

# GfK ICC y actitudes hacia la economía

## Estudio de opinión pública nacional - urbano rural

Diciembre-2015



# Contenido

1. Listado de noticias del período   Noviembre – Diciembre 2015	3
2. Conclusiones	5
3. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)	7
4. Percepción de la situación económica personal y del hogar	12
5. Percepción macroeconómica del país	17
6. Las AFP	21
7. Balance personal 2015: lo que pasó y lo que vendrá	24
8. GfK   Metodología   Ficha técnica del estudio	27



# Listado de noticias del período | Noviembre – Diciembre 2015

# Listado de noticias económicas| Noviembre - Diciembre



DÍA	NOVIEMBRE - DICIEMBRE
25	Banca da más plazos a compañías para que no dejen de pagar créditos.
26	Rebaja de impuestos por ahora se roba el protagonismo en debate electoral.
27	Tres de cada diez familias limeñas ahora ya están sobre endeudadas.
28	Se extienden a otros días las ofertas del Black Friday y en Perú será el Cyber Monday.
29	Trabajadores del Congreso podrían tener mejoras de salario en el 2016.
30	Desde diciembre se podrían usar celulares para el envío de dinero.
1	Banca será muy cautelosa para dar créditos en próximos meses.
2	Alza del pollo no se detiene y golpea inflación.
3	Inversión en dólares no será una apuesta segura en 2016.
4	Se dispara la dolarización de depósitos de las empresas.
5	Los que reciben pensión no pueden disponer del 95.5% de su fondo AFP.
6	Uso del 25% del fondo de AFP para vivienda abre nueva fuente de inversión.
7	En Lima hay 15,850 nuevas viviendas que no se venden.
8	Trabajadores recibirían un sueldo de gratificación más bonificación de 9%.
9	Solo 20% en el Perú cree que empresas son transparentes.
10	BCR dice que por ahora es absurdo que aumenten tarifas eléctricas.
11	Estatales recibirán CTS 2 veces al año por nueva ley aprobada en Congreso.
12	Revisarán casos de trabajadores cesados durante el fujimorismo.
13	El petróleo sigue en caída libre pero en el Perú no bajan los precios.
14	PPK ofrece aumentar el sueldo mínimo a S/. 850.
15	Ahorros están en riesgo de pagar Impuesto a la Renta en el 2016.

# Conclusiones

## Un nuevo comienzo

Llegó diciembre y con él un espíritu optimista en el consumidor peruano. El ICC pasa de 89 a 98 puntos, es decir, crece 9 puntos en solo un mes. Este repunte se observa en todos los niveles socioeconómicos (especialmente en el NSE AB donde se obtiene un ICC de 108 y en el NSE C uno de 103), y tanto en Lima como en el interior. De hecho, en la capital llega incluso a 104, ocho puntos más que en noviembre y pasa a ubicarse dentro de lo que se considera un escenario optimista.

¿A qué se debe entusiasmo? Si revisamos los históricos, se trata de cifras muy similares a las obtenidas en diciembre del 2014. Sí, hay una cuestión coyuntural asociada a las fiestas navideñas que puede tener un impacto importante en la confianza económica (tomando en cuenta la entrega de bonos y gratificaciones que muchos peruanos reciben en este mes). Pero más allá de eso, es interesante como pasa de un 27% a un 40% el nivel de optimismo respecto a la economía del hogar (en donde se cree que será un poco o mucho mejor dentro de los próximos doce meses).

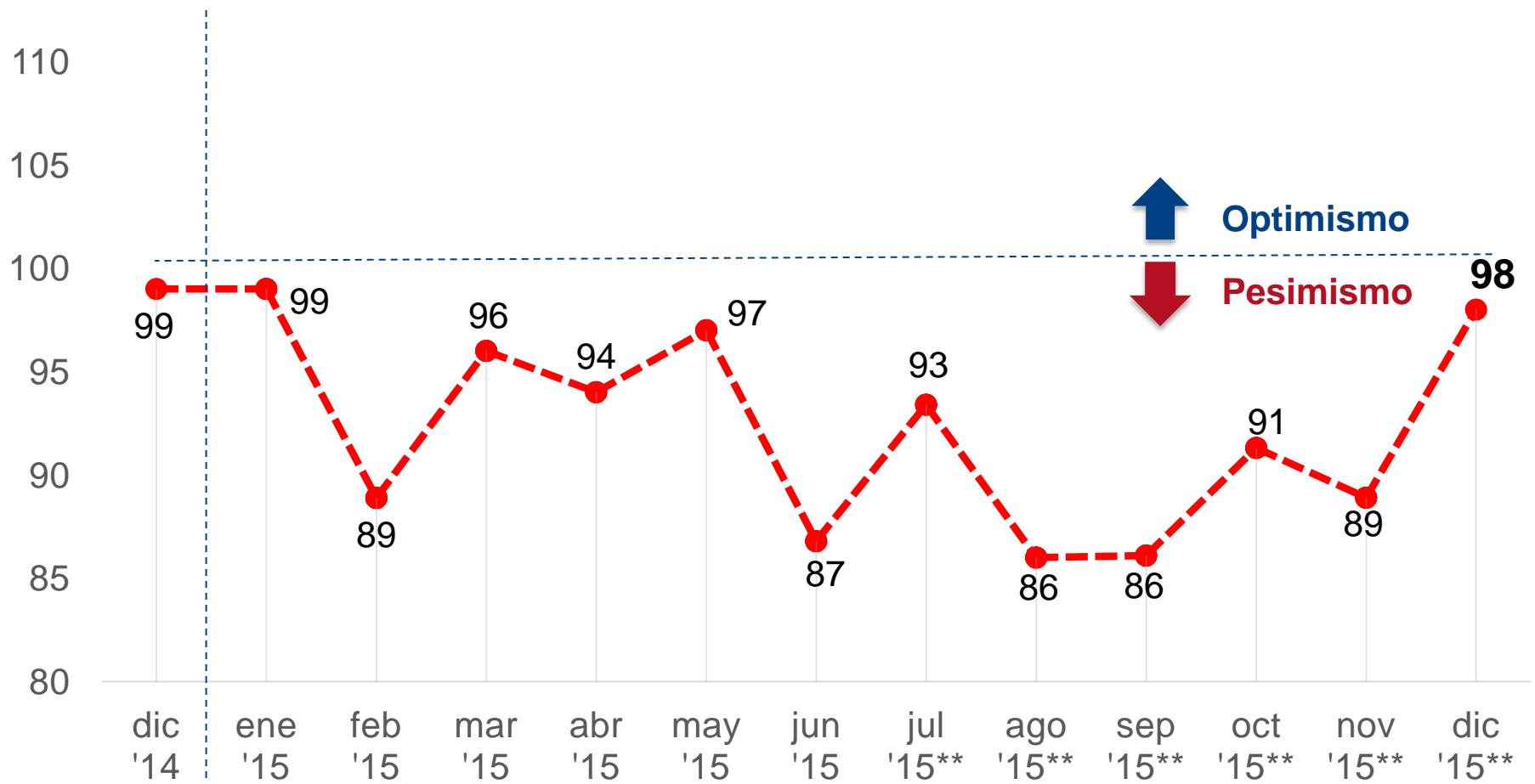
Entramos a un año electoral en donde hay poca certidumbre respecto al rumbo político del país. Aun así hay esperanza en que, económicamente, estaremos mejor. No olvidemos, además, que 53% de los encuestados cree que el 2016 será un año bueno o muy bueno, a pesar de que solo 20% considera que el 2015 fue un año positivo. Se termina un año difícil para muchos, pero se mantiene fielmente la expectativa por ese nuevo comienzo. Esperemos a enero para ver si ese entusiasmo sigue tomando forma, ahora con una campaña electoral de por medio.

