

GfK ICC y actitudes hacia la economía



**Estudio a nivel nacional urbano
Enero – 2015**

Contenido

1. Listado de noticias del período enero 2015	3
2. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)	5
3. Percepción de la situación económica personal	10
4. Percepción de la situación económica en el hogar	13
5. Percepción macroeconómica del país	16
6. Fondo Nacional de Vivienda	20
7. GfK Metodología Ficha técnica del estudio	22



Listado de noticias del período | enero 2015

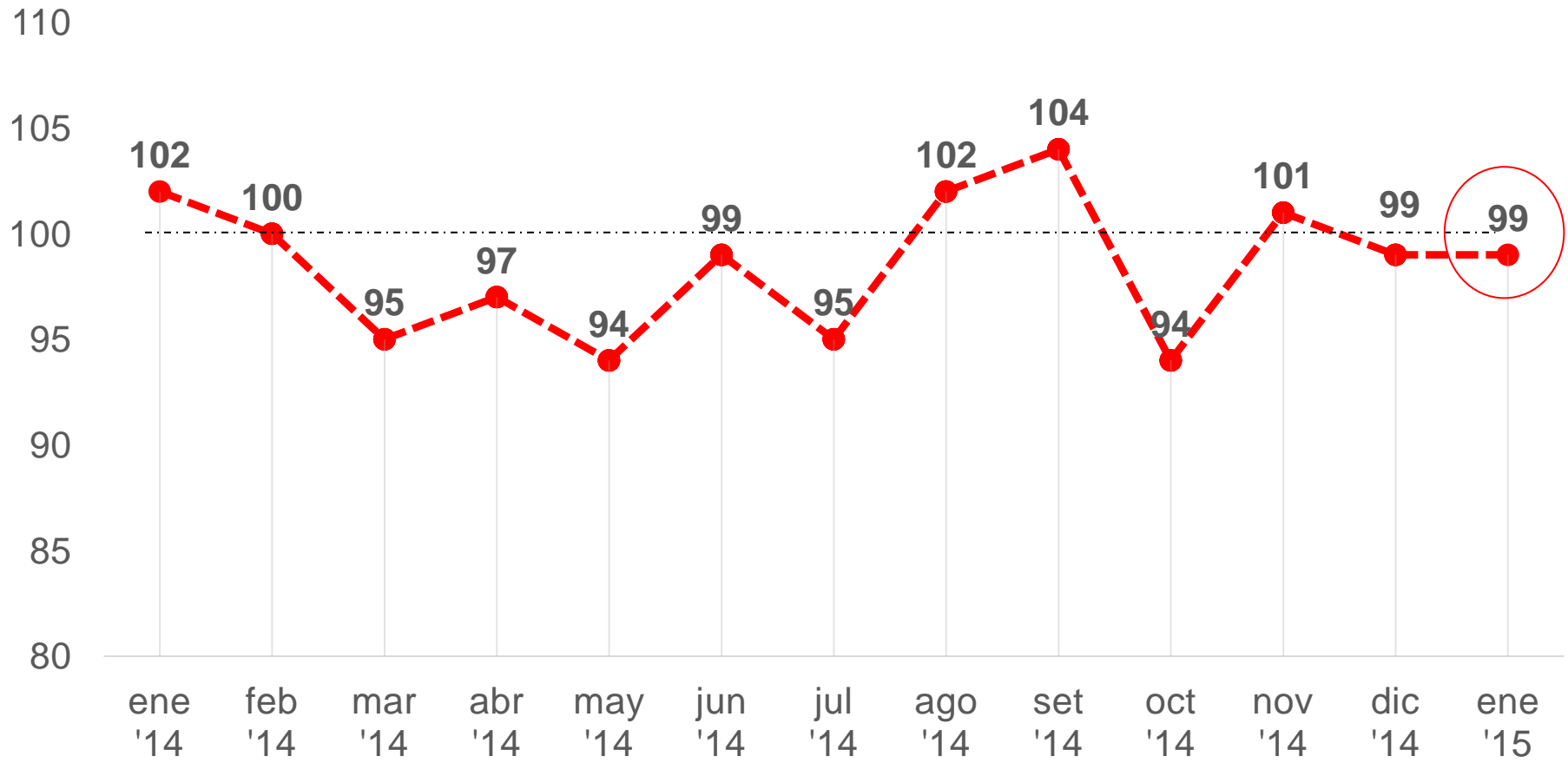
Día	Enero
5	Mayoría de las empresas obligada a usar libros electrónicos.
6	Se ganó hasta 16% con fondos mutuos y hasta 9.3% con las AFP.
7	El Congreso debatirá destino final de la ley de empleo juvenil
8	Facilitarán el canje de las deudas en dólares por soles.
9	Bajará balón de gas en S/. 4 y diésel un 17%.
10	Gobierno amplía pesca en el sur y contribuirá a destrabar la actividad en el país.
12	Caída de cotización de petróleo favorecerá el crecimiento del PBI.
13	Podría haber escasez de soles para dar créditos bancarios.
14	Fallo del Tribunal Constitucional obligará a empresas poner en planilla a los trabajadores independientes cuando estos acredita la existencia de una relación laboral.
15	Seis de cada 100 empresas que se crean son para evadir impuestos.
	La bolsa de valores se derrumba, cae más que en todo el 2014.
16	El 61% rechaza la ley laboral juvenil, 78% de desacuerdo en Lima.
	BCR reduce tasa de referencia ante débil economía.
17	El PBI del 2014 no llegaría a 2,7%.
19	Bancos pagarán tasas más altas por depósitos y elevarán premios.
	Facebook cada vez presiona más a pagar por publicidad.
	El 82% de colegios subirían pensiones 6% este año.
21	El 46% de jefes de familia en Lima busca mejorar su situación laboral.
	Alianza Lima tuvo más ingresos por marketing que por taquilla.

Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



El Índice de Confianza del Consumidor (ICC*)

Nacional



* 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) mejora en Diciembre

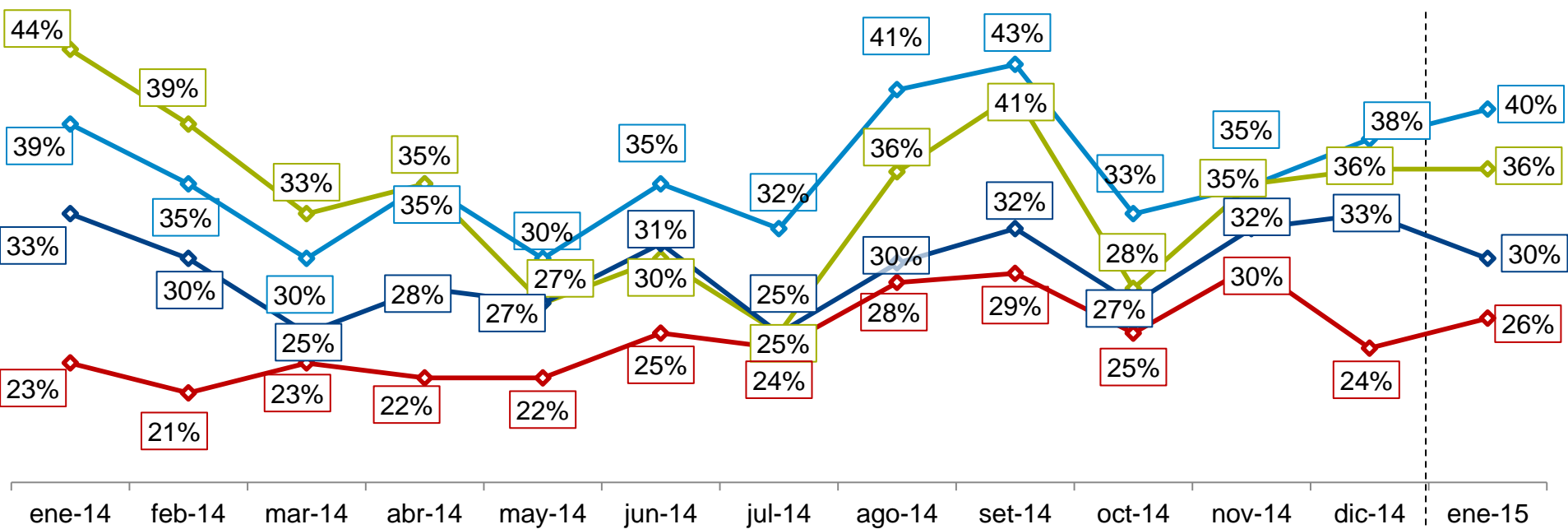


Pensando en el futuro, como cree que estará la situación económica de su hogar, país, desempleo y ahorro en los próximos 12 meses.

(RU-ASISTIDA)

◆ Mejorará la situación de mi hogar
◆ Podré ahorrar
◆ Mejorará la situación de mi país
◆ El desempleo bajará

ICC (*)	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene
	102	100	95	97	94	99	95	102	104	94	101	99	99

