

GfK ICC y actitudes hacia la economía



Estudio a nivel nacional urbano rural

Julio- 2015

Contenido

1. Comentario	3
2. Listado de noticias del período Mayo- Junio 2015	4
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. Empresas mineras	21
7. GfK Metodología Ficha técnica del estudio	23



A un mes de registrarse el nivel de confianza del consumidor más bajo desde que se mide este indicador, se percibe una ligera recuperación, tanto en Lima como en el interior. Todavía está por debajo de lo óptimo pero es destacable el aumento en la confianza de que la situación económica en el país va a mejorar, así como también los índices de empleabilidad. Clima similar al percibido en julio del año pasado.

Cabe resaltar que la encuesta se realizó una semana antes del mensaje presidencial, por lo que mucha de esta expectativa tiene su base en los anuncios que el presidente pudiera dar sobre mejoras salariales (se escuchó mucho sobre la posibilidad de un incremento del salario mínimo) y, en general, sobre políticas económicas para lo que resta de su mandato. Habría que esperar a agosto para confirmar si solo se trató de una expectativa efímera impulsada por la coyuntura política o si el mensaje presidencial logró apaciguar las demandas insatisfechas de la población.

Estamos ante un peruano que, independientemente de su nivel socioeconómico, percibe que le es cada vez más difícil ahorrar, que el ingreso familiar alcanza con las justas y que el país ya no crece al ritmo de años anteriores (son conscientes, por ejemplo, de que los conflictos sociales de los últimos meses han tenido un fuerte impacto en el cese de actividades de muchas empresas mineras, más que la caída del precio de los metales o trabas burocráticas).

Listado de noticias del período | Junio –Julio 2015

Listado de noticias económicas| Junio - Julio



DÍA	JUNIO - JULIO
24	Pluspetrol: Alzas en precios internos del GLP no se justifican.
25	CTS: Desde hoy se retira el excedente de 4 sueldos.
26	Bachillerato de institutos técnicos tendrá igual valor que el de universidades.
27	El BCR vendió ayer US\$ 10 millones en el mercado interbancario la cotización del dólar subió de 0,09% a S/.3,173.
28	El 30% de la cuota mensual será para el pago de la vivienda.
29	Alianza del Pacífico apunta a la innovación y el capital humano.
30	Perú ganará al menos US\$ 3 millones por participación en Copa América.
1	El 52% de empresas quiere retener a sus talentos.
2	Deudas con tarjetas de crédito aumentan más que préstamos en cuotas.
3	El 60% de las ventas de seguros vehiculares se va en el pago de siniestros.
4	En seis años el gas natural llegará a todo Lima y Callao.
5	Gamarra en crisis por competencia China: cierran 4 mil talleres de confección.
6	390,000 familias de sectores A y B quieren comprar casas en próximos tres años.
7	El 40% de hogares gana más de S/. 3,000.
8	Alquileres bajarían hasta 50% por leasing de viviendas.

*Acontecimientos ocurridos antes del inicio de campo

Listado de noticias económicas| Julio



DÍA	JULIO
9	55,000 personas entran a fondos mutuos buscando más rentabilidad.
10	El 41% de los consumidores revisa Internet antes de decidir su compra.
11	El crecimiento del PBI de abril (4,25%) no se repetirá en los próximos meses.
12	Gratificación se pagará desde un mes de trabajo y alcanza a públicos, privados y CAS.
13	Trabajadores gastan la CTS para sostener su consumo.
14	El 45% usará gratificación para el pago de deudas.
15	Inversores ven menor riesgo en las próximas elecciones.
16	Desempleados en Lima aumentan en 62,000 en últimos tres meses.
17	Facebook y Google se lanzan a la caza de empresas.
18	Gobierno da luz verde a venta de viviendas sin cuota inicial.
19	El Centro de Convenciones de Lima estará listo el próximo mes.
20	Otra vez cae utilidad de principales empresas.
21	El 85% de ejecutivos trabaja aun en sus vacaciones.
22	Geólogo es el profesional joven mejor pagado.
23	Con el dólar a casi S/. 3.19 recibiremos el 28 de julio.

