



PULSO CIUDADANO

Enero 2026 / 09 al 20 de enero de 2026

San Valentín



ANTECEDENTES

 PULSO CIUDADANO
DE ACTIVA

Antecedentes

- **Activa**, con el interés de hacer un aporte a la discusión en temas de Opinión Pública, ha decidido lanzar Pulso Ciudadano, un estudio de opinión. Utiliza una metodología de entrevistas online por medio de un **Panel Online** representativo a nivel nacional.
- La muestra recogida **del 09 al 20 de enero 2026** es de **803** casos con cobertura nacional.
- Los temas estudiados son:
 - Percepción de la situación económica del país.
 - Evaluación presidente y del gobierno.
 - Principales problemas del país.
 - Ingreso mínimo necesario.
 - Infidelidad.
 - San Valentín.



METODOLOGÍA

 **PULSO CIUDADANO**
DE ACTIVA

Metodología

Diseño de Investigación	Estudio cuantitativo, sobre la base de entrevistas online a través de un panel representativo con cobertura nacional.
Población en estudio	Público en general, hombres y mujeres mayores de 18 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos ABCD, y residentes de todas las provincias del país
Diseño muestral	<p>Diseño No probabilístico. Se realizó un total de 803 entrevistas estratificadas proporcionalmente por las variables de Edad, GSE, Zona y Género.</p> <p>Con el objetivo de proyectar resultados poblacionales, la muestra fue ponderada de acuerdo al peso real de cada segmento: Edad, Zona, GSE, Género.</p> <p>El margen de Error Muestral para el total de la muestra es de un +/- 3.4%, bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.</p>
Selección muestral	<p>Selección en base a un panel online con una tasa de respuesta del 12%.</p> <p>El panel utilizado corresponde a la empresa OpinandoOnline www.opinandoonline.com. Panel en proceso de certificación Norma ISO 26.362</p>
Instrumento de medición	Cuestionario de 9 minutos de duración promedio.
Fecha de campo	Realizado del 09 al 20 de enero del 2026
Desarrollado por	Este estudio ha sido elaborado en su totalidad por Activa.
Financiamiento	Estudio financiado en un 100% por Activa.