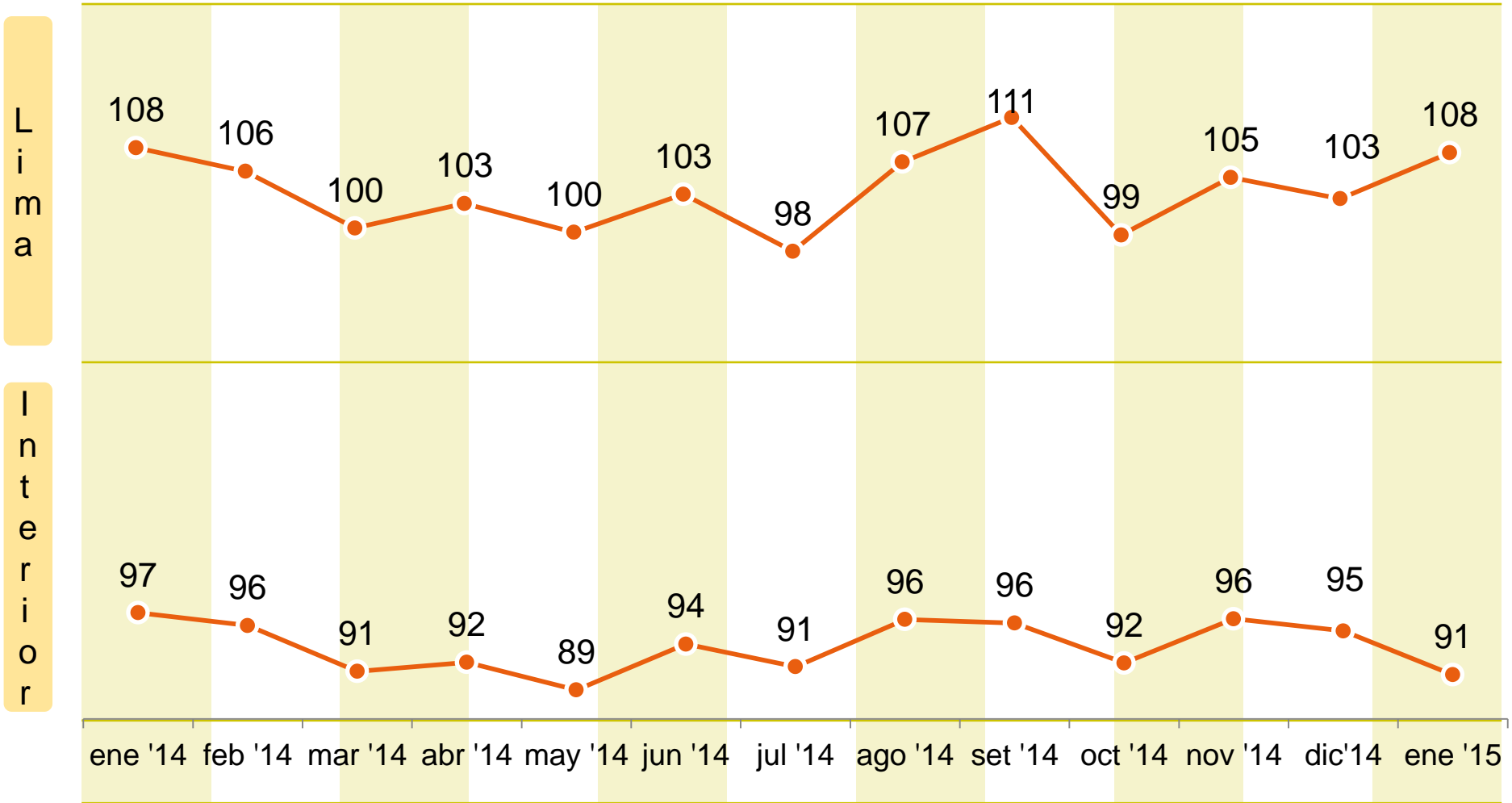


* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



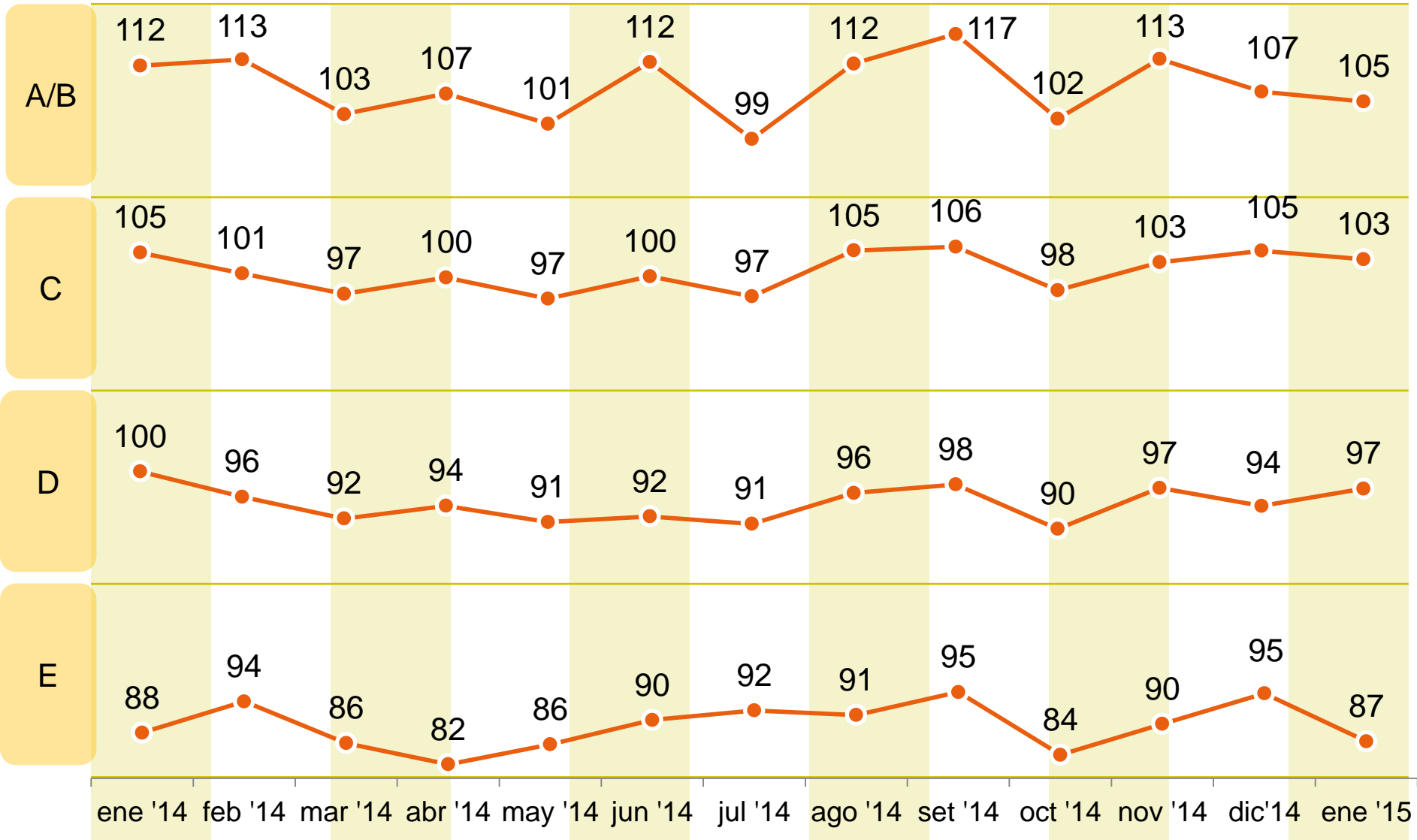
Lima y el interior



El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



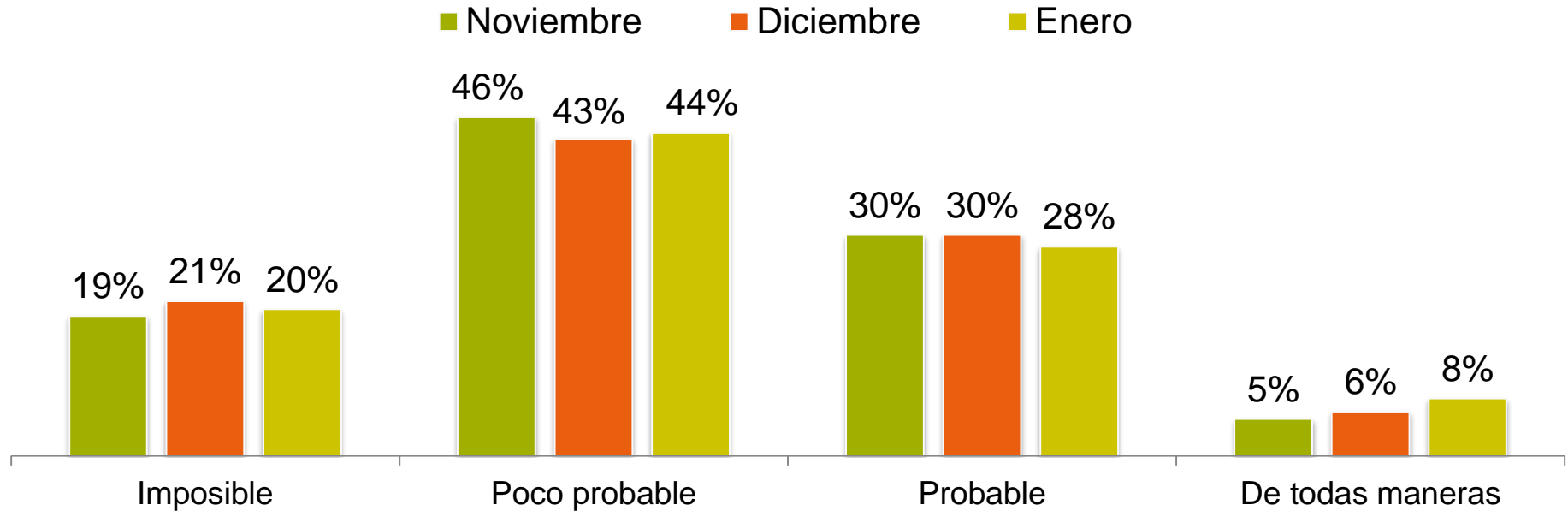
Por nivel socioeconómico



Percepción de la situación económica personal

Percepción de su capacidad de ahorro

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