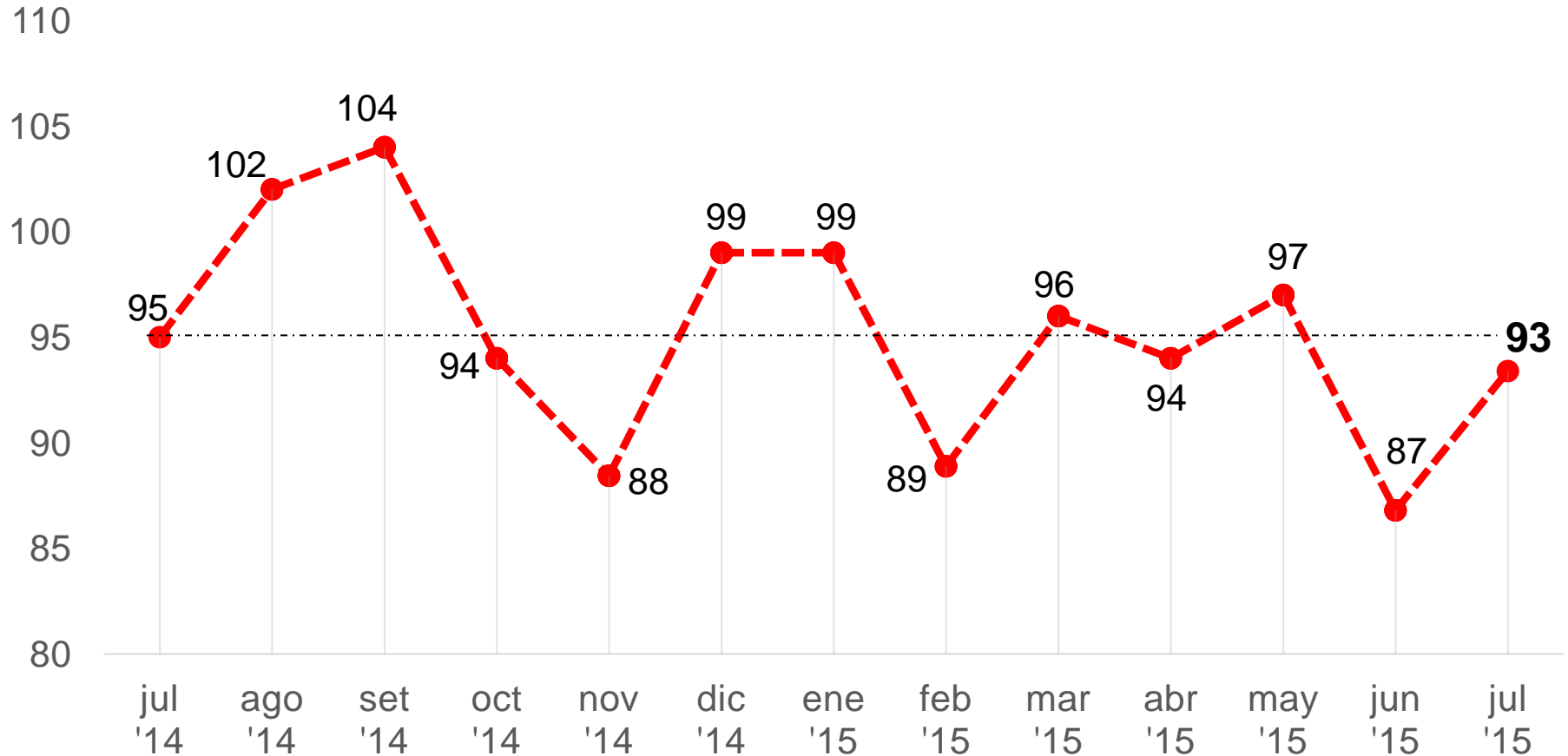
*Acontecimientos ocurridos antes y durante el trabajo de campo

Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



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

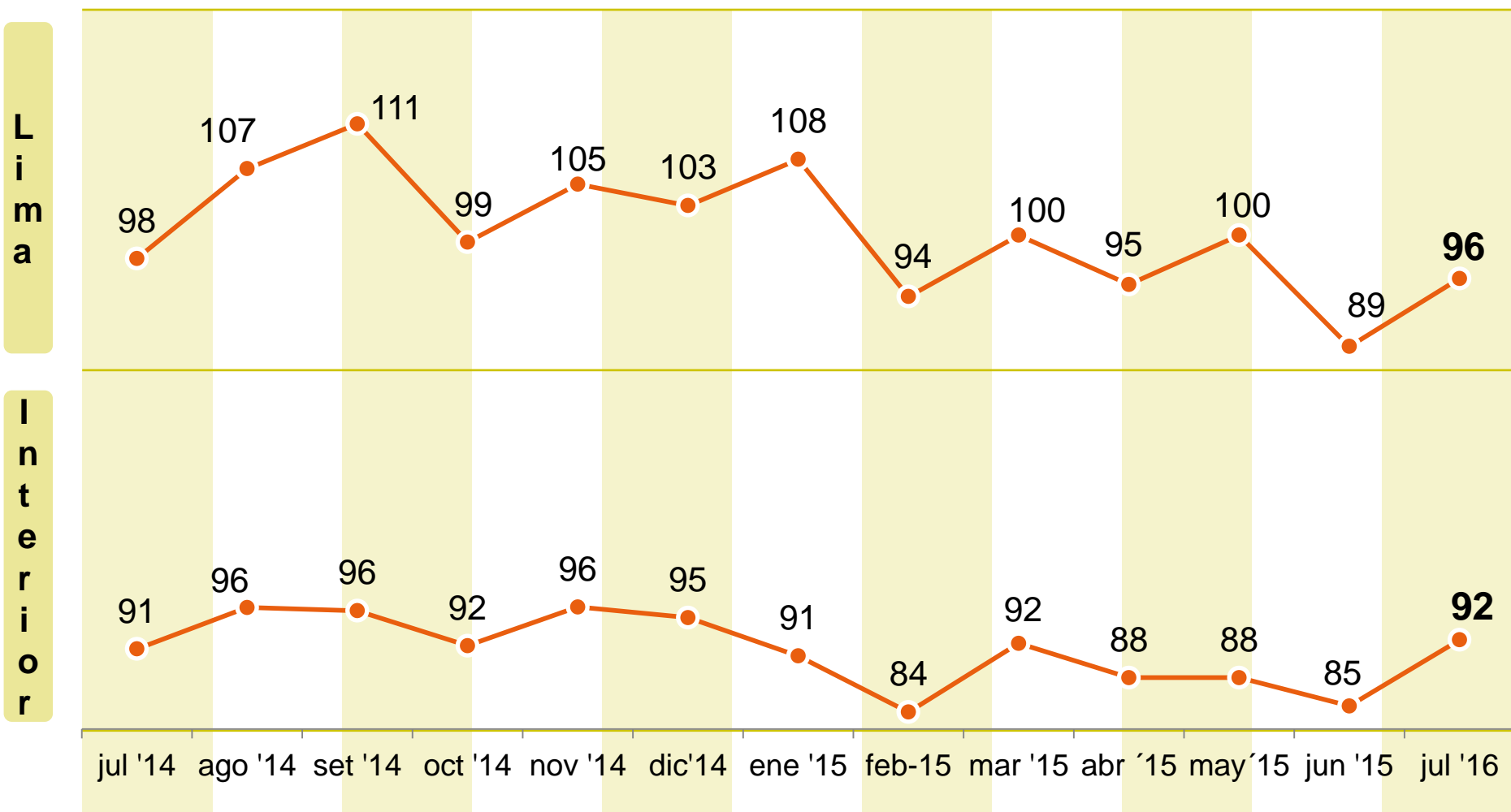
Sube seis puntos con respecto al mes de junio. Se percibe una recuperación en la confianza del consumidor, la cual es mayor si comparamos únicamente el ámbito urbano, en donde el ICC es de 94 para el mes de Julio. En el ámbito rural el indicador es de 93.



