



IPeCo Febrero 2013: Confianza de los consumidores se mantiene optimista

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
ene-13	142,9	206,2	120,2
feb-13	139,5	193,6	120,2
var. m/m	- 3,3	- 12,6	0,0
var. a/a	4,2	0,2	5,7

fueron: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

El **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**¹ que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza², retrocedió marginalmente 3,4 puntos en febrero, alcanzando los 139,5 puntos. Con esto, la percepción de los consumidores se mantiene en un nivel optimista, luego que alcanzara su nivel más alto en enero. El subíndice coyuntural retrocedió 12,6 puntos -llegando a los 193,6 puntos-, mientras que el subíndice de expectativas se mantuvo en los 120,2.

Este nivel optimista de la percepción de los consumidores es reflejo del contexto económico general de la economía, con un crecimiento sólido y estable, bajo desempleo y baja inflación, junto a una relativamente baja influencia de las turbulencias macrofinancieras externas. El IMACEC en enero creció 6,7% anual, comenzando el año con un índice superior a las expectativas, mientras que la variación del IPC durante febrero fue de 0,1%. El desempleo continuó disminuyendo, con un 6% en el trimestre noviembre-enero.

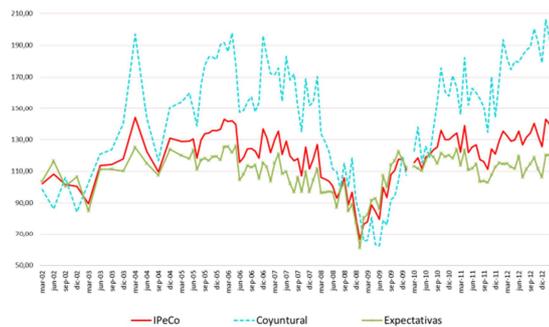
En febrero, la percepción de los consumidores mejoró solamente en Biobío, mientras que se mantuvo en la Región Metropolitana y disminuyó en Antofagasta.

Por otro lado, solo en los estratos socioeconómicos ABC1 y D la percepción de los consumidores disminuyó, aunque marginalmente, manteniéndose constante para los demás estratos.

Disminuyó levemente la percepción sobre la actualidad

Desde su máximo histórico en enero, en un nivel muy optimista, el índice coyuntural disminuyó moderadamente 12,6 puntos, ubicándose en un nivel optimista, con 193,6 puntos. Esta

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

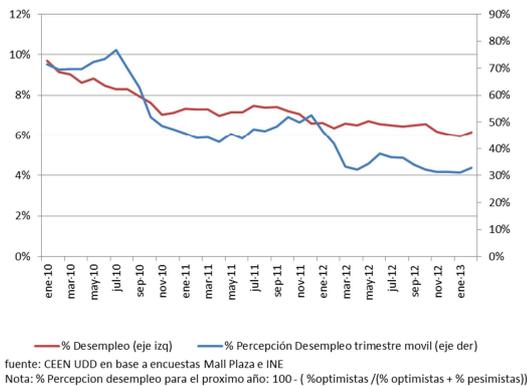


fueron: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

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

² La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 2 y 3 de febrero de 2013, siete de los doce centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 363 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (16,6%), C2 (42%), C3 (22,9%), D (16,9%) y E (1,7%).

Gráfico 2
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual



disminución fue resultado de un retroceso de la percepción sobre el desempleo actual, principalmente por un aumento de los pesimistas, solo parcialmente compensado por una leve mejora en la percepción sobre la situación económica.

Pese a esta leve disminución de la percepción sobre la situación económica actual, su nivel fue prácticamente el mismo que hace un año, debido a que tanto optimistas como pesimistas retrocedieron solo marginalmente en 2 y 1 punto porcentual, respectivamente. Además, continuó prevaleciendo un alto margen entre quienes creen que la situación es mejor respecto al año anterior (40% de los encuestados) y quienes creen que es peor (8% de los encuestados).

Respecto de la percepción sobre el desempleo actual, los optimistas disminuyeron levemente y los pesimistas aumentaron en 9 puntos porcentuales. Cabe destacar que esta percepción tiene una elevada correspondencia con los niveles efectivos de desempleo, aunque con una mayor variabilidad.

