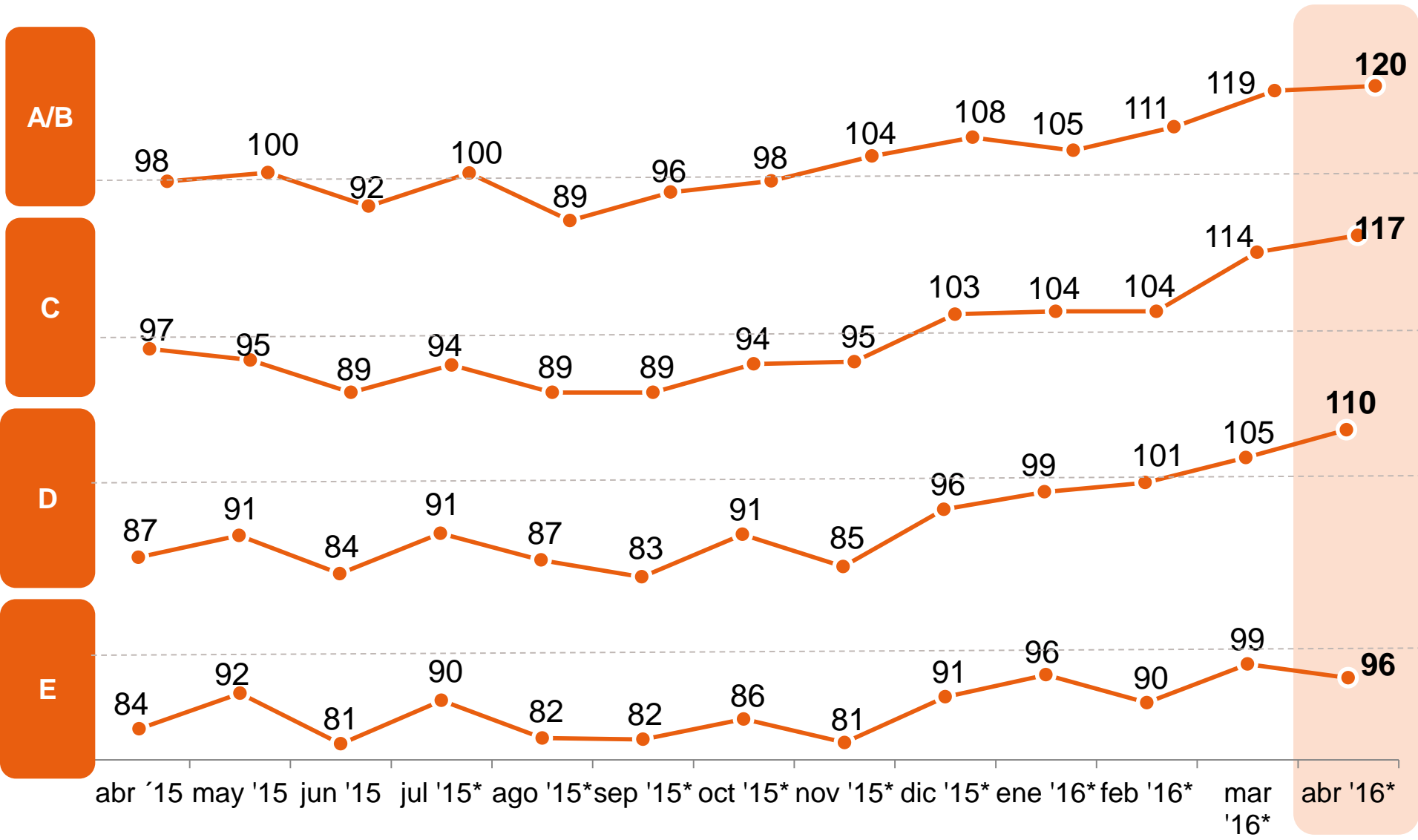


I  
N  
T  
E  
R  
I  
O  
R



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

Incremento se da principalmente en el NSE CD.



