



IPeCo Mayo 2013: Leve retroceso en la confianza de los consumidores debido a desaceleración económica

Cuadro 1
Índice de Percepción de Consumidores
(Base Dic.2001=100)

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
may-12	129.7	179.9	111.7
jun-12	135.4	179.5	119.6
jul-12	126.6	183.7	106.2
ago-12	131.4	187.0	111.4
sep-12	134.3	189.0	114.7
oct-12	140.3	200.4	118.7
nov-12	132.8	192.1	111.6
dic-12	125.4	179.1	106.2
ene-13	142.9	206.2	120.2
feb-13	139.5	193.6	120.2
mar-13	138.1	196.7	117.1
abr-13	139.5	195.5	119.4
may-13	135.9	189.5	116.8
var. m/m	- 3.5	- 6.0	- 2.7
var. a/a	6.3	9.6	5.1

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

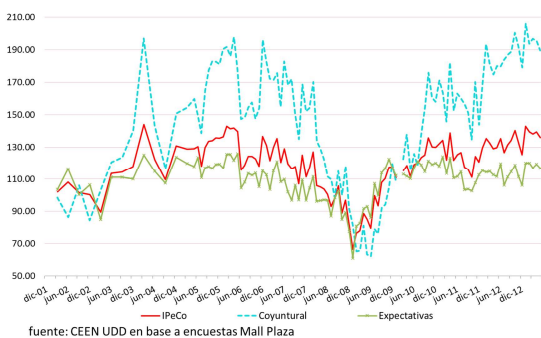
El **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**¹ que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza², retrocedió 3,5 puntos en mayo, alcanzando los 135,9 puntos. A pesar de esta disminución, la confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista por quinto mes consecutivo. El índice coyuntural tuvo un retroceso de 6 puntos -llegando a los 189,5 puntos-, mientras que el índice de expectativas cayó 2,7 puntos hasta los 116,8.

La caída marginal en el IPeCo es reflejo de la estabilidad que hasta ahora muestra nuestra economía, pese a que su crecimiento ha sido menor a lo esperado. El IMACEC de 4,4% en abril disminuyó las expectativas de crecimiento para el año 2013, que sería menor al 5%. Además, la variación del IPC fue nula en mayo y el desempleo aumentó marginalmente a 6,4% en el trimestre febrero-abril. Esto se suma a la opinión de varias autoridades que dan cuenta del comienzo de una desaceleración. Con todos estos antecedentes, se espera un gradual retroceso en la confianza de los consumidores en los próximos meses.

En regiones, el índice de percepción de los consumidores retrocedió en Antofagasta y en la Región Metropolitana, mientras que se mantuvo en el Biobío.

Por estrato socioeconómico, la confianza de los consumidores retrocedió a un nivel levemente optimista en el estrato ABC1, mientras que en el resto se mantuvo en un nivel optimista (estratos C2, C3 y E) y levemente optimista (estrato D).

Gráfico 1
Índice de Percepción de Consumidores
(Base Dic. 2001=100)



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

¹ Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

² La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 11 y 12 de mayo de 2013, en diez de los doce centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 492 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (14%), C2 (42,6%), C3 (25,5%), D (15,6%) y E (2,3%).

Gráfico 2
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual

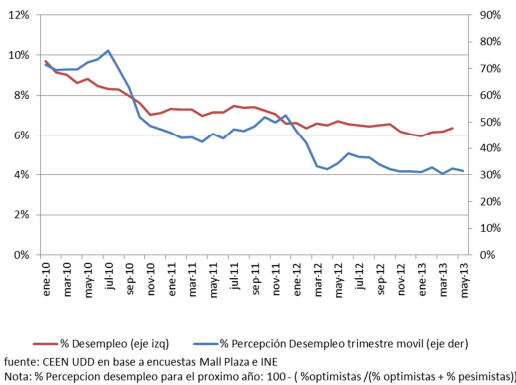
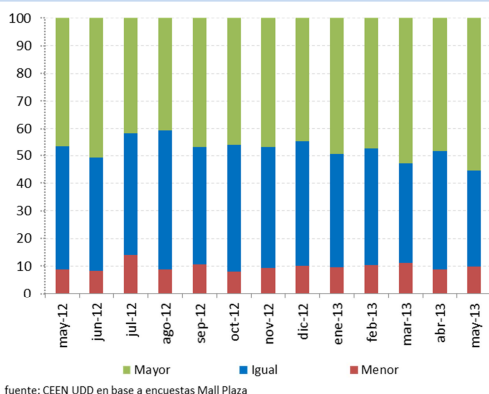


Gráfico 3
Percepción de los Ingresos Futuros
(% de respuestas)
base Dic2001=100



La percepción de la actualidad se mantuvo por cuarto mes consecutivo en un nivel optimista

La percepción de la **actualidad** se mantuvo en un nivel optimista por cuarto mes consecutivo, pese a una disminución de 6 puntos del índice coyuntural. Esta disminución del índice coyuntural fue resultado de más consumidores pesimistas y menos optimistas respecto tanto de la situación económica como del desempleo actual.

