

GfK ICC y actitudes hacia la economía

Encuesta Nacional Urbano Rural



Lima, Agosto 2016

1	Resumen del mes Principales conclusiones.	3-4
2	Panorama económico Situación económica del país y situación del ingreso familiar	5-7
3	Índice de confianza del consumidor (ICC) Resultados a nivel nacional, por región y según niveles socioeconómicos	8-13
4	Percepción de gasto a futuro Alimentación, ropa, transporte, educación y salir a la calle/salidas fin de semana	14-15
5	GfK Metodología Ficha técnica del estudio.	16-17

Conclusiones

Buenos ojos



Así como ya se ha visto en lo político, con un gobierno y un gabinete de ministros que momentáneamente gozan de la aprobación de la mayoría de peruanos, las percepciones relacionadas a la economía del país tienen un tono positivo. No solo continúa la tendencia al alza del ICC (hoy en 113 puntos), sino que además es la primera vez que el futuro del país se percibe con buenos ojos (49% considera que la situación económica peruana mejorará en los próximos doce meses). Esto es especialmente destacable si se tiene en cuenta que las proyecciones macroeconómicas son relativamente conservadoras, con crecimientos estimados de entre 3% y 4%, versus el 6% al que hemos estado acostumbrados durante los últimos años. Esto quiere decir que más que a los números la gente está apostando a las personas.

¿Negación? Para nada. El peruano es consciente de que está inmerso en un contexto de desaceleración donde lo que prima es el estancamiento (65% lo reconoce) y donde vivir no es más fácil que antes (40% manifiesta que sus ingresos familiares no le alcanzan y tienen dificultades). Aún así, los números resultan optimistas, especialmente en Lima, en el norte del país y en el nivel socioeconómico C. Además, vale la pena destacar cómo la percepción de gasto a futuro (próximos 6 meses) se mantiene estable en los diferentes aspectos evaluados, como alimentación, transporte e incluso educación. La gente considera que gastará igual que en meses anteriores, incluso en rubros como ropa o salidas a la calle y fines de semana que eventualmente podrían considerarse gastos más secundarios que los primeros. Panorama alentador y prometedor pero que sobre todo, expresa una apuesta por que las medidas que a futuro se tomen tengan un impacto positivo. Un reto para el ejecutivo y el congreso.

Laura Amaya
Analista Senior de Opinión Pública
Twitter: @amaya_laura

Panorama económico

Diría que en estos momentos, la economía del país....

Mayoría considera que nuestra economía está estancada. Percepción es generalizada a todos los segmentos.



25%

Está mejorando

65%

Está estancada

6%

Está en retroceso

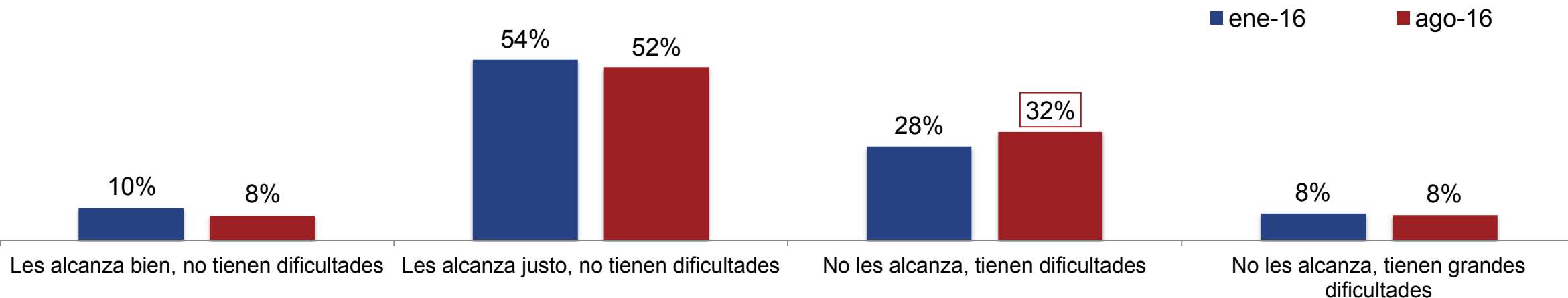
NS/NP:4%

	Total	Nivel Socioeconómico			Zona geográfica				
		A/B	C	D/E	Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente
Está mejorando	25%	28%	25%	24%	24%	24%	17%	25%	34%
Está estancada	65%	64%	66%	64%	65%	66%	72%	63%	58%
Está en retroceso	6%	6%	5%	7%	8%	4%	4%	9%	4%
NS/NP	4%	2%	4%	5%	3%	6%	7%	3%	4%

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



Resultados son similares a hace algunos meses. Se incrementa el número de personas que dicen que sus ingresos no les alcanzan.

