



**IPeCo Abril 2013: Confianza de los consumidores se mantiene optimista por cuarto mes consecutivo**

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
abr-12	129,0	174,8	112,7
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
var. m/m	1,4	- 1,2	2,3

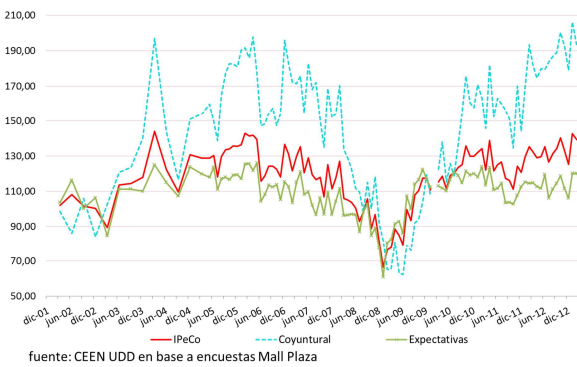
El **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**<sup>1</sup> que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza<sup>2</sup>, avanzó marginalmente 1,4 puntos en abril, alcanzando los 139,5 puntos. Con esto, la percepción de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista por cuarto mes consecutivo. El subíndice coyuntural tuvo un leve retroceso de 1,2 puntos -llegando a los 195,5 puntos-, mientras que el subíndice de expectativas avanzó levemente 2,3 puntos hasta los 119,4.

La escasa variación en la percepción de los consumidores es reflejo de la estabilidad que hasta ahora muestra nuestra economía, pese a que su crecimiento ha sido menor a lo esperado, con un IMACEC de 3,1% en marzo. Además, la variación del IPC fue de -0,5% en abril y el desempleo se mantuvo en 6,2% el trimestre enero-marzo. Esto se suma a la opinión de varias autoridades que dan cuenta del comienzo de una desaceleración. Con todos estos antecedentes, esperamos un gradual retroceso en la confianza de los consumidores en los próximos meses.

En cuanto a los índices regionales, en abril, la percepción de los consumidores empeoró solamente en Antofagasta, mientras que avanzó en la región Metropolitana y la del Bío Bío.

La percepción de los consumidores en los estratos socioeconómicos ABC1 y E mejoró, mientras que en el D retrocedió, manteniéndose en niveles optimistas por cuarto mes consecutivo en los estratos de ingreso medio (C2 y C3).

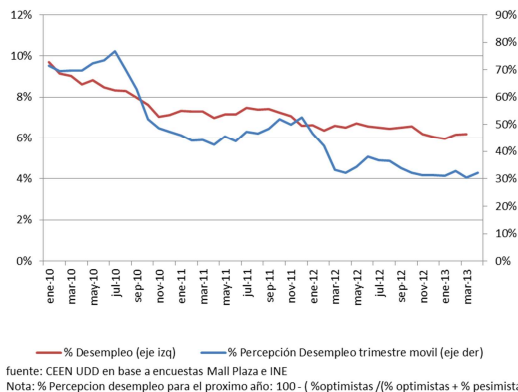
**Gráfico 1**  
**Índice de Percepción de Consumidores**  
(Base Dic. 2001=100)



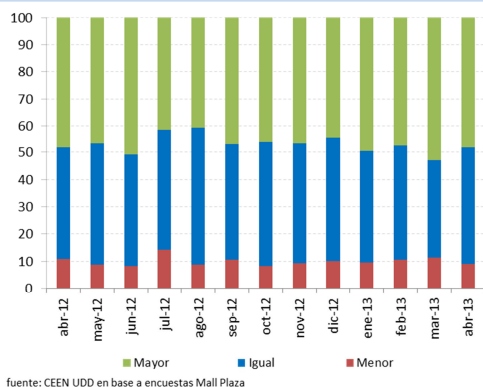
<sup>1</sup> Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

<sup>2</sup> La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 13 y 14 de abril de 2013, en nueve de los doce centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 438 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (17,4%), C2 (43,9%), C3 (22,5%), D (13,6%) y E (2,8%).

**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 tercer mes consecutivo en un nivel optimista**

El índice coyuntural alcanzó 195,5 puntos, manteniéndose en un nivel optimista por tercer mes consecutivo. Esto fue resultado de una mejora en la percepción sobre la situación económica actual, compensada por un retroceso de la percepción del desempleo actual, principalmente por una disminución de los optimistas, con lo cual el índice retrocedió marginalmente 1,2 puntos.

