



## IPeCo Octubre 2013: La confianza de los consumidores se mantiene moderadamente optimista

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
oct-12	140,3	200,4	118,7
nov-12	132,8	192,1	111,6
dic-12	125,4	179,1	106,2
ene-13	142,9	206,2	120,2
feb-13	139,5	193,6	120,2
mar-13	138,1	196,7	117,1
abr-13	139,5	195,5	119,4
may-13	135,9	189,5	116,8
jun-13	139,0	194,3	119,3
jul-13	136,1	185,2	118,6
ago-13	127,7	168,0	113,3
sep-13	133,7	173,0	119,7
oct-13	132,2	180,3	115,0
var. m/m	- 1,5	7,3	- 4,8
var. a/a	- 8,1	- 20,0	- 3,8

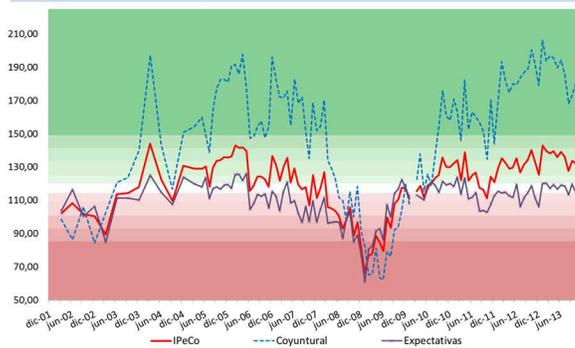
fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

El **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**<sup>1</sup> que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza<sup>2</sup>, retrocedió levemente 1,5 puntos en octubre, alcanzando los 132,2 puntos. Con esto, la confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel moderadamente optimista por tercer mes consecutivo. El índice coyuntural avanzó 7,3 puntos -llegando a los 180,3 puntos-, mientras que el índice de expectativas retrocedió 4,8 puntos hasta los 115,0.

En cuanto a los fundamentos de la percepción de los consumidores, por el lado de la actividad económica se ha registrado una desaceleración gradual, con lo que este año el crecimiento del PIB sería más cercano al 4%, a diferencia de las proyecciones en torno al 5% de comienzos del año. Mirando hacia los próximos trimestres, nuestras proyecciones así como la reciente baja en la TPM a 4,5% son consistente con la continuación de una gradual desaceleración de la demanda agregada en los próximos trimestres. Confirmando esta tendencia, los indicadores de actividad, como el IVCM o el índice de producción industrial de la SOFOFA también han disminuido gradualmente su crecimiento. En este contexto de desaceleración gradual, las remuneraciones también han crecido más lentamente que en los trimestres recientes, lo que nos permite anticipar que la percepción de los consumidores tenderá a disminuir gradualmente hacia un nivel neutral en los próximos meses.

A nivel regional, el índice de percepción de los consumidores se mantuvo en la Región Metropolitana, mientras que retrocedió en Bio Bío.

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

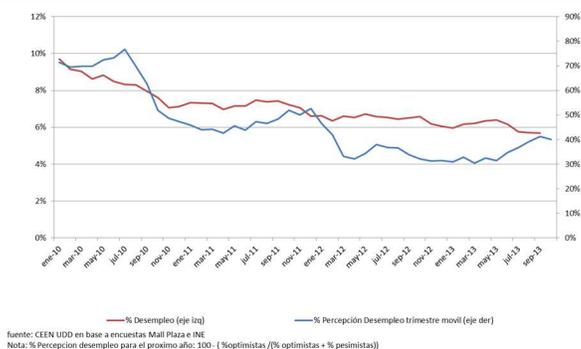


fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

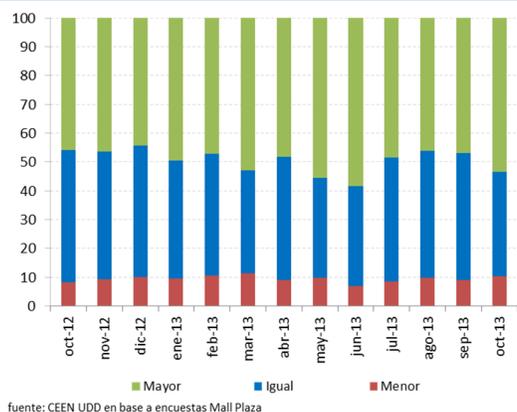
<sup>1</sup> Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

<sup>2</sup> La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó mayoritariamente los días 19 y 20 de octubre de 2013, en 6 de los doce centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 322 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (12,6%), C2 (45,11%), C3 (26,8%), D (14,5%) y E (1%).