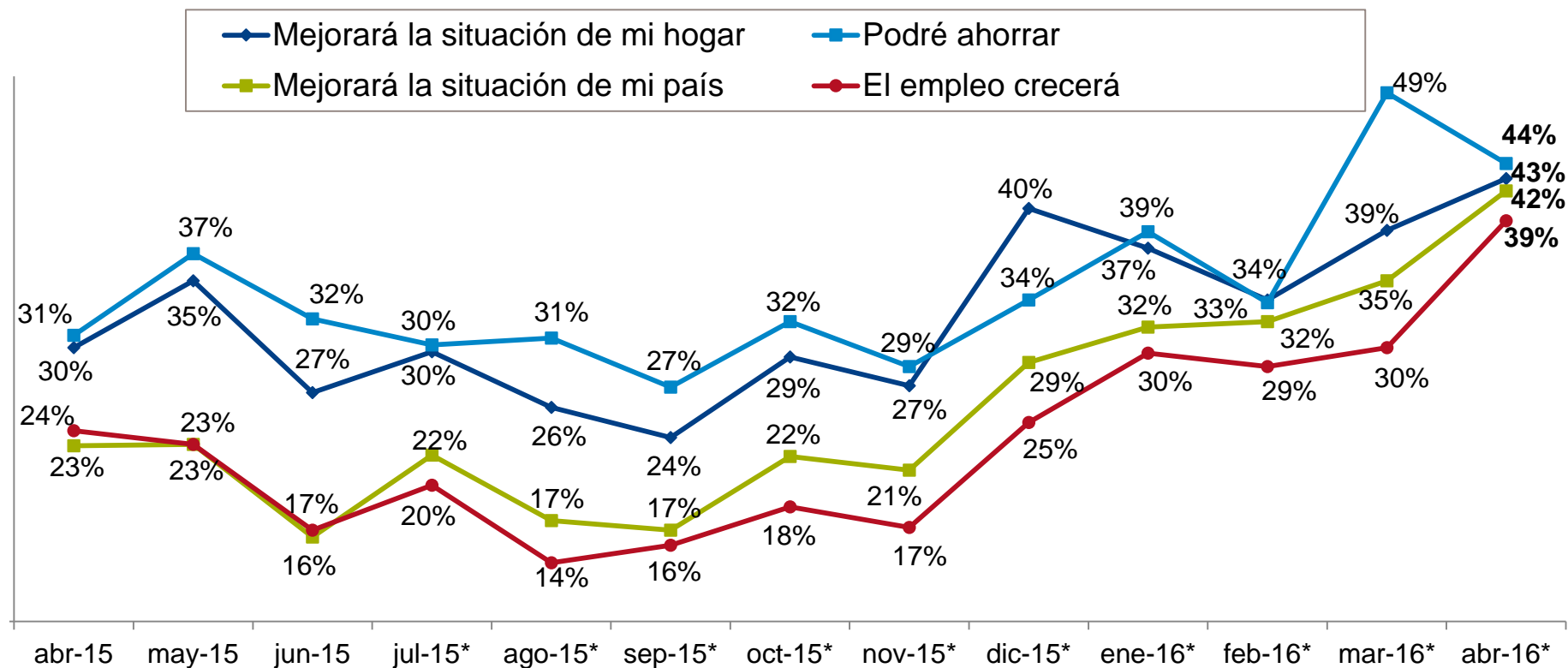
Base abril 2016: (100%) Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1554)

