

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
-------	--------	------	------	--------	--------	-----------------------------

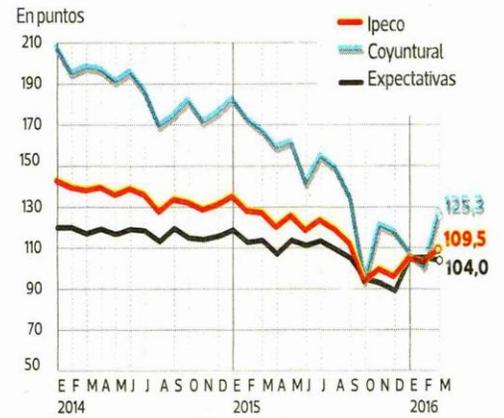
18/04/2015	LA TERCERA - STGO-CHILE	62	3	ENCUESTA: LEVE MEJORA EN LA CONFIANZA DE CONSUMIDORES		
------------	-------------------------	----	---	---	--	--

Encuesta: leve mejora en la confianza de consumidores

► El Ipeco de marzo registró un aumento de seis puntos y se ubicó en 109,5, volviendo al nivel moderadamente pesimista.

► Un visión más favorable sobre la actividad económica y el desempleo actual impulsaron al indicador.

INDICE DE PERCEPCION DEL CONSUMIDOR



FUENTE: Universidad del Desarrollo.

LA TERCERA

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Titulo	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
-------	--------	------	------	--------	--------	-----------------------------

18/04/2015	LA TERCERA - STGO-CHILE	62	4	ENCUESTA: LEVE MEJORA EN LA CONFIANZA DE CONSUMIDORES		
------------	-------------------------	----	---	---	--	--

C. Cáceres

Positivas señales, aunque por ahora modestas, comienzan a exhibir las expectativas de los consumidores chilenos.

El Índice de Percepción del Consumidor (Ipeco), elaborado por el Centro de Estudios en Economía de la Universidad del Desarrollo (UDD) junto a Mall Plaza, mostró en marzo un aumento de seis puntos respecto del mes anterior y se ubicó en 109,5 puntos, volviendo a un nivel moderadamente

pesimista.

Con este resultado, el crecimiento de 4,4 puntos del promedio móvil trimestral da cuenta de un cambio en la tendencia decreciente que se observaba desde el primer trimestre de 2013.

El informe explica que la estabilización del nivel de confianza "es consistente con el contexto general de la economía, donde las proyecciones de crecimiento del PIB en marzo apuntaban a 2,5% anualizado para el primer trimestre".

Cristián Echeverría, direc-

tor del Centro de Estudios de la UDD, sostiene que "las cifras están dando pie a que los consumidores corrijan sus expectativas, pero no de forma espectacular. Se está generando un cambio de tendencia, pero no es brutal", enfatiza.

La percepción de la actualidad mostró un fuerte aumento de 26,1 puntos en el mes, lo que llevó a que la percepción de los consumidores sobre la actualidad mejorara a un nivel moderadamente pesimista.

Así, la visión sobre la si-

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
-------	--------	------	------	--------	--------	-----------------------------

18/04/2015	LA TERCERA - STGO-CHILE	62	5	ENCUESTA: LEVE MEJORA EN LA CONFIANZA DE CONSUMIDORES		
------------	-------------------------	----	---	---	--	--

tuación económica actual subió 20 puntos y se ubicó en 119,5 puntos, pasando a un nivel levemente pesimista. En tanto, la opinión sobre el desempleo actual mejoró considerablemente, aumentando casi 40 puntos y ubicándose en 140,9 puntos.

El estudio sostiene que a pesar de que la tasa de desempleo aún se ha mantenido en niveles históricos, desde el segundo trimestre del año pasado la visión de la desocupación actual había aumentado sostenidamente por sobre el desempleo efec-

tivo. Sin embargo, con los últimos resultados, se espera que esa tendencia se revierta en los próximos meses.

Expectativas

Una percepción distinta tienen los consumidores sobre el desempleo futuro, que empeoró desde un nivel pesimista a uno moderadamente pesimista.

Respecto a la visión económica futura, en marzo se mantuvo el nivel neutral, mientras que la de los ingresos futuros mejoró desde el pesimismo moderado a un

nivel neutral.

De esta forma, las expectativas de los consumidores se mantuvieron en un nivel levemente pesimista, pese a una disminución de 1,3 puntos en el índice respectivo.

Por estratos socioeconómicos, la confianza de los consumidores mejoró en el segmento ABC1 a un nivel pesimista, en el estrato D a levemente optimista, y en el estrato E a levemente pesimista. En tanto en los segmentos C2 y C3 se mantuvo moderadamente pesimista. ●

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño	Valor Publicitario Estimado
18/04/2015	LA TERCERA - STGO-CHILE	62	6	ENCUESTA: LEVE MEJORA EN LA CONFIANZA DE CONSUMIDORES		

VISIONES COYUNTURALES**39**

puntos mejoró la visión de desempleo actual y lideró las visiones que componen el Ipeco.

20

puntos mejoró la visión de los consumidores sobre la situación económica actual.