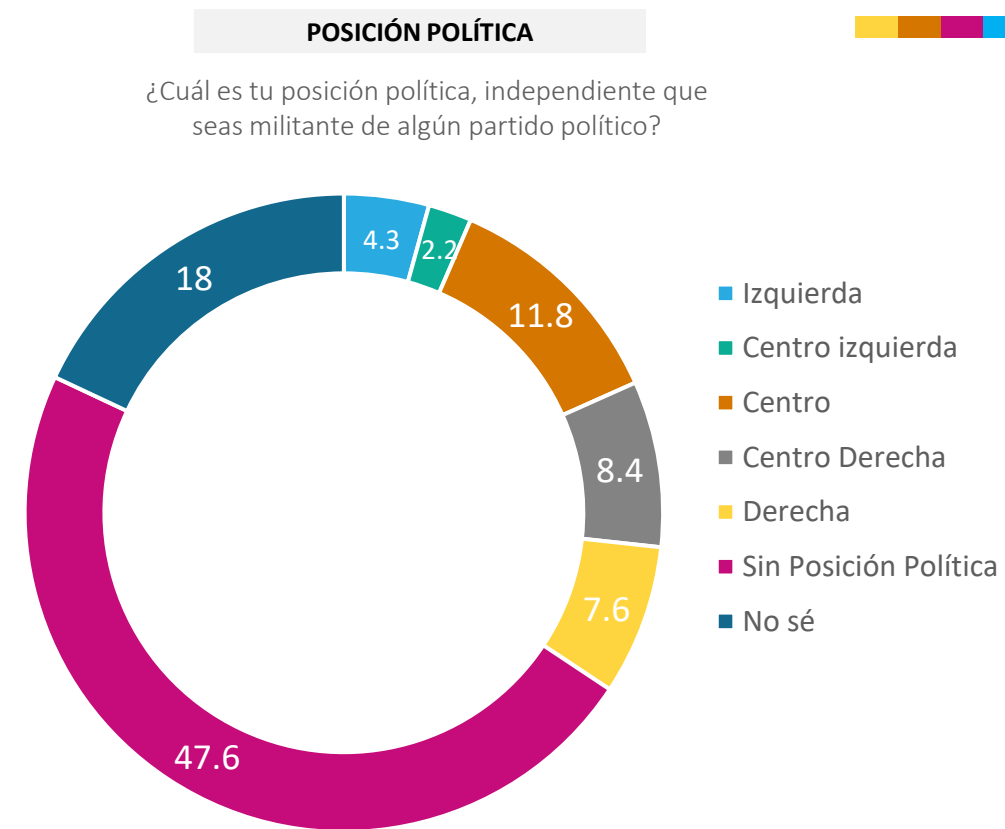
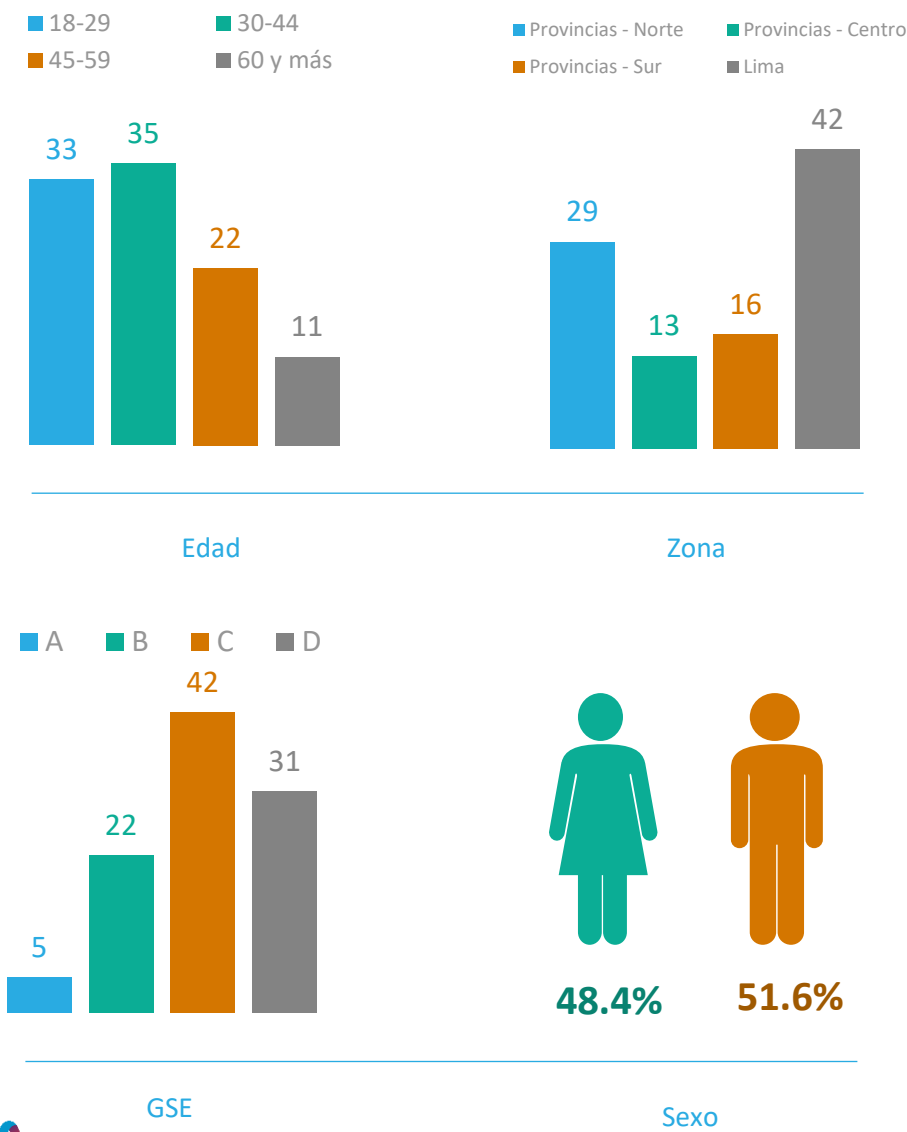
Tamaño y segmentación muestral