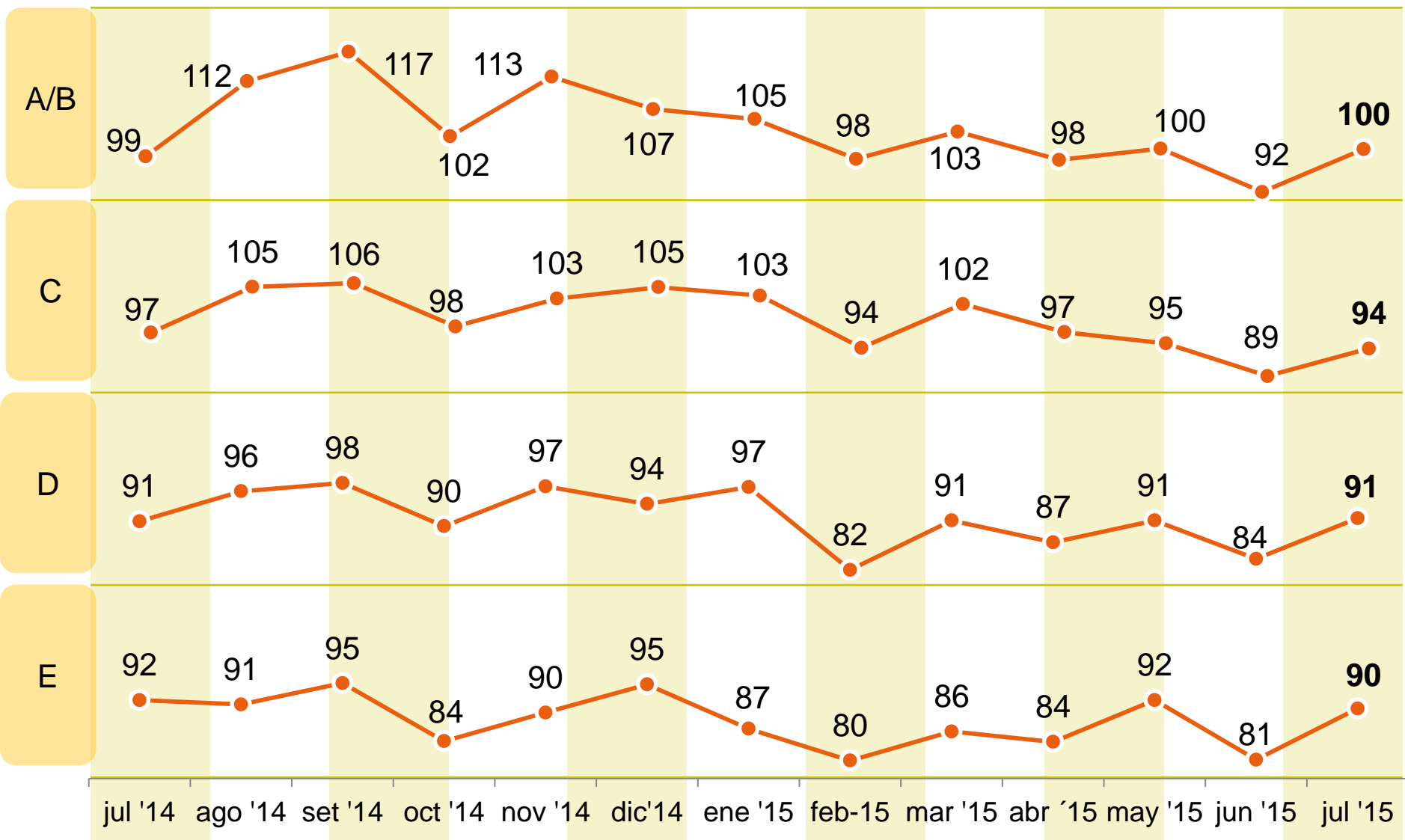
* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

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

Tanto en Lima como en el interior se registra un repunte de siete puntos con respecto al mes de Junio.



