

# GfK ICC y actitudes hacia la economía



**Estudio a nivel nacional urbano**

Mayo- 2015

# Contenido

1. Comentario	3
2. Listado de noticias del período   Mayo 2015	4
3. Uso de gratificación por Fiestas Patrias	7
4. Sistema de alquiler-venta de viviendas	9
5. Precio del pollo y el azúcar	11
6. Índice de Confianza del Consumidor (ICC)	13
7. Percepción de la situación económica personal y del hogar	18
8. Percepción macroeconómica del país	23
9. GfK   Metodología   Ficha técnica del estudio	26



## ¿Se reanima el consumo?

Mayo es un mes que en lo económico contrasta con el clima político. El Índice de Confianza del Consumidor ha tenido una ligera mejora que lo lleva a una situación semejante a marzo. Si se parte de febrero, mes donde los gastos escolares marcaron un ánimo muy negativo, la tendencia es a la mejora. El indicador responde a mejores resultados en Lima, en particular al interior de los niveles socioeconómicos D y E. Es interesante observar cómo se da un giro positivo solo en dos de los componentes del indicador, aquellos que aluden a la posible mejora de la economía del hogar y a la posibilidad de ahorro. Los otros dos indicadores, más vinculados a la situación del país, siguen igual o bajan. La gente está algo más confiada en sus propias fuerzas aunque ve que la economía del país sigue en problemas.

En estos días se están tomando decisiones sobre la gratificación y otros ingresos extras del mes de julio. Entre quienes trabajan o están ya jubilados, cerca de un tercio recibirá un ingreso extra y casi la mitad de ellos lo destinará a pagar deudas. Difícilmente generará el shock de demanda que el gobierno espera.

Donde se observa algo más de interés, en particular entre amas de casa y jefes de hogar, es la propuesta de dar facilidades para el alquiler venta de propiedades. Una oportunidad para el sector construcción.

*Hernán Chaparro*

# Listado de noticias del período | Mayo 2015

## Listado de noticias económicas | Mayo



DÍA	MAYO
6	Aumenta el uso de tarjetas de crédito. Sacan mayor provecho de los beneficios del dinero plástico
7	Violencia en Tía María ya le cuesta S/. 300 millones a Arequipa Cierran 1,701 exportadoras. Hay 1,006 que venden menos desde hace 3 años.
8	BBVA proyecta el dólar a S/. 3.25 para fin de año. Se negocia que el sueldo mínimo sea de S/. 900.
9	Alza del dólar incrementa precios de los materiales de construcción. Entró en vigencia ley de protección de datos.
10	Credicorp y BBVA Continental entre las marcas más valiosas del mundo.
11	Gobierno ya no asegura alza de sueldo mínimo. Pese al conflicto de Tía María, 61% apoya la minería.
12	Utilidades cayeron más que ingresos en las 100 principales empresas.
13	Aumenta riesgo de que se encarezcan créditos en soles. Hay menos viviendas para vender en el sector C.
14	PBI superó el 2%. Minería empuja el crecimiento económico en marzo, pese a caída de la construcción.
15	Evalúan devolver fondos de AFP que no superen los S/. 25,000.

## Listado de noticias económicas | Mayo



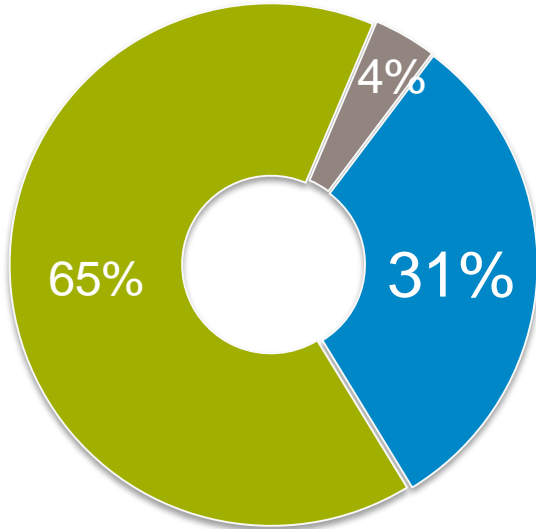
DÍA	MAYO
16	PBI crece a su mejor ritmo en 11 meses.
18	Crece refinanciamiento de créditos bancarios en 38%. En cinco días de podrá acceder a fraccionamiento tributario.
19	Sueldo en construcción cae desde octubre. Servicios a firmas que dan policías y militares en la mira de la Sunat.
20	Alquiler impulsará el acceso a viviendas. Unas 40 mil familias se beneficiarán con sistema de leasing Perú cae en el ranking mundial de competitividad. Desciende once puestos en dos años.
21	Paro por Tía María alejaría más inversiones en Islay. Comisión debate sobre límites a propiedad agrícola. Gremios empresariales se oponen a restricciones a extensión de tierras.
22	Aprueban normas para acelerar inversiones. Se reducen días para evaluación ambiental y dar certificaciones. Restricción de GLP seguirá por dos semanas. Planta de Camisea aún no opera plenamente.

# Uso de gratificación por Fiestas Patrias

# Uso de las gratificaciones

¿En el mes de Julio usted recibirá un ingreso adicional por fiestas patrias?