Variable	Segmentos	Tamaño Muestral	Error Muestral Máximo(*)
GSE	A	41	8%*
	B	174	5.4%*
	C	337	6.2%*
	D	250	10.3%*
EDAD	18 – 29	262	6.3%*
	31 – 44	280	5.6%*
	45 - 59	172	7%*
	60 y más	89	11.4%*
GÉNERO	Hombre	414	4.9%*
	Mujer	389	4.8%*
ZONA	Provincias	468	4.4%*
	Lima	335	5.1%*
Total		803	3.4%*

- Para proyectar resultados poblacionales, cada segmento fue ponderado por su peso real en la población.
- Las variables de ponderación son a nivel de: edad, género, zona y GSE.

(*) Error muestral calculado bajo supuesto de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima del estimador proporcional.

Perfil de ponderación



ACTIVA



San Valentín



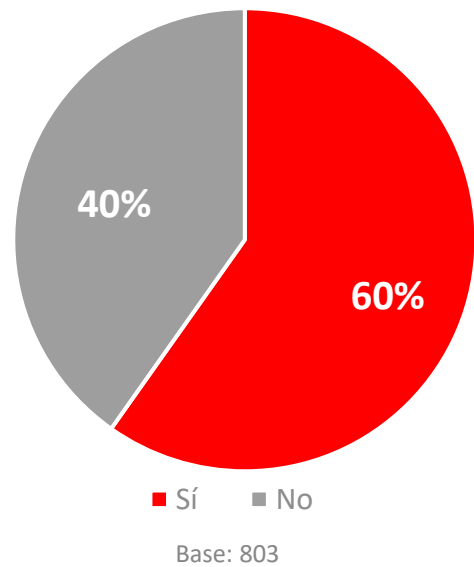
PULSO
CIUDADANO

Pareja sentimental

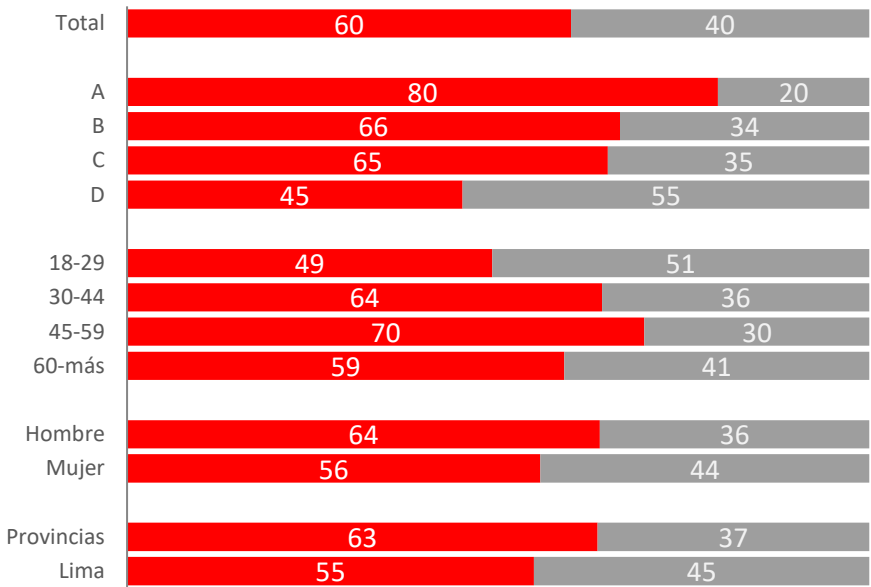
- ¿Actualmente tienes una pareja sentimental (enamorada, novio/a, esposo/a, pareja)?

En Perú, **6 de cada 10 personas tienen pareja sentimental actualmente**, lo que confirma una base amplia de vínculos activos en la población. La **tenencia de pareja es más alta en NSE A (80%) y en edades 45–59 (70%)**, mientras que cae con fuerza en NSE D (45%) y en 18–29 (49%), reflejando diferencias por etapa de vida y condiciones sociales.

¿Tienes pareja sentimental?



