



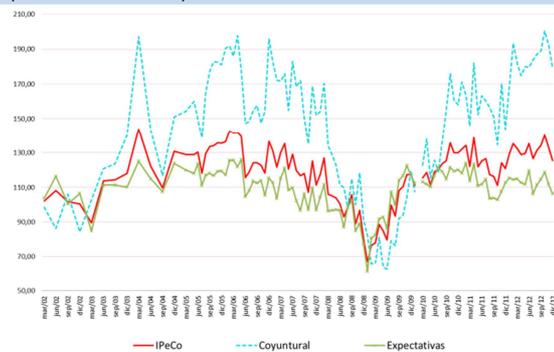
## IPeCo Diciembre 2012: Confianza de los consumidores cierra el año 2012 a la baja

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
dic-12	125,4	179,1	106,2
var. m/m	- 7,4	- 13,0	- 5,3
var. a/a	4,6	35,1	- 6,4

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

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



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

El **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**<sup>1</sup> que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza<sup>2</sup>, retrocedió 7,4 puntos en diciembre, alcanzando los 125,4 puntos. Con esto, la percepción de los consumidores retrocedió a niveles levemente optimistas. Algo similar ocurrió en la percepción de la actualidad, que cayó este mes 13 puntos, manteniéndose en un nivel optimista. El subíndice de expectativas cayó 5,3 puntos hasta los 111,6, lo que en una perspectiva histórica se considera neutral. Si bien ambos índices mantuvieron su categoría de expectativas, sus caídas absolutas implicaron una disminución de las expectativas agregadas medidas en el IPeCo.

En noviembre, la economía creció según lo esperado, un 5,5% anual, mientras que en diciembre la inflación no registró variación, influida por resultados contrapuestos en los precios de alimentos (que disminuyeron) y transporte (viajes en transporte interurbano principalmente, que aumentaron). 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.

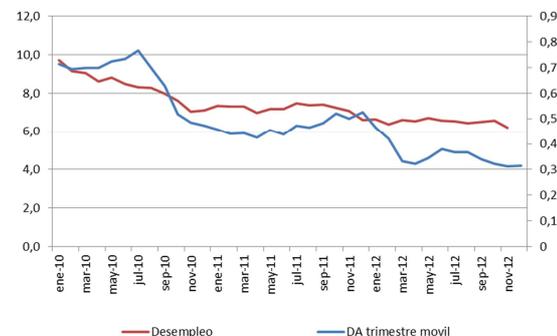
En regiones, en diciembre la percepción de los consumidores mejoró solo en la región Metropolitana, aunque marginalmente, mientras que en el resto de las regiones disminuyó. Ambos subíndices retrocedieron en Bío Bío, Coquimbo y Antofagasta.

En cuanto a las percepciones por estratos, mejoraron para el ABC1 y E, mientras que el C3 y D retrocedieron fuertemente.

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

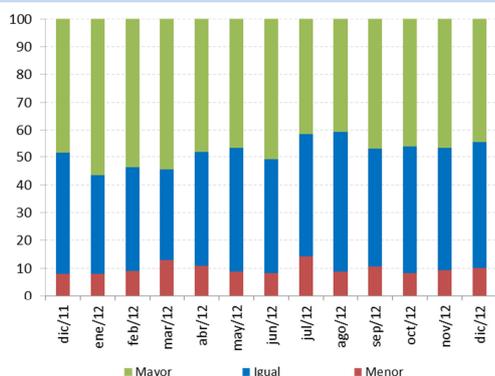
<sup>2</sup> La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 15 y 16 de diciembre de 2012, en 9 de los 11 centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 466 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (15%), C2 (42,7%), C3 (26,2%), D (13,7%) y E (2,4%).

**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 Dic2011=100



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**Percepción de la actualidad se mantiene en niveles optimistas**

El índice coyuntural retrocedió 13 puntos, manteniéndose en un nivel optimista, luego de alcanzar un máximo histórico en octubre. Este retroceso fue resultado de un empeoramiento tanto en la percepción sobre la economía como sobre el desempleo, ya que en ambas aumentaron pesimistas y retrocedieron optimistas.