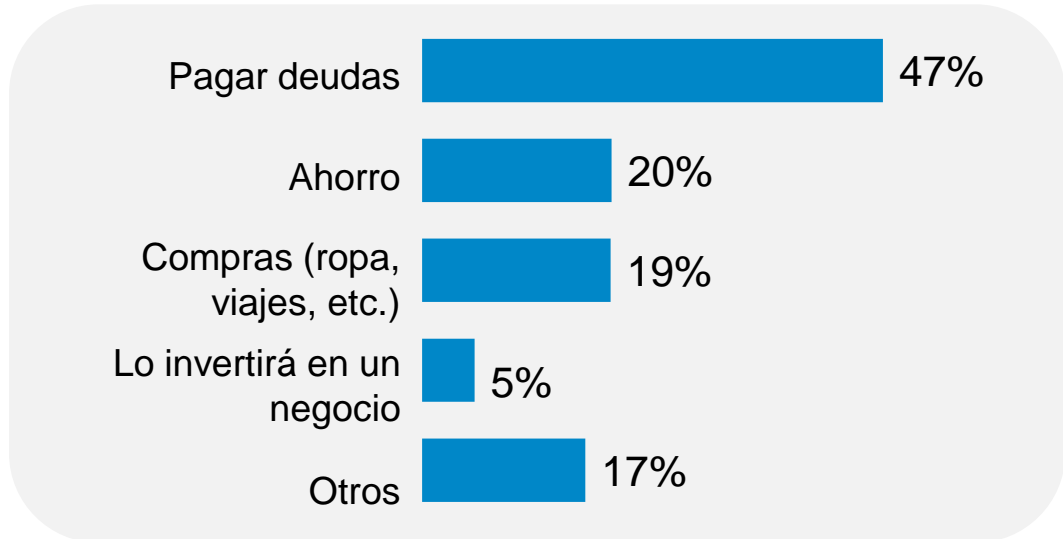
■ Sí recibirá ■ No recibirá ■ NS/NP



La mitad de las personas que recibirá un ingreso adicional lo destinará al pago de deudas.



¿A qué destinará este dinero adicional?



Base mayo 2015: (100%) Total de entrevistados que trabajan o son jubilados - Nacional urbano (838)





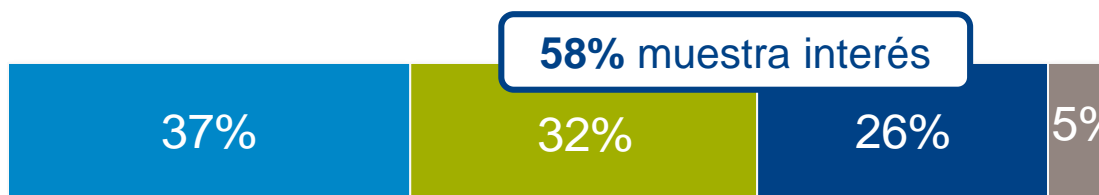
# Sistema de alquiler venta de viviendas

# Sistema de alquiler-venta de viviendas



El Estado está pensando dar un subsidio de hasta S/. 17 mil soles a las personas que decidan comprar una vivienda a través de sistemas de alquiler-venta. En un sistema de alquiler-venta, lo que se pague por alquiler sirve para pagar la vivienda. En su caso...

- No estoy interesado
- Estoy algo interesado
- Estoy muy interesado
- NS/NP

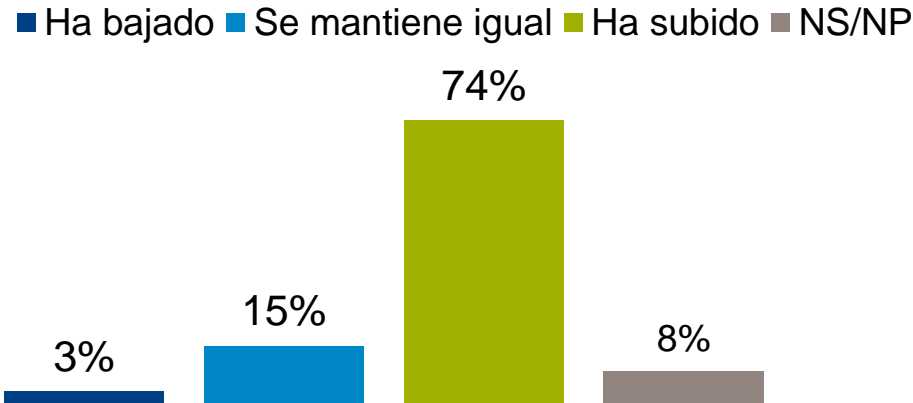


	Total	Nivel Socioeconómico			Rol en el hogar		Edad		
		A/B	C	D/E	Jefe de hogar y ama de casa	Otros	18-24	25-39	40 a más
No estoy interesado	37%	36%	34%	39%	38%	32%	30%	27%	44%
Estoy algo interesado	32%	33%	32%	30%	29%	40%	42%	33%	27%
Estoy muy interesado	26%	26%	30%	24%	28%	20%	21%	35%	23%
NS/NP	5%	5%	4%	7%	5%	8%	8%	5%	5%

# Precio del pollo y el azúcar

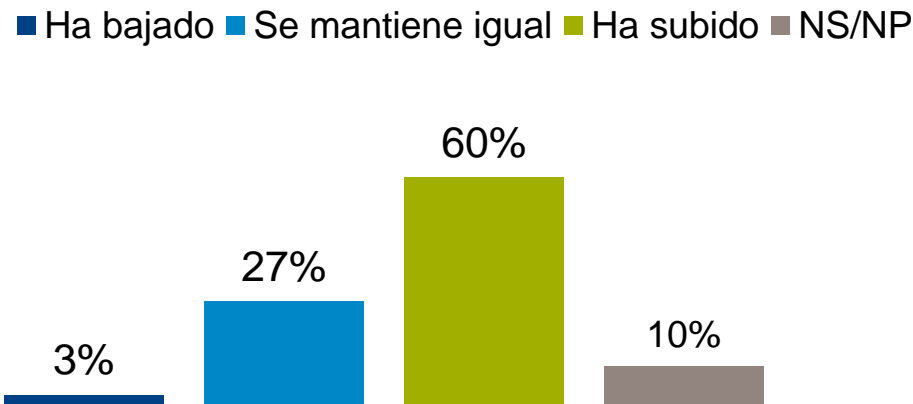
# Precio del pollo y el azúcar

¿Usted diría que el precio del **pollo** ¿ha bajado, se mantiene igual o ha subido?