\*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)**



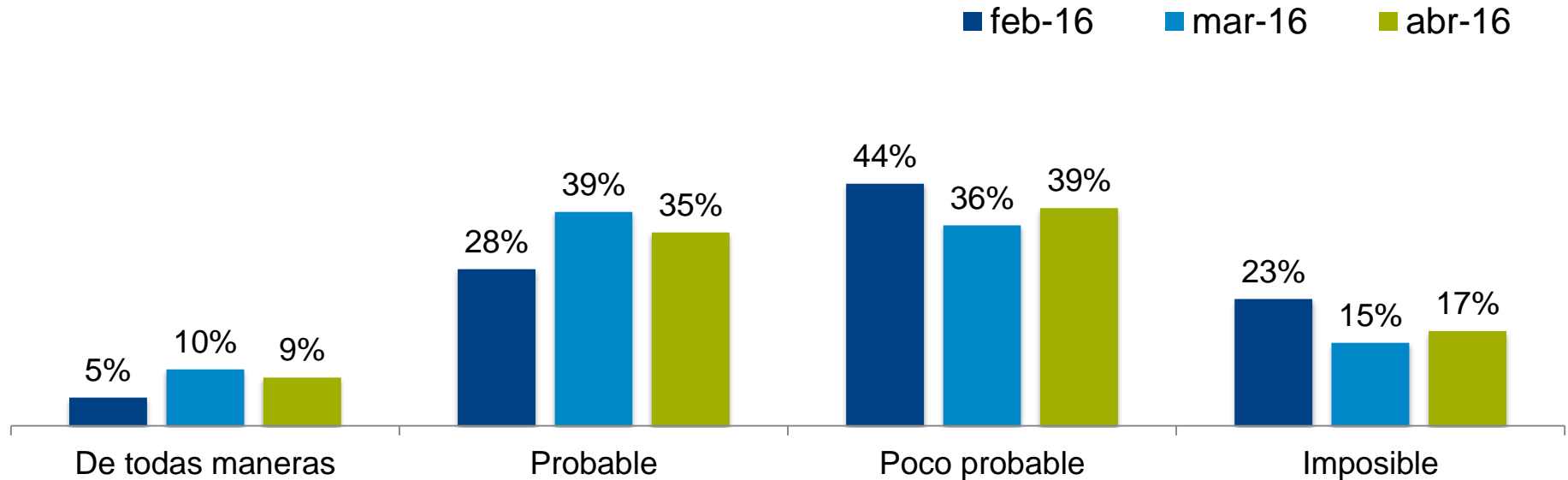
\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

Base abril 2016: (100%) Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1554)

