

➤ Enrique Higa/IPC  
LIMA

**E**l psicólogo Hernán Chaparro, gerente general de Conecta Asociados, empresa que realiza estudios de mercado, analiza la percepción de los peruanos sobre la crisis mundial.

**International Press: Un estudio de Conecta Asociados revela que el consumo por el Día de la Madre este año cayó con respecto al del año pasado. Esto evidencia que la crisis se ha sentido, pero ¿qué tan fuerte es?**

**Hernán Chaparro:** Son dos cosas diferentes. Una es la realidad de la crisis y otra es cómo la gente vive la crisis. Por ejemplo, en la época de Fujimori hubo un paquete económico muy duro, donde la gente perdió su poder adquisitivo de un día para otro. Y sin embargo, por el liderazgo que él logró construir en ese momento, la gente decía "estamos jodidos, pero con el Chino vamos a salir adelante". Eso ya después cambió, pero en ese momento era así. A lo que voy es que no hay una relación directa entre la situación económica, vamos a llamarla real, y la percepción que de esa situación se tenga.

**IPC: ¿Por ejemplo?**

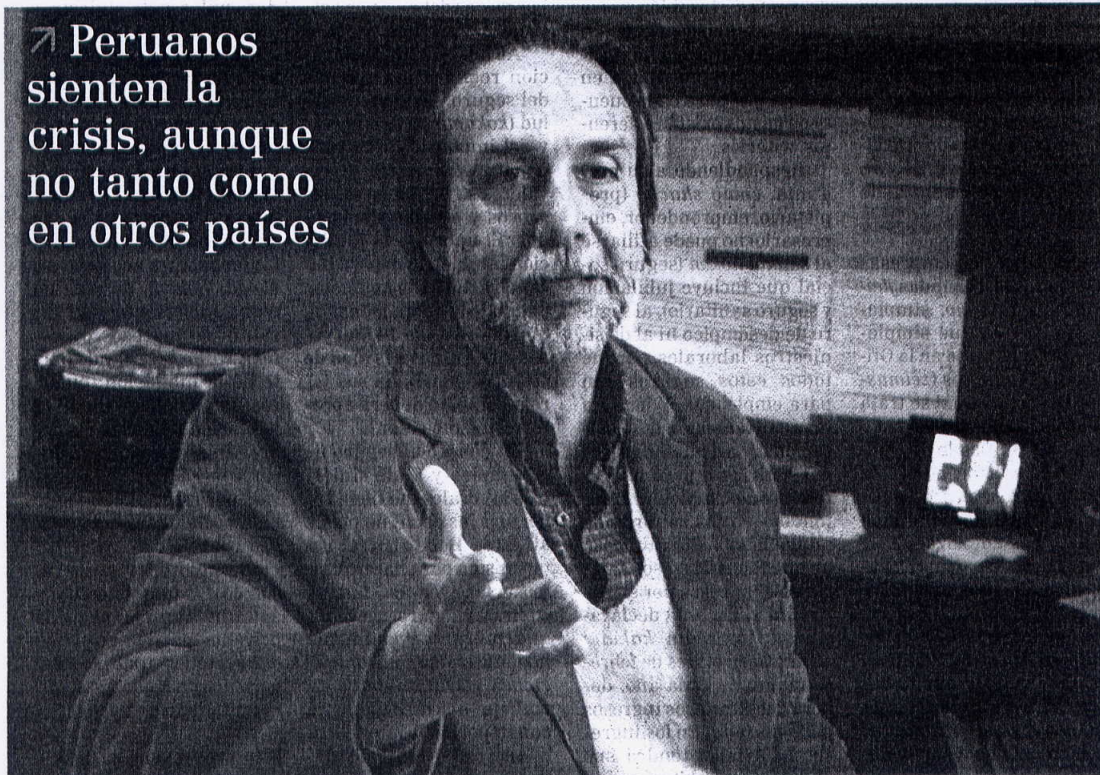
**HC:** En la época de Toledo había crecimientos de entre 3 a 5 por ciento del PBI, y sin embargo, la percepción del crecimiento era prácticamente nula. Eso estaba motivado más por una serie de factores: la desconfianza de la gente hacia la política, que el cambio no era lo suficientemente grande como para percibirlo, etc. Hay situaciones donde se puede tener un buen momento económico y no percibirlo, y percibir que estás mal, y al revés, situaciones en las cuales puede haber un mal momento económico y percibir que hay esperanzas.