Laura Amaya  
Analista de Opinión Pública

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



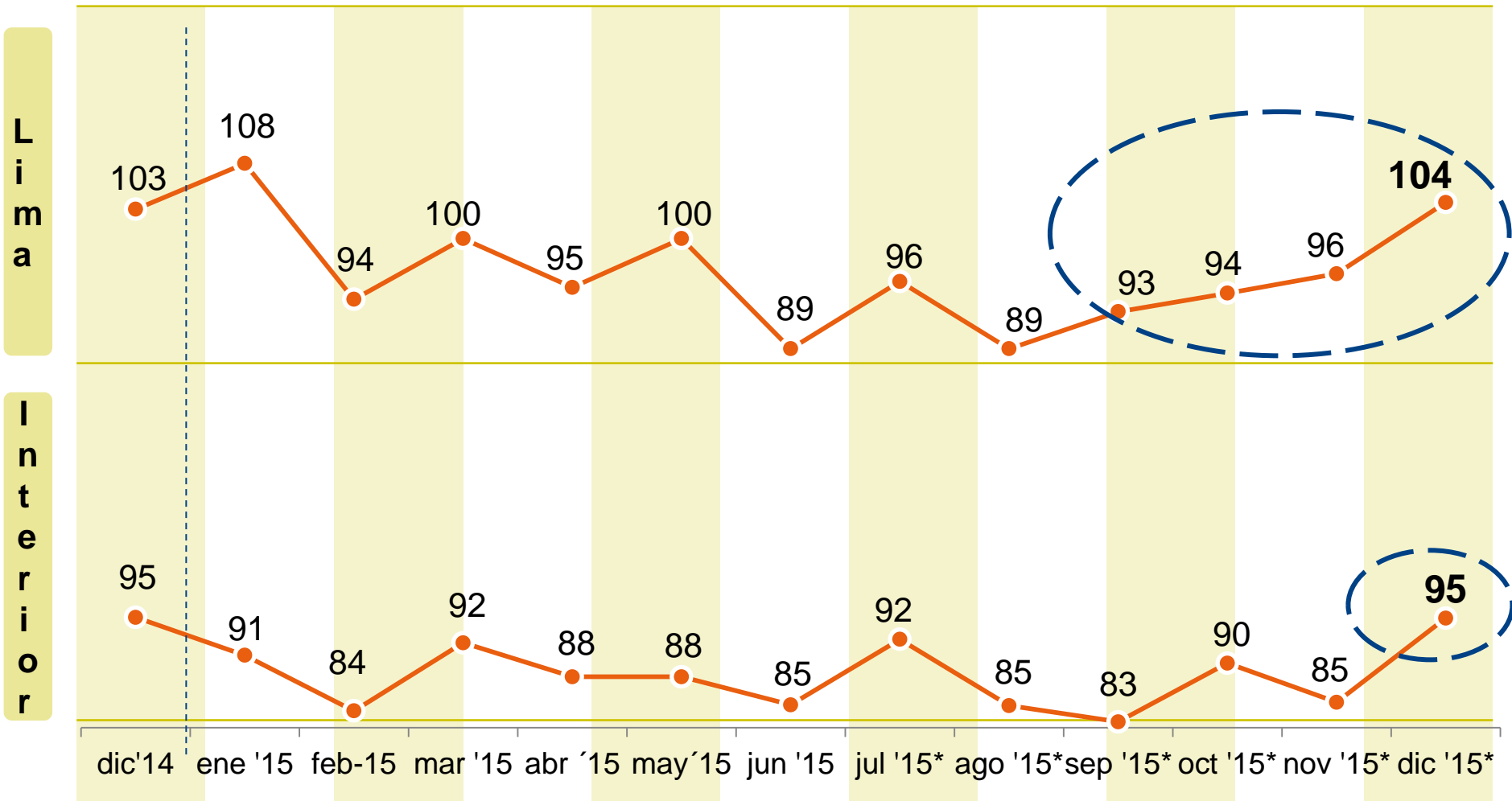
El Índice de Confianza del Consumidor (ICC\*)- Total Nacional  
Esperanza resurge: de manera similar al 2014, en diciembre la confianza llega a 98 puntos en el consumidor peruano.



\* 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.