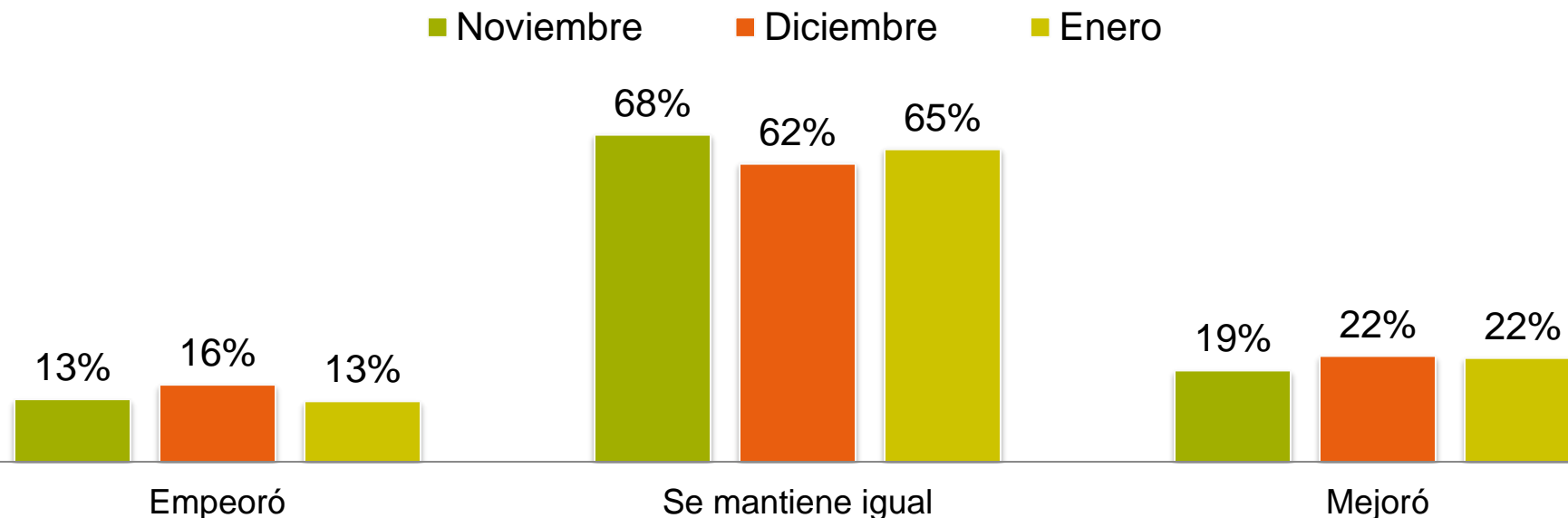


Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico				Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D	E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Imposible	20%	11%	16%	20%	37%	15%	24%	19%	21%	9%	15%	26%
Poco probable	44%	44%	48%	45%	32%	39%	49%	41%	47%	44%	45%	44%
Probable	28%	35%	29%	27%	23%	35%	22%	31%	25%	34%	30%	25%
De todas maneras	8%	10%	7%	8%	8%	11%	5%	9%	7%	13%	10%	5%