# Percepción de la situación económica personal y del hogar



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

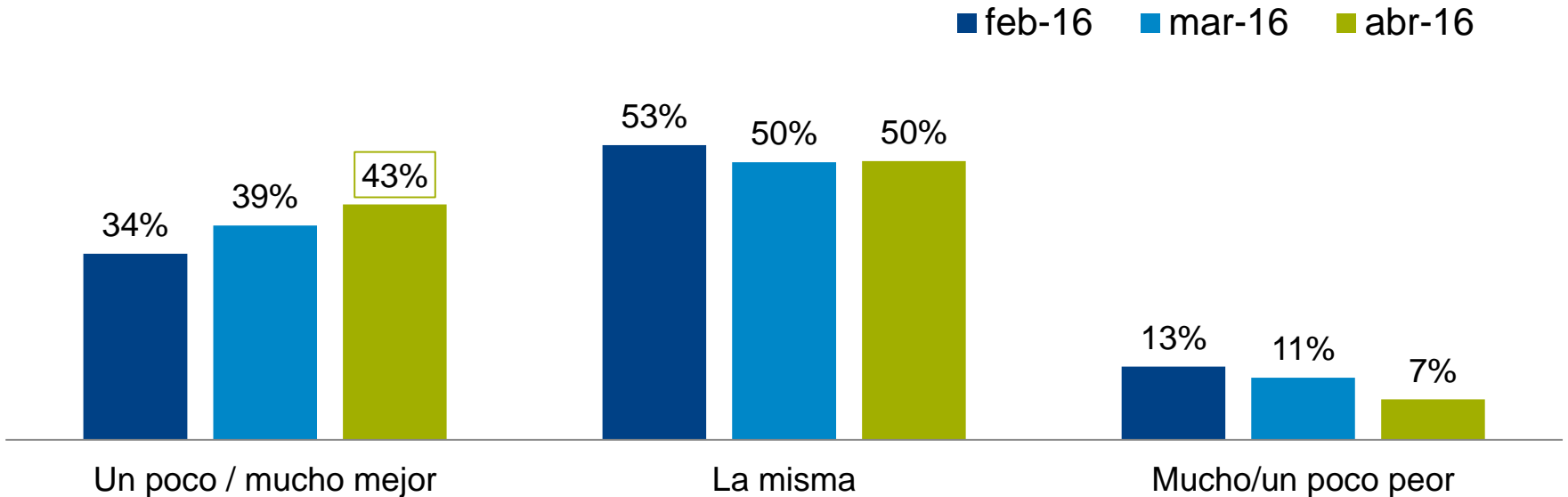


Abril 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	18 - 24	25 - 39	40 - +
		De todas maneras	9%	11%	11%	7%	11%	7%	13%
Probable	35%	<b>44%</b>	<b>44%</b>	27%	<b>48%</b>	28%	<b>43%</b>	36%	30%
Poco probable	39%	37%	35%	<b>43%</b>	32%	<b>43%</b>	34%	38%	<b>43%</b>
Imposible	17%	8%	10%	<b>23%</b>	9%	<b>22%</b>	10%	<b>17%</b>	<b>21%</b>

Base abril 2016: (100%) Total de entrevistados - Nacional urbano rural (1554)



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



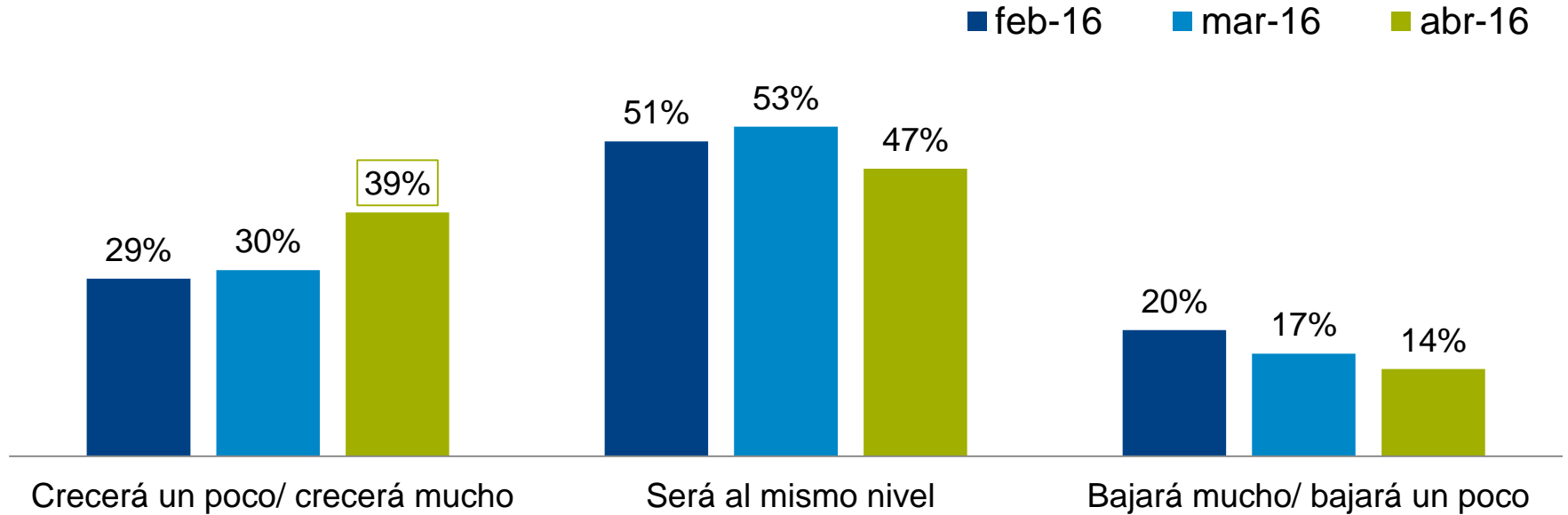
Abril 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	18 - 24	25 - 39	40 - +
Un poco/mucho mejor	43%	<b>56%</b>	45%	37%	<b>59%</b>	34%	<b>53%</b>	46%	34%
La misma	50%	43%	48%	<b>54%</b>	38%	<b>57%</b>	42%	47%	<b>58%</b>
Mucho/un poco peor	7%	1%	7%	9%	3%	9%	5%	7%	8%