**Gráfico 2**  
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual



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



Por estrato socioeconómico, la confianza de los consumidores retrocedió a un nivel de optimismo leve y moderado en los estratos ABC1 y D respectivamente, mientras que aumentó en el E a un nivel levemente optimista. Los estratos C2 y C3 en tanto se mantuvieron moderadamente optimistas

**La percepción de la actualidad nuevamente se mantuvo moderadamente optimista**

La percepción de la **actualidad** se mantuvo en un nivel moderadamente optimista, pese a un leve aumento de 7,3 puntos del índice coyuntural. Esto fue resultado de menos consumidores optimistas y pesimistas respecto de la situación económica, y de un aumento de optimistas y retroceso de pesimistas respecto de la percepción del desempleo actual. En una perspectiva anual, es el tercer mes consecutivo en que el índice tiene un nivel menor que el año previo.

La visión de la **situación económica actual** por parte de los consumidores experimentó un leve retroceso, luego de una disminución marginal tanto de los optimistas (-4,9 p.p) como de los pesimistas (1,3 p.p.), con lo que llegaron a representar aproximadamente el 31,7% y 12,7% del total respectivamente. En una comparación anual, esta visión fue más adversa, con menos optimistas que en octubre de 2012.

Sin embargo, los consumidores declararon en el mes un leve avance de su visión de la evolución del **desempleo actual**, como resultado de un aumento marginal de los optimistas (en 2,3 p.p.), y de una disminución marginal de los pesimistas (en 5 p.p.). En doce meses, esta visión permaneció en un nivel optimista, manteniendo una elevada correspondencia con la tasa agregada de desempleo que en el trimestre julio-septiembre se mantuvo en un 5,7% (gráfico 2).

**Las expectativas retrocedieron a un nivel levemente optimista**

Las **expectativas** de los consumidores volvieron a un nivel levemente optimista en octubre, luego de alcanzar en agosto su menor nivel en el último año. El índice de expectativas registró un leve retroceso en octubre (-4,8 puntos), debido a un retroceso moderado en el optimismo en casi todas las visiones.

La visión del **desempleo futuro** declarada por los consumidores retrocedió a un nivel levemente optimista, mientras que las visiones de la **situación de la economía futura** y de los **ingresos futuros** se mantuvieron en niveles de optimismo moderado y leve respectivamente. El retroceso más marcado fue en la visión

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	6,6	60,7	21,3	45,9
	hace un mes	2,0	65,3	18,4	42,9
	actual	5,0	50,0	17,5	47,5
C2	hace un año	5,9	40,6	14,1	51,2
	hace un mes	9,6	34,0	27,6	36,5
	actual	8,4	34,3	23,4	31,2
C3	hace un año	12,8	38,3	14,3	43,6
	hace un mes	14,9	33,7	30,7	30,7
	actual	15,3	27,1	21,2	40,0
D	hace un año	21,9	34,4	23,4	26,6
	hace un mes	28,6	25,7	22,9	37,1
	actual	28,3	13,0	17,4	45,7
E	hace un año	23,1	30,8	30,8	30,8
	hace un mes	60,0	40,0	20,0	0,0
	actual	33,3	33,3	33,3	33,3
Total	hace un año	11,2	41,5	17,2	43,8
	hace un mes	14,0	36,6	26,2	35,8
	actual	12,7	31,7	21,3	38,1

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	1,6	60,7	14,8	52,5	1,6	67,2
	hace un mes	4,1	49,0	14,3	44,9	2,0	69,4
	actual	2,5	62,5	37,5	37,5	7,5	57,5
C2	hace un año	4,1	53,5	11,8	44,1	4,1	48,8
	hace un mes	3,8	62,2	14,7	39,1	7,1	50,6
	actual	6,3	62,9	19,9	39,7	6,3	59,4
C3	hace un año	8,5	46,1	15,6	30,5	10,7	39,3
	hace un mes	7,0	50,0	17,0	44,0	12,0	40,0
	actual	8,2	49,4	18,8	42,4	11,8	51,8
D	hace un año	10,9	45,3	18,8	39,1	15,6	35,9
	hace un mes	8,6	50,0	10,0	37,1	12,9	32,9
	actual	10,9	34,8	15,2	43,5	21,7	34,8
E	hace un año	23,1	30,8	30,8	23,1	23,1	15,4
	hace un mes	60,0	40,0	20,0	20,0	20,0	40,0
	actual	33,3	66,7	33,3	66,7	33,3	33,3
Total	hace un año	6,8	50,5	15,2	39,6	8,1	45,8
	hace un mes	6,5	54,9	14,3	40,4	8,9	46,9
	actual	7,5	55,3	21,3	40,3	10,2	53,4

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

sobre el desempleo futuro, en que los pesimistas aumentaron de un 14,3 a 21,3% del total, mientras que los optimistas se mantuvieron en torno a 40%. Tanto la visión sobre la **economía** como la de los **ingresos futuros** se mantuvieron, en el primer caso por una mantención tanto de optimistas como pesimistas, y en el segundo por un aumento de optimistas y pesimistas en magnitudes similares.