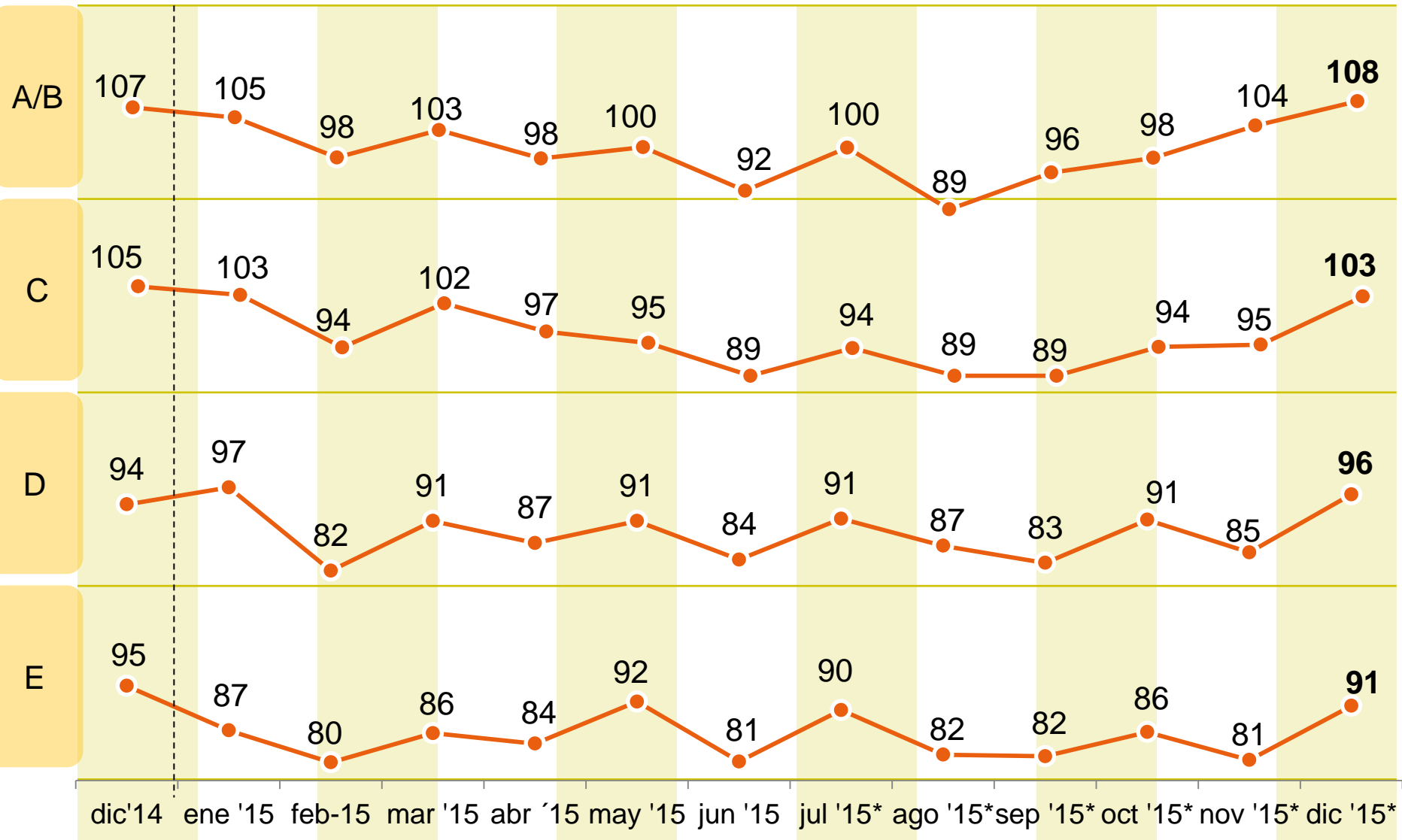


El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Lima e interior  
 En ambos casos, se registran notorios incrementos. En Lima se llega a los 104 puntos, lo que se considera un escenario optimista.





El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Por nivel socioeconómico  
Todos los estratos socioeconómicos registran incrementos. Los segmentos  
NSE A/B/C superan la barrera de los 100 puntos.

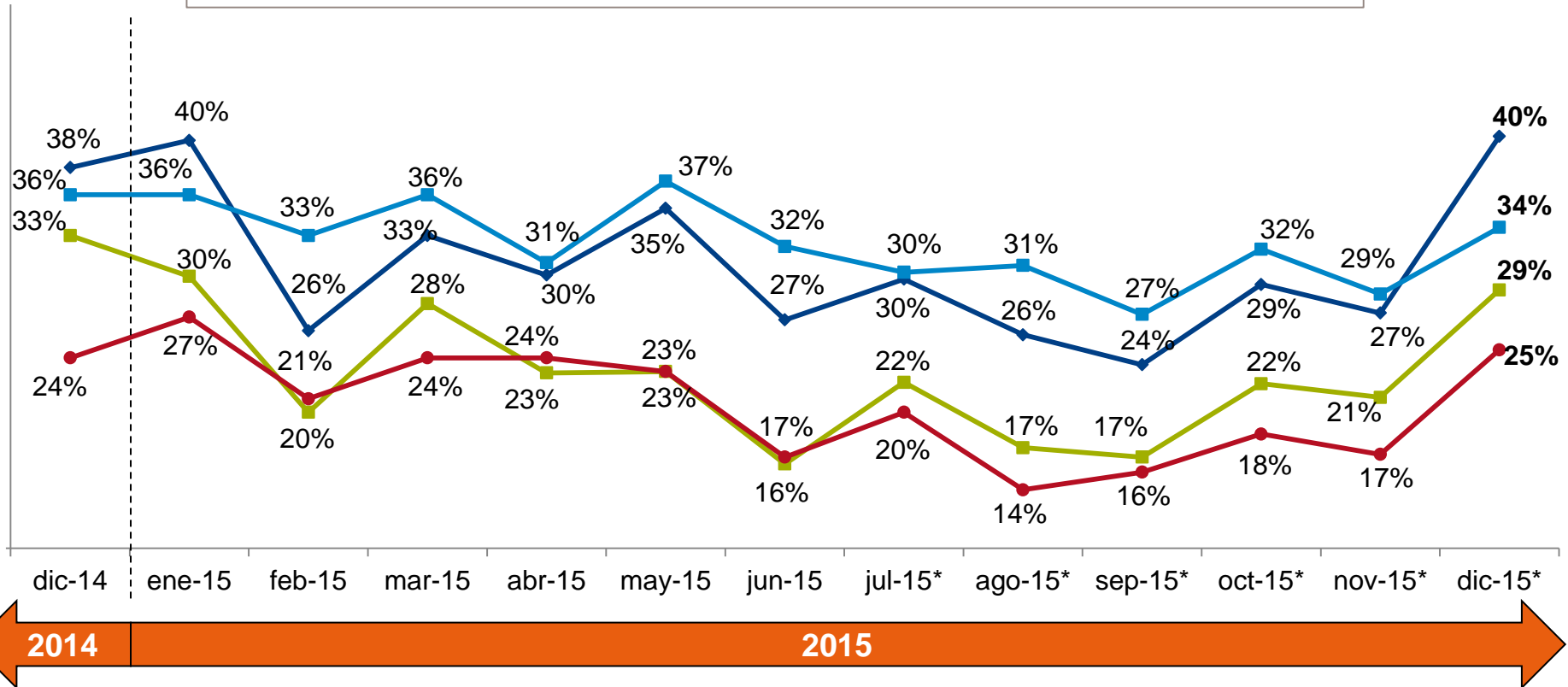
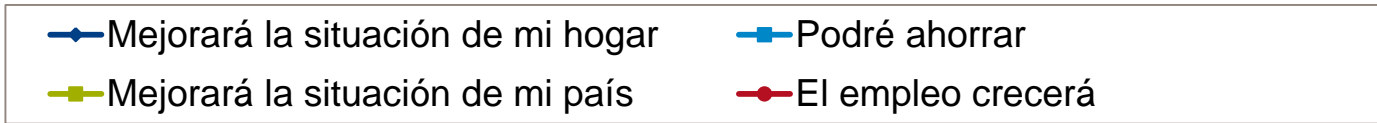




# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

El factor que más se destaca es el aumento en la confianza en la economía del hogar (40% considera que su situación será mejor)