**IPC: ¿Esos factores que influyen en la percepción de la gente son estrictamente políticos o más amplios?**

**HC:** No, no, son más amplios. Yo creo que tienen que ver con la percepción del liderazgo del momento, de experiencias pasadas. En este caso la percepción que tiene la gente de la crisis es que sí hay crisis. En esta encuesta que hemos hecho, 85 por ciento de la gente te dice que sí estamos en crisis. Pero fíjate, para la gente, sobre todo en

# “¿Crisis? Las de antes”

➤ Peruanos sienten la crisis, aunque no tanto como en otros países



HERNÁN CHAPARRO AFIRMA QUE HAY PERUANOS QUE NUNCA SE HAN BENEFICIADO DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO.

**“La gran conclusión del estudio es ‘oye, no estamos en el paraíso del crecimiento, pero tampoco estamos en el fin del mundo, como las noticias de países del norte podrían hacer pensar”.**

los sectores C, D, la crisis es “las cosas suben de precio y a mí no me alcanza”: No es “estoy sin trabajo”. Y eso

hace que la gente sea más cauta sobre todo en créditos, tarjetas, compras que impliquen electrodomésticos

mayores, ciertas restricciones y cambios de hábito a nivel de diversión. Pero la gran conclusión del

estudio es “oye, no estamos en el paraíso del crecimiento, pero tampoco estamos en el fin del mundo, como las noticias de países del norte podrían hacer pensar”. La gente ve que sí hay crisis, pero que tampoco es tanto como los medios dicen que es en otras partes del mundo.

## La crisis en cifras

**Encuesta de Conecta Asociados**

**¿En qué aspectos cree Ud. que se percibe la crisis? (Principales menciones)**

- Subida de precios: 76%
- Falta de trabajo: 51%
- Disminución de poder adquisitivo: 19%
- Reducción de salario: 16%

**Los peruanos, de acuerdo con su percepción sobre la crisis, pueden ser divididos en tres grupos:**

- Los positivos: 41%
- Características: La mayoría pertenece al sector A/B y son jóvenes. Tienen una percep-

ción más positiva de la situación: el 22% piensa que no estamos en crisis. Consideran que su situación personal y la del país están mejor o igual que hace seis meses, y que estarán mejor dentro de medio año.

- Las caseras: 34%

Características: Principalmente amas de casa. Predominancia de sector D/E. Tienen una percepción crítica de la situación: 91% piensa que estamos en crisis. Consideran que su situación personal y la del país están peor que hace seis meses y que estarán peor dentro de medio año.

- Los mil oficios: 25%

Características: Principalmente trabajadores independientes. La mayoría de sector D/E. Tienen una percepción crítica de la situación: 91% piensa que estamos en crisis. Consideran que su situación personal y la del país están peor que hace seis meses y que estarán peor dentro de medio año.

**Testimonios:**

- “Los ingresos siguen siendo los mismos, pero no alcanza. Los gastos son más”. (Mujeres C/D)
- “Mi hijo y su esposa perdieron el trabajo a la vez... aho-

ra se la están buscando... uno consiguió, el otro todavía”. (Mujeres B)

- “Se habla de crisis mundial, pero el Perú ha vivido toda su vida en crisis” (Hombres C/D)
- “Después de lo que hemos pasado, creo que esto es suave” (Hombres B)
- “Me siento muy orgulloso de ser peruano porque veo que la gente ve la forma de ganar la vida”. (Hombres C/D)

Ficha técnica: 410 entrevistados.  
Lima, mayo 2009

**IPC:** ¿El hecho de que los peruanos hayamos sufrido crisis económicas terribles, como la de los ochenta, nos han curtido y por eso no le tememos a esta crisis?