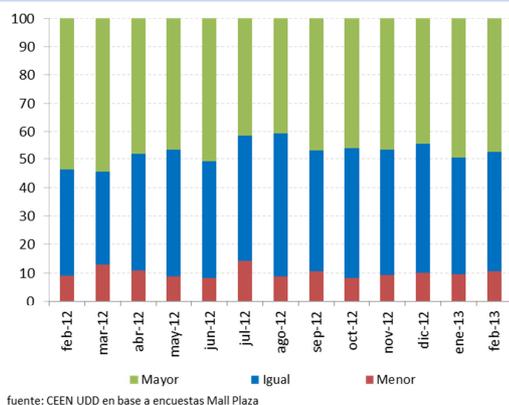
En doce meses, ambas percepciones de la actualidad mejoraron, como resultado de un aumento de los optimistas y una disminución de los pesimistas.

Se mantienen las expectativas

El índice de percepción de las expectativas se mantuvo en 120,2 puntos, en un nivel moderadamente optimista respecto a los niveles históricos. Esto fue el resultado de un leve aumento de la percepción sobre la situación económica futura, compensada por una leve disminución de los ingresos futuros. Aunque se mantuvo un nivel favorable, la percepción del desempleo futuro disminuyó levemente, por un aumento de pesimistas mayor al de optimistas. No obstante, aumentó 5,7 puntos respecto a febrero de 2012, en que el nivel de optimismo era leve.

La percepción sobre la **situación económica futura** mejoró hasta niveles optimistas, luego de niveles moderadamente optimistas en enero, debido principalmente a un aumento de optimistas, que en febrero alcanzaron a casi un 60% de los encuestados. Por otro lado, la percepción sobre el **desempleo futuro** se mantuvo en niveles favorables, como resultado de un aumento tanto de optimistas como de pesimistas, que en febrero representaron un 49 y 17% de las respuestas respectivamente. Por último, la percepción sobre **ingresos futuros** se mantuvo en un nivel neutral por cuarto mes consecutivo, pero con un leve aumento de los pesimistas y disminución de optimistas.

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



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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	4,9	49,2	9,8	55,7
	hace un mes	3,4	56,3	8,0	47,1
	actual	3,3	58,3	25,0	46,7
C2	hace un año	9,9	34,0	17,0	39,0
	hace un mes	6,5	40,0	18,0	42,0
	actual	8,6	40,1	22,4	40,8
C3	hace un año	12,5	36,7	17,5	43,3
	hace un mes	12,5	44,4	18,1	43,1
	actual	6,0	39,8	24,1	36,1
D	hace un año	21,7	23,9	19,6	41,3
	hace un mes	19,3	29,8	12,3	43,9
	actual	13,1	26,2	31,1	42,6
E	hace un año	45,5	9,1	45,5	18,2
	hace un mes	0,0	37,5	25,0	37,5
	actual	16,7	16,7	33,3	50,0
Total	hace un año	12,4	35,4	17,2	42,7
	hace un mes	9,4	42,7	15,9	42,9
	actual	8,0	40,2	25,1	41,0

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	3,3	80,3	9,8	47,5	1,6	77,0
	hace un mes	8,0	59,8	12,6	39,1	4,6	65,5
	actual	3,3	68,3	10,0	45,0	6,7	65,0
C2	hace un año	5,0	64,5	18,4	39,7	7,1	62,4
	hace un mes	3,0	55,0	11,5	45,0	6,0	53,0
	actual	0,7	63,2	17,8	52,0	7,9	52,0
C3	hace un año	11,7	47,5	27,5	34,2	12,5	43,3
	hace un mes	12,6	49,0	11,8	40,3	17,4	45,8
	actual	12,0	56,6	22,9	47,0	13,3	43,4
D	hace un año	21,7	45,7	19,6	30,4	17,4	30,4
	hace un mes	5,3	40,4	8,9	44,6	8,8	29,8
	actual	8,5	42,4	14,8	50,8	18,0	24,6
E	hace un año	27,3	18,2	27,3	27,3	0,0	27,3
	hace un mes	25,0	50,0	12,5	62,5	12,5	37,5
	actual	0,0	83,3	16,7	33,3	0,0	33,3
Total	hace un año	9,5	58,0	20,3	37,7	9,0	53,8
	hace un mes	7,8	52,0	12,2	42,2	9,6	49,5
	actual	5,0	59,3	17,1	49,3	10,5	47,1

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

Se mantuvo percepción en estratos C2, C3 y E, mientras que en ABC1 y D disminuyó

La percepción general de los consumidores en el estrato **ABC1**³ disminuyó a un nivel moderadamente optimista, principalmente por el retroceso de su percepción de la actualidad respecto al desempleo, en que los pesimistas aumentaron desde un 8 a un 25% de los encuestados.

