



IPeCo Noviembre 2012: Confianza vuelve a un nivel moderadamente favorable

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
nov-11	124,2	170,2	107,8
dic-11	120,8	144,0	112,7
ene-12	129,5	169,2	115,3
feb-12	135,4	193,5	114,6
mar-12	132,4	181,7	114,8
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
var. m/m	- 7,5	- 8,3	- 7,2
var. a/a	8,6	21,9	3,8

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 de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza², luego de tres aumentos consecutivos, retrocedió 7,5 puntos en noviembre, alcanzando los 132,8 puntos. Luego de una mejora en la percepción de la actualidad, que la había posicionado en un record histórico, cayó este mes 8,3 puntos. El subíndice de expectativas cayó 7,2 puntos hasta los 111,6, lo que en una perspectiva histórica se considera neutral.

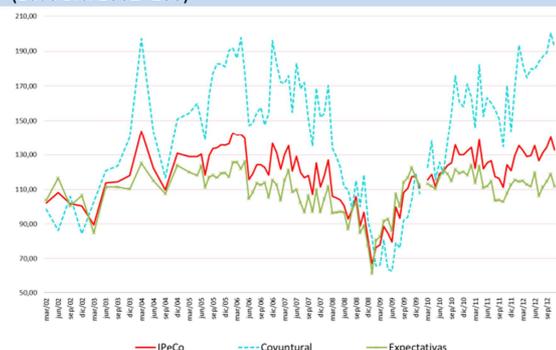
Los resultados agregados de la economía nuevamente superaron a las expectativas, con un crecimiento anual de 6,7% del IMACEC en octubre, y con una inflación negativa del -0,5% en noviembre, influida principalmente por la caída en el precio de los alimentos. En el escenario externo, continúan presente riesgos elevados, a lo cual se suma el aumento en el déficit de cuenta corriente del último trimestre, que si bien está basado en mayores importaciones de bienes de inversión, de todas formas aumenta la vulnerabilidad de la economía ante la materialización de riesgos externos, y puede haber influido en el resultado mensual del índice.

Con respecto a los índices regionales, en noviembre la percepción de los consumidores mejoró solamente en Antofagasta, mientras que en el resto de las regiones disminuyó (aunque marginalmente). En la Región Metropolitana ambos subíndices retrocedieron, mientras que en Bio Bio y Coquimbo³ se presentaron resultados opuestos.

En cuanto a las percepciones por estratos, empeoraron para el ABC1, C2 y E, siendo el C2 el más afectado.

Percepción de la actualidad vuelve a niveles optimistas

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



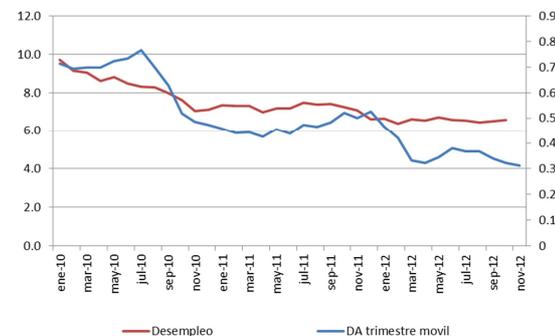
fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

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 17 y 18 de noviembre de 2012, todos los centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 518 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (14,3%), C2 (35,7%), C3 (35,3%), D (13,2%) y E (1,6%).

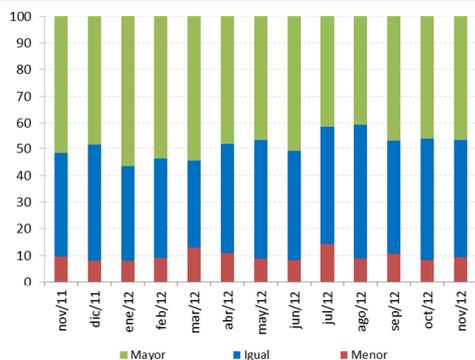
³ Tomando como referencia las encuestas realizadas en agosto, ultimo mes con el que se cuentan datos para la región.