*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)*



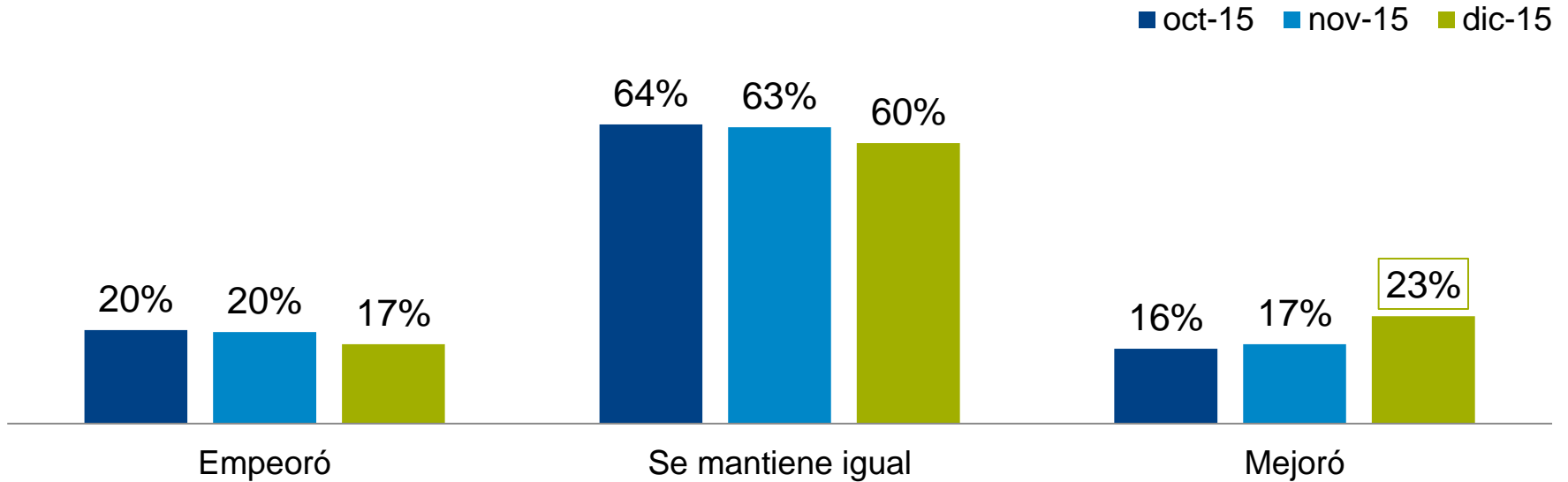
\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

# Percepción de la situación económica personal y del hogar



Economía personal: 1 de cada 5 encuestados considera que su economía mejoró respecto al año pasado.

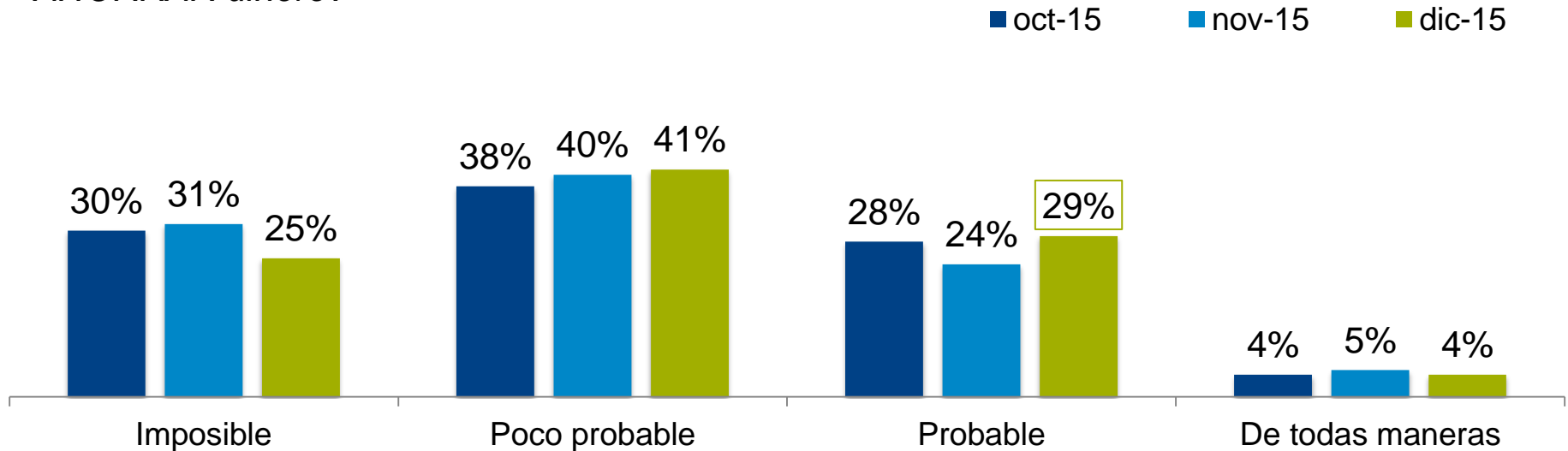
*¿Cómo es su situación económica PERSONAL en relación a un año atrás: diría que mejoró, se mantiene igual o empeoró?*



Diciembre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Empeoró	17%	10%	<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>	15%	17%	16%
Se mantiene igual	60%	60%	56%	62%	54%	<b>63%</b>	59%	63%
Mejóro	23%	<b>30%</b>	26%	21%	26%	22%	24%	21%

Ligero aumento en la percepción de ahorro: solo 25% de peruanos cree que le será imposible ahorrar.

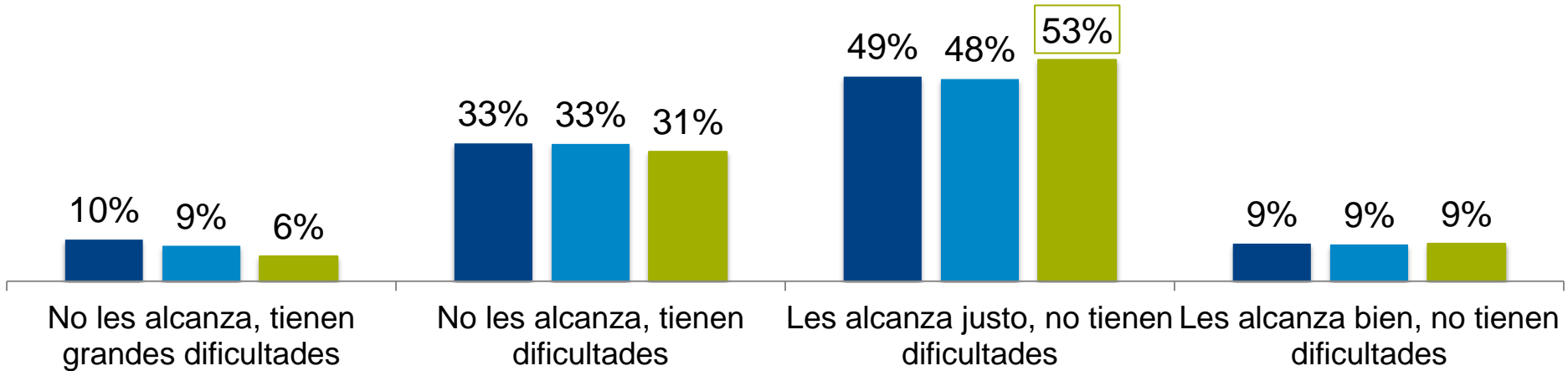
*Durante los próximos 12 meses, ¿cuán probable es que usted pueda AHORRAR dinero?*