APERTURA POR SEGMENTOS

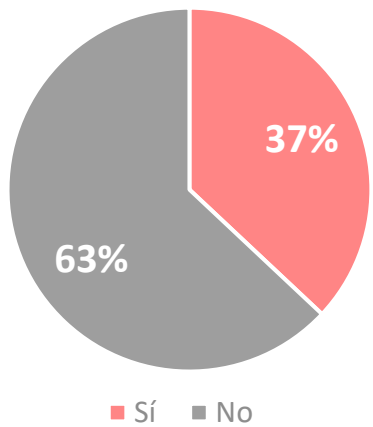


Gastos en San Valentín

- El día de San Valentín es una celebración dedicada al amor y la amistad el 14 de febrero. Pensando en ello, ¿tienes planeado celebrarlo este año?
- Pensando en San Valentín, ¿cuánto piensas gastar en total en celebraciones y/o detalles (regalos, salida, etc.)?

El **37% de peruanos planea celebrar San Valentín**, mostrando una celebración relevante pero no masiva. Entre quienes sí celebran, **el gasto promedio estimado es S/ 277**, con **mayor intensidad en NSE A** (S/ 378) **y en mayores de 60 años** (S/ 374). Además, el gasto tiende a ser **más alto en mujeres** (S/ 318) **y en Lima** (S/ 325), lo que sugiere **focos claros para campañas y ofertas segmentadas**.

¿Celebrarás San Valentín?



Base: 803

APERTURA POR SEGMENTOS

NSE

A	B	C	D
S/ 378	S/ 309	S/ 309	S/ 95

EDAD

18-29	30-44	45-59	60 a más
S/ 320	S/ 221	S/ 272	S/ 374

SEXO

Hombre	Mujer
S/ 242	S/ 318

ZONA

LIMA	PROV
S/ 325	S/ 242

El gasto promedio en celebraciones y/o detalles (regalos, salidas, etc.) es de **S/ 277**.



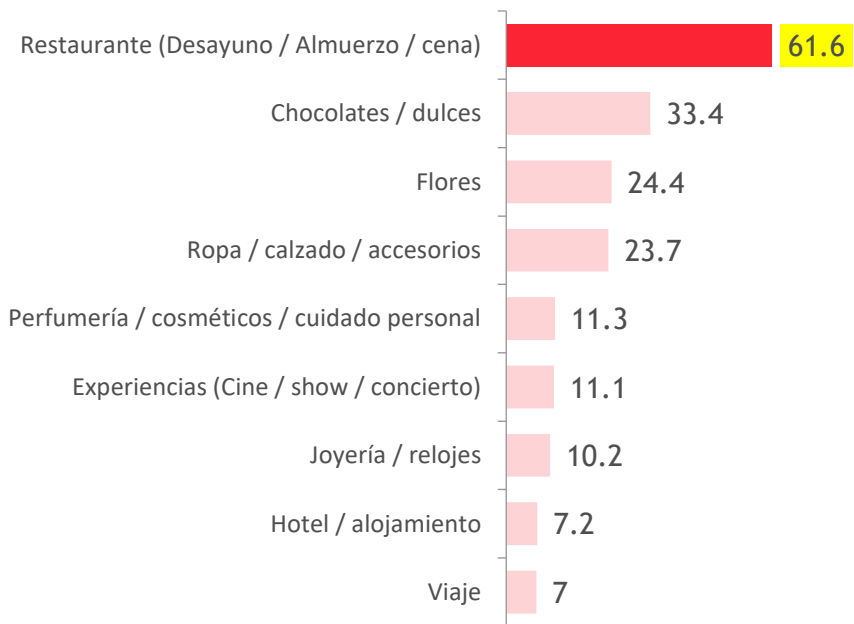
¿En qué piensas gastar para San Valentín?

- ¿En qué piensas gastar para San Valentín?



El **gasto de San Valentín se concentra principalmente en salidas a restaurante** (62%), muy marcado en NSE A (75%), 30–44 años (72%) y Lima (69%), confirmando que la **celebración se vive más como “experiencia” que como regalo**. En segundo lugar **aparecen chocolates/dulces** (33%), con mayor peso en NSE B (38%) y en mayores de 60 (54%), lo que sugiere oportunidad para combos/complementos asociados a consumo en casa o detalle rápido. Los **regalos tradicionales quedan después: flores** (24%) y **ropa/accesorios** (24%), con picos específicos (flores en 18–29 y Lima, ropa en NSE A y jóvenes), lo que abre espacio para ofertas segmentadas por perfil y zona.