Respecto a la percepción de la **situación económica actual**, mejoró como resultado de un aumento de los optimistas y una disminución los pesimistas en proporciones similares (3,6 y 3 p.p., respectivamente). Los optimistas representaron aproximadamente el 45% de las respuestas, siendo la mayor cifra desde noviembre de 2005, mientras que los pesimistas representaron solo un 11%. En una comparación anual, la percepción también es más positiva, pues los pesimistas disminuyeron y los optimistas aumentaron.

En cuanto a la percepción sobre el **desempleo actual**, ésta fue levemente más negativa que el mes pasado, ya que aumentaron los pesimistas y disminuyeron los optimistas en 2,3 y 8,7 p.p. respectivamente. Así, esta percepción determinó el retroceso marginal del índice coyuntural. En doce meses, ésta percepción fue moderadamente más positiva, manteniendo una elevada correspondencia con los niveles efectivos de desempleo, aunque con una mayor variabilidad (gráfico 2).

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

El índice de percepción de las expectativas se mantuvo en un nivel moderadamente optimista por cuarto mes consecutivo, pese a una mejora marginal en sus tres componentes. Así, luego de una disminución de los pesimistas mayor que la de los optimistas, el índice aumentó levemente (2,3 puntos), hasta alcanzar 119,4 puntos.

La percepción sobre la **situación económica futura** se mantuvo en niveles moderadamente optimistas, ya que tanto los optimistas como pesimistas se mantuvieron prácticamente constantes, alcanzando aproximadamente un 54 y 8% del total de respuestas, respectivamente. Por otro lado, la percepción sobre el **desempleo futuro** aumentó a un nivel optimista como resultado de una mayor disminución de pesimistas que de optimistas, hasta alcanzar un 15% y 46% de las respuestas,

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	10,8	43,2	21,6	51,4
	hace un mes	8,7	59,4	10,1	55,1
	actual	4,2	62,5	8,5	49,3
C2	hace un año	14,7	34,3	18,2	42,7
	hace un mes	10,4	43,2	15,1	49,5
	actual	8,0	43,3	22,5	36,9
C3	hace un año	13,8	25,0	19,8	31,9
	hace un mes	18,5	30,6	18,5	49,2
	actual	11,5	42,7	17,7	44,8
D	hace un año	19,4	40,3	31,1	37,7
	hace un mes	22,8	38,6	31,6	42,1
	actual	28,1	28,1	31,0	31,0
E	hace un año	9,1	45,5	45,5	18,2
	hace un mes	25,0	50,0	12,5	62,5
	actual	25,0	41,7	25,0	41,7
Total	hace un año	15,3	33,2	22,6	38,2
	hace un mes	14,2	41,0	17,7	49,1
	actual	11,2	44,7	20,0	40,5

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	8,1	54,1	8,1	45,9	2,7	64,9
	hace un mes	5,8	58,0	15,9	46,4	8,7	59,4
	actual	1,4	63,9	9,7	50,0	2,8	70,4
C2	hace un año	9,2	55,6	11,2	42,0	9,1	57,3
	hace un mes	8,3	55,7	14,1	44,8	7,9	55,5
	actual	7,0	57,2	14,4	46,5	3,8	47,8
C3	hace un año	15,5	37,1	17,2	33,6	12,9	37,9
	hace un mes	7,3	51,2	16,1	51,6	12,2	53,7
	actual	9,4	46,9	17,7	46,9	9,5	45,3
D	hace un año	19,4	53,2	18,0	36,1	16,1	41,9
	hace un mes	12,3	47,4	26,3	42,1	19,6	37,5
	actual	15,5	43,1	20,7	34,5	29,3	29,3
E	hace un año	18,2	45,5	18,2	0,0	0,0	36,4
	hace un mes	25,0	37,5	25,0	37,5	37,5	37,5
	actual	16,7	58,3	8,3	33,3	16,7	41,7
Total	hace un año	13,4	48,7	14,0	37,1	10,7	48,3
	hace un mes	8,3	53,6	17,2	46,3	11,2	53,0
	actual	8,1	53,8	14,8	45,5	8,9	48,4

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

respectivamente. Por último, la percepción sobre **ingresos futuros** mejoró a un nivel levemente optimista, luego de cinco meses en que se había ubicado en un nivel neutral. Lo anterior fue producto de una disminución en el porcentaje de pesimistas, que alcanzaron un 9% de los encuestados.