Diciembre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Imposible	25%	9%	18%	<b>32%</b>	19%	<b>28%</b>	21%	<b>39%</b>
Poco probable	41%	35%	39%	<b>44%</b>	35%	<b>45%</b>	41%	42%
Probable	29%	<b>49%</b>	<b>36%</b>	22%	<b>39%</b>	24%	<b>33%</b>	18%
De todas maneras	4%	<b>7%</b>	<b>7%</b>	3%	<b>7%</b>	3%	<b>6%</b>	1%

A mitad de peruanos su ingreso familiar le alcanza con las justas  
*En relación al total del INGRESO FAMILIAR, ¿en cuál de estas situaciones se encuentra su familia?*

■ oct-15 ■ nov-15 ■ dic-15

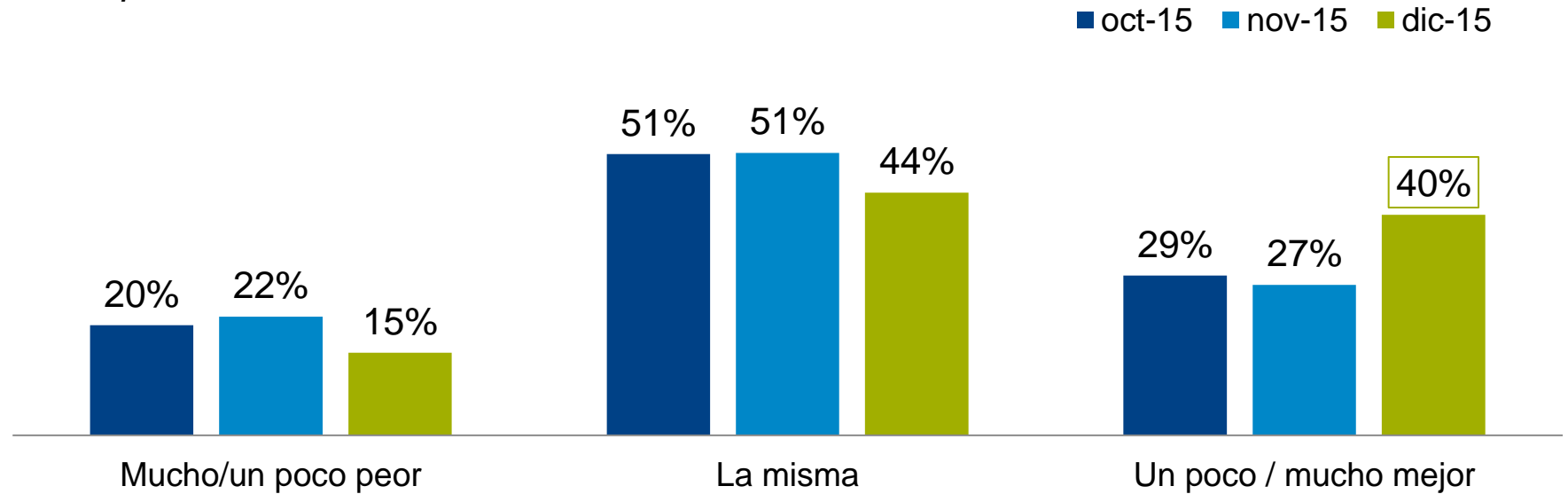


Diciembre 2015*	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
No les alcanza, tienen grandes dificultades	6%	1%	2%	<b>9%</b>	4%	7%	6%	8%
No les alcanza, tienen dificultades	31%	7%	<b>20%</b>	<b>41%</b>	25%	<b>34%</b>	25%	<b>48%</b>
Les alcanza justo	53%	<b>60%</b>	<b>67%</b>	45%	56%	51%	<b>57%</b>	40%
Les alcanza bien	9%	<b>31%</b>	9%	3%	<b>13%</b>	6%	<b>10%</b>	4%



Mejora en la percepción de la situación económica del hogar a futuro: 40% considera que será un año mejor

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



Diciembre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Mucho/un poco peor	15%	10%	13%	<b>18%</b>	16%	15%	15%	17%
La misma	44%	<b>46%</b>	40%	46%	36%	<b>49%</b>	43%	49%
Un poco/mucho mejor	40%	<b>44%</b>	<b>47%</b>	36%	<b>47%</b>	37%	<b>42%</b>	34%

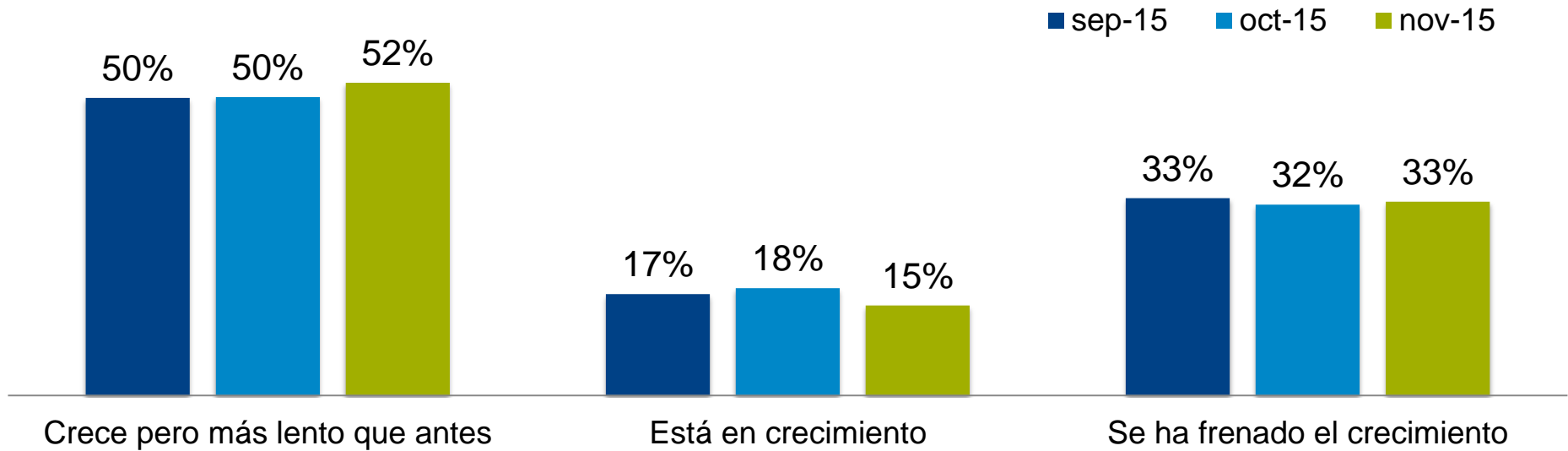


# Percepción macroeconómica del país



No hay variaciones significativas con respecto a meses anteriores en cuanto a la percepción de crecimiento del país.