	Total	Región		Nivel Socioeconómico		
		Lima	Interior	A/B	C	D/E
Ha bajado	3%	1%	5%	2%	2%	5%
Se mantiene igual	15%	14%	16%	14%	14%	16%
Ha subido	74%	75%	72%	71%	75%	73%
NS/NP	8%	10%	7%	13%	9%	6%

¿Usted diría que el precio del **azúcar** ¿ha bajado, se mantiene igual o ha subido?



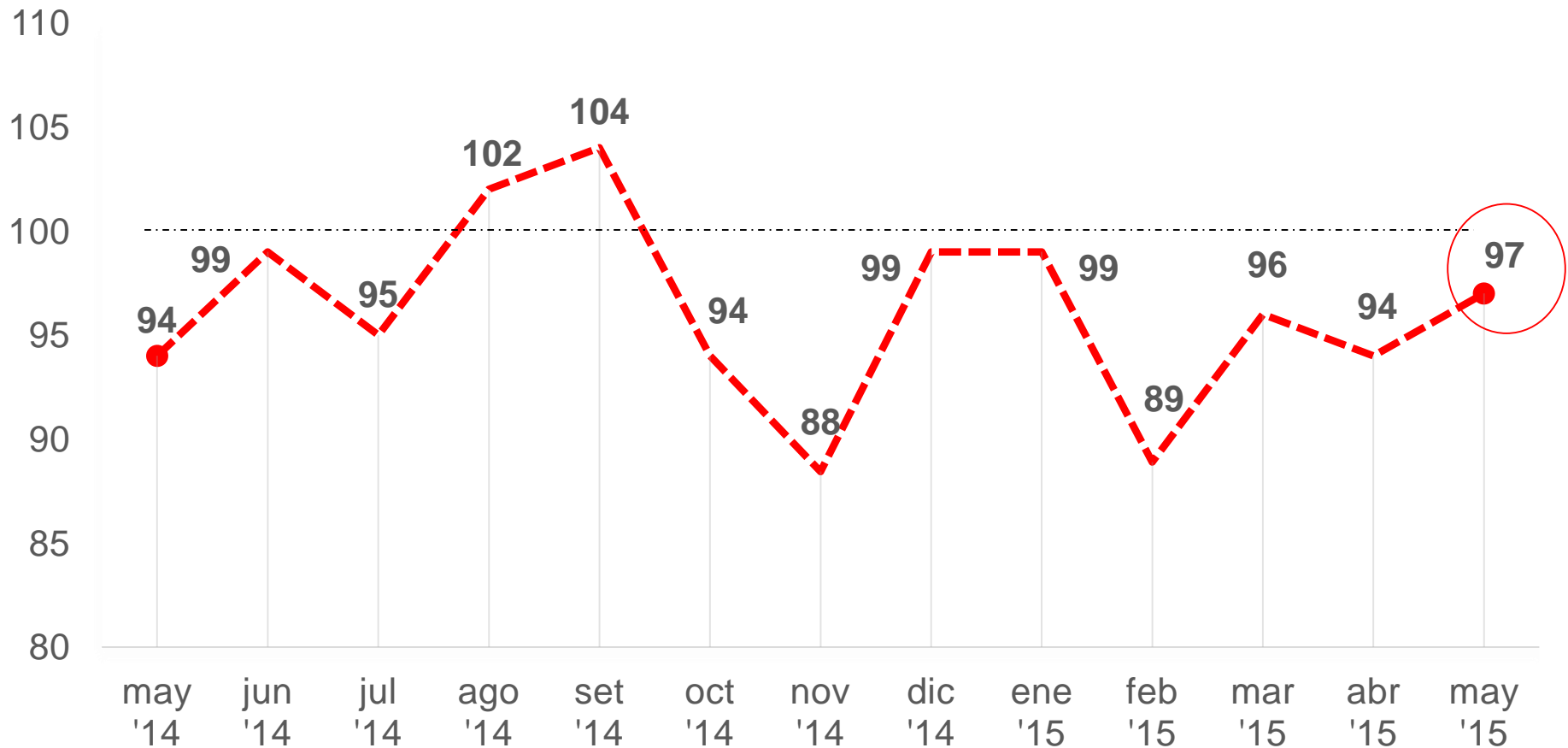
	Total	Región		Nivel Socioeconómico		
		Lima	Interior	A/B	C	D/E
Ha bajado	3%	2%	4%	1%	2%	4%
Se mantiene igual	27%	29%	26%	34%	29%	24%
Ha subido	60%	57%	62%	48%	59%	64%
NS/NP	10%	12%	8%	17%	10%	8%

# Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC\*)

