



## IPeCo Enero 2013: Confianza de los consumidores alcanza mayor nivel desde 2004

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

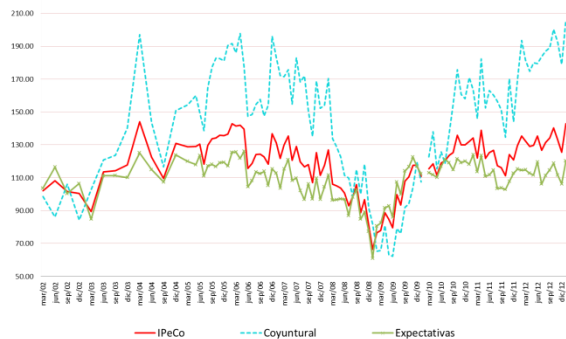
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
ene-12	129.5	169.2	115.3
feb-12	135.4	193.5	114.6
mar-12	132.4	181.7	114.8
abr-12	129.0	174.8	112.7
may-12	129.7	179.9	111.7
jun-12	135.4	179.5	119.6
jul-12	126.6	183.7	106.2
ago-12	131.4	187.0	111.4
sep-12	134.3	189.0	114.7
oct-12	140.3	200.4	118.7
nov-12	132.8	192.1	111.6
dic-12	125.4	179.1	106.2
ene-13	142.9	206.2	120.2
var. m/m	17.4	27.1	13.9
var. a/a	13.4	36.9	4.8

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>, avanzó 17,4 puntos en enero, alcanzando los 142,9 puntos. Con esto, la percepción de los consumidores alcanzó su nivel más alto desde 2004, producto de un aumento histórico en la percepción de la actualidad. Así, el subíndice coyuntural aumentó 27,1 puntos -llegando a los 206,2 puntos-, mientras que el subíndice de expectativas aumentó 13,9 puntos.

El IMACEC en diciembre creció 4,7% anual, superior a las expectativas, cerrando el año con un crecimiento del 5,6%, mientras que la variación del IPC fue de 0,2% por alzas en transporte y electricidad, gas y otros combustibles. El desempleo continuó disminuyendo, con un 6,1% en el trimestre oct-dic. En este contexto, el escenario externo parece no haber influido mucho en la formación de expectativas, en contraste con el alto crecimiento del 2012, las buenas cifras de empleo y una inflación controlada.

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



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Con respecto a los índices regionales, en enero la percepción de los consumidores mejoró en todas las regiones, excepto en Biobío, que se mantuvo debido a resultados contrapuestos entre los subíndices. Antofagasta, en tanto, fue la única región en que retrocedió la percepción de las expectativas.

Por otro lado, mejoró la percepción de todos los estratos, siendo el D el que mostró la mayor variación.

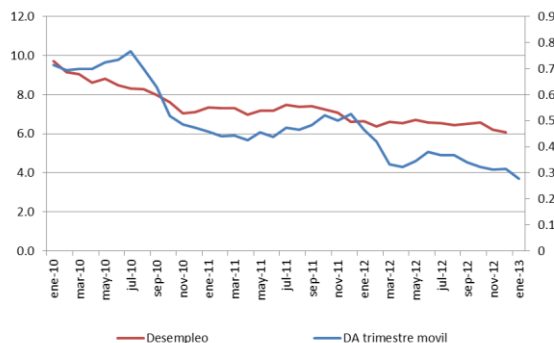
### **Máximo histórico en la percepción de la actualidad**

El índice coyuntural avanzó 27,1 puntos, ubicándose en un nivel muy optimista con 206,2 puntos. Con esto alcanzó un nuevo record histórico (luego de los más de 200 puntos de octubre).

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

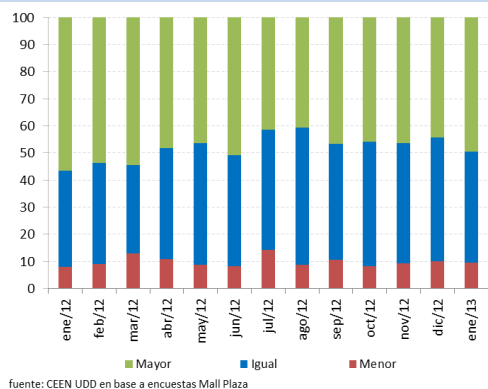
<sup>2</sup> La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 12 y 13 de enero de 2013, en todos los centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 511 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (17,5%), C2 (40,3%), C3 (29%), D (11,5%) y E (1,6%).

**Gráfico 2**  
**Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual**  
(%Desempleo eje izquierdo; proporción de optimistas sobre proporción optimistas y pesimistas eje derecho )



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza e INE

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



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Este aumento fue resultado de una mejora tanto en la percepción sobre la situación económica actual como sobre el desempleo, ya que en ambas aumentaron optimistas y retrocedieron pesimistas. En términos interanuales también se registró un alza importante, ya que en enero del 2012 el optimismo era moderado (con 169,2 puntos).