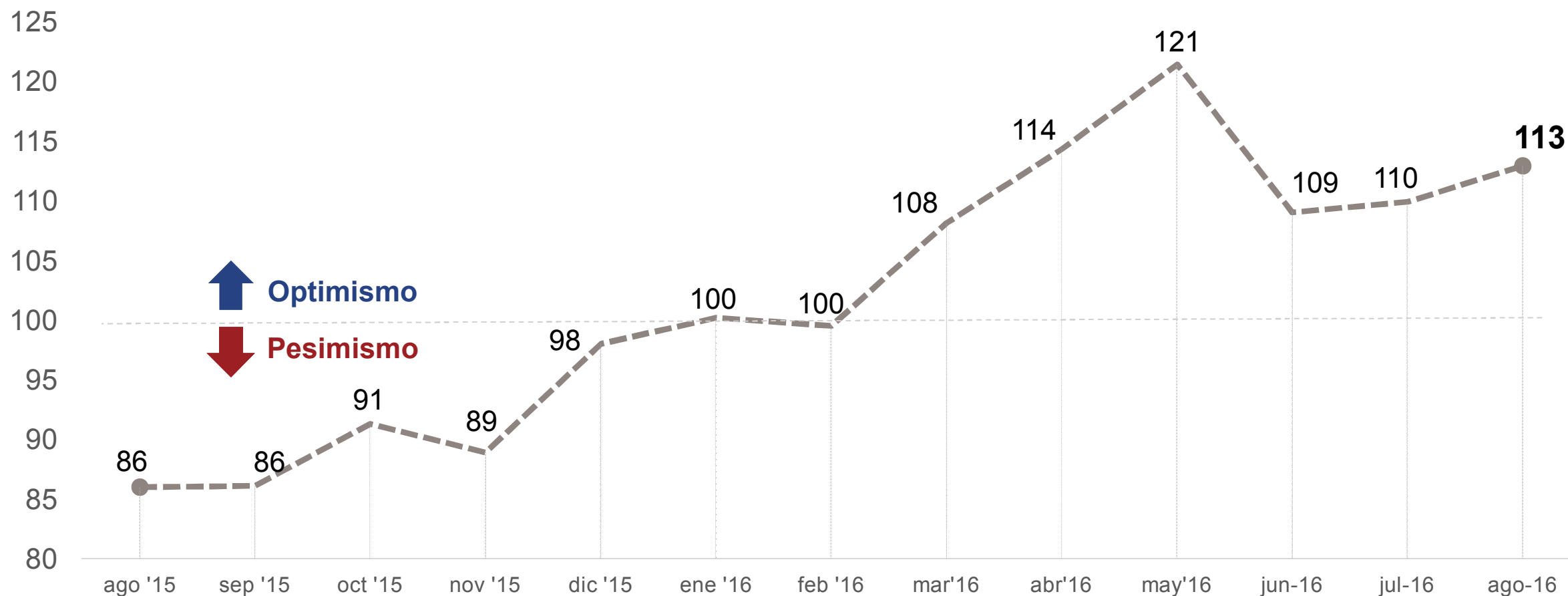


Agosto 2016	Total	Nivel Socioeconómico			Zona geográfica				
		A/B	C	D/E	Lima	Norte	Centro	Sur	Oriente
Les alcanza bien	8%	24%	9%	3%	11%	7%	5%	6%	3%
Les alcanza justo	52%	63%	63%	44%	57%	52%	48%	44%	51%
No les alcanza, tienen dificultades	32%	12%	25%	41%	27%	30%	31%	46%	31%
No les alcanza, tienen grandes dificultades	8%	1%	3%	12%	5%	11%	16%	4%	15%

Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

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

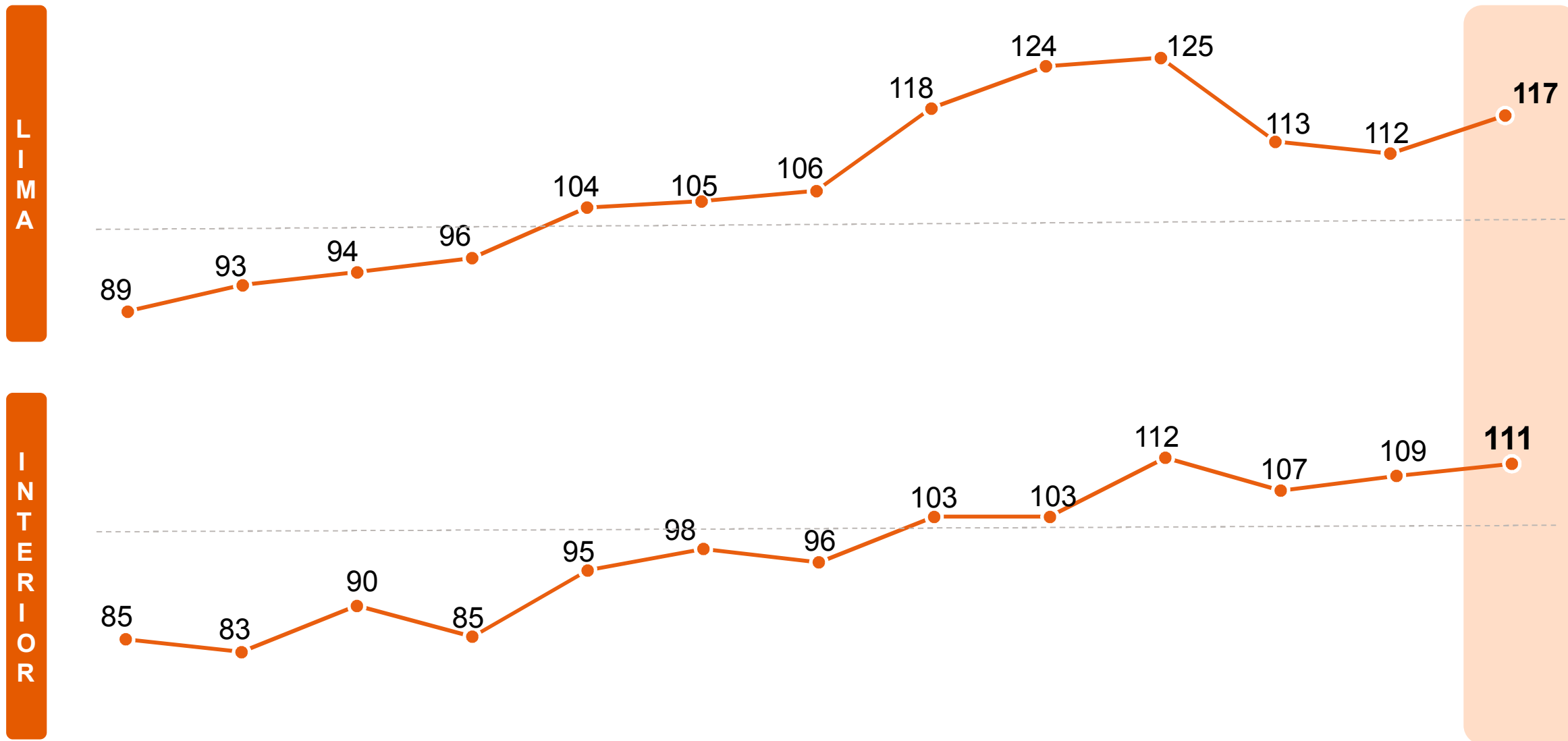
Se mantiene el optimismo, pasa de 110 a 113 puntos.



* 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

Crecimiento del indicador es mayor en Lima, que pasa de 112 a 117.



El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)- Por zonas geográficas

Incremento principal en el norte del país.