A pesar de no superar el 100, el indicador sube 3 puntos respecto a abril

*Nacional*



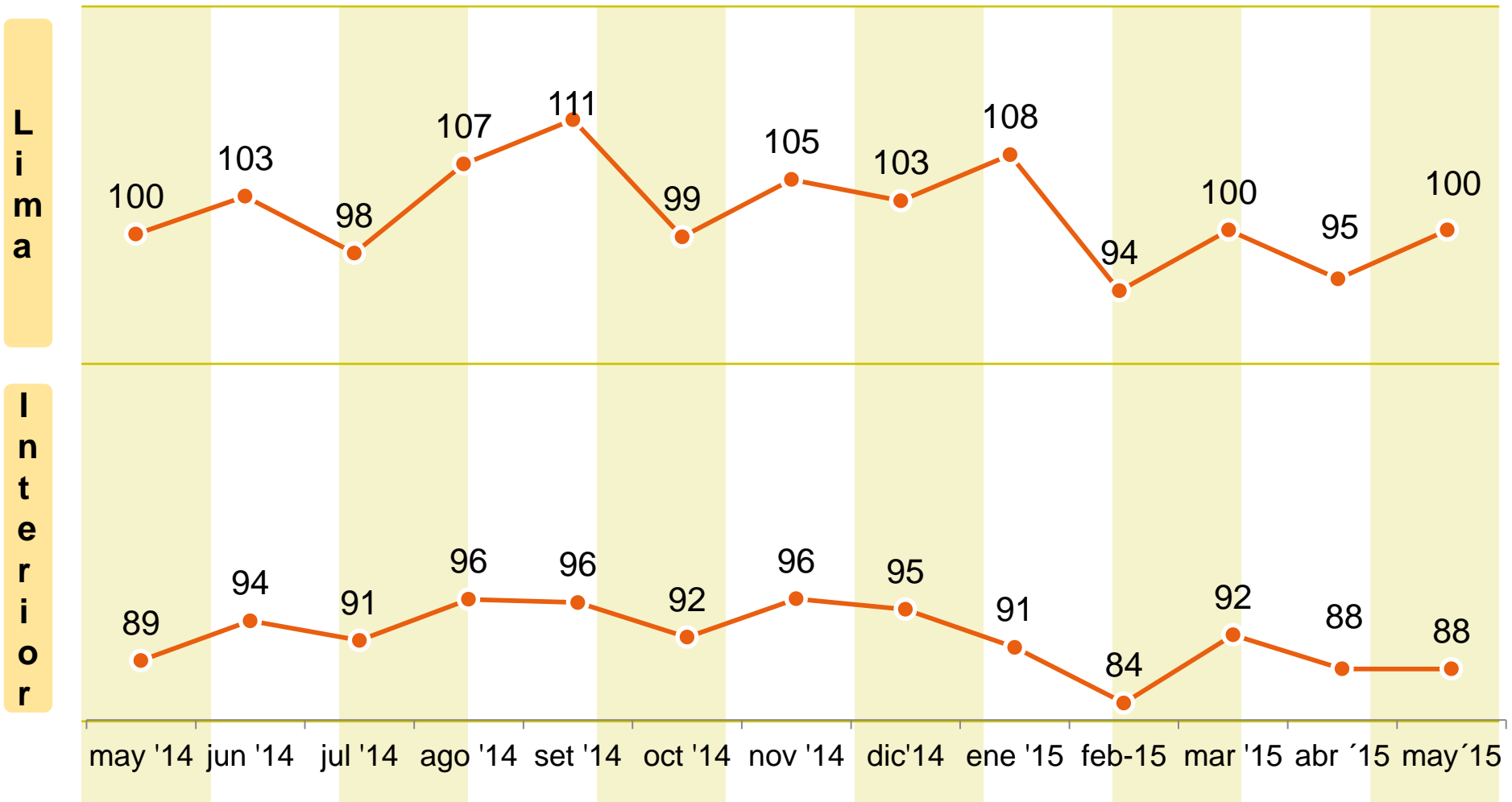
\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

El incremento se da principalmente en Lima, pues en el interior el indicador es el mismo con respecto a abril