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

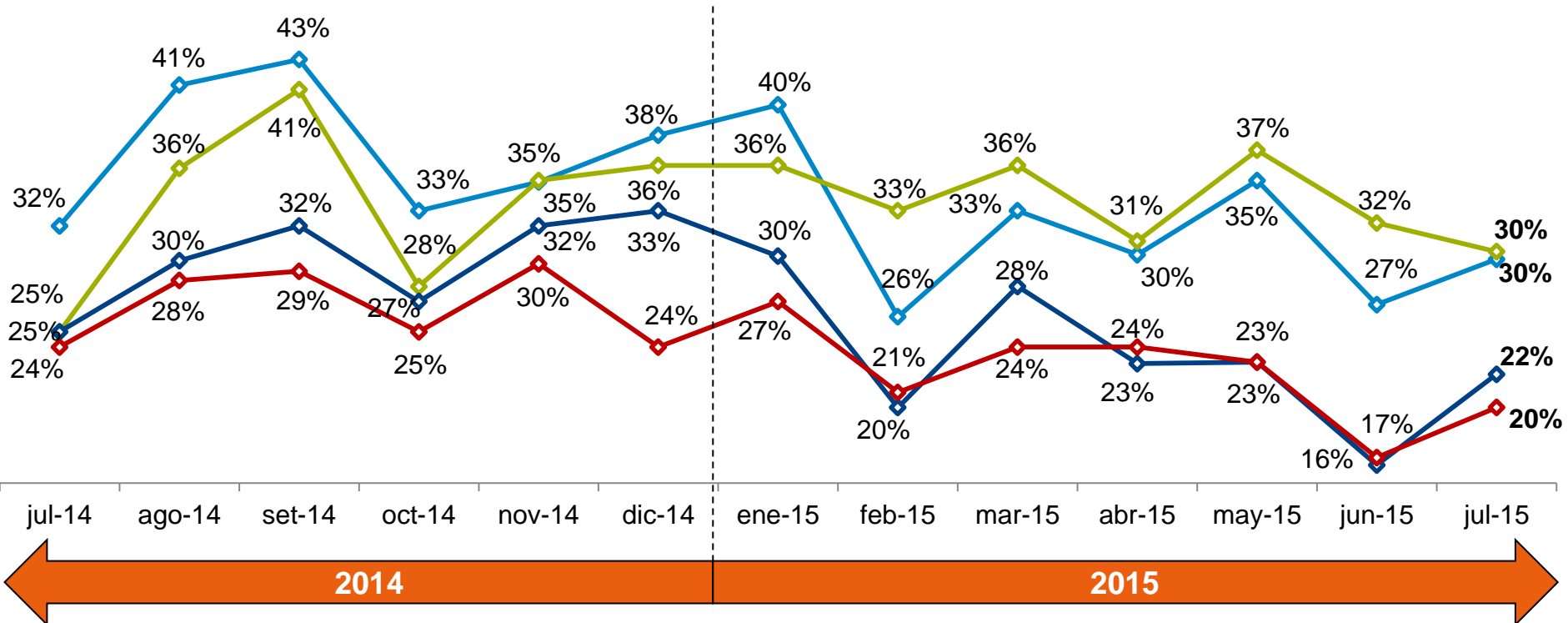


El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

Se nota una mejora en los indicadores macro (empleo y situación económica del país) con respecto a junio pasado. También crece la percepción de mejora de la situación económica del hogar pero no la expectativa de ahorro, la cual disminuye dos puntos.

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)

◆ Mejorará la situación de mi hogar
 ◆ Podré ahorrar
 ◆ Mejorará la situación de mi país
 ◆ El empleo crecerá