La mejora en la percepción sobre la **situación económica actual** se debió principalmente a que los optimistas aumentaron cerca de 10 puntos, mientras que los pesimistas retrocedieron 6,1 puntos porcentuales, situándose por primera vez por debajo de un 10% desde octubre del 2010. Con esto, en una perspectiva histórica, la percepción de los consumidores respecto a la situación económica actual aumentó a un nivel muy optimista, respecto a los niveles levemente favorables que se registraron en diciembre.

Por otro lado, también aumentaron optimistas y disminuyeron pesimistas en la percepción sobre el **desempleo actual**. Al comparar la evolución de la percepción sobre el desempleo actual con los niveles efectivos de desempleo, que ha disminuido marginalmente en los últimos tres meses (gráfico 2), se evidencia una relación bastante alta, aunque con una variabilidad mayor en la percepción.

Respecto de enero de 2012, ambas percepciones de la actualidad mejoraron, como resultado de un aumento de los optimistas y una disminución de los pesimistas.

**Mejoran expectativas a un nivel de optimismo moderado**

El índice de percepción de las expectativas avanzó 13,9 puntos, hasta los 120,2 puntos, alcanzando un nivel moderadamente optimista respecto a niveles históricos. Al igual que en la percepción sobre la actualidad, en todas las dimensiones se observó un aumento de optimistas y retroceso de pesimistas. También hubo un aumento anual, pero mucho menor al incremento de la percepción de la actualidad (las expectativas crecieron 4,8 puntos respecto a enero de 2012).

La percepción sobre la **situación económica futura** mejoró hasta niveles moderadamente optimistas, luego de niveles pesimistas en diciembre, debido principalmente a una disminución de los pesimistas, que en enero alcanzaron apenas un 7,8% de las respuestas. Por otro lado, la percepción sobre el **desempleo futuro** también mejoró a niveles muy favorables, como resultado de un aumento de los optimistas, que en enero representaron un 42,2% de las respuestas. Por último, la

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	5.8	51.9	15.4	34.6
	hace un mes	13.2	51.5	14.7	45.6
	actual	3.4	56.3	8.0	47.1
C2	hace un año	10.6	34.8	21.2	37.1
	hace un mes	13.4	34.5	19.6	39.7
	actual	6.5	40.0	18.0	42.0
C3	hace un año	13.7	28.4	21.1	36.8
	hace un mes	18.5	28.6	21.0	34.5
	actual	12.5	44.4	18.1	43.1
D	hace un año	38.3	14.9	34.0	25.5
	hace un mes	19.4	21.0	21.0	30.6
	actual	19.3	29.8	12.3	43.9
E	hace un año	44.4	0.0	44.4	22.2
	hace un mes	27.3	54.5	9.1	27.3
	actual	0.0	37.5	25.0	37.5
Total	hace un año	15.3	31.9	23.3	34.5
	hace un mes	15.5	33.5	19.1	37.3
	actual	9.4	42.7	15.9	42.9

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	3.8	65.4	11.5	40.4	1.9	71.2
	hace un mes	11.8	63.2	10.3	44.1	5.9	64.7
	actual	8.0	59.8	12.6	39.1	4.6	65.5
C2	hace un año	5.3	54.2	17.4	41.7	7.6	62.1
	hace un mes	11.3	49.5	20.6	34.5	7.7	49.5
	actual	3.0	55.0	11.5	45.0	6.0	53.0
C3	hace un año	9.5	48.4	18.9	34.7	8.4	43.2
	hace un mes	25.2	29.4	12.6	26.1	15.1	36.1
	actual	12.6	49.0	11.8	40.3	17.4	45.8
D	hace un año	21.7	50.0	21.3	27.7	10.6	53.2
	hace un mes	17.7	35.5	24.2	33.9	12.9	30.6
	actual	5.3	40.4	8.9	44.6	8.8	29.8
E	hace un año	44.4	22.2	44.4	11.1	22.2	55.6
	hace un mes	9.1	72.7	36.4	27.3	0.0	45.5
	actual	25.0	50.0	12.5	62.5	12.5	37.5
Total	hace un año	9.8	52.5	18.6	36.6	8.0	48.6
	hace un mes	16.3	44.4	17.8	32.8	10.1	46.6
	actual	7.8	52.0	12.2	42.2	9.6	45.8

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

percepción sobre **ingresos futuros** se mantuvo en un nivel neutral, por tercer mes consecutivo. En este caso los pesimistas se mantuvieron y los optimistas aumentaron 5,1 puntos porcentuales hasta alcanzar un 49,5%. Estas dos percepciones de expectativas futuras son las que históricamente registran más optimistas, por lo que pequeñas variaciones en los pesimistas provocan mayores cambios en el índice.

### Aumentos en todos los estratos

En enero, los consumidores en todos los estratos aumentaron su optimismo general. Luego de tres meses de moderado optimismo, la percepción general del estrato **ABC1** alcanzó un nivel optimista, aunque mantuvo sus expectativas<sup>3</sup>. Este resultado estuvo determinado principalmente por una disminución de pesimistas en la percepción sobre la actualidad – retrocedieron casi 10 puntos porcentuales – y un aumento de optimistas, aunque en menor magnitud. Por otro lado, las expectativas se mantuvieron, como resultado de un aumento en la percepción de la situación económica e ingresos futuros, compensado por un retroceso de la percepción del desempleo futuro.