DESTINO DEL GASTO POR SAN VALENTÍN



APERTURA POR SEGMENTOS

	A	B	C	D	18-29	30-44	45-59	60 a más	Hombre	Mujer	Prov	Lima
Restaurante (Desayuno / Almuerzo / cena)	75	65	59	58	53	72	63	47	66	57	56	69
Chocolates / dulces	33	38	31	34	28	27	43	54	33	35	33	35
Flores	24	27	21	28	35	29	7	10	34	13	17	35
Ropa / calzado / accesorios	46	29	20	16	38	21	13	8	23	24	21	28
Perfumería / cosméticos / cuidado personal	30	23	6		11	9	12	20	9	15	10	13
Experiencias (Cine / show / concierto)	18	13	13		11	13	12	1	10	13	11	11
Joyería / relojes	29	6	13		13	9	11	1	11	9	10	11
Hotel / alojamiento	21	9	6		12	4	4	13	11	3	3	14
Viaje	11	10	7		11	8	3	2	7	7	5	10

Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la base que recibirán gratificación (N: 292 EM: +/- 3.4%)

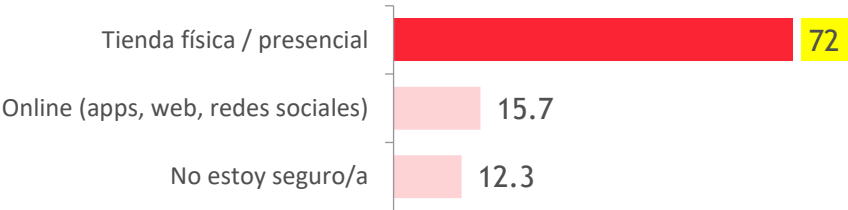
Preferencias para comprar/pagar

- ¿De qué forma prefieres realizar las compras principalmente para San Valentín?
- ¿Cómo prefieres pagar principalmente por las compras para San Valentín?

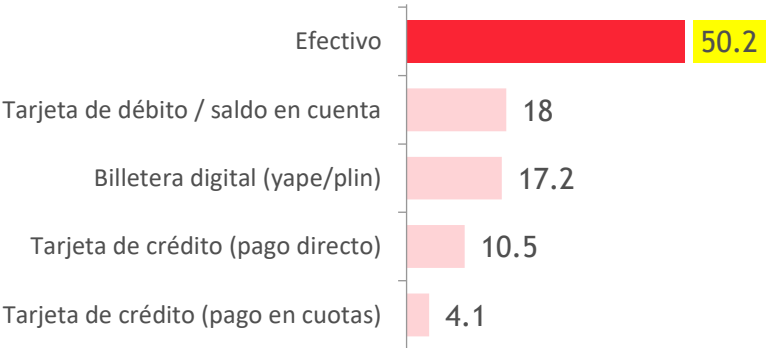
La **compra de San Valentín sigue siendo principalmente presencial**: 72% prefiere tienda física, con mayor fuerza en NSE C (81%), jóvenes 18–29 (77%) y mujeres (75%); el **online queda reducido** (16%) **y aparece más en NSE A/B**. En pago, **predomina el efectivo** (50%), especialmente en NSE C/D (61%–65%) y provincias (55%), mostrando una celebración aún muy “cash-driven”. Los **pagos digitales se reparten entre débito/saldo** (18%) **y billetera digital** (17%), **con mayor tracción en NSE A y Lima**, lo que abre oportunidad para promos/beneficios que aceleren el uso de medios electrónicos en puntos físicos.