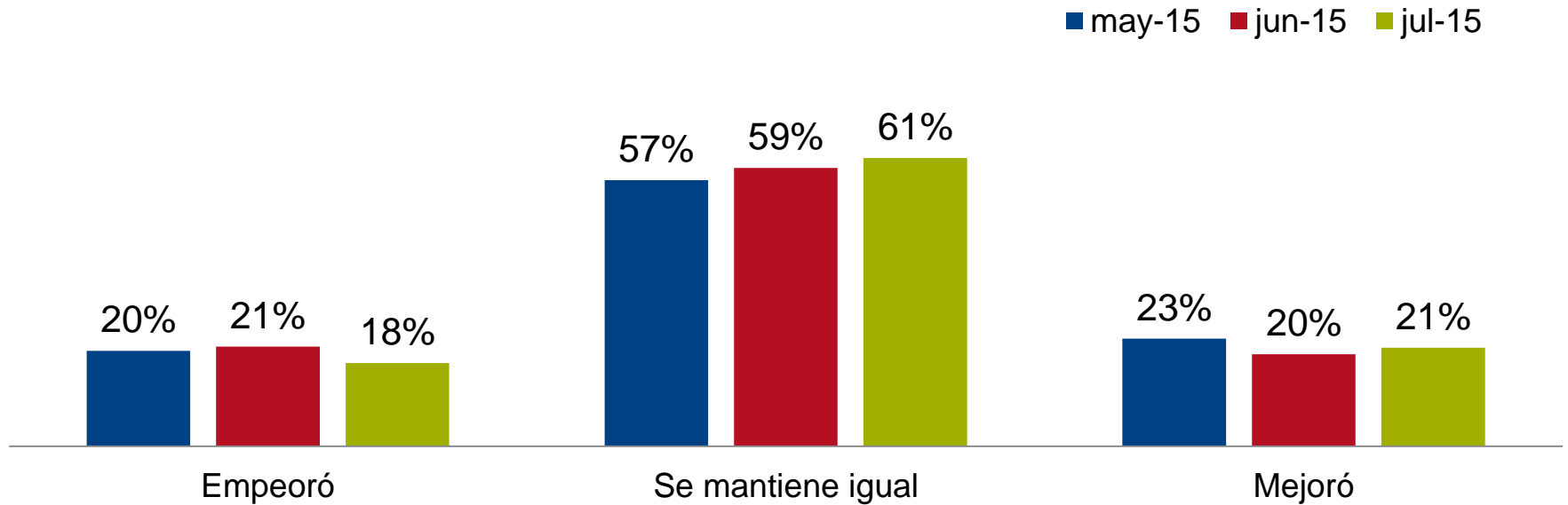


* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

Percepción de la situación económica personal y del hogar

Percepción de la situación económica personal: actual vs hace un año

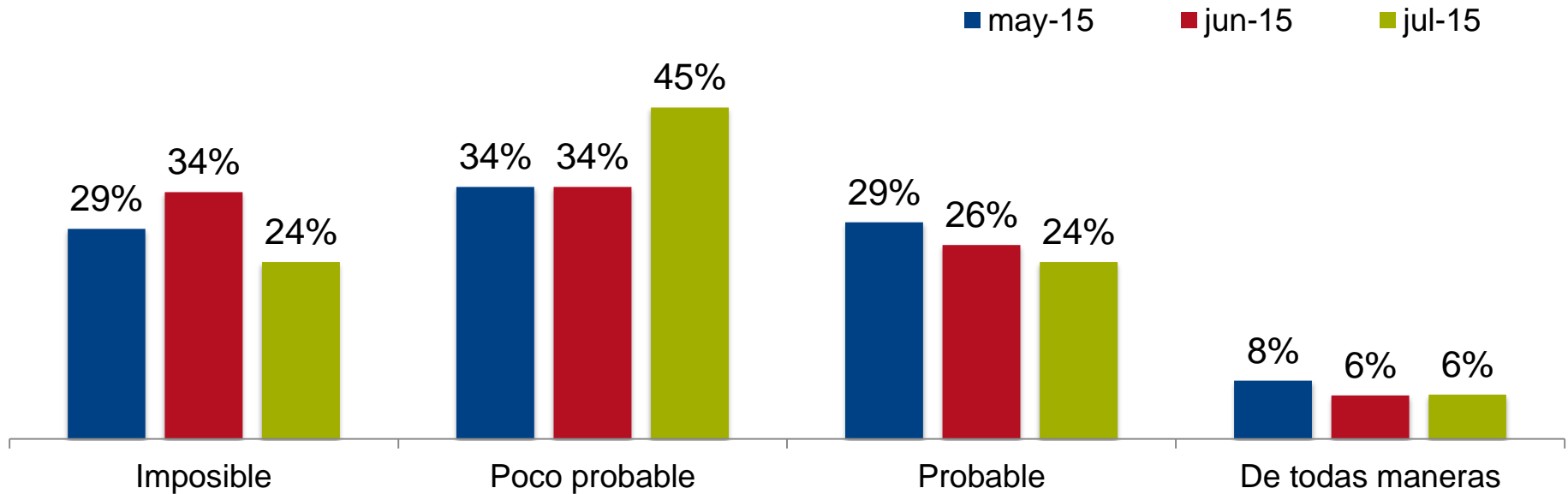
¿Cómo es su situación económica PERSONAL en relación a un año atrás: diría que mejoró, se mantiene igual o empeoró?



Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
Empeoró	18%	16%	15%	20%	18%	18%	19%	17%
Se mantiene igual	61%	59%	63%	61%	62%	60%	58%	63%
Mejóro	21%	25%	22%	19%	20%	23%	23%	20%

Percepción de su capacidad de ahorro a futuro

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

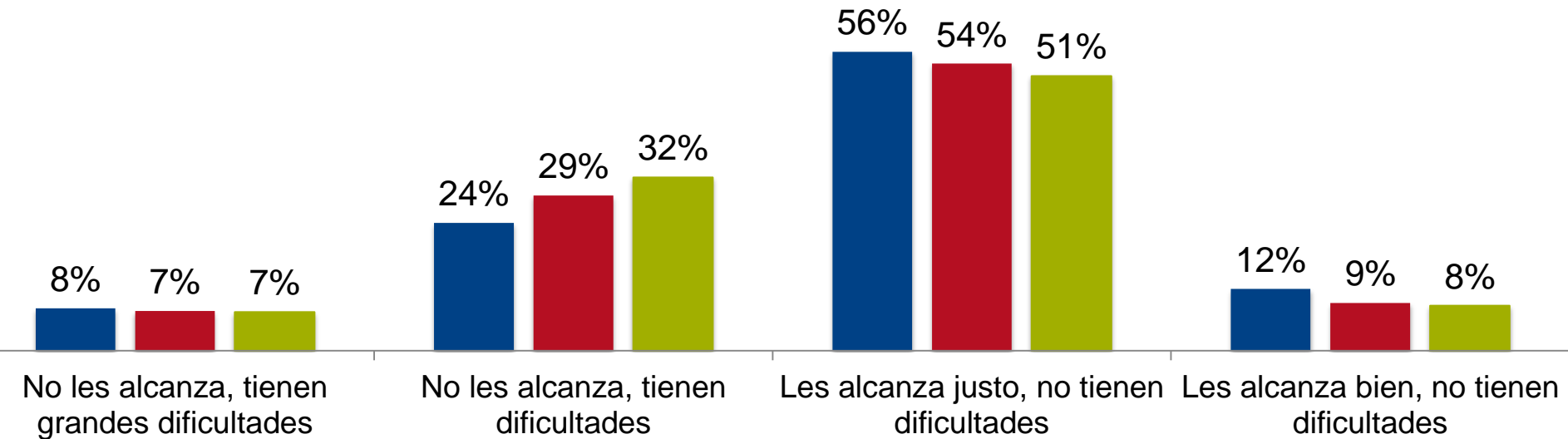


Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
Imposible	24%	15%	22%	29%	23%	27%	26%	24%
Poco probable	45%	40%	51%	44%	45%	47%	43%	47%
Probable	24%	37%	21%	22%	25%	22%	24%	25%
De todas maneras	6%	8%	6%	6%	7%	3%	8%	5%