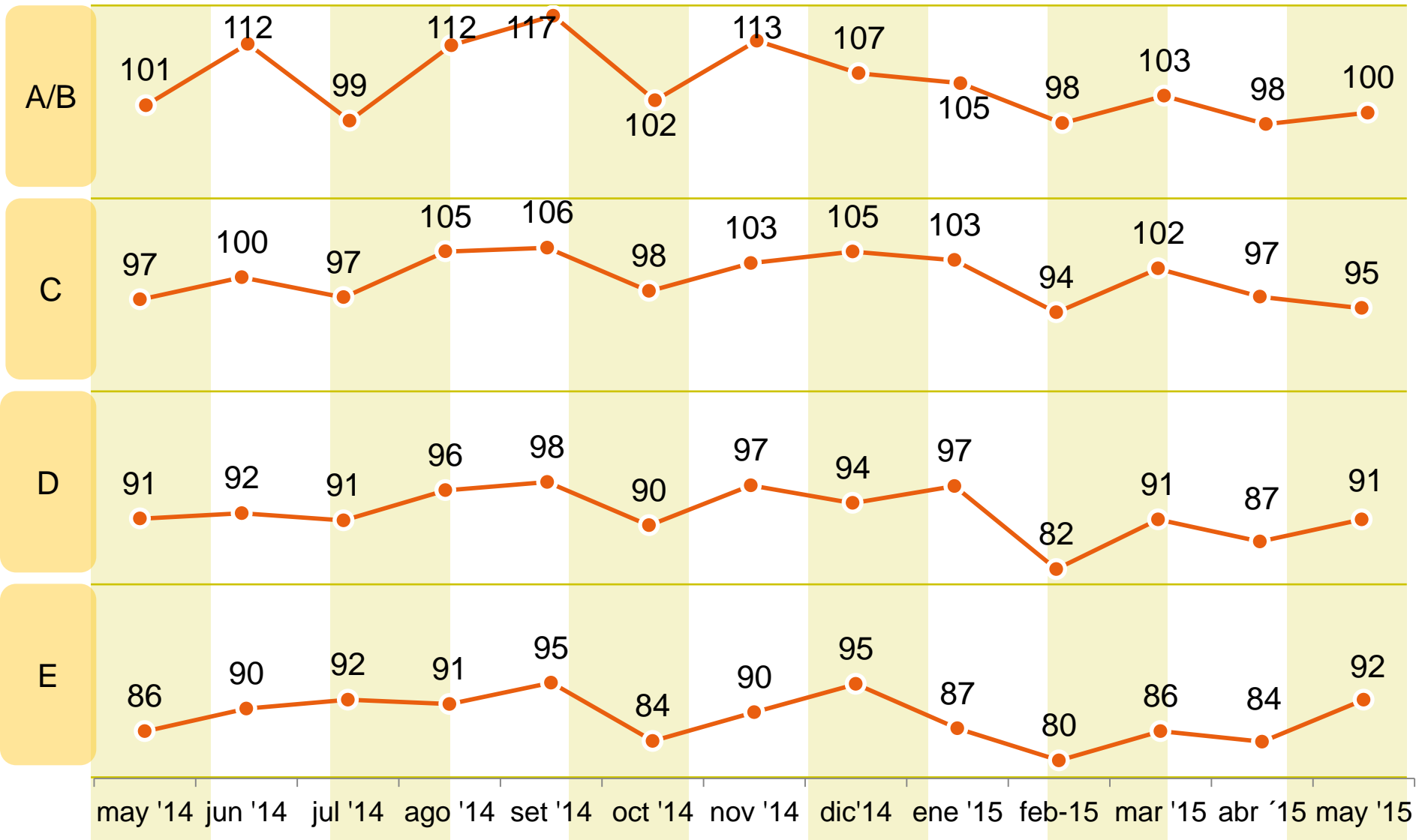
## Lima y el interior



# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



Por nivel socioeconómico





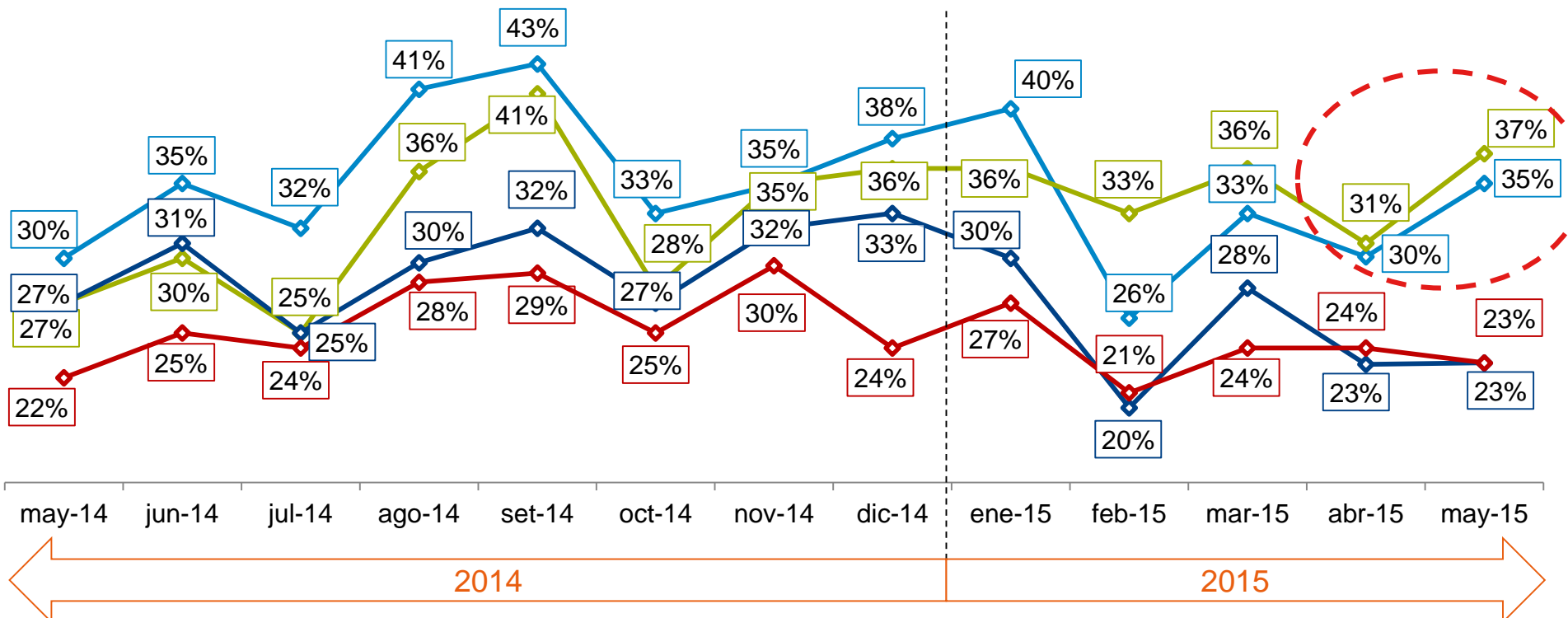
# El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



Pensando en el futuro, ¿cómo cree que estará la situación económica de su **hogar, país, empleo y ahorro** en los próximos 12 meses. (RU-ASISTIDA)

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

ICC (*)	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abril	May
	94	99	95	102	104	94	101	99	99	89	96	94	97