**La percepción de los estratos ABC1 y E mejoró, mientras que la del D retrocedió**

La percepción general de los consumidores en el estrato **ABC1**<sup>3</sup> aumentó hasta niveles favorables, luego de estar dos meses en niveles moderadamente optimistas, principalmente por una mejora de las expectativas. Casi todas las percepciones mejoraron, excepto en la del desempleo actual, en que los optimistas disminuyeron aproximadamente 6 p.p.

En el estrato **C2**, la percepción de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista por cuarto mes consecutivo, dado que se registraron cambios contrapuestos entre un retroceso de la percepción de la actualidad y una mejora de las expectativas. La caída más importante se presentó en la percepción del desempleo actual, donde los optimistas disminuyeron aproximadamente 13 p.p.

La percepción general de los consumidores en el **estrato C3** se mantuvo en niveles favorables, luego de resultados mixtos en sus componentes. Por un lado mejoró la percepción de la situación económica actual, mientras que empeoró la que se relaciona con los ingresos futuros debido a un retroceso de optimistas (de 54 a 45% aproximadamente)

En el **estrato D**, la confianza del consumidor retrocedió nuevamente, hasta un nivel levemente optimista, registrándose disminuciones en casi todos los componentes. Esto se debió principalmente a la baja de optimistas en las percepciones sobre situación y desempleo actual (10,5 y 11,1 p.p. respectivamente). En cuanto a las expectativas, éstas presentaron su mayor descenso en la percepción sobre los ingresos futuros, donde los optimistas disminuyeron y los pesimistas aumentaron cerca de 10 p.p.

<sup>3</sup> 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	14,9	37,6	21,2	40,2		
	hace un mes	10,6	48,8	10,1	54,4		
	actual	8,7	45,9	10,6	58,5		
BIO BÍO	hace un año	20,3	25,0	25,0	28,1		
	hace un mes	19,1	26,0	32,8	26,0		
	actual	16,9	35,4	40,0	17,7		
COQUIMBO	hace un año	6,1	24,2	42,4	27,3		
	hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d		
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d		
ANTOFAGASTA	hace un año	17,6	26,5	8,8	52,9		
	hace un mes	15,5	43,6	14,5	66,4		
	actual	8,5	56,1	13,3	28,9		
		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	10,4	54,8	15,8	36,5	6,2	53,3
	hace un mes	6,5	55,3	18,0	38,7	8,3	57,4
	actual	9,6	54,1	12,4	54,1	3,7	48,6
BIO BÍO	hace un año	17,2	46,9	10,9	42,2	28,1	34,4
	hace un mes	11,5	50,4	18,3	41,2	22,9	53,4
	actual	9,2	48,5	13,8	40,0	16,3	51,9
COQUIMBO	hace un año	39,4	30,3	21,2	24,2	15,2	24,2
	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	2,9	26,5	0,0	44,1	5,9	61,8
	hace un mes	8,3	54,1	14,5	67,3	2,8	43,5
	actual	2,4	61,4	22,9	31,3	10,8	42,2

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

Finalmente, luego que el estrato E se encontrara moderadamente optimista en marzo, recuperó un nivel favorable en una comparación histórica, como resultado de variaciones contrapuestas entre un mayor deterioro de la actualidad y una mejora en las expectativas.

### *Solamente Antofagasta empeoró su nivel de optimismo*

En abril, la percepción de los consumidores empeoró solamente en Antofagasta, mientras que avanzó en las regiones Metropolitana y del Bío Bío.

La percepción de los consumidores en la **región Metropolitana** avanzó a niveles muy optimistas. Lo anterior debido a avances tanto en la percepción de la actualidad como en las expectativas. El resultado más destacable fue de los optimistas respecto al desempleo futuro, que aumentaron 15,4 p.p., mientras que en los demás componentes se registraron resultados variados. Solamente empeoró la percepción sobre la situación económica futura, pero lo hizo marginalmente.

Por otra parte, en abril, la confianza de los consumidores en **Bío Bío** se mantuvo en niveles levemente optimistas. Los resultados fueron mixtos, ya que por ejemplo los optimistas aumentaron más de 9 p.p. en la percepción sobre la situación económica actual, pero retrocedieron 8,3 p.p. en la percepción del desempleo actual, dejando prácticamente constante el índice de la región.

Finalmente, la única ciudad que empeoró su nivel de optimismo fue **Antofagasta**, en que la percepción pasó a un nivel levemente optimista en abril. Este resultado se debió principalmente a disminuciones en tres de sus cinco componentes, destacándose ambas percepciones de desempleo en que los optimistas cayeron más de 35 p.p.

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