# Percepción macroeconómica del país



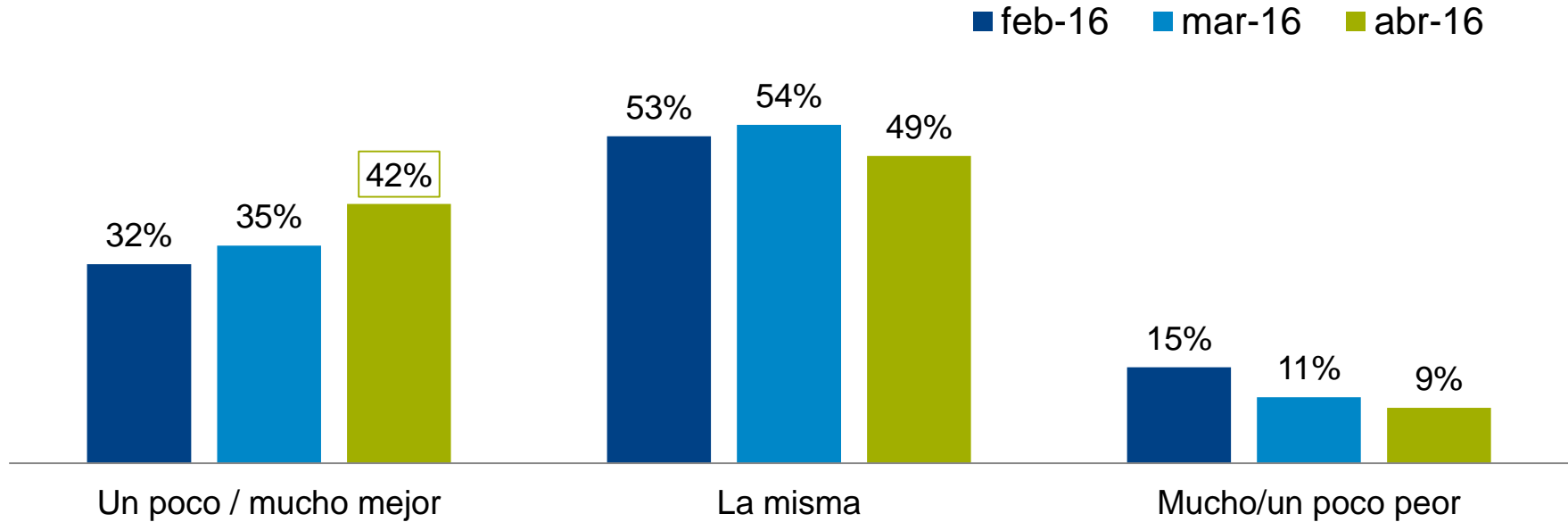


En cuanto al nivel de EMPLEO dentro de los próximos 12 meses, ¿usted cree que...?



Abril 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	18 - 24	25 - 39	40 - +
Crecerá un poco/ crecerá mucho	39%	<b>44%</b>	<b>44%</b>	36%	<b>50%</b>	34%	43%	40%	37%
Será al mismo nivel	47%	43%	45%	48%	41%	<b>49%</b>	44%	45%	49%
Bajará mucho/ bajará un poco	14%	13%	11%	<b>16%</b>	9%	<b>17%</b>	13%	15%	14%