Los consumidores declararon un retroceso marginal de su visión de la **situación económica actual**, luego de un leve aumento de los pesimistas (1,7 p.p) y disminución de los optimistas (0,7 p.p.), con lo que llegaron a representar aproximadamente el 44% y 13% del total respectivamente. Sin embargo, en una comparación anual, esta visión fue levemente más positiva, ya que en igual mes del año anterior la confianza se encontraba en un nivel moderadamente favorable, con menos pesimistas y más optimistas que en mayo de 2012.

Los consumidores también declararon en el mes un retroceso de su visión de la evolución del **desempleo actual**, ya que aumentaron los pesimistas y disminuyeron los optimistas en 1,3 y -0,8 p.p. respectivamente. En doce meses, esta percepción fue moderadamente más positiva, manteniendo una elevada correspondencia con la tasa agregada de desempleo (gráfico 2).

Las expectativas se mantuvieron por quinto mes consecutivo en un nivel moderadamente optimista

Las **expectativas** de los consumidores se mantuvieron en un nivel moderadamente optimista por quinto mes consecutivo, aun cuando retrocedieron marginalmente 2,7 puntos. Este leve retroceso se debió principalmente a un significativamente menor optimismo en la evolución del desempleo futuro, solo compensado parcialmente por un mayor optimismo en la evolución de la situación económica futura.

La visión de los consumidores sobre el **desempleo futuro** retrocedió a un nivel moderadamente optimista, como resultado principalmente de un menor número de optimistas, que en abril representaban el 46% y en mayo solamente el 37% del total, aproximadamente. La visión sobre la **situación económica futura** se mantuvo en niveles moderadamente optimistas, a pesar de un leve aumento de los optimistas y disminución de los pesimistas, que en mayo representaron aproximadamente el 58% y 8% del total, respectivamente. Por último, la visión sobre los **ingresos futuros** se mantuvo en un

nivel levemente optimista, lo que fue producto de un aumento del número de pesimistas mayor que el de optimistas.

La confianza de los consumidores retrocedió en el estrato ABC1, manteniéndose en los demás.

En mayo, la confianza de los consumidores en el estrato **ABC1**³, retrocedió tanto en la percepción de la actualidad como de las expectativas, excepto en la situación económica futura en que los optimistas aumentaron 6,7 p.p.

En el estrato **C2**, la confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista por quinto mes consecutivo, aunque con una leve mejora en la percepción de la actualidad y un leve retroceso en las expectativas. El mayor retroceso se registró en la visión de los ingresos futuros, donde los pesimistas aumentaron de 4% a 7% del total, aproximadamente.

La confianza de los consumidores en el **estrato C3** se mantuvo optimista, aunque con cambios contrapuestos. Declararon leves mejoras de la visión de la situación económica futura e ingresos futuros, y una significativa disminución de los optimistas en la visión del desempleo futuro, desde un 47% a 36 % del total, aproximadamente.

En el **estrato D**, la confianza de los consumidores se mantuvo levemente optimista, registrándose cambios marginales en algunas visiones. Entre éstos, destacan la mejora de la visión sobre los ingresos futuros, debido a un aumento de los optimistas (6 p.p.) y una disminución de los pesimistas (7 p.p.). También destaca el retroceso de la visión sobre el desempleo futuro, debido a una disminución de los optimistas de 6,5 p.p. y un aumento de los pesimistas de 7,3 p.p.

Finalmente, al igual que el C2 y C3, el **estrato E** se mantuvo en un nivel optimista en una comparación histórica, pese a un aumento marginal tanto en el índice coyuntural como el de expectativas.

Cuadro 2
Variables de coyuntura y expectativas por estrato
(% de respuestas)