El deterioro en la percepción sobre la **situación económica actual** se debió principalmente a que los optimistas retrocedieron 3,8 puntos porcentuales, mientras que los pesimistas aumentaron 4,1 puntos porcentuales. Es así como quienes creen que la situación económica actual es mejor que hace un año cayeron de 37,3 a 33,5%, y quienes creen que es peor aumentaron de 11,4 a 15,5%. Con esto, en una perspectiva histórica la percepción de los consumidores respecto a la situación económica bajó a niveles moderadamente optimistas, respecto a los niveles favorables que registramos en noviembre.

Por otro lado también aumentaron pesimistas y disminuyeron optimistas en la percepción sobre el **desempleo actual**, pero con un efecto más acotado, por lo que la percepción se mantuvo en niveles favorables. Los optimistas retrocedieron 1,3 puntos porcentuales (de 38,7 a 37,3%), mientras que los pesimistas prácticamente se mantuvieron (de 18,4 a 19,1%). Al comparar la evolución de la percepción sobre el desempleo actual con los niveles efectivos de desempleo, que ha disminuido marginalmente en los últimos tres meses (gráfico 2), se evidencia una relación bastante alta, anticipándose en aproximadamente dos meses.

Respecto de diciembre de 2011, ambas percepciones de la actualidad mejoraron, como resultado de un aumento de los optimistas y una disminución de los pesimistas.

**Expectativas se mantienen en un nivel neutral**

El índice de percepción de las expectativas retrocedió 5,3 puntos llegando a los 106,2 puntos, manteniéndose en un nivel neutral respecto a los niveles históricos. También hubo un retroceso anual de 6,4 puntos, situación que no ocurría desde julio de 2012.

La percepción sobre la **situación económica futura** empeoró hasta niveles pesimistas, luego de niveles moderadamente pesimistas en noviembre. Por un lado los pesimistas avanzaron desde 14,1 a 16,3%, mientras que los optimistas retrocedieron

**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	6,7	60,0	35,6	40,0	0,0	71,1	22,2	46,7	2,2	64,4
	hace un mes	8,3	44,4	16,7	45,8	9,7	47,2	15,3	44,4	4,2	58,3
	actual	13,2	51,5	14,7	45,6	11,8	63,2	10,3	44,1	5,9	64,7
C2	hace un año	11,3	35,8	21,0	30,5	3,8	61,3	16,2	45,7	6,6	51,9
	hace un mes	10,1	35,2	15,6	36,3	13,4	50,8	17,3	33,5	8,4	50,8
	actual	13,4	34,5	19,6	39,7	11,3	49,5	20,6	34,5	7,7	49,5
C3	hace un año	12,8	29,8	38,3	22,3	7,5	44,1	29,8	19,1	6,4	38,3
	hace un mes	11,3	41,2	20,5	40,9	14,1	46,3	18,6	41,8	12,4	40,7
	actual	18,5	28,6	21,0	34,5	25,2	29,4	12,6	26,1	15,1	36,1
D	hace un año	33,3	13,3	33,3	11,1	4,4	28,9	24,4	15,6	15,6	51,1
	hace un mes	19,7	30,3	25,8	34,8	19,7	50,0	12,1	37,9	9,1	45,5
	actual	19,4	21,0	21,0	30,6	17,7	35,5	24,2	33,9	12,9	30,6
E	hace un año	52,4	0,0	66,7	4,8	33,3	14,3	28,6	28,6	19,0	33,3
	hace un mes	25,0	12,5	25,0	25,0	37,5	25,0	25,0	25,0	12,5	25,0
	actual	27,3	54,5	9,1	27,3	9,1	72,7	36,4	27,3	0,0	45,5
Total	hace un año	17,0	31,7	33,1	25,1	6,4	49,8	23,2	32,5	8,0	48,6
	hace un mes	11,4	37,3	18,4	38,7	14,1	47,5	16,4	38,2	9,3	46,6
	actual	15,5	33,5	19,1	37,3	16,3	44,4	17,8	32,8	10,1	45,8

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 47,5 a 44,4%. Por otro lado en la percepción sobre **desempleo futuro** los optimistas retrocedieron de 38,2 a 32,8% y los pesimistas aumentaron de 16,4 y 17,8%.