Percepción de su situación económica personal



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



Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Empeoró	13%	10%	11%	15%	12%	14%	13%	12%	10%	6%	17%
Se mantiene igual	65%	68%	66%	64%	64%	67%	64%	67%	60%	70%	65%
Mejóro	22%	22%	23%	20%	24%	19%	22%	21%	30%	24%	17%
NS/NP	-	-	-	1%	-	-	1%	-	-	-	1%

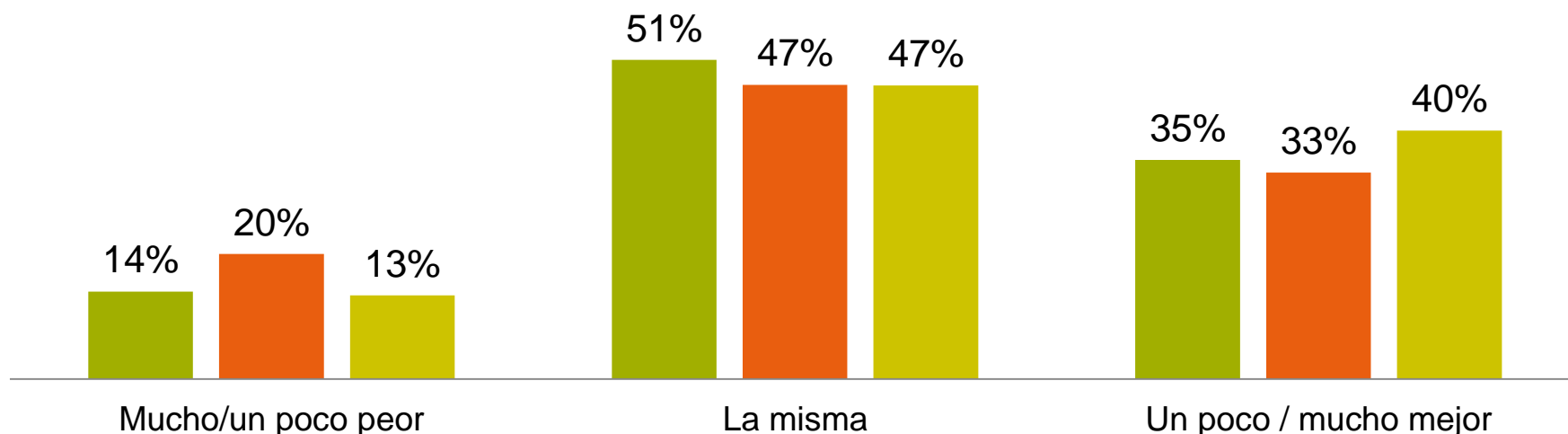
Percepción de la situación económica en el hogar

Percepción de la situación económica de su hogar



Pensando en el futuro, cómo cree que estará la situación económica de su hogar en los próximos 12 meses ...

■ Noviembre ■ Diciembre ■ Enero



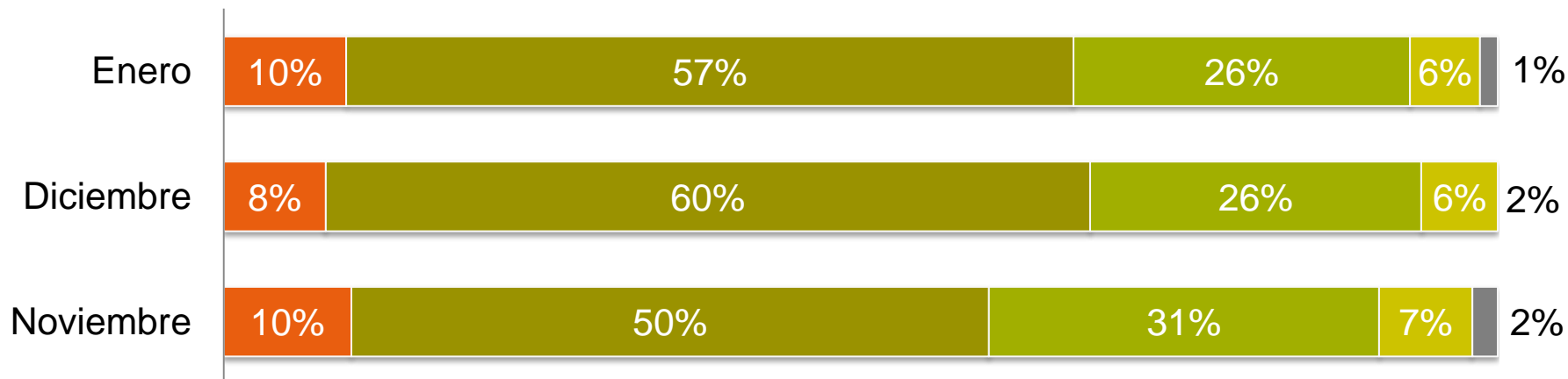
Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Mucho/un poco peor	13%	12%	8%	18%	9%	18%	9%	17%	12%	10%	16%
La misma	47%	46%	47%	47%	44%	50%	48%	47%	37%	46%	50%
Un poco/mucho mejor	40%	42%	45%	35%	47%	32%	43%	36%	51%	44%	34%

¿Alcanza para vivir?



En relación al total del ingreso familiar, ¿en cuál de estas situaciones se encuentra su familia?