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Peor	Mejor	Menor	Mayor	Menor	Mayor
		ABC1	hace un año	4.0	54.0	14.0	44.0	4.1	63.3	16.3	46.9
	hace un mes	4.2	62.5	8.5	49.3	1.4	63.9	9.7	50.0	2.8	70.4
	actual	8.8	51.5	20.6	39.7	1.5	70.6	16.2	30.9	5.9	69.1
C2	hace un año	10.9	35.2	21.9	41.4	7.8	48.4	20.3	39.8	7.8	51.6
	hace un mes	8.0	43.3	22.5	36.9	7.0	57.2	14.4	46.5	3.8	47.8
	actual	5.4	46.8	19.5	41.5	6.4	58.8	14.3	44.8	6.8	60.0
C3	hace un año	12.9	29.7	18.0	36.0	8.9	53.5	20.8	25.7	9.9	43.6
	hace un mes	11.5	42.7	17.7	44.8	9.4	46.9	17.7	46.9	9.5	45.3
	actual	16.1	41.9	17.7	41.9	7.3	54.8	16.1	35.5	9.7	53.2
D	hace un año	24.5	9.4	30.2	24.5	17.3	23.1	18.9	28.3	13.2	20.8
	hace un mes	28.1	28.1	31.0	31.0	15.5	43.1	20.7	34.5	29.3	29.3
	actual	28.9	32.9	30.3	32.9	18.4	47.4	28.0	28.0	22.4	35.5
E	hace un año	37.5	12.5	12.5	37.5	50.0	25.0	37.5	62.5	37.5	37.5
	hace un mes	25.0	41.7	25.0	41.7	16.7	58.3	8.3	33.3	16.7	41.7
	actual	27.3	45.5	18.2	45.5	9.1	63.6	27.3	45.5	9.1	45.5
Total	hace un año	13.2	31.7	20.6	37.6	10.0	47.8	20.0	35.6	8.8	46.3
	hace un mes	11.2	44.7	20.0	40.5	8.1	53.8	14.8	45.5	8.9	48.4
	actual	12.9	44.0	21.3	39.7	7.8	57.8	17.5	37.4	9.8	55.4

Nota: en rojo aquellos resultados que son desfavorables al comparar con los resultados de hace un mes
Fuente: CEEN, en base a encuestas mall plaza

³ Cabe señalar que los niveles históricos de las percepciones de los consumidores son específicos para cada estrato socioeconómico, por lo que un nivel de neutralidad para un estrato no se puede comparar con el de otro.

Cuadro 3
Variables de coyuntura y expectativas por región
(% de respuestas)

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
RM	hace un año	12.4	32.3	18.1	41.6
	hace un mes	8.7	45.9	10.6	58.5
	actual	12.7	38.2	13.1	52.2
BIO BIO	hace un año	20.0	32.3	36.9	16.9
	hace un mes	16.9	35.4	40.0	17.7
	actual	14.6	40.8	32.3	19.2
COQUIMBO	hace un año	12.9	12.9	16.7	40.0
	hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d
ANTOFAGASTA	hace un año	0.0	52.6	0.0	57.9
	hace un mes	8.5	56.1	13.3	28.9
	actual	11.1	61.1	26.9	35.2

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	8.9	47.3	23.6	34.2	5.8	49.6
	hace un mes	9.6	54.1	12.4	54.1	3.7	48.6
	actual	6.8	58.6	13.3	44.6	6.8	56.6
BIO BIO	hace un año	7.7	56.9	12.3	38.5	18.5	41.5
	hace un mes	9.2	48.5	13.8	40.0	16.3	51.9
	actual	13.2	45.7	18.6	35.7	17.7	50.0
COQUIMBO	hace un año	25.8	22.6	12.9	29.0	12.9	29.0
	hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
ANTOFAGASTA	hace un año	5.3	63.2	15.8	52.6	5.3	52.6
	hace un mes	2.4	61.4	22.9	31.3	10.8	42.2
	actual	3.7	70.4	25.9	23.1	7.4	59.3

Nota: en rojo aquellos resultados que son desfavorables al comparar con los resultados de hace un mes
Fuente: CEEN, en base a encuestas mall plaza

La confianza empeoró en Antofagasta y en la región Metropolitana, mientras que se mantuvo en el Biobío

La confianza de los consumidores en la **región Metropolitana** retrocedió en mayo, luego de encontrarse en un nivel muy optimista el mes de abril. Lo anterior debido a retrocesos en casi todas las visiones, excepto la del desempleo futuro en que los optimistas aumentaron 4,4 p.p. y los pesimistas retrocedieron 2,9 p.p.

Por otra parte, la confianza de los consumidores en la **región del Biobío** se mantuvo en un nivel levemente optimista por tercer mes consecutivo. Los resultados fueron mixtos, ya que por ejemplo los optimistas aumentaron 2,9 p.p. en la visión sobre la situación económica actual, pero retrocedieron 3,9 p.p. en la visión del desempleo actual, dejando prácticamente constante el índice de la región.

Finalmente, la confianza de los consumidores en **Antofagasta** disminuyó desde un nivel levemente optimista hasta un nivel neutral. Este resultado se debió principalmente a disminuciones en cuatro de las cinco percepciones, destacando el aumento de los pesimistas en la visión del desempleo actual, que aumentaron de 13% a 27% aproximadamente.

Cristián Echeverría V., Director CEEN
(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl
Stephanie Alfaro, Investigadora Principal
(02) 327.9824 | salfaro@udd.cl
Francisca Olivares, Investigadora
francisca.olivares.a@gmail.com
<http://negocios.udd.cl/ceen>