Si bien la percepción sobre **ingresos futuros** también cayó, su variación fue más acotada, ya que los optimistas disminuyeron y los pesimistas aumentaron 0,8 puntos porcentuales (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 diciembre de 2011, la percepción de las expectativas futuras empeoró, principalmente por el aumento de pesimistas y disminución de optimistas respecto de la situación económica e ingresos futuros.

### **Caidas en estratos C2, C3 y D**

El estrato **ABC1** continuó siendo el más optimista en términos absolutos, ubicándose nuevamente en diciembre en un nivel moderadamente favorable. El sector tuvo resultados contrapuestos entre la percepción sobre la actualidad y expectativas. La percepción de la coyuntura retrocedió levemente, 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 mejoró, como resultado de que los optimistas aumentaron tanto en la percepción sobre la situación económica futura, como en la de ingresos futuros. El avance fue más importante en la percepción sobre la situación económica futura, ya que los optimistas aumentaron de 17,2 a 63,2%, mientras que los pesimistas lo hicieron de 9,7 a 11,8%.

La percepción en el estrato **C2** retrocedió a un nivel levemente optimista, luego de encontrarse en un nivel moderadamente favorable en noviembre. La percepción sobre la actualidad disminuyó levemente especialmente por un aumento en los pesimistas tanto en la percepción sobre la situación económica actual como del desempleo actual de 3,3 y 3,9 puntos porcentuales respectivamente, puesto que los optimistas se mantienen en la primera y aumentan en la segunda. En cuanto a las expectativas, también se registró un retroceso, con resultados variados por pregunta.

La percepción de los consumidores en el **estrato C3** cayó a un nivel neutral, luego de dos meses en que estuvo en un nivel

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual			
		Peor	Mejor	Mayor	Menor		
RM	hace un año	14,1	31,2	22,8	31,7		
	hace un mes	12,0	40,9	15,1	49,6		
	actual	14,8	42,8	14,0	50,7		
BIO BIO	hace un año	17,5	30,2	39,7	9,5		
	hace un mes	17,7	42,3	21,5	30,0		
	actual	19,2	28,5	21,5	31,5		
COQUIMBO	hace un año	23,3	63,3	41,4	31,0		
	hace un mes	1,7	6,7	20,0	21,7		
	actual	13,2	4,4	27,9	8,8		
ANTOFAGASTA	hace un año	n/d	n/d	n/d	n/d		
	hace un mes	5,8	40,6	23,2	29,0		
	actual	10,3	46,2	25,6	28,2		

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	12,0	49,1	25,1	34,1	7,7	60,1
	hace un mes	8,1	53,7	18,5	40,2	6,6	47,1
	actual	9,2	53,7	14,4	35,4	5,2	52,4
BIO BIO	hace un año	7,9	61,9	12,7	47,6	14,3	31,7
	hace un mes	10,8	49,2	6,9	45,4	14,6	51,5
	actual	14,6	39,2	16,2	40,8	16,2	41,5
COQUIMBO	hace un año	3,3	33,3	17,2	24,1	13,3	46,7
	hace un mes	56,7	10,0	20,0	20,0	13,3	18,3
	actual	52,9	7,4	17,6	8,8	16,2	20,6
ANTOFAGASTA	hace un año	5,0	45,0	25,0	45,0	0,0	45,0
	hace un mes	5,8	53,6	23,2	33,3	5,8	59,4
	actual	0,0	71,8	43,6	33,3	7,7	48,7

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

optimista, como resultado de un empeoramiento en todas las percepciones. La percepción que retrocedió en mayor medida respecto a noviembre fue la relacionada con la situación económica futura, donde los optimistas disminuyeron de 46,3 a 29,4% y los pesimistas aumentaron de 14,1 a 25,2%. También los optimistas cayeron fuertemente en las percepciones sobre la situación económica actual y desempleo futuro (de 41,2 a 28,6% y 41,8 a 26,1% respectivamente), mientras que solo en esta última los pesimistas disminuyeron (de 18,6 a 12,6%), aunque no alcanzó a compensar la caída del resto.