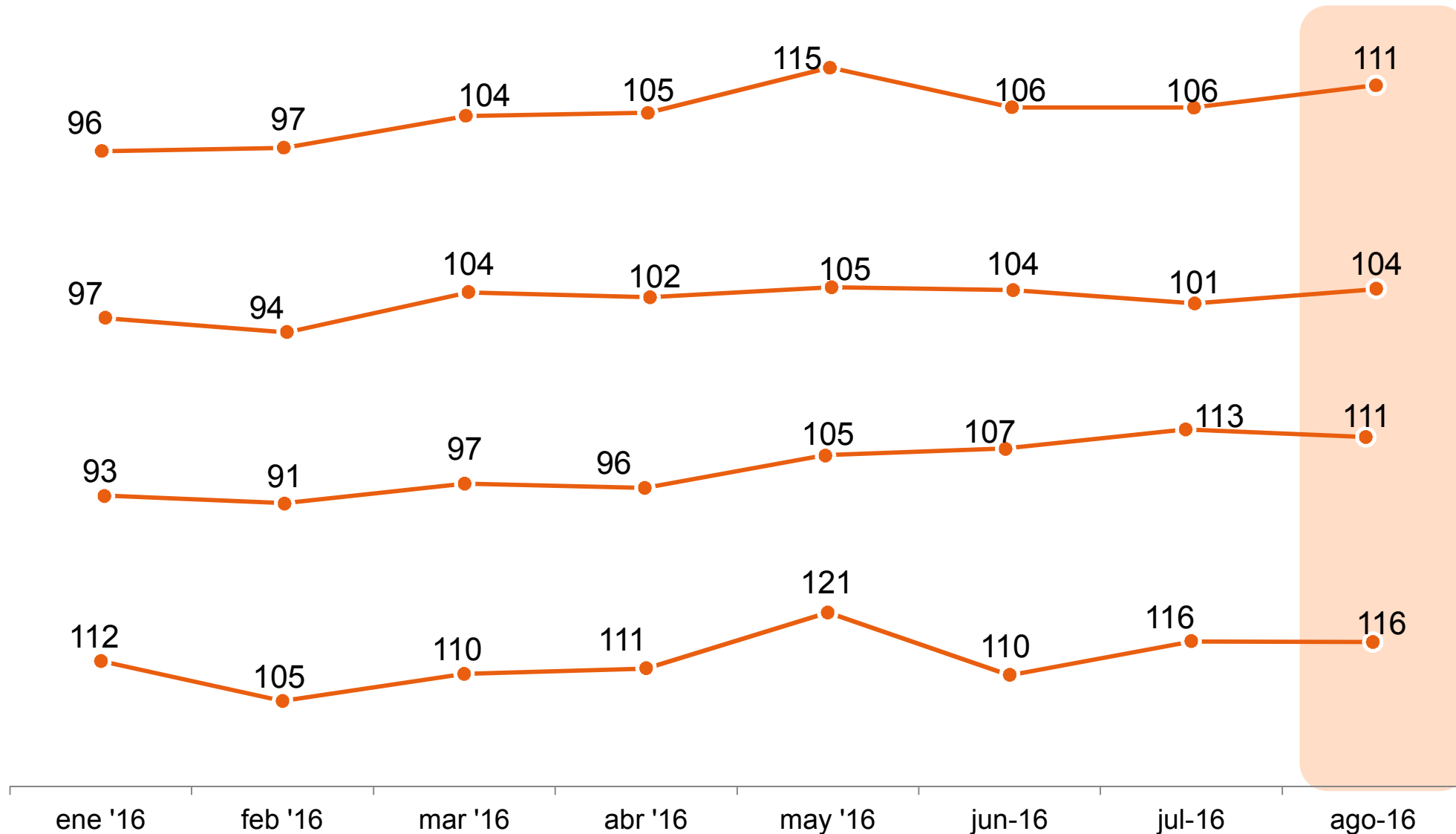


Norte

Centro

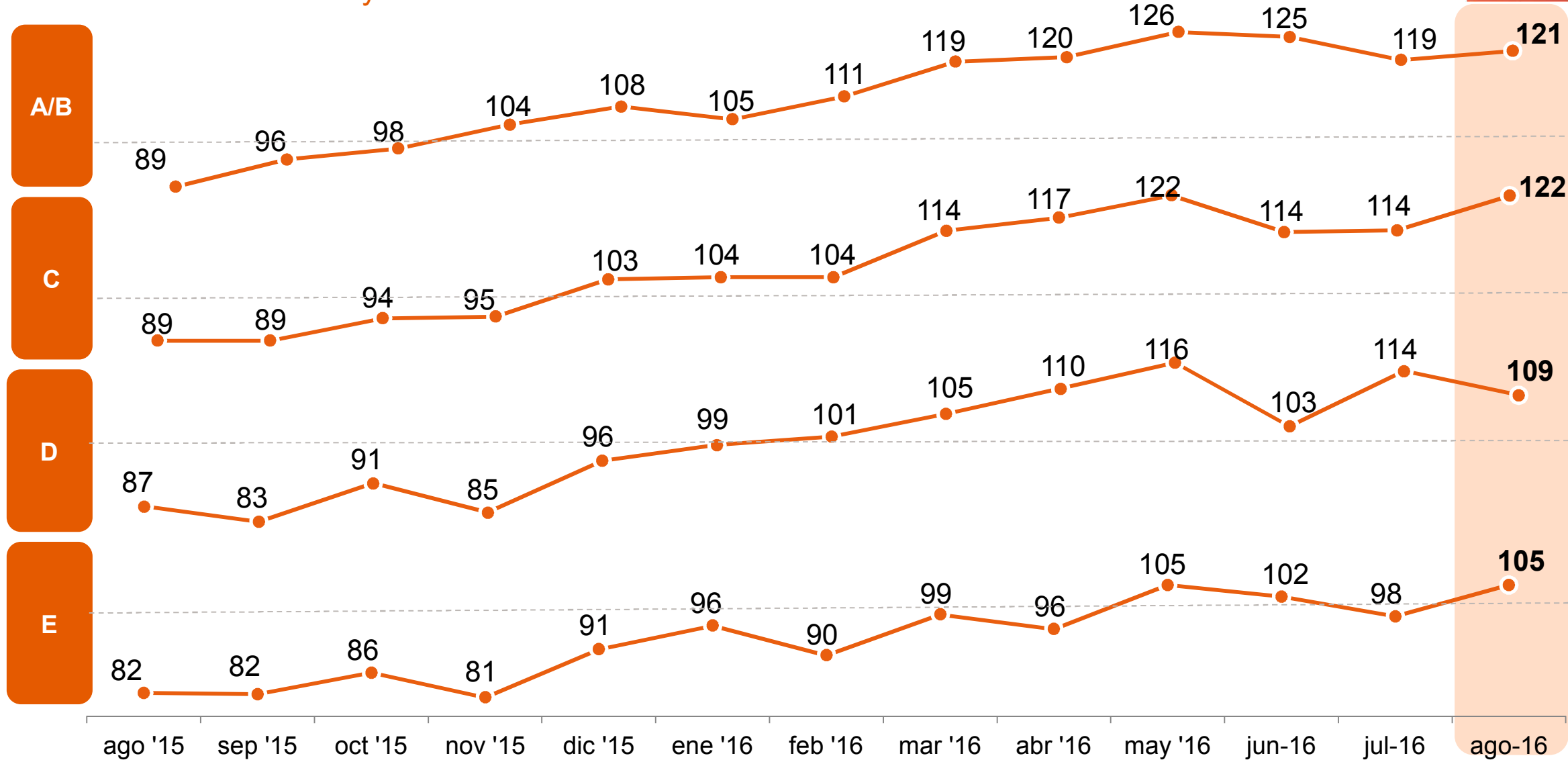
Sur

Oriente



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

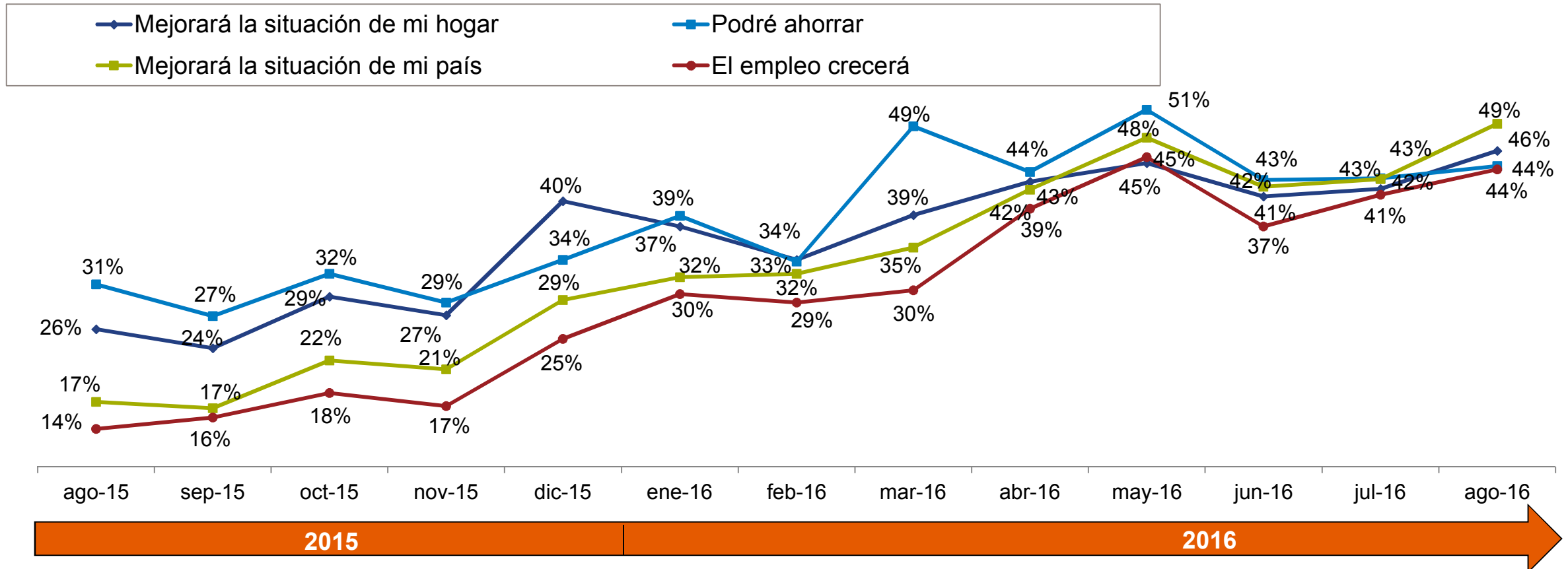
Incrementos en niveles C y E.



El Índice de Confianza del Consumidor (ICC)

Por primera vez el indicador que alude a la mejoría del país es el mejor evaluado.

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 gasto a futuro (por rubros)

Pensando en los próximos 6 meses y en comparación con los últimos 6 meses, ¿diría usted que gastará menos, más o igual en el caso de...? (LEER OPCIONES)

En general, se gastará lo mismo que en meses anteriores, salvo ropa o salidas de fin de semana en donde hay un mayor número de personas que señalan que gastarán menos.



■ Gastará más ■ Gastará igual ■ Gastará menos ■ NS/NP

Alimentación



Transporte



Educación



Salir a la calle/salidas fin de semana



Ropa



GfK | Metodología | Ficha técnica del estudio

1. Objetivo del estudio

Recoger las opiniones sobre el rumbo de la economía personal y del país en personas mayores de 18 a más años con DNI de todos los niveles socioeconómicos, en ámbitos urbano y rural.

2. Universo

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.

3. Muestra

1,231 encuestas distribuidas en los 17 departamentos, 19 provincias y 80 distritos, con un nivel de representatividad de 65%.

4. Margen de error

Los resultados del presente estudio tienen un error máximo estimado de $\pm 2.8\%$ para los resultados a nivel nacional.

5. Nivel de confianza

Los resultados del estudio tienen un nivel de confianza de 95% considerando una varianza máxima en las proporciones poblacionales ($p=q=0.5$).

6. Fecha de campo

Del 20 al 24 de agosto del 2016.