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



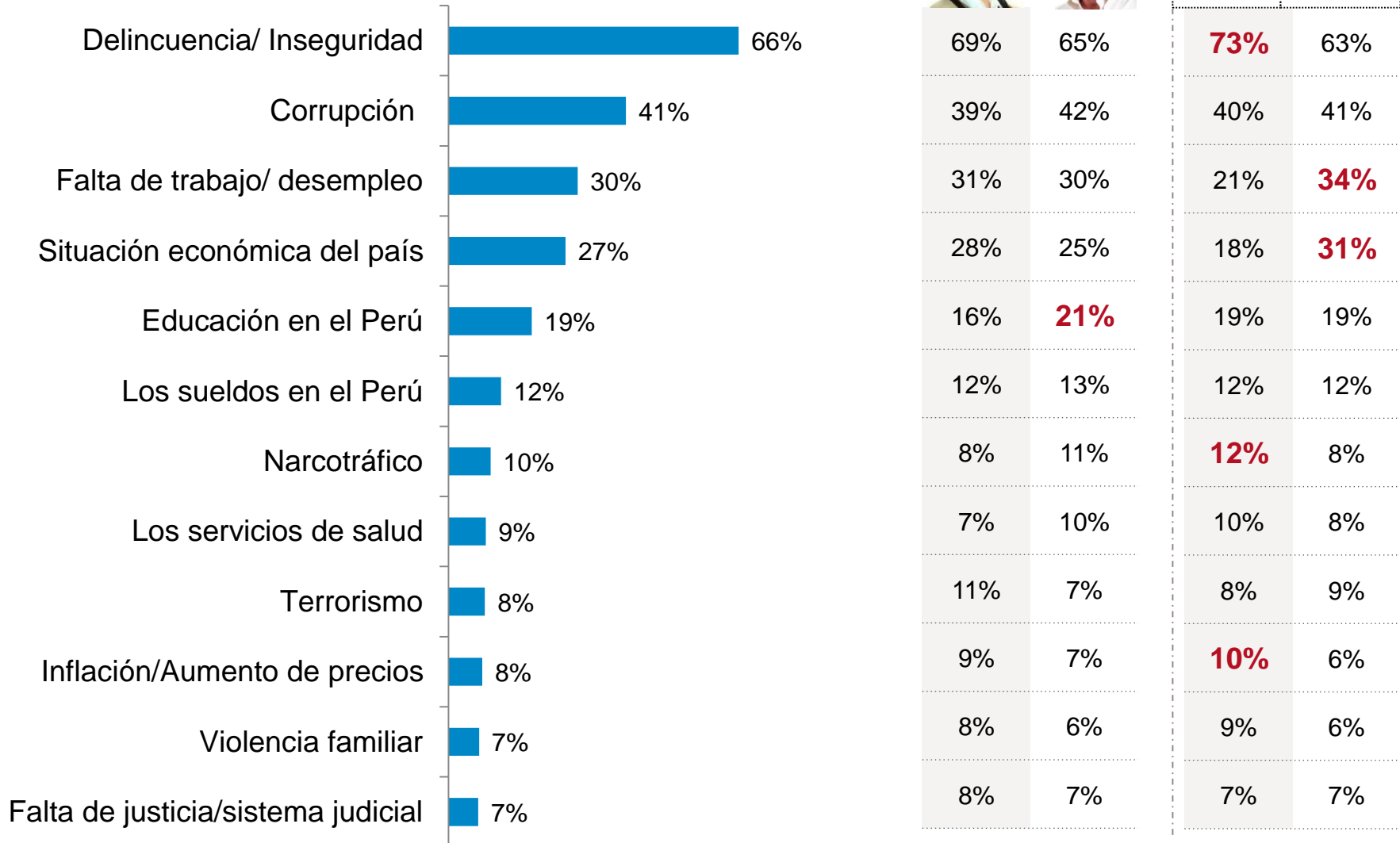
Abril 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	18 - 24	25 - 39	40 - +
Un poco/mucho mejor	42%	52%	47%	36%	56%	34%	48%	40%	40%
La misma	49%	40%	47%	53%	38%	55%	44%	51%	51%
Mucho/un poco peor	9%	8%	6%	11%	5%	11%	8%	9%	9%

# Principales problemas del país

# ¿Cuáles cree usted que son los principales problemas del país? (RESPUESTA MULTIPLE, ESPONTANEA)



Votan por:



# 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 1,554 entrevistados y está distribuida de la siguiente manera.

Zona	Ambito					
	Urbano	%	Rural	%	Total	%
Lima	554	35.6%	0	0.0%	554	35.6%
Norte	253	16.3%	113	7.3%	366	23.6%
Centro	104	6.7%	50	3.2%	154	9.9%
Sur	204	13.1%	99	6.4%	303	19.5%
Selva	106	6.8%	71	4.6%	177	11.4%
<b>Total</b>	<b>1,221</b>	<b>78.6%</b>	<b>333</b>	<b>21.4%</b>	<b>1,554</b>	<b>100.0%</b>

## Nivel de representatividad

82.3% 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 24 al 27 de abril 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