

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
04/01/2011	EL SUR DE (CONCEPCION-CHILE)	7	6	PERCEPCION DE CONSUMIDORES SE MANTIENE EN NIVELES ALTOS	15,5x18,7	\$814.188

ENCUESTA ELABORADA POR LA UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

Percepción de consumidores se mantiene en niveles altos

En la región el índice que mide la opinión en cuanto a empleo y situación económica, disminuyó.

El Índice de Percepción del Consumidor (Ipeco) que elabora mensualmente el Centro de Investigación en Empresas y Negocios (Cien) de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza exhibió una contracción mensual de 5,7 puntos en noviembre, situándose en 130 puntos, lo que significa un avance de 12,6 puntos en relación al mismo período del año anterior.

En esta oportunidad, el retroceso en la confianza del consumidor durante noviembre, se explica por una disminución más significativa en la evaluación del subíndice coyuntural, el cual disminuyó 15,2 puntos respecto al mes pasado y en menor medida por el subíndice de expectativas que bajó 2,3 puntos.

Para entender el alza en el Índice Coyuntural, se debe observar qué sucedió con las variables que lo componen, es decir, la situación económica actual y el desempleo. Con respecto a la primera variable un 14,8% de los consumidores manifestó que la situación económica ac-

tual es peor que hace un año, alternativa que mostró un 9,7% de adhesión en la medición anterior.

En cuanto al desempleo actual, éste exhibió una leve caída de optimismo, donde 34,2% de los consumidores manifestó que éste es menor que hace un año, preferencia que en la medición anterior fue de 35,5% de los encuestados.

En relación a la percepción acerca del desempleo futuro, ingresos y la situación económica, presentaron efectos más bien contractivos, sólo una de estas tres variables experimentó un aumento de optimismo, que no logró compensar los peores resultados de las otras dos alternativas.

Con respecto al desempleo futuro, ésta fue la única que registró un leve aumento en su optimismo, donde un 15,2% de los consumidores manifestó que aumentará el desempleo en los próximos meses, alternativa que exhibió un 17,4% de adhesión en la medición pasada. En lo relativo a las expectativas de ingresos, un 10,7% de los consumidores piensa que éstos serán menores, comparado con el 8,5% del mes anterior. Por último, la percepción de los consumidores respecto a la situación económica, un 58,4% de los encuestados manifestó que ésta será mejor en el futuro, alternativa que mostró un 62,5% de adhesión en octubre.

SITUACIÓN REGIONAL

Los consumidores de regiones experimentaron resultados parecidos. El Índice de Percepción de la Octava Región experimentó una fuerte caída. El indicador se situó en 94,3 puntos, es decir, 32 puntos bajo el indicador del mes de octubre, traspasando al rango pesimista. La razón de esta caída es explicada mayormente el indicador coyuntural, el cual cayó 86,8 puntos respecto del mes anterior, mientras el de expectativas también experimentó una caída —aunque en menor medida— de 14,2 puntos en igual período.



En materia de desempleo futuro, se registró un leve aumento, donde un 15,2% de los consumidores manifestó que va a aumentarla en los próximos meses