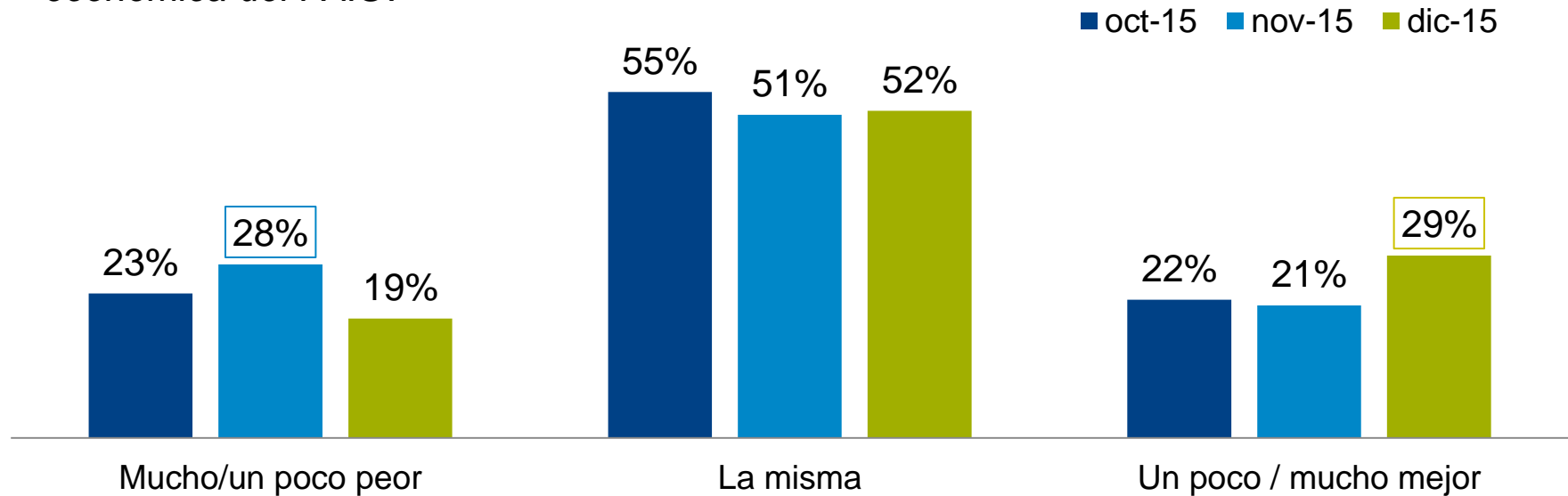
*Diría que en estos momentos, en el Perú, ¿la economía está en crecimiento, crece pero más lento que antes o se ha frenado el crecimiento? (RU)*



Diciembre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Crece pero más lento que antes	50%	51%	45%	<b>53%</b>	46%	52%	48%	55%
Está en crecimiento	21%	16%	<b>25%</b>	20%	<b>24%</b>	19%	22%	19%
Se ha frenado el crecimiento	29%	<b>34%</b>	31%	27%	30%	29%	30%	26%

La mitad de los encuestados consideran que la situación económica del país se mantendrá durante el próximo año. Un 29% piensa que será mejor

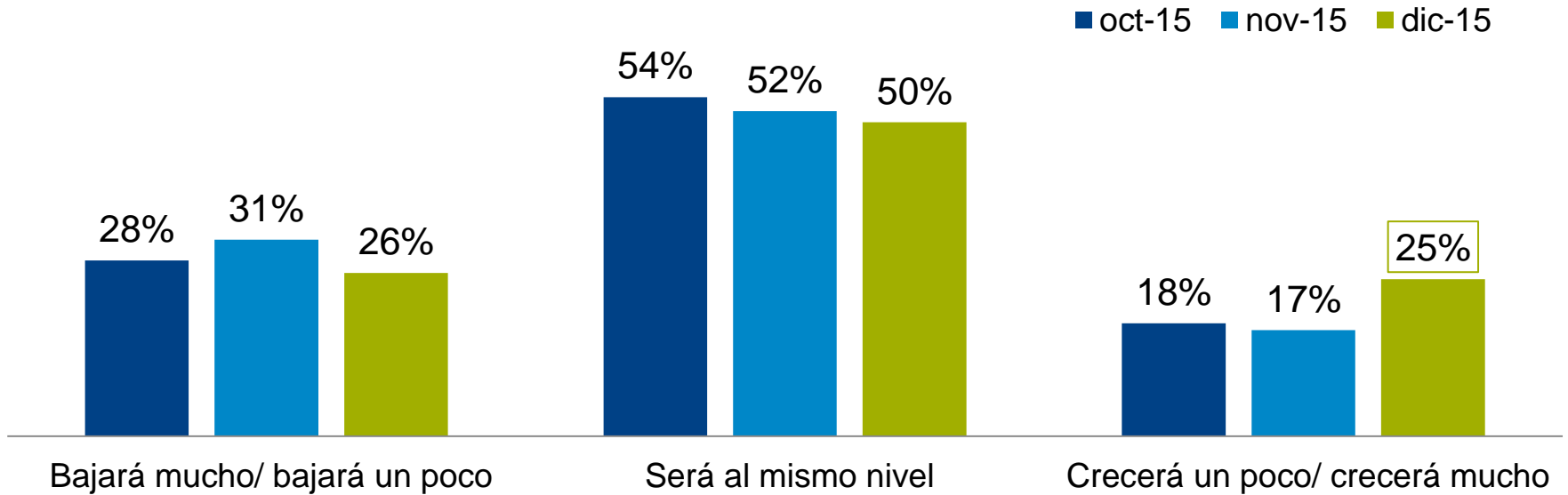
*Y dentro de los próximos 12 meses, ¿cómo cree que estará la situación económica del PAIS?*



Diciembre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Mucho/un poco peor	19%	16%	19%	19%	21%	17%	<b>20%</b>	15%
La misma	52%	50%	53%	53%	45%	<b>56%</b>	51%	55%
Un poco/mucho mejor	29%	34%	28%	28%	<b>34%</b>	27%	29%	30%

Nivel de empleo será al mismo nivel de este año, aunque para el 25% de encuestados este crecerá.