**“La gente dice ‘yo era chiquita y hacía con mi mamá la cola para la leche Enci, eso no se ve ahora’. El referente que la gente tiene en su cabeza de crisis son crisis mucho mayores, que son las de los ochenta”.**

**HC:** Claro, la gente dice “crisis las de antes, las de García”, o “yo era chiquita y hacía con mi mamá la cola para la leche Enci, eso no se ve ahora”. Escasez de productos, cosa que tampoco hay ahora. Despidos masivos, que tampoco la gente ve ahora. El referente que la gente tiene en su cabeza de crisis son crisis mucho mayores, que son las de los ochenta. Por otro lado, la gente está acostumbrada en general a vivir en la precariedad, es más, hay mucha gente en los niveles bajos, D, E, que siente que este crecimiento económico nunca les llegó. Hay mucha gente de niveles bajos que... digamos, el colegio del hijo sigue siendo el mismo mal colegio de siempre, si se enferma tiene el mismo mal servicio de salud que ha tenido antes...

**IPC:** Esta crisis les va y les viene.

**HC:** Claro. Hay gente en los niveles bajos que estaba mal o regular, y que sigue estando tan mal o regular como antes. Te diría que quienes más sienten la pegada son la gente de nivel C. Porque el A/B no siente tanto la crisis, el D/E dice “yo siempre he vivido en crisis”. El que estaba más favorecido por el crecimiento económico era la gente de nivel C.

**IPC:** ¿La gente de nivel C es de clase media baja?

**HC:** Es el sector bajo. Es el treinta y tantos por ciento de la población en el país, que es bastante gente y que tiene cierta capacidad de consumo. No mucho de ahorro, pero sí de consumo. Y ese segmento era el que estaba con más plata en el bolsillo, con más capacidad de gasto, y que ahora, con la situación actual, tiende a decir “oye, mejor gasto un poco menos”. Era el que estaba mejorando y que ahora

está diciendo “mejor me tengo que cuidar”.

**IPC:** Hay gente que viene de Japón y se sorprende de que en el Perú los locales estén llenos y de que la gente gaste

como si no hubiera crisis, ¿qué tan confiable es esa percepción?

**HC:** El contraste es cierto, pero la verdad es que sí hay (crisis), hay una serie de indicadores de que el consumo efectivamente está bajando. Lo que pasa es que no ha bajado a la mitad, ha bajado 20 por ciento, y baja 20 por ciento respecto a un crecimiento que había de 30, 40 por ciento. No es un retroceso tan significativo. Hay cosas que cambian, y cambian tan poco que no te das cuenta. Eso es lo que está pasando. Sí hay una disminución, lo que pasa es que es relativamente pequeña. ¿Para quién es más evidente? Para alguien que viene de fuera. Pero el que está acá no lo vive mucho.

**IPC:** Obviamente hay preocupación entre la gente, pero también cierto optimismo. No hay dramatismo, ¿no?

**HC:** No hay dramatismo hasta hoy. Pero esas percepciones pueden cambiar, todo depende de cómo siga la economía. Yo sí estoy preocupado porque el sector privado, como en cualquier crisis, sobrerreaccionó, detuvo una serie de inversiones y recién está comenzando a soltarlas. Pero ese proceso de haber parado y retomado, pero con cautela, se va a sentir a fin de año. Por otro lado el gran responsable reactivador que es el Estado no da señales de avanzar muy rápido. Y buena parte de que a fin de año alcancemos ese 3,5 por ciento de crecimiento calculado va a depender de la capacidad de gestión del Estado. Y eso yo no veo que camine tan bien.

**IPC:** Toda crisis es una oportunidad, ¿qué oportunidades detecta en esta crisis?

**HC:** Los que ya venían haciendo marca, es la oportu-

nidad para fortalecerla. Porque, por ejemplo, así seas precio barato tú puedes hacer marca igual. Algo que hemos escuchado mucho: “Oye, el aceite ha subido mucho, ya no puedo comprar esta marca premium. Ahora voy a comprar la marca más barata”. “¿Qué marca más barata?”. “Tal marca”. “¿Por qué esa marca? Porque hay varias marcas baratas del mismo precio”. “Porque de las baratas esa es en la que yo confío más”. Entonces a las marcas baratas que solo vendían precio, en esta crisis no les va a ir bien, porque la gente va a buscar algo más barato, es cierto, pero que sea confiable. Entonces este balance entre calidad, que finalmente es marca, y precio, va a ser muy importante. Los que ya venían haciendo marca van a cosechar hoy.