El **estrato D** cayó a niveles moderadamente optimistas, luego de estar dos meses en niveles favorables en relación a sus niveles históricos. Los resultados fueron desfavorables en casi todas percepciones, donde solamente disminuyeron los pesimistas respecto de la situación económica actual y futura y el desempleo actual. Los resultados más destacables estuvieron en la percepción sobre el desempleo futuro, ya que los pesimistas aumentaron fuertemente (de 12,1 a 24,1%) mientras que los optimistas disminuyeron 4 puntos porcentuales. También se registró resultados negativos en el ingreso familiar, donde los optimistas retrocedieron de 45,5 a 30,6% y los pesimistas aumentaron de 9,1 a 12,9%.

Finalmente, los consumidores en el **estrato E**, junto con el ABC1, aumentaron su percepción, desde un nivel neutral a uno optimista, explicado principalmente por un aumento en prácticamente todas las percepciones. Solamente cayó el nivel de optimismo en la percepción sobre el desempleo futuro, determinado por un aumento de pesimistas (de 25 a 36,4%), puesto que los optimistas aumentaron de 25 a 27,3%. Por otro lado, el mayor aumento se registró en la percepción de la situación económica futura, donde los optimistas aumentaron de 25 a 72,7% y los pesimistas retrocedieron de 37,5 a 9,1%.

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.

### *Región Metropolitana se mantiene, mientras que el resto cae*

En diciembre, la percepción de los consumidores mejoró únicamente en la región Metropolitana, aunque marginalmente, mientras que en el resto disminuyó. Tanto la percepción de la actualidad como de las expectativas retrocedieron en Bio Bio, Coquimbo y Antofagasta.

La percepción de los consumidores en la **región Metropolitana** aumentó levemente, pero se mantuvo en niveles optimistas, como resultado de un retroceso en la percepción sobre la actualidad, y un avance en las expectativas.

Por otra parte, la percepción de los consumidores en **Bio Bio** retrocedió a niveles levemente optimistas, luego de estar dos meses en un nivel favorable. La percepción de la actualidad mostró resultados contrapuestos entre la percepción de la situación económica (que retrocedió) y el desempleo actual (que aumentó), dominando el efecto negativo, mientras que las expectativas retrocedieron debido a que todos los componentes empeoraron respecto a noviembre.

En **Antofagasta** se registró una caída en todas las percepciones, excepto la de la situación económica actual, con lo que se encuentra este mes en un nivel moderadamente pesimista de acuerdo a los niveles históricos. La percepción de la actualidad empeoró, a pesar de un aumento en los optimistas de 40,6 a 46,2%. Las expectativas también empeoraron, como resultado de un aumento de pesimistas en las percepciones sobre desempleo e ingresos futuros mientras que los optimistas se mantuvieron en la primera y disminuyeron en la segunda.

La región de **Coquimbo** cayó a niveles extraordinariamente pesimistas, luego de encontrarse en un nivel moderadamente desfavorable en noviembre. Los mayores retrocesos se registraron en las percepciones sobre la actualidad. Así, en la percepción sobre la situación económica los pesimistas aumentaron de 1,7 a 13,2% y los optimistas retrocedieron de 6,4 a 4,4%, mientras que en la percepción sobre el desempleo actual los pesimistas aumentaron de 20% a 20,7%, mientras que los optimistas disminuyeron de 21,7 a 8,8%.

---

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>