Gráfico 2
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual
(%Desempleo eje izquierdo; proporción de optimistas sobre proporción optimistas y pesimistas eje derecho)



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza e INE

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



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

El índice coyuntural retrocedió 8,3 puntos, volviendo a un nivel optimista, luego de alcanzar un máximo histórico en octubre. Este retroceso es resultado de un leve empeoramiento tanto en la percepción sobre la economía como sobre el desempleo, ya que en ambas aumentaron pesimistas y retrocedieron optimistas.

El leve deterioro en la percepción sobre la **situación económica actual** se debió principalmente a que los optimistas retrocedieron 4,2 puntos porcentuales, mientras que los pesimistas se mantuvieron prácticamente constantes. Es así como quienes creen que la situación económica actual es mejor que hace un año cayeron de 41,5 a 37,3%, y quienes creen que es peor prácticamente se mantuvieron, con un aumento de 0,2% alcanzando un 11,4%. Con esto, en una perspectiva histórica la percepción de los consumidores bajó a niveles optimistas, respecto a los niveles muy optimistas que registramos en octubre.

Por otro lado también aumentaron pesimistas y disminuyeron optimistas en la percepción sobre el **desempleo actual**, la que se encuentra en niveles favorables. Los optimistas retrocedieron 5,1 puntos porcentuales (de 43,8 a 38,7%), mientras que los pesimistas aumentaron 1,2 puntos (de 17,2 a 18,4%). Al comparar la evolución de la percepción sobre el desempleo actual con los niveles efectivos de desempleo, que ha aumentado marginalmente en los últimos tres meses (gráfico 2), se evidencia una relación bastante alta, anticipándose en aproximadamente dos meses.

Respecto de noviembre de 2011, en que ambas percepciones de los consumidores se encontraban en niveles moderadamente optimistas, éstas mejoraron como resultado de un aumento de los optimistas y disminución de los pesimistas.

Expectativas se ubican en un nivel neutral

El índice de percepción de las expectativas retrocedió 7,2 puntos hasta los 111,6 puntos, pasando de un nivel moderadamente optimista a un nivel neutral respecto a los niveles históricos. La percepción sobre las tres preguntas que componen el índice empeoró respecto a octubre.

La percepción sobre la **situación económica futura** empeoró como resultado de una disminución de optimistas y un aumento de pesimistas. Por un lado los pesimistas avanzaron desde 6,8 al 14,1%, mientras que los optimistas retrocedieron

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	Hace un año	6,9%	55,6%	16,7%	44,4%
	Hace un mes	6,6%	60,7%	21,3%	45,9%
	Actual	8,3%	44,4%	16,7%	45,8%
C2	Hace un año	11,4%	34,1%	25,0%	36,4%
	Hace un mes	5,9%	40,6%	14,1%	51,2%
	Actual	10,1%	35,2%	15,6%	36,3%
C3	Hace un año	15,8%	30,3%	28,9%	34,2%
	Hace un mes	12,8%	38,3%	14,3%	43,6%
	Actual	11,3%	41,2%	20,5%	40,9%
D	Hace un año	20,6%	29,4%	45,5%	24,2%
	Hace un mes	21,9%	34,4%	23,4%	26,6%
	Actual	19,7%	30,3%	25,8%	34,8%
E	Hace un año	40,9%	4,5%	33,3%	23,8%
	Hace un mes	23,1%	30,8%	30,8%	30,8%
	Actual	25,0%	12,5%	25,0%	25,0%

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingresos totales Futuros	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	Hace un año	8,3%	61,1%	20,8%	31,9%	4,2%	72,2%
	Hace un mes	1,6%	60,7%	14,8%	52,5%	1,6%	67,2%
	Actual	9,7%	47,2%	15,3%	44,4%	4,2%	58,3%
C2	Hace un año	3,0%	54,5%	26,0%	33,6%	7,6%	59,1%
	Hace un mes	4,1%	53,5%	11,8%	44,1%	4,1%	48,8%
	Actual	13,4%	50,8%	17,3%	33,5%	8,4%	50,8%
C3	Hace un año	11,8%	46,1%	23,7%	32,9%	11,8%	42,1%
	Hace un mes	8,5%	46,1%	15,6%	30,5%	10,7%	39,3%
	Actual	14,1%	46,3%	18,6%	41,8%	12,4%	40,7%
D	Hace un año	27,3%	27,3%	42,4%	12,1%	17,6%	20,6%
	Hace un mes	10,9%	45,3%	18,8%	39,1%	15,6%	35,9%
	Actual	19,7%	50,0%	12,1%	37,9%	9,1%	45,5%
E	Hace un año	13,6%	31,8%	22,7%	22,7%	18,2%	22,7%
	Hace un mes	23,1%	30,8%	30,8%	23,1%	23,1%	15,4%
	Actual	37,5%	25,0%	25,0%	25,0%	12,5%	25,0%