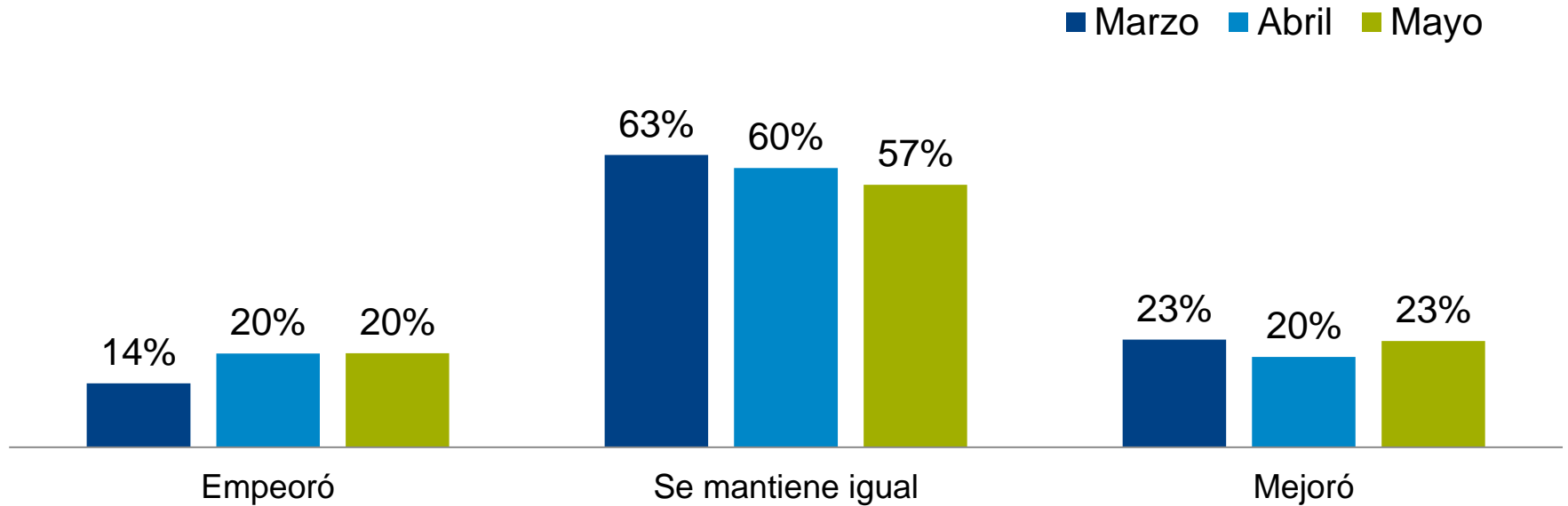


\* El ICC es un índice global que captura la percepción de los consumidores sobre la situación económica actual y futura de sus hogares y países. Más de 100 es una tendencia positiva, menos de 100 es una tendencia negativa.

# Percepción de la situación económica personal y del hogar

# Percepción de la situación económica personal

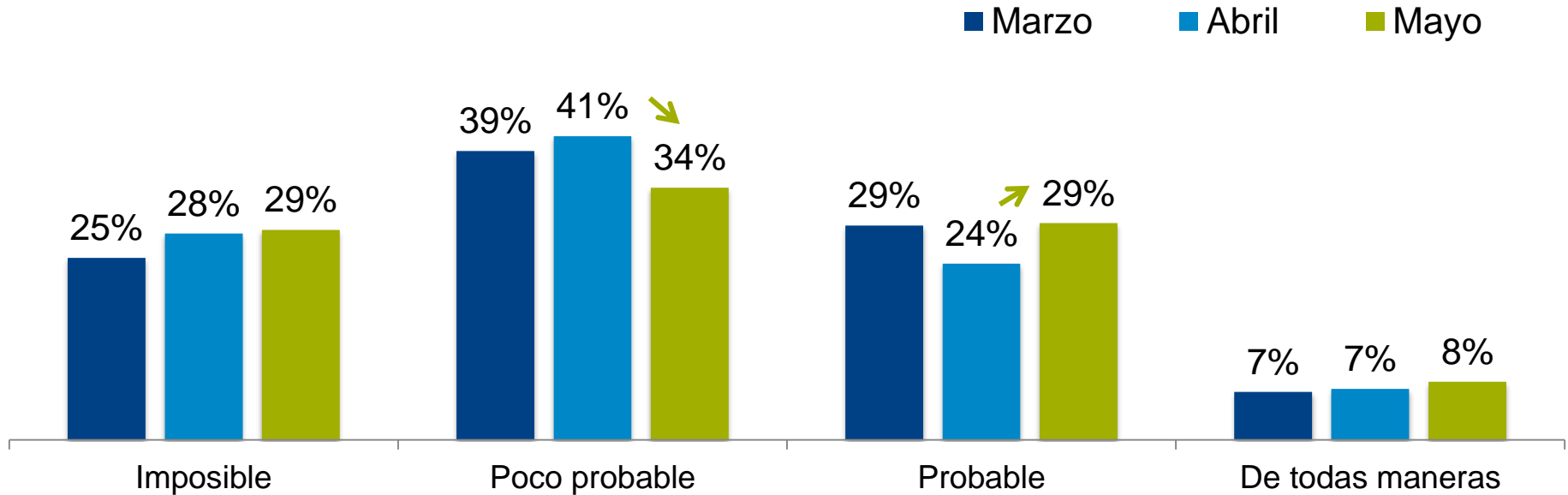
¿Cómo es su situación económica PERSONAL en relación a un año atrás: diría que mejoró, se mantiene igual o empeoró?



	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Empeoró	20%	15%	19%	23%	15%	26%	20%	20%	10%	17%	26%
Se mantiene igual	57%	54%	56%	58%	57%	56%	54%	60%	50%	57%	59%
Mejoró	23%	31%	24%	19%	28%	18%	26%	20%	40%	26%	15%

# Percepción de su capacidad de ahorro

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



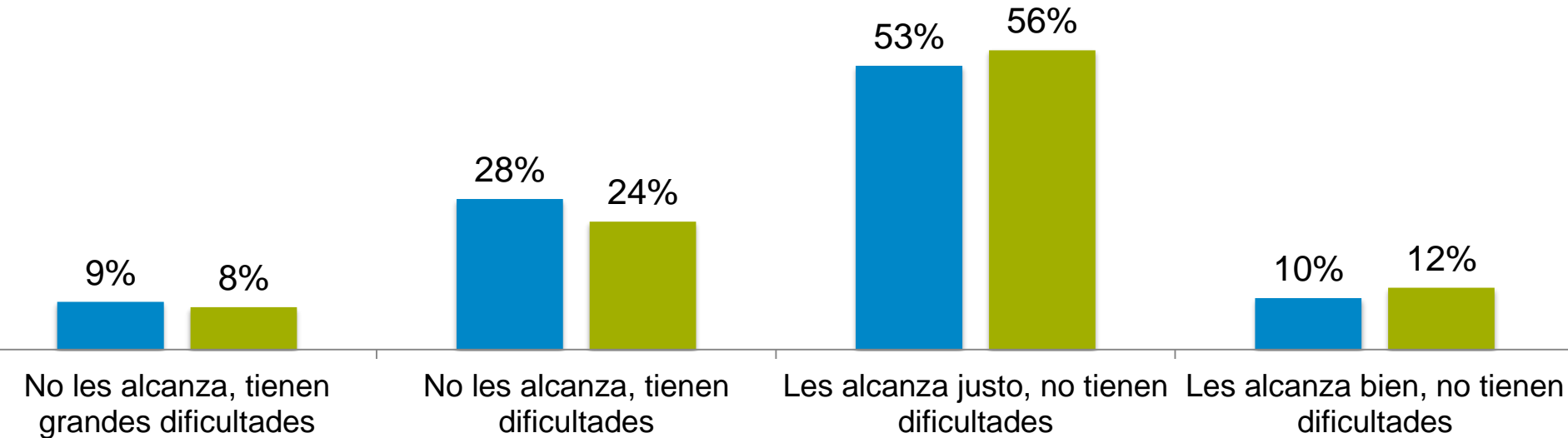
	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Imposible	29%	17%	27%	34%	24%	33%	23%	33%	16%	17%	39%
Poco probable	34%	37%	34%	33%	33%	35%	34%	34%	24%	40%	35%
Probable	29%	37%	30%	26%	32%	27%	33%	26%	48%	33%	21%
De todas maneras	8%	10%	9%	6%	10%	6%	9%	7%	13%	10%	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?