Percepción de la situación económica del hogar actual

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

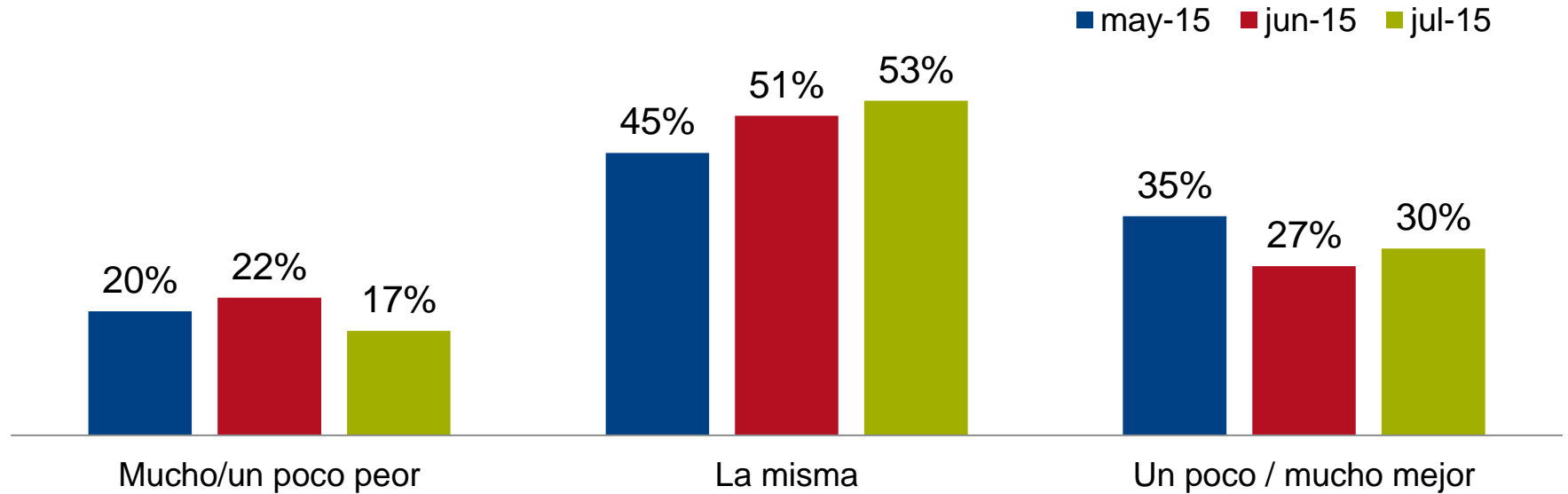
■ may-15 ■ jun-15 ■ jul-16



Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
No les alcanza, tienen grandes dificultades	7%	3%	4%	11%	6%	10%	5%	8%
No les alcanza, tienen dificultades	32%	21%	26%	40%	30%	38%	34%	31%
Les alcanza justo	51%	58%	61%	43%	54%	44%	54%	50%
Les alcanza bien	8%	18%	8%	6%	9%	7%	6%	10%