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

de 50,5 a 47,5%. Si bien el resultado en las preguntas sobre **ingresos familiares** y **desempleo futuro** también fue negativo respecto a octubre, tuvo una variación más acotada, ya que los optimistas disminuyeron y los pesimistas aumentaron cerca de un punto porcentual (gráfico 3). Estas dos percepciones de expectativas futuras son las que históricamente registran más optimistas, por lo que pequeñas variaciones en los pesimistas provocan mayores cambios en el índice.

Al comparar con noviembre de 2011, la percepción de las expectativas futuras mejoró, principalmente por el aumento de optimistas y disminución de pesimistas respecto del desempleo futuro.

Caídas en estratos ABC1, C2 y E

El estrato **ABC1** continuó siendo el más optimista en términos absolutos, pero en noviembre retrocedió, ubicándose en un nivel moderadamente optimista. El resultado estuvo determinado principalmente por la caída en cuatro de las cinco percepciones que componen el índice de este estrato. La percepción de la coyuntura no varió, como resultado de una mejora de la percepción sobre el desempleo actual, compensada por un empeoramiento de la percepción de la situación actual. Sin embargo, la percepción de las expectativas se deterioró, como resultado de que los pesimistas aumentaron y los optimistas disminuyeron tanto en la percepción sobre la situación económica futura, como en la del desempleo e ingresos futuros. El retroceso fue más importante en la percepción sobre la situación económica, ya que los pesimistas aumentaron de 1,6 a 9,7%, mientras que los optimistas disminuyeron de 60,7 a 47,2%

Luego de aumentar estos últimos cuatro meses, en noviembre la percepción en el estrato **C2** retrocedió a un nivel moderadamente optimista. La percepción sobre la actualidad disminuyó especialmente por una caída en quienes creían que el desempleo era menor al de hace un año (optimistas), ya que en octubre representaron el 52,1%, mientras que en noviembre alcanzaron solamente el 36,3%. En cuanto a las expectativas, también se registró un retroceso, sobre todo en la percepción sobre el desempleo futuro, en que los optimistas cayeron 10,6 p.p. (de 44,1 a 33,5%).

La percepción de los consumidores en el **estrato C3** se mantuvo optimista en una perspectiva histórica, a pesar de un retroceso marginal. Este resultado estuvo determinado por respuestas

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

		Situación Económica		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
RM	Hace un año	11,5%	35,0%	22,7%	39,4%
	Hace un mes	11,5%	41,9%	15,1%	54,4%
	Actual	12,0%	40,9%	15,1%	49,6%
BIO BIO	Hace un año	21,9%	34,4%	37,5%	25,0%
	Hace un mes	12,3%	38,5%	14,6%	34,6%
	Actual	17,7%	42,3%	21,5%	30,0%
COQUIMBO	Hace un año	n/d	n/d	n/d	n/d
	Hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d
	Actual	1,7%	6,7%	20,0%	21,7%
ANTOFAGASTA	Hace un año	17,3%	37,3%	28,0%	36,0%
	Hace un mes	8,3%	45,8%	29,2%	23,6%
	Actual	5,8%	40,6%	23,2%	29,0%

		Situación Económica		Desempleo Futuro		Ingresos totales	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	Hace un año	8,0%	47,7%	34,8%	23,2%	5,5%	55,0%
	Hace un mes	5,1%	52,2%	15,8%	41,5%	4,3%	44,7%
	Actual	8,1%	53,7%	18,5%	40,2%	6,6%	47,1%
BIO BIO	Hace un año	15,6%	50,0%	12,5%	46,9%	21,9%	43,8%
	Hace un mes	11,5%	46,9%	10,0%	41,5%	16,9%	48,5%
	Actual	10,8%	49,2%	6,9%	45,4%	14,6%	51,5%
COQUIMBO	Hace un año	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
	Actual	56,7%	10,0%	20,0%	20,0%	13,3%	18,3%
ANTOFAGASTA	Hace un año	6,7%	54,7%	13,3%	33,3%	9,3%	49,3%
	Hace un mes	4,2%	51,4%	22,2%	29,2%	5,6%	45,1%
	Actual	5,8%	53,6%	23,2%	33,3%	5,8%	59,4%