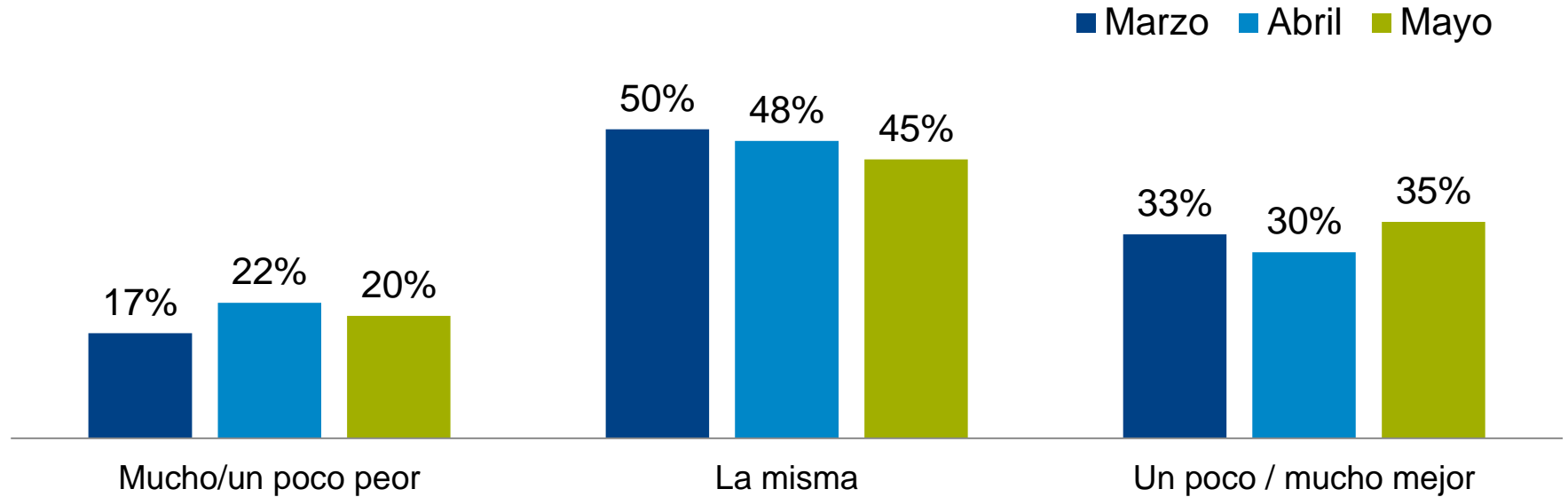
■ Abril ■ Mayo



	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Tienen grandes dificultades	8%	2%	5%	12%	6%	10%	8%	8%	6%	7%	9%
No les alcanza, tienen dificultades	24%	12%	19%	32%	20%	28%	20%	27%	13%	22%	29%
Les alcanza justo	56%	54%	65%	49%	60%	52%	59%	53%	59%	60%	53%
Les alcanza bien	12%	32%	11%	5%	14%	9%	12%	11%	20%	10%	9%