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



Diciembre 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural
Bajará mucho/ bajará un poco	26%	28%	23%	26%	24%	26%	25%	28%
Será al mismo nivel	50%	47%	51%	50%	49%	50%	51%	47%
Crecerá un poco/ crecerá mucho	25%	24%	26%	24%	27%	23%	24%	25%

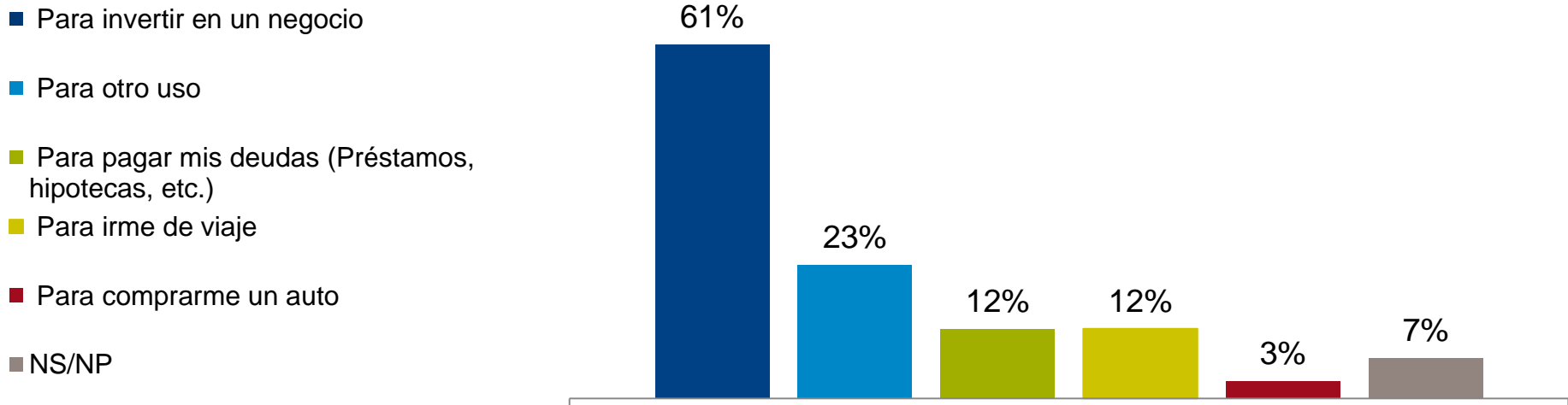
# Las AFP



## ENTRE AFILIADOS A UNA AFP

La gran mayoría optaría por invertir en un negocio si pudiera retirar el 95.5% de su AFP al momento de jubilarse.

*Si cuando se jubile, usted pudiera retirar el 95.5% de su fondo de pensiones (AFP), ¿para qué lo usaría? (RESPUESTA MÚLTIPLE)*

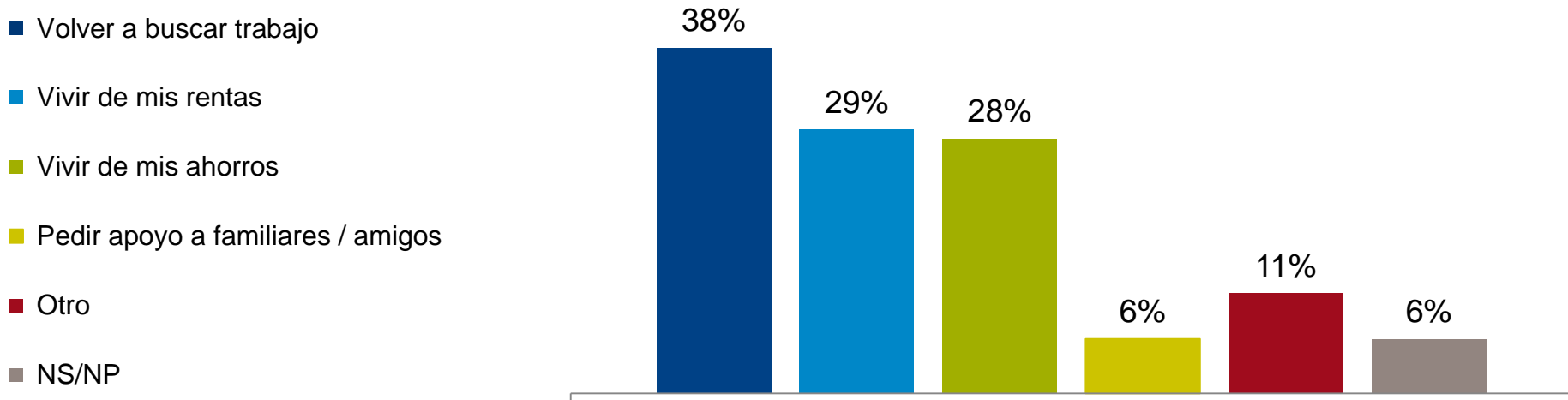


	Total	Región		Nivel socioeconómico		
		Lima	Interior	NSE A/B	NSE C	NSE D/E
Para invertir en un negocio	61%	60%	62%	56%	62%	66%
Para otro uso	23%	24%	22%	<b>32%</b>	15%	24%
Para pagar mis deudas (Préstamos, Hipotecas, etc.)	12%	8%	16%	9%	14%	14%
Para irme de viaje	12%	11%	13%	<b>13%</b>	<b>18%</b>	2%
Para comprarme un auto	3%	2%	3%	2%	3%	3%
NS/NP	7%	9%	5%	4%	11%	4%

# ENTRE AFILIADOS A UNA AFP

Frente a una eventual pérdida de los ahorros, 38% trataría de reinsertarse

*Si una vez retirado el dinero de su jubilación usted se gastara todo ese dinero. ¿Qué haría luego para seguir viviendo? (RESPUESTA MÚLTIPLE)*



	Total	Región		Nivel socioeconómico		
		Lima	Interior	NSE A/B	NSE C	NSE D/E
Volver a buscar trabajo	38%	38%	39%	33%	35%	49%
Vivir de mis rentas	29%	31%	27%	37%	29%	20%
Vivir de mis ahorros	28%	29%	27%	24%	35%	22%
Pedir apoyo a familiares / amigos	6%	3%	8%	8%	6%	3%
Otro	11%	10%	11%	10%	14%	7%
NS/NP	6%	2%	9%	3%	6%	9%