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

mixtas en las percepciones de los consumidores. Por un lado hubo una mejora en la percepción de la situación económica actual y el desempleo futuro. En esta última fueron los optimistas los que influyeron mayormente, ya que pasaron de representar un 30,5% en octubre a un 41,8% en noviembre. Por otro lado, en el resto de las percepciones las variaciones fueron menores, con aumentos proporcionales de pesimistas levemente mayores a los de optimistas.

Al igual que el C3, el **estrato D** se mantuvo en niveles optimistas, en relación a sus niveles históricos, aunque presentó un pequeño avance. Por un lado, los optimistas aumentaron en mayor proporción en las percepciones sobre desempleo actual e ingresos futuros, ya que en octubre alcanzaron 26,6% y 35,9% del total de respuestas, mientras que en noviembre alcanzaron 34,6% y 45,5%, respectivamente. Destaca también el aumento de pesimistas en la percepción sobre la situación económica futura, puesto que un 19,7% de los consumidores respondieron que la situación sería peor, mientras que en octubre este porcentaje era de un 10,9%.

Finalmente, los consumidores en el **estrato E** empeoraron su percepción, pasando de un nivel levemente optimista a neutral, explicado principalmente por un deterioro en la percepción de la actualidad. Las percepciones que marcaron el retroceso fueron las que se relacionan a la situación actual y futura, en las que aumentaron los pesimistas y retrocedieron los optimistas. Lo contrario ocurrió con la percepción sobre los ingresos totales futuros, ya que los optimistas aumentaron 9,6 p.p. y los pesimistas retrocedieron 10,6 p.p.

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.

Resultados opuestos entre Región Metropolitana y Antofagasta, mientras que para las demás se mantienen.

En noviembre, la percepción de los consumidores mejoró solamente en Antofagasta, mientras que en el resto disminuyó (aunque marginalmente). En la Región Metropolitana

retrocedieron ambos subíndices, mientras que en Bio Bio y Coquimbo⁴ se presentaron resultados opuestos.

La percepción de los consumidores en la **Región Metropolitana** bajó levemente a un nivel optimista, como resultado de un retroceso leve en todas las percepciones de actualidad y expectativas.

Por otra parte, la percepción de los consumidores en **Bio Bio** alcanzó por segundo mes consecutivo un nivel optimista, a pesar de un retroceso marginal, producto de variaciones opuestas entre subíndices. En la percepción de la actualidad los pesimistas aumentaron moderadamente (cerca de 6 p.p.), resultado que dominó e hizo caer el subíndice. La percepción de las expectativas, en tanto, tuvieron solo un aumento marginal (cerca de 3 p.p.).

Antofagasta es la única región en que la percepción de los consumidores mejoró, tanto de su situación actual como de las expectativas, pasando de un nivel de pesimismo moderado a leve. La percepción de la actualidad mejoró, a pesar de la disminución de los optimistas de 45,8 a 40,6% del total. Las expectativas también aumentaron, pero como resultado de un aumento tanto de optimistas como pesimistas. Cabe destacar el significativo aumento de optimistas en la percepción sobre ingresos totales futuros, que en octubre alcanzaban un 45,1% y en noviembre alcanzaron un 59,4% del total.

De acuerdo a la última encuesta (agosto) realizada en la Región de **Coquimbo**, se mantuvo el moderado pesimismo. Los mayores retrocesos en optimistas se presentaron en las percepciones sobre la situación actual y la situación e ingresos futuros, que cayeron 20, 15 y 8,8 p.p. respectivamente. Sin embargo, las dos percepciones relacionadas con el desempleo mejoraron respecto a julio, en que los pesimistas cayeron 13,3 y 3,7 p.p respectivamente.

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

⁴ Tomando como referencia las encuestas realizadas en agosto, último mes con el que se cuentan datos para la región.