# 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?*

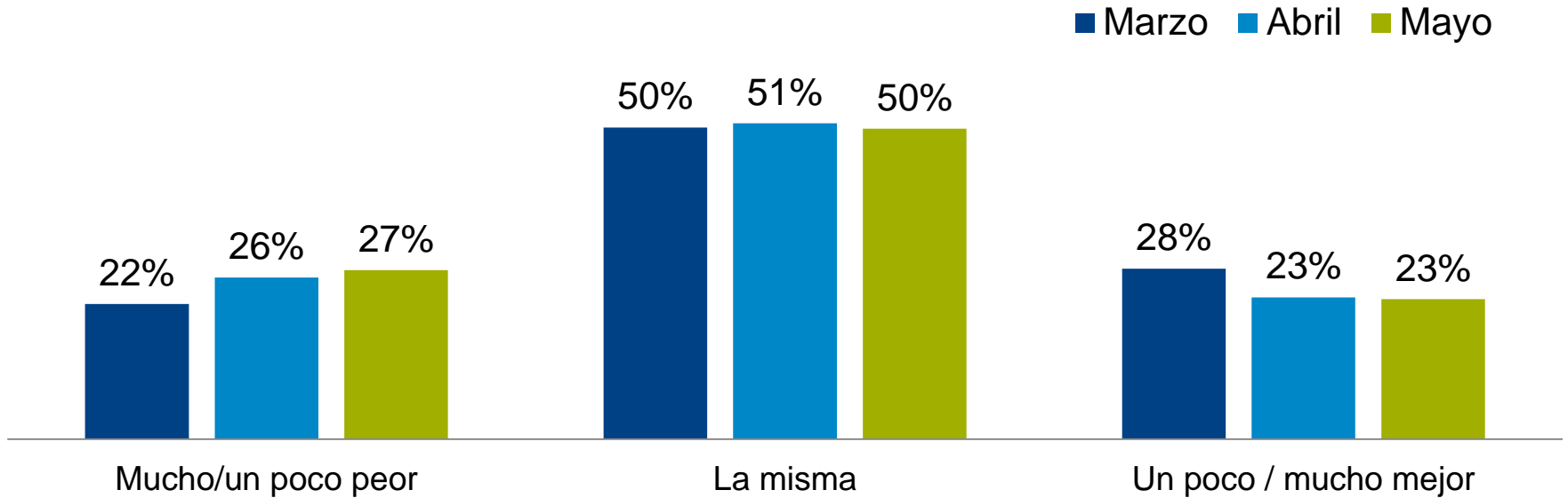


	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Mucho/un poco peor	20%	10%	20%	23%	16%	23%	17%	23%	13%	14%	25%
La misma	45%	49%	43%	45%	44%	47%	44%	47%	34%	46%	49%
Un poco/mucho mejor	35%	41%	37%	32%	40%	30%	39%	31%	53%	40%	26%

# Percepción macroeconómica del país

# Percepción de la situación económica del hogar a futuro

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



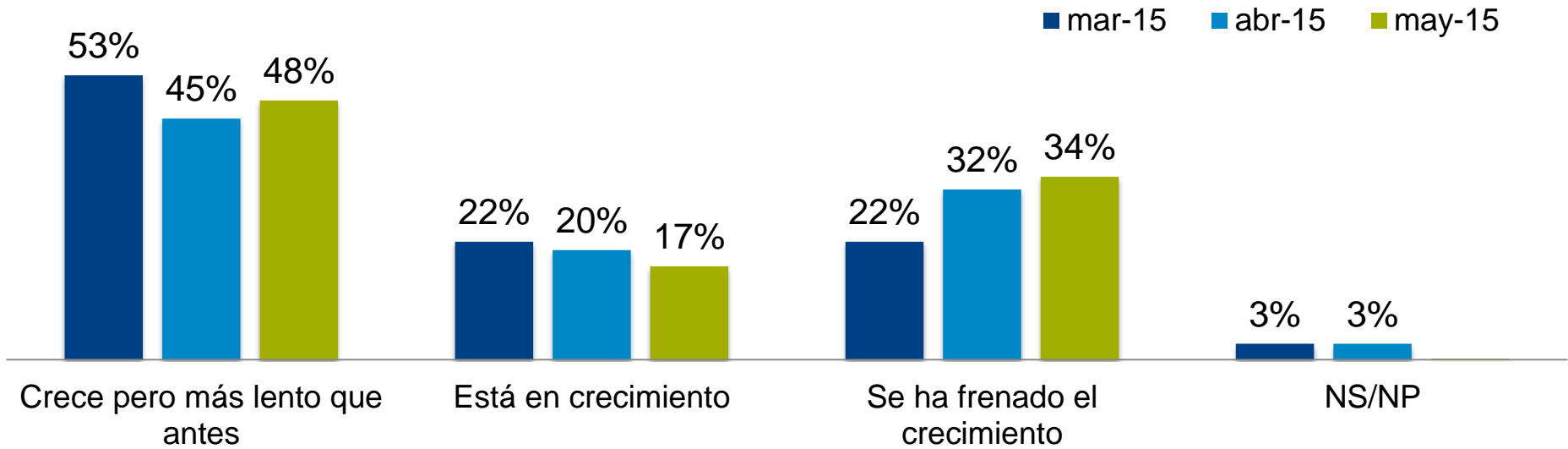
	Total	Nivel Socioeconómico			Región		Sexo		Edad		
		A/B	C	D/E	Lima	Interior	H	M	18 - 24	25 - 39	40 - 70
Mucho/un poco peor	27%	29%	29%	26%	22%	33%	26%	28%	19%	28%	30%
La misma	50%	49%	49%	51%	51%	49%	50%	50%	48%	48%	52%
Un poco/mucho mejor	23%	23%	22%	23%	27%	18%	24%	22%	33%	24%	18%





# 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)*



	Total	Nivel Socioeconómico			Región	
		A/B	C	D/E	Lima	Interior
Crece pero más lento que antes	48%	50%	46%	50%	52%	44%
Está en crecimiento	17%	16%	19%	17%	21%	14%
Se ha frenado el crecimiento	34%	34%	35%	34%	27%	41%

# 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, Edgardo Obregón, Paola Rodríguez, Bruce Tasayco, José Fretel, Esvenia Montalvo, Rossella Luzquiños.

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 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

Cantidad de encuestas: 1,227

- Solo Lima: 554
- Lima y Callao: 617
- Interior: 610

Zona	Pob. de 18 años a más con DNI1	%	Muestra Proporcionada	Muestra Desproporcionada	Margen de error +/- (%) <sup>2</sup>	Representatividad	F.P
Lima y Callao	6,982,551	50%	617	587	4.0%	90%	1.0
Norte	2,832,357	20%	250	242	6.3%	68%	1.0
Centro	840,778	6%	73	100	9.8%	69%	0.7
Sur	2,307,347	17%	204	198	7.0%	76%	1.1
Oriente	941,857	7%	83	100	9.8%	57%	0.9
<b>Total</b>	<b>13,904,889</b>	<b>100%</b>	<b>1,227</b>	<b>1,227</b>	<b>2.8%</b>	<b>85%</b>	<b>1.0</b>

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, 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 / Resto Urbano
- Lima Metropolitana (Lima y Callao)
- Zonas: Norte, Centro, Sur y Oriente

## Fecha de campo

Del 23 al 26 de mayo de 2015