En el estrato **C2**, la percepción de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista, aun cuando se registraron cambios contrapuestos entre una mejora de las expectativas sobre la situación económica futura, en que los optimistas aumentaron de 60 a 69% de los encuestados, y una disminución de las demás percepciones.

La percepción general de los consumidores en el estrato **C3** se mantuvo en niveles favorables, luego de resultados mixtos en sus componentes. Por un lado mejoró la percepción del desempleo actual y la expectativa de los ingresos futuros, pero por otro empeoró la expectativa sobre el desempleo futuro, con un significativo aumento de los pesimistas desde un 12 a 23% de los encuestados.

En el estrato **D**, los consumidores bajaron su percepción general hasta un nivel optimista, desde un nivel extraordinariamente optimista en enero, registrándose disminuciones en casi todos los componentes. Esto se debió a que, los optimistas disminuyeron en tres, y los pesimistas aumentaron en cuatro de las cinco percepciones, respectivamente.

Finalmente, los consumidores en el estrato **E** mantuvieron su percepción general en un nivel optimista por tercer mes consecutivo, con variaciones contrapuestas entre un empeoramiento de la percepción de la situación económica actual y desempleo futuro, y un aumento en el resto de las percepciones.

³ 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	14.8	34.1	17.9	50.7		
	hace un mes	5.6	42.5	6.7	56.3		
	actual	4.7	41.4	12.6	57.6		
BIO BIO	hace un año	9.5	36.5	17.5	33.3		
	hace un mes	14.0	35.7	35.7	17.8		
	actual	12.9	32.6	34.1	25.0		
COQUIMBO	hace un año	5.9	44.1	26.5	14.7		
	hace un mes	8.3	50.0	15.0	53.3		
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d		
ANTOFAGASTA	hace un año	9.4	34.0	7.5	37.7		
	hace un mes	15.7	50.0	12.9	31.4		
	actual	7.5	60.0	55.0	15.0		
		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	12.2	54.1	22.7	34.1	7.0	52.0
	hace un mes	3.6	54.6	10.4	44.2	2.8	49.6
	actual	2.6	57.6	11.0	51.8	4.2	49.7
BIO BIO	hace un año	7.9	63.5	6.3	46.0	19.0	46.0
	hace un mes	11.6	48.8	13.2	43.4	20.2	45.0
	actual	9.1	54.5	14.4	53.8	21.2	46.2
COQUIMBO	hace un año	8.8	41.2	38.2	17.6	17.6	38.2
	hace un mes	11.7	41.7	10.0	45.0	10.0	60.0
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
ANTOFAGASTA	hace un año	0.0	79.2	15.1	56.6	0.0	81.1
	hace un mes	12.9	57.1	18.6	30.0	14.3	48.6
	actual	2.6	84.2	55.0	22.5	5.0	37.5

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

La Región Metropolitana se mantuvo en un nivel extraordinariamente optimista, a pesar del retroceso general

En febrero, la percepción de los consumidores mejoró solamente en el Biobío, mientras que se mantuvo en la Región Metropolitana y disminuyó en Antofagasta.

La percepción de los consumidores en la **Región Metropolitana** se mantuvo en niveles extraordinariamente optimistas pese a cambios contrapuestos entre la percepción de la actualidad y las expectativas. La percepción sobre la actualidad disminuyó levemente, principalmente por un aumento moderado de pesimistas en la percepción sobre el desempleo actual. Sin embargo, estuvo compensada por una mejora también leve en las expectativas, principalmente de la situación económica futura, debido a un aumento moderado de los optimistas y una disminución de los pesimistas.

Por otra parte, la percepción de los consumidores en **Biobío** mejoró a un nivel moderadamente optimista, desde un optimismo leve en enero. Mejoraron levemente tanto la percepción de la actualidad como las expectativas, destacándose la percepción sobre el desempleo futuro en que los optimistas aumentaron de 43 a 54% de los encuestados.

Finalmente, en **Antofagasta**, la percepción general de los consumidores empeoró desde un nivel neutral en enero, a un nivel pesimista en febrero. Este resultado se debió principalmente a un significativo empeoramiento de la percepción del desempleo actual y futuro, tanto por aumentos de los pesimistas como por disminuciones de los optimistas.

Cristián Echeverría V., Director CEEN
(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl
Stephanie Alfaro, Investigadora Principal
(02) 327.9824 | salfaro@udd.cl
Francisca Olivares, Investigadora
francisca.olivares.a@gmail.com
<http://negocios.udd.cl/ceen>