- Les alcanza bien, no tienen dificultades
- No les alcanza, tienen dificultades
- NS/NP
- Les alcanza justo, no tienen dificultades
- No les alcanza, tienen grandes dificultades



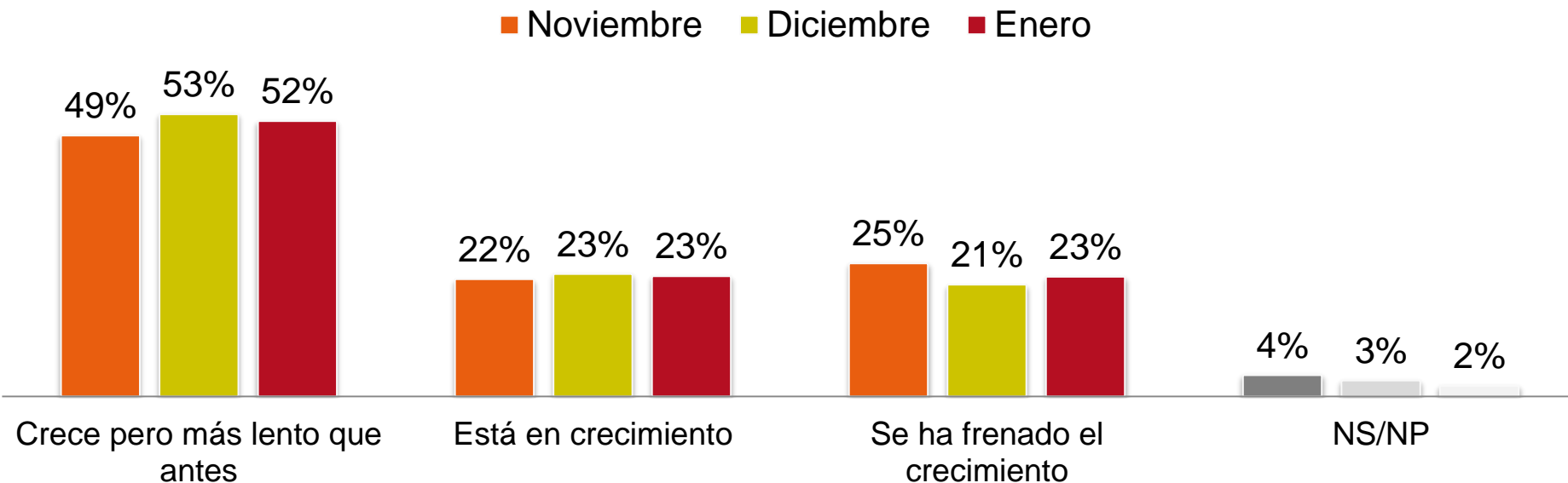
Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico			Región	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior
Les alcanza bien, no tienen dificultades	10%	22%	8%	6%	11%	8%
Les alcanza justo, no tienen dificultades	57%	65%	68%	46%	60%	55%
No les alcanza, tienen dificultades	26%	11%	18%	39%	23%	30%
No les alcanza, tienen grandes dificultades	6%	1%	4%	9%	4%	7%
NS/NP	1%	1%	2%	-	2%	-

Percepción macroeconómica del país

Percepción de la economía en el país: ahora



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)



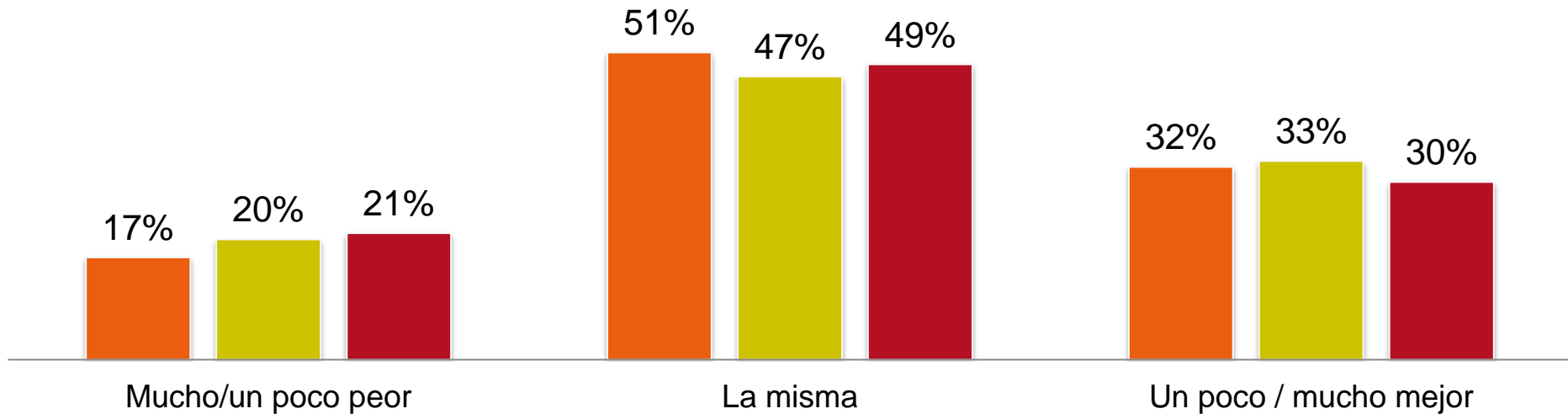
Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico			Región	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior
Crece pero más lento que antes	52%	52%	52%	51%	54%	49%
Está en crecimiento	23%	16%	25%	23%	22%	23%
Se ha frenado el crecimiento	23%	30%	19%	22%	20%	25%
NS/NP	2%	2%	4%	4%	4%	3%

Percepción del país: hacia adelante



Y dentro de los próximos 12 meses, ¿cómo cree que estará la situación económica del país? (RU)