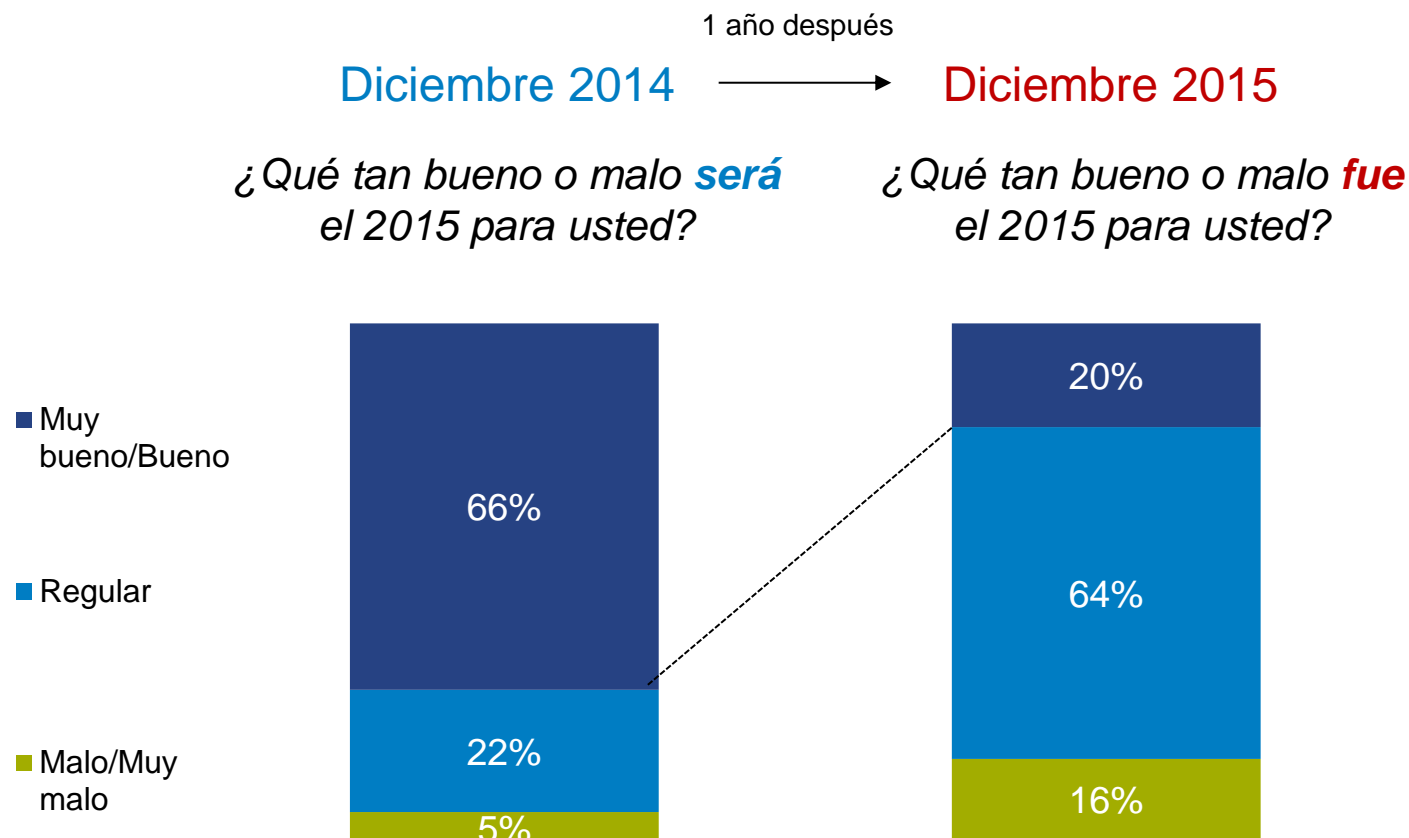
# Balance personal 2015: lo que pasó y lo que vendrá



# Lo que se esperaba y lo que se vivió en el 2015



Mientras en el 2014, un contundente 66% esperaba que el 2015 fuera un año bueno o muy bueno, actualmente solo 20% siente que sus expectativas para este año se cumplieron. Para el 64% el 2015 solo fue un año regular.



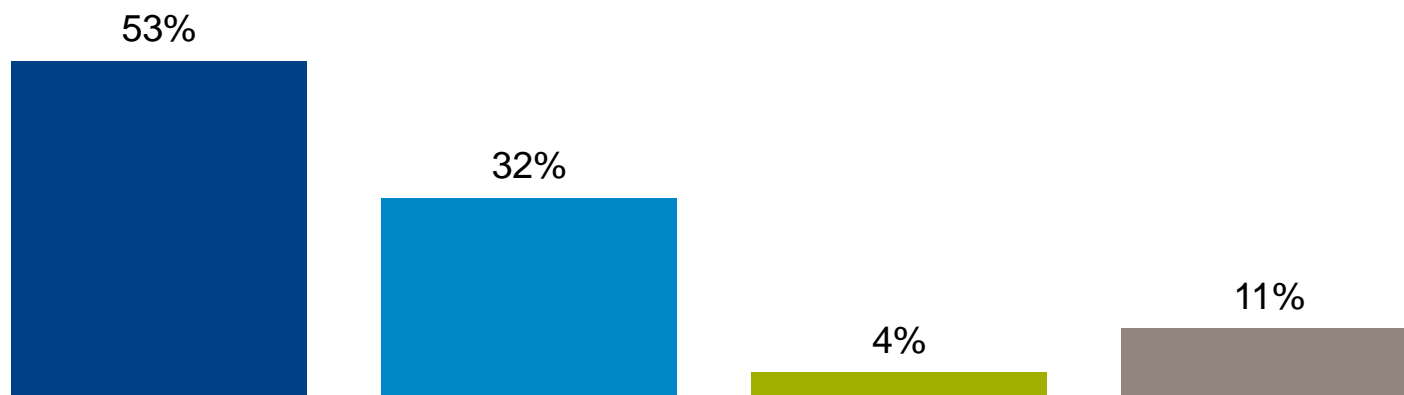
# Expectativas para el 2016: la mitad de peruanos manifiesta optimismo respecto al año que vendrá. El entusiasmo es mayor en Lima y en los más jóvenes



# 2016

¿Y qué tan bueno o malo cree que sea para usted el 2016?

■ Muy bueno-bueno    ■ Regular    ■ Malo-Muy malo    ■ NS/NP



	Total	Región		Nivel Socioeconómico			Ámbito		Edad		
		Lima	Interior	A/B	C	D/E	Urbano	Rural	18-24	25-39	40 a +
Muy bueno-bueno	53%	<b>58%</b>	51%	<b>68%</b>	<b>60%</b>	47%	<b>55%</b>	48%	<b>68%</b>	<b>59%</b>	45%
Regular	32%	31%	32%	26%	31%	33%	32%	30%	26%	29%	<b>35%</b>
Malo-muy malo	4%	3%	5%	2%	3%	<b>5%</b>	4%	5%	2%	3%	<b>6%</b>
NS/NP	11%	9%	<b>12%</b>	5%	6%	<b>15%</b>	9%	<b>18%</b>	4%	9%	<b>15%</b>

# 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: 1,267

- Solo Lima: 408
- Lima y Callao: 438
- Interior: 829

Zona	Pob. de 18 años a más con DNI	%	Muestra Proporcionada	Muestra Desproporcionada	Margen de error +/- (%) <sup>2</sup>	Representatividad	F.P
Lima y Callao	7,309,745	35%	438	453	4.6%	90%	1.0
Norte	5,242,528	25%	315	301	5.6%	85%	1.0
Centro	3,125,310	15%	188	188	7.1%	83%	1.0
Sur	3,629,815	17%	218	226	6.5%	90%	1.0
Oriente	1,810,623	9%	110	99	9.8%	81%	1.1
<b>Total</b>	<b>21,118,021</b>	<b>100%</b>	<b>1,267</b>	<b>1,267</b>	<b>2.8%</b>	<b>86%</b>	<b>1.0</b>

<sup>1</sup> Fuente: RENIEC (Al 31 de diciembre del 2013).

<sup>2</sup> 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 12 al 15 de diciembre de 2015