Percepción de la situación económica del hogar a futuro

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

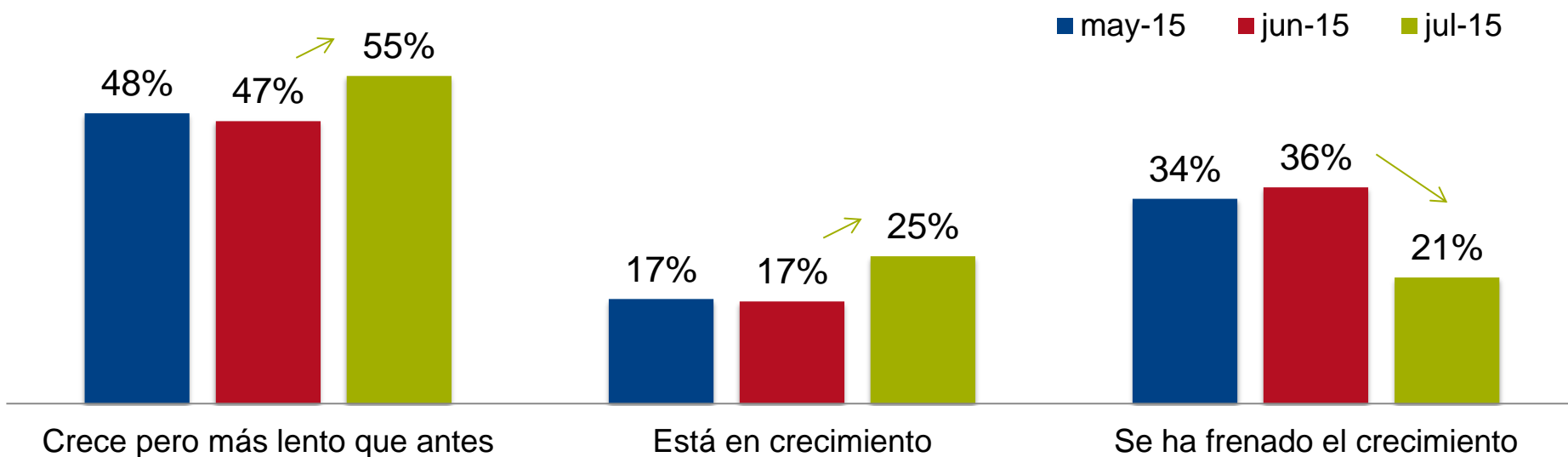


Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
Mucho/un poco peor	17%	13%	15%	20%	17%	15%	16%	17%
La misma	53%	57%	51%	54%	52%	58%	48%	56%
Un poco/mucho mejor	30%	30%	34%	27%	31%	27%	36%	27%

Percepción macroeconómica del país

Percepción de la economía en el país: ahora

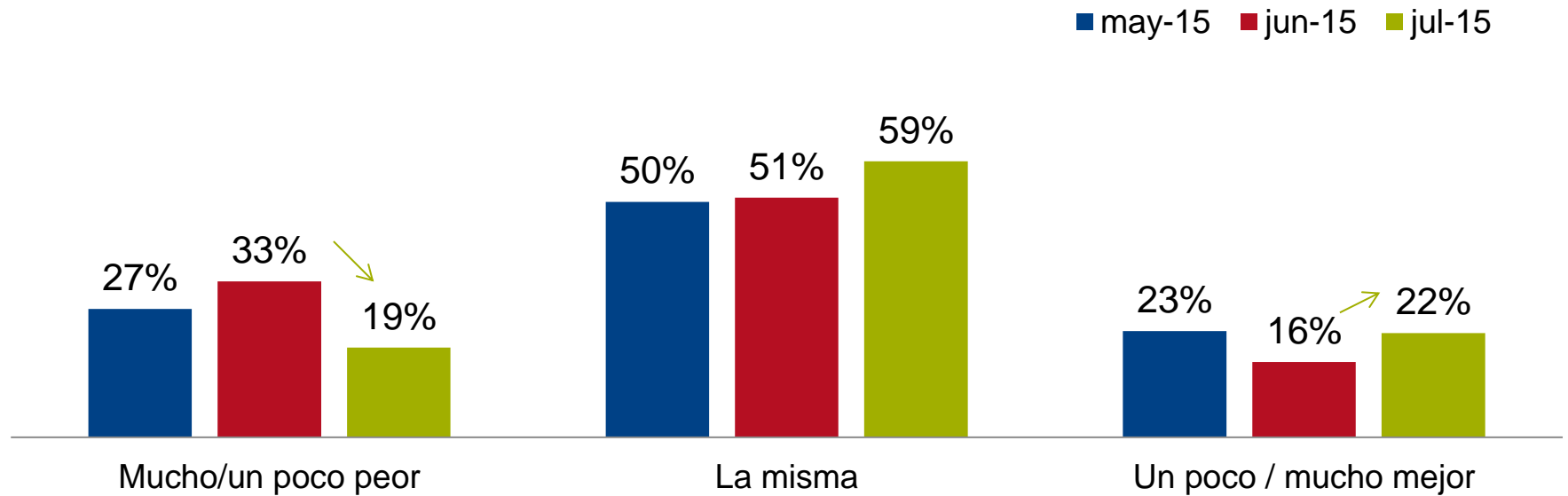
Diría que en estos momentos, en el Perú, ¿la economía está en crecimiento, crece pero más lento que antes o se ha frenado el crecimiento? (RU)



Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
Crece pero más lento que antes	55%	57%	57%	53%	55%	54%	53%	55%
Está en crecimiento	25%	21%	24%	26%	24%	26%	28%	23%
Se ha frenado el crecimiento	21%	22%	20%	21%	21%	20%	19%	22%

Percepción de la situación económica del país a futuro

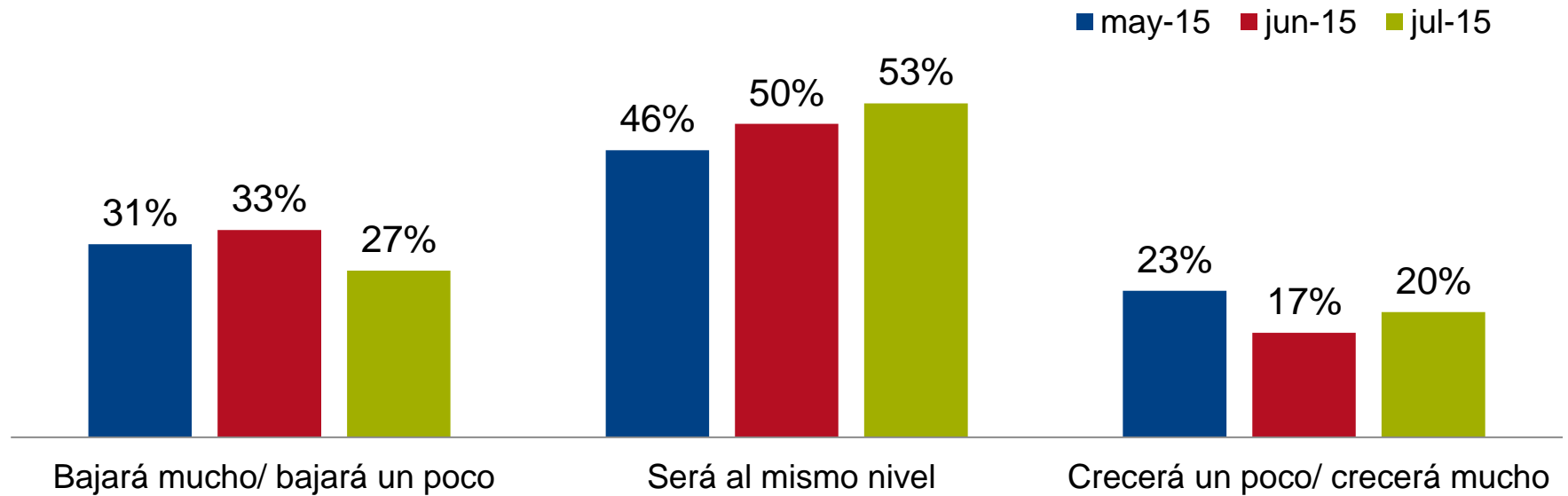
Y dentro de los próximos 12 meses, ¿cómo cree que estará la situación económica del PAIS?



Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
Mucho/un poco peor	19%	16%	19%	20%	21%	14%	18%	20%
La misma	59%	60%	59%	58%	57%	64%	55%	61%
Un poco/mucho mejor	22%	24%	23%	21%	22%	22%	27%	20%

Percepción de la situación laboral a futuro

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



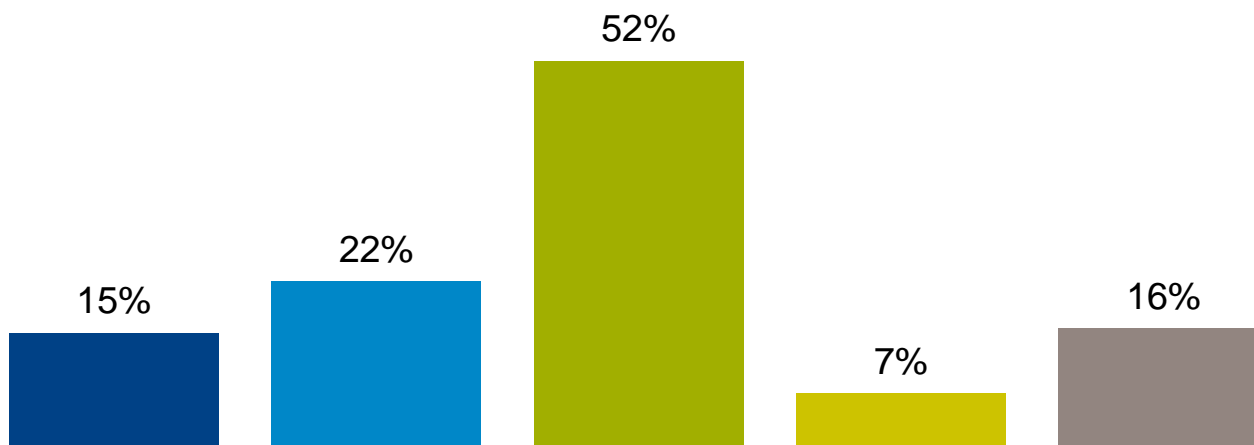
Julio 2015	Total	Nivel Socioeconómico			Ámbito		Región	
		A/B	C	D/E	Urbano	Rural	Lima	Interior
Bajará mucho/ bajará un poco	27%	28%	26%	27%	28%	22%	26%	27%
Será al mismo nivel	53%	51%	55%	53%	52%	58%	51%	55%
Crecerá un poco/ crecerá mucho	20%	22%	19%	20%	20%	20%	23%	19%

Empresas mineras

¿Usted cree que la decisión de varias empresas mineras de parar o posponer sus proyectos se debe a...? (RM).



■ La caída del precio de los metales ■ La burocracia estatal ■ Las protestas sociales ■ Ninguna ■ NS/NP



	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Ámbito		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	Urbano	Rural	18 - 24	25 - 39	40 - 70
La caída del precio de los metales	15%	12%	17%	15%	13%	17%	15%	15%	14%	16%	15%
La burocracia estatal	22%	28%	30%	15%	32%	17%	26%	11%	19%	24%	22%
Las protestas sociales	52%	65%	56%	44%	56%	49%	55%	42%	58%	52%	49%
Ninguna	7%	5%	7%	8%	3%	9%	7%	8%	6%	7%	8%
NS/NP	16%	5%	7%	25%	10%	19%	11%	30%	16%	14%	17%

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

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 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: 1,319

- Solo Lima: 415
- Lima y Callao: 475
- Interior: 844

Zona	Pob. de 18 años a más con DNI1	%	Muestra Proporcionada	Muestra Desproporcionada	Margen de error +/- (%)2	Representatividad	F.P
Lima y Callao	7,309,745	35%	457	475	4.50%	90%	0.96
Norte	5,242,528	25%	327	347	5.26%	68%	0.94
Centro	3,125,310	15%	195	167	7.58%	79%	1.17
Sur	3,629,815	17%	227	217	6.65%	76%	1.05
Oriente	1,810,623	9%	113	113	9.22%	57%	1.00
Total	21,118,021	100%	1,319	1,319	2.70%	80%	1.00

1 Fuente: RENIEC (Al 31 de diciembre del 2013).

2 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, Moche, Huanchaco, Chiclayo, Lambayeque, Piura, Sullana , Catacaos 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

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 18 al 23 de julio de 2015