

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
28/02/2011	LA TERCERA.COM (STGO-CHILE)	111	2	IPECO: INDICE DE PERCEPCION DEL CONSUMIDOR MANTIENE OPTIMISMO EN ENERO	28,8x24,0	\$17.500

# Ipeco: Índice de percepción del consumidor mantiene optimismo en enero

**El incremento se explica principalmente por la significativa mejoría sobre la apreciación de la situación económica actual, sustentado en la recuperación del empleo, señala el comunicado del CEEN.**

por La Tercera - 28/02/2011 - 17:59

Vota: ★★★★★ Resultado: ★★★★★ 1 votos  1  Compartir

El Índice de Percepción del Consumidor (IpeCo) que elabora mensualmente el Centro de Estudios de Economía y Negocios (CEEN), de la Universidad del Desarrollo (UDD), en conjunto con Mall Plaza, exhibió un leve aumento de optimismo en la medición de enero.



Desde un registro de 130 puntos en diciembre, el indicador aumentó a 132,1 puntos en enero, lo que significa también un incremento de 21,2 puntos en relación al mismo periodo del año anterior.

El aumento experimentado por el indicador se explica "por el alza en el indicador coyuntural, el cual aumentó 13,1 puntos respecto del mes de diciembre, resultado que no logró ser compensado por la leve caída de 1,9 puntos en el índice de expectativas", destaca el comunicado.

Las variables que componen este índice son la situación económica actual y el desempleo actual. Con respecto a la primera, un 15,8% de los consumidores percibe una situación económica peor que hace un año a diferencia del 17,9% que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En cuanto a la segunda, hubo un aumento de optimismo, 39,4% de los consumidores manifestó que éste es menor que un año atrás, preferencia que en la medición anterior obtuvo 31% de adhesión.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
28/02/2011	LA TERCERA.COM (STGO-CHILE)	111	3	IPECO: INDICE DE PERCEPCION DEL CONSUMIDOR MANTIENE OPTIMISMO EN ENERO PARTE 02	19,3x8,0	\$17.500

"En relación al Índice de Expectativas, es decir, la percepción acerca del desempleo futuro, ingresos futuros y la situación económica futura, presentaron efectos más bien contractivos, a pesar de que una de ellas exhibió un leve aumento de optimismo", advierten.

En esta oportunidad un 20,1% de los consumidores manifestó que va a aumentar el desempleo en los próximos meses, alternativa que exhibió un 16,6% de adhesión en la medición de diciembre.

Con respecto a las expectativas de ingresos futuros, ésta fue la única variable que exhibió un leve aumento de optimismo, 8,1% de los consumidores piensa que éstos serán menores, comparado con el 10% del mes anterior. En lo relativo a la variable sobre la situación económica, 6,9% manifestó que ésta será peor en los próximos meses, comparado con el 5,7% del mes anterior.