**IPC:** ¿Entonces ahora el peruano es más exigente? Porque antes buscaba solo lo más barato, sacrificando calidad.

**HC:** Sí. Tú ves que la gente en los últimos cuatro, cinco años, ha desarrollado unos hábitos que no quiere perder. Gente de nivel bajo, C, que ha comenzado a salir todos los fines de semana a la calle a comerse un pollito (por eso se llenan las pollerías), y que te dice “pucha, ya no puedo salir todos los fines de semana, saldré uno sí otro no”. Pero hace cinco años no salía a ningún lado.

## ◀ GLOSARIO ▶

**Poder adquisitivo** 購買力 (*kobai-ryoku*). **Situación económica** 経済状況 (*keizai jōkyō*). **Crecimientos** 経済成長 (*keizai seicho*). **Percepción** 認識 (*ninshiki*). **Electrodomésticos** 電化製品 (*denka seihin*). **Cambios de hábito** 習慣の変化 (*shukan no henka*). **Escasez de productos** 商品の不足 (*shohin no fusoku*). **Precariedad** 不安定さ (*fuanteisa*). **Significativo** 意義のある (*igi-no-aru*). **Dramatismo** 劇的性格 (*gekiteki seikaku*). **Capacidad de gestión** 管理能力 (*kanri noryoku*). **Confiable** 信頼できる (*shinrai dekiru*). **Calidad** 品質 (*hinshitsu*).

opine sobre este artículo envíe su comentario o críticas a: [miopinion@ipcworld.com.jp](mailto:miopinion@ipcworld.com.jp)



## Mujeres como Abencia y Alicia

Prendo el televisor para ver a Jaime Bayly, se anuncia la presencia de Kina Malpartida. Pero, oh no, aparece Abencia Meza. ¡Otra vez! ¿Tú también Jaime? Dos días antes, Abencia había salido donde Beto Ortiz y Aldo Miyashiro, quienes le dedicaron todo su programa. Abencia hasta en la sopa. Oye, me dirá alguien, pero Michael Jackson también sale hasta en la sopa. ¡Pero es Michael Jackson! OK Abencia, eres la viuda más famosa del Perú, pero cánsate un poquito pues, no figurettes tanto. Ya, ya, sé que me estoy poniendo faltoso, sorry, pero creo que Abencia debería llevar su luto discretamente, en silencio, sin darle de comer a los medios. Aún no se sabe quién asesinó a Alicia Delgado, pero no creo que tarde mucho en conocerse su identidad, a ver si así Abencia deja de llamar sospechoso a medio mundo, que el arpista nose cuantitos, que su seguridad, que su hermana (hasta sospecha de la hermana de Alicia), etc., y por el lado de la familia de Alicia también, que la Abencia la tenía amenazada, que el tío de ella también la amenazó, etc. Nunca un crimen tuvo tantos probables asesinos. Eso sí, yo creo que Abencia realmente amaba a Alicia, pero qué pena que ésta (seguramente por miedo a salir del closet) nunca lo dijera ni demostrara públicamente, aunque bien que salía en la tele con Abencia (claro, eso vende). O quizá lo hacía para jugar con la ambigüedad, estamos y no estamos, rómpete la cabeza, tú qué crees peruano moribundo: ¿somos lesbis o no lo somos? Ahora, debo decir que la música de Alicia y Abencia (y la de Dina Páucar y Sonia Morales) no me mueve ni un pelo, pero algo sí reconozco en todas ellas: son mujeres valerosas y emprendedoras que se hicieron de abajo, triunfaron a purito músculo y corazón, emigraron de pueblitos pobres de la sierra a Lima donde fueron empleadas domésticas o meseras, sufrieron maltrato y racismo, pero se sobrepusieron a todo para tocar el cielo con su música, son símbolos de un Perú emergente y recontra pilas. Me quito el sombrero. Ya para acabar, no recordemos a Alicia por sus patéticos escandalillos, sus líos de alcoba con Abencia, sino por su lucha contra la pobreza, contra un destino que le tenía reservado una existencia mísera y sin esperanza. Mujeres como ellas hacen el Perú, no los políticos de cloaca.

## EL RADAR

Kina visitó a Alan



Tras retener su título mundial, Kina Malpartida fue a visitar al presidente Alan García, a quien obsequió un guante autografiado. Felizmente Alan no es Halana dos Santos, si no le caía golpe.