APERTURA POR SEGMENTOS

PREFERENCIA EN FORMAS DE COMPRAR



PREFERENCIA EN FORMAS DE PAGAR



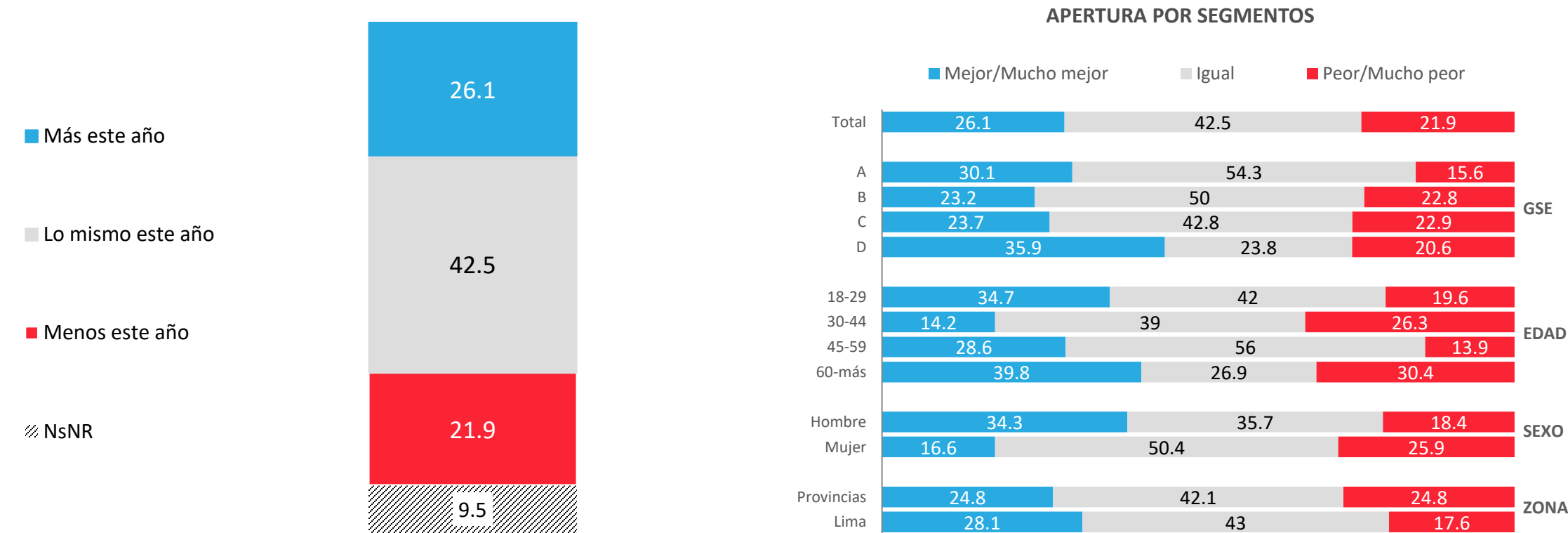
A	B	C	D	18-29	30-44	45-59	60 a más	Hombre	Mujer	Prov	Lima
66	66	81	60	77	74	58	76	69	75	72	72
32	28	12		17	12	18	21	15	17	17	13
2	6	8	40	5	14	24	3	16	8	10	15

	A	B	C	D	18-29	30-44	45-59	60 a más	Hombre	Mujer	Prov	Lima
	23	32	61	65	49	55	45	48	51	49	55	43
	36	26	11	16	27	14	12	16	17	19	13	25
	19	28	17		16	23	12	10	17	18	16	20
	20	12	12		7	7	15	25	8	13	11	10
	4	2		20	0	1	17	1	7	1	6	2

Comparación con año anterior: Gastos en San Valentín

- Comparando con el año pasado, tu gasto en San Valentín será...

El **gasto para San Valentín se mantiene bastante estable vs. el año pasado: 43% gastará lo mismo**, mientras que 26% gastará más y 22% menos (Ns/NR 10%). La **intención de gastar más se concentra especialmente en NSE D (36%), mayores de 60 (40%) y hombres (34%)**, con ligera mayor intensidad en Lima (28%). En contraste, la **intención de gastar menos es más visible en 30-44 años (26%) y mujeres (26%)**, sugiriendo un escenario mixto donde conviven impulso de gasto en nichos específicos con mayor cautela en otros.



Datos expresados en porcentajes (%). Sobre la Base del Total Entrevistas (N: 292 EM: +/- 3.4%)



PULSO CIUDADANO

Enero 2026 / 09 al 20 de enero de 2026

Percepción Contexto Económico / Evaluación de Gobierno /
Problemas país / Ingreso mínimo necesario / Infidelidad / San
Valentín