■ Noviembre ■ Diciembre ■ Enero

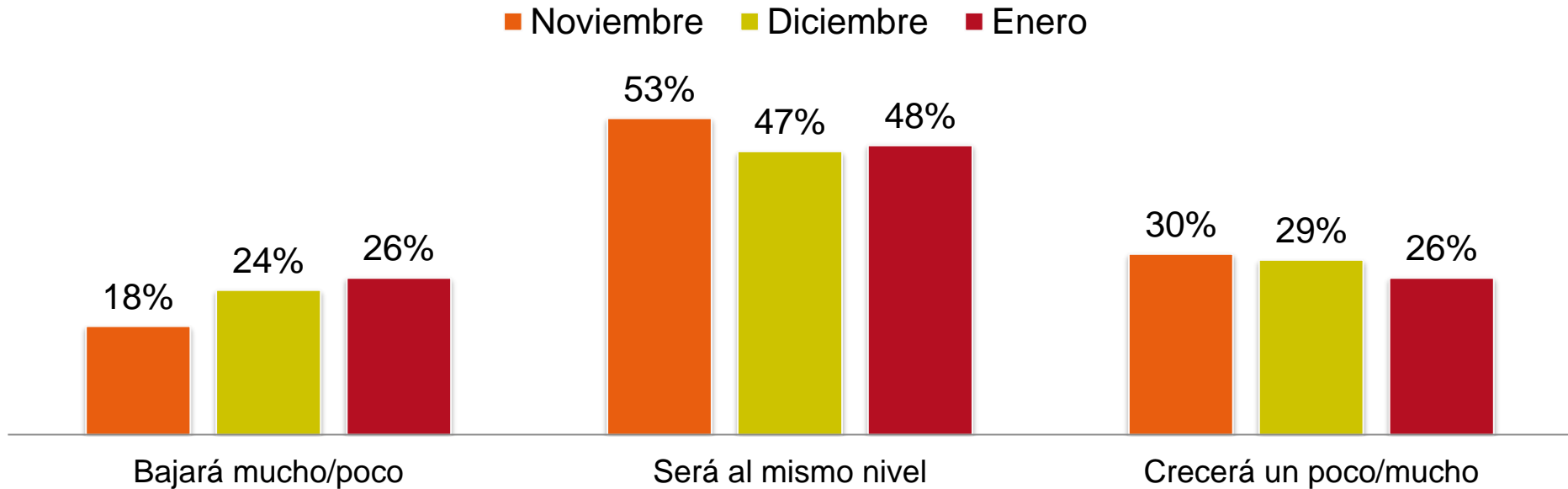


	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Mucho/un poco peor	21%	20%	17%	26%	15%	28%	17%	25%	20%	21%	22%
La misma	49%	47%	49%	49%	47%	51%	50%	48%	48%	49%	49%
Un poco/mucho mejor	30%	33%	34%	25%	38%	21%	33%	27%	32%	30%	29%

Percepción del país: hacia adelante



En cuanto al nivel de empleo dentro de los próximos 12 meses, usted cree que... (RU)



Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Mucho/un poco peor	26%	20%	23%	30%	20%	31%	24%	28%	27%	22%	27%
La misma	48%	52%	49%	45%	50%	45%	45%	50%	39%	51%	49%
Un poco/mucho mejor	26%	28%	28%	25%	30%	24%	31%	22%	34%	27%	24%

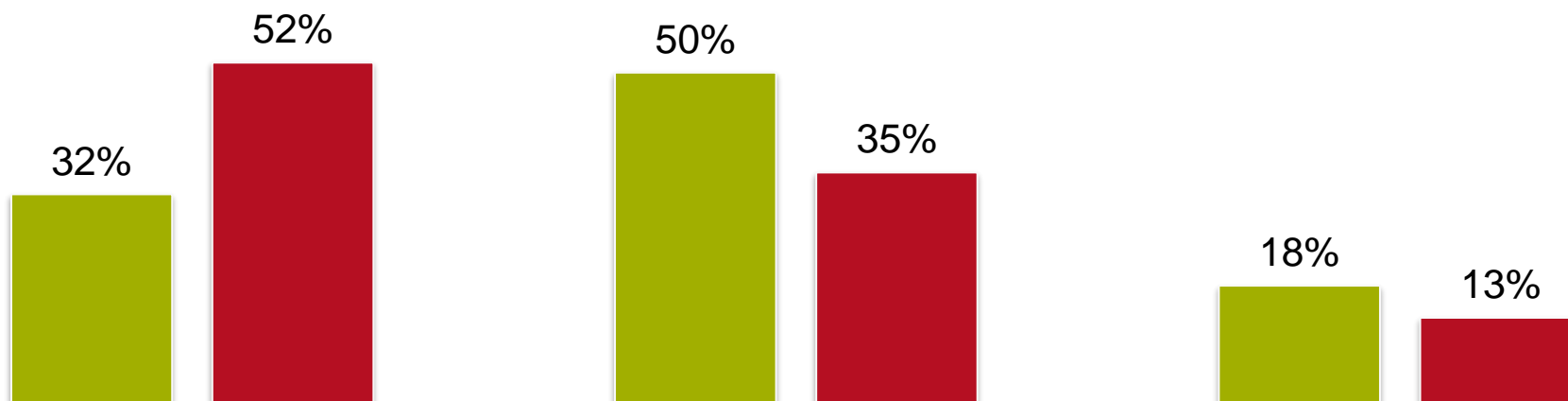
Fondo Nacional de Vivienda

Expectativa sobre devolución la promesa de devolver el Fonavi



El nuevo ministro de economía Alonso Segura se ha comprometido a comenzar a pagar a los fonavistas mayores de 65 años, ¿cree que el ministro cumplirá con esa promesa o no?