**La confianza de los consumidores retrocedió en los estratos ABC1, C2 y D, mientras que en el C3 y E avanzó**

En octubre, la confianza de los consumidores en el estrato **ABC1**<sup>3</sup> retrocedió a un nivel levemente optimista, como resultado de un significativo empeoramiento en la percepción sobre el desempleo futuro, en que los pesimistas aumentaron significativamente (23,2 p.p.) y los optimistas disminuyeron levemente (7,4 p.p.). Por otro lado, también retrocedieron moderadamente los optimistas en las visiones sobre la situación actual e ingresos futuros (15,3 y 11,9 p.p. respectivamente). Solamente se registró una mejora marginal en la visión sobre el desempleo actual y situación económica futura, como resultado de un leve aumento de los optimistas.

En el estrato **C2**, la confianza de los consumidores permaneció en un nivel moderadamente optimista, luego de un retroceso marginal del índice. Este resultado estuvo determinado por variaciones contrapuestas entre una mejora de la visión de la actualidad, y un deterioro de las expectativas. La mayor variación se presentó en los optimistas respecto a los ingresos futuros, que alcanzaron un 59,3% en octubre, en comparación con un 50,4% el mes previo.

La confianza de los consumidores en el **estrato C3** también se mantuvo en un nivel moderadamente optimista, luego de un avance marginal en su percepción de la actualidad, mientras que las expectativas retrocedieron levemente. En cuanto a la actualidad, se destaca el avance de la visión del desempleo, en que los optimistas aumentaron y los pesimistas retrocedieron alrededor de 9,5 p.p. También aumentaron los optimistas en la visión sobre los ingresos futuros, de un 40% a un 51,8% del

<sup>3</sup> 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.

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual			
		Peor	Mejor	Mayor	Menor		
RM	hace un año	11,5	41,9	15,1	54,4		
	hace un mes	11,6	37,7	14,4	48,4		
	actual	10,5	35,6	14,8	53,4		
BIO BIO	hace un año	12,3	38,5	14,6	34,6		
	hace un mes	17,7	31,5	46,2	10,0		
	actual	16,0	26,0	30,5	16,0		
COQUIMBO	hace un año	n/d	n/d	n/d	n/d		
	hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d		
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d		
ANTOFAGASTA	hace un año	8,3	45,8	29,2	23,6		
	hace un mes	15,0	47,5	25,0	52,5		
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d		
		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	5,1	52,2	15,8	41,5	4,3	44,7
	hace un mes	6,1	53,7	13,6	38,8	4,2	47,7
	actual	4,7	61,3	15,9	46,0	5,8	54,5
BIO BIO	hace un año	11,5	46,9	10,0	41,5	16,9	48,5
	hace un mes	7,7	56,9	14,6	39,2	16,2	46,2
	actual	11,5	46,6	29,0	32,1	16,8	51,9
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	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
ANTOFAGASTA	hace un año	4,2	51,4	22,2	29,2	5,6	45,1
	hace un mes	5,0	55,0	17,5	52,5	10,0	45,0
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d

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

total, mientras que en las demás visiones hubo retrocesos, pero de magnitudes un tanto menores.

La confianza de los consumidores en el **estrato D** experimentó un retroceso a un nivel moderadamente optimista, luego de encontrarse en un nivel optimista en septiembre. Hubo disminuciones en todas las visiones, excepto la que se relaciona con el desempleo actual, donde los optimistas aumentaron 8,5 p.p. y los pesimistas retrocedieron 5,5 p.p. Por otro lado, destacó la disminución de los optimistas en las visiones de la situación económica actual y futura (12,7 y 15,2 p.p. respectivamente). También hubo un resultado negativo en la visión sobre los ingresos futuros, ya que los pesimistas aumentaron 8,9 p.p.

Finalmente, la confianza de los consumidores en el **estrato E** retrocedió a un nivel levemente optimista, luego de una disminución tanto en el índice coyuntural como en el de expectativas.

### **La confianza se mantuvo en la Región Metropolitana, y retrocedió en el Bio Bio**

La confianza de los consumidores en la **Región Metropolitana** se mantuvo en un nivel optimista. Esto fue resultado de avances marginales en sus visiones sobre la actualidad y expectativas.

Por otra parte, la confianza de los consumidores en **Bio Bío** se ubicó en un nivel levemente pesimista, luego de encontrarse neutral en septiembre. Los resultados fueron mixtos en su percepción sobre la actualidad, ya que en la percepción del desempleo actual los pesimistas disminuyeron moderadamente (15,6 p.p.), mientras que en la percepción sobre la economía actual los optimistas retrocedieron marginalmente (5,6 p.p.). En cuanto a las expectativas, destaca un moderado retroceso de los optimistas en la visión de la situación económica futura (10,4 p.p.) y un moderado aumento de los pesimistas en la percepción sobre el desempleo futuro (14,4 p.p.).

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)  
Pía Arce, Investigadora  
[parcehasbun@gmail.com](mailto:parcehasbun@gmail.com)  
<http://negocios.udd.cl/ceen>