■ set-14 ■ ene-15



Sí cumplirá

No cumplirá

NS/NP

Diciembre	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	18 - 24	25 - 39	40 - 70
		Sí cumplirá	52%	50%	56%	48%	56%	47%	50%
No cumplirá	35%	37%	31%	38%	31%	40%	36%	34%	35%
NS/NP	13%	13%	13%	14%	13%	13%	14%	15%	12%

GfK | Metodología | Ficha técnica del estudio

Sobre GfK



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: Diana Bazán Vargas, Diego Rodríguez, Lucía Espinoza, Ronald Campos, Edgardo Obregón, Paola Rodríguez, Bruce Tasayco, José Fretel, Alfonso Maldonado, Joel Delgado y Diana Rojas.

Distribución y difusión: Nancy Jaén y Luis Orellana.

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

GfK | Av. Jorge Basadre 990 San Isidro, Lima | Perú

T: +51 1 206-2300

www.gfk.pe

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 de estudio	Población urbana de hombres y mujeres de 18 años a más de todos los niveles socioeconómicos del Perú (13,904,889 hab.).																																																								
Población, muestra y margen de error	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zona</th> <th>Pob. de 18 años a más con DNI</th> <th>%</th> <th>Muestra Proporcionada</th> <th>Muestra Desproporcionada</th> <th>Margen de error +/- (%)²</th> <th>Representatividad</th> <th>F.P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lima y Callao</td> <td>6,982,551</td> <td>50%</td> <td>611</td> <td>582</td> <td>4.1%</td> <td>90%</td> <td>1.0</td> </tr> <tr> <td>Norte</td> <td>2,832,357</td> <td>20%</td> <td>244</td> <td>240</td> <td>6.3%</td> <td>68%</td> <td>1.0</td> </tr> <tr> <td>Centro</td> <td>840,778</td> <td>6%</td> <td>73</td> <td>100</td> <td>9.8%</td> <td>69%</td> <td>0.7</td> </tr> <tr> <td>Sur</td> <td>2,307,347</td> <td>17%</td> <td>208</td> <td>200</td> <td>6.9%</td> <td>76%</td> <td>1.0</td> </tr> <tr> <td>Oriente</td> <td>941,857</td> <td>7%</td> <td>86</td> <td>100</td> <td>9.8%</td> <td>57%</td> <td>0.9</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>13,904,889</td> <td>100%</td> <td>1,222</td> <td>1,222</td> <td>2.8%</td> <td>85%</td> <td>1.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>1 Fuente: RENIEC (Al 31 de diciembre del 2013).</p> <p>2 El margen de error es calculado a un 95% de confianza y $p=q=0.5$.</p> <p>Cantidad de encuestas Nacional: 1,222 / Solo Lima: 521 / Lima y Callao: 582 / Interior: 640</p>	Zona	Pob. de 18 años a más con DNI	%	Muestra Proporcionada	Muestra Desproporcionada	Margen de error +/- (%) ²	Representatividad	F.P	Lima y Callao	6,982,551	50%	611	582	4.1%	90%	1.0	Norte	2,832,357	20%	244	240	6.3%	68%	1.0	Centro	840,778	6%	73	100	9.8%	69%	0.7	Sur	2,307,347	17%	208	200	6.9%	76%	1.0	Oriente	941,857	7%	86	100	9.8%	57%	0.9	Total	13,904,889	100%	1,222	1,222	2.8%	85%	1.0
	Zona	Pob. de 18 años a más con DNI	%	Muestra Proporcionada	Muestra Desproporcionada	Margen de error +/- (%) ²	Representatividad	F.P																																																	
	Lima y Callao	6,982,551	50%	611	582	4.1%	90%	1.0																																																	
Norte	2,832,357	20%	244	240	6.3%	68%	1.0																																																		
Centro	840,778	6%	73	100	9.8%	69%	0.7																																																		
Sur	2,307,347	17%	208	200	6.9%	76%	1.0																																																		
Oriente	941,857	7%	86	100	9.8%	57%	0.9																																																		
Total	13,904,889	100%	1,222	1,222	2.8%	85%	1.0																																																		
Zonas parte del estudio / Puntos de muestreo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Zonas</th> <th>Ciudades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lima</td> <td>Lima Metropolitana</td> </tr> <tr> <td>Norte</td> <td>Costa Norte: Trujillo, Chiclayo, Lambayeque, Piura, Sullana y Chimbote. Sierra Norte: Cajamarca y Huaraz</td> </tr> <tr> <td>Centro</td> <td>Sierra Centro: Huancayo, Huánuco y Cerro de Pasco. Costa Centro: Huaral y Cañete</td> </tr> <tr> <td>Sur</td> <td>Sierra Sur: Arequipa, Cusco, Juliaca, Puno y Ayacucho . Costar Sur: Ica y Tacna</td> </tr> <tr> <td>Oriente</td> <td>Iquitos, Pucallpa y Tarapoto</td> </tr> </tbody> </table>	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 . Costar Sur: Ica y Tacna	Oriente	Iquitos, Pucallpa y Tarapoto																																												
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 . Costar Sur: Ica y Tacna																																																								
Oriente	Iquitos, Pucallpa y Tarapoto																																																								

<p>Tipo de Muestreo</p>	<p>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.</p> <p>Es polietápica porque aplicamos varias etapas antes de elegir a la unidad de análisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Nivel de inferencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Total Nacional Urbano / Resto Urbano • Lima Metropolitana (Lima y Callao) • Zonas: Norte, Centro, Sur y Oriente
<p>Fecha de Campo</p>	<p>Del 17 al 20 de enero de 2015</p>