Luego de encontrarse en un nivel levemente favorable en diciembre, la percepción general en el estrato **C2** aumentó a un nivel optimista. Este resultado se debió por una parte, a una mejora de la percepción sobre la actualidad, principalmente por un aumento de optimistas y disminución de pesimistas, y por otra, a una mejora de las expectativas, principalmente por una disminución de pesimistas, que retrocedieron cerca de nueve puntos porcentuales en la percepción sobre la situación económica y desempleo futuro.

La percepción general de los consumidores en el **estrato C3** alcanzó un nivel favorable, dado el aumento que se observó en todos sus componentes, destacándose el 49% de optimistas en la percepción sobre la situación económica futura, 19,5 puntos porcentuales más que en diciembre. Variaciones similares, aunque levemente menores, se presentaron en el resto de las percepciones, principalmente por el lado de un aumento de

<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	15.8	29.4	22.8	31.7		
	hace un mes	14.8	42.8	14.0	50.7		
	actual	5.6	42.5	6.7	56.3		
BIO BIO	hace un año	17.2	37.5	28.1	21.9		
	hace un mes	19.2	28.5	21.5	31.5		
	actual	14.0	35.7	35.7	17.8		
COQUIMBO	hace un año	8.8	32.4	8.8	41.2		
	hace un mes	13.2	4.4	27.9	8.8		
	actual	8.3	50.0	15.0	53.3		
ANTOFAGASTA	hace un año	15.0	50.0	15.0	30.0		
	hace un mes	10.3	46.2	25.6	28.2		
	actual	15.7	50.0	12.9	31.4		
		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	12.0	49.1	25.1	34.1	7.7	60.1
	hace un mes	9.2	53.7	14.4	35.4	5.2	52.4
	actual	3.6	54.6	10.4	44.2	2.8	49.6
BIO BIO	hace un año	15.6	46.9	3.1	50.0	14.1	51.6
	hace un mes	14.6	39.2	16.2	40.8	16.2	41.5
	actual	11.6	48.8	13.2	43.4	20.2	45.0
COQUIMBO	hace un año	0.0	67.6	20.6	58.8	0.0	76.5
	hace un mes	52.9	7.4	17.6	8.8	16.2	20.6
	actual	11.7	41.7	10.0	45.0	10.0	60.0
ANTOFAGASTA	hace un año	15.0	45.0	5.0	35.0	15.0	55.0
	hace un mes	0.0	71.8	43.6	33.3	7.7	48.7
	actual	12.9	57.1	18.6	30.0	14.3	48.6

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

optimistas.

El **estrato D** mejoró su percepción general hasta niveles extraordinariamente optimistas, desde un nivel moderadamente favorable en diciembre. Los resultados fueron favorables en casi todas las percepciones, ya que solamente en la percepción sobre el ingreso familiar se mantienen los optimistas. Los resultados más destacables estuvieron en la percepción sobre el desempleo futuro, ya que los pesimistas retrocedieron fuertemente (de 24,2 a 8,9%), mientras que los optimistas aumentaron 10,8 puntos porcentuales.

Finalmente, los consumidores en el **estrato E** mantuvieron su percepción general en un nivel optimista, como resultado de un empeoramiento de la percepción de la situación económica e ingresos futuros, compensado por aumentos en el resto de las percepciones.

**La región del Biobío se mantiene, mientras que el resto aumenta**

En enero, la percepción de los consumidores mejoró en todas las regiones, excepto en la del Biobío, que se mantuvo por resultados contrapuestos entre los subíndices. Antofagasta, en tanto, fue la única región en que retrocedió la percepción de las expectativas.

La percepción de los consumidores en la **región Metropolitana** aumentó a niveles extraordinariamente optimistas, luego de encontrarse en un nivel moderadamente favorable los últimos dos meses. Esto fue resultado de una caída de 9,3 puntos porcentuales entre las personas que creen que la situación económica actual es peor a la de hace un año (pesimistas), y a un aumento de 8,9 puntos porcentuales entre quienes creen que el desempleo futuro será menor el próximo año.

Por otra parte, la percepción de los consumidores en **Biobío** se mantuvo en niveles levemente optimistas, aun cuando la percepción del desempleo actual retrocedió tanto por una disminución de optimistas, como por un aumento de pesimistas.

**Antofagasta** mejoró su percepción general desde un nivel levemente pesimista en diciembre, a un nivel neutral en enero. Esto fue resultado de una mejora de la percepción de la actualidad, apaciguada parcialmente por un empeoramiento de las expectativas. Entre los resultados positivos destacó la disminución de pesimistas en las percepciones sobre el

desempleo tanto actual como futuro, que cayeron 12,8 y 25 puntos porcentuales respectivamente.

La percepción general de los consumidores en la región de **Coquimbo** aumentó a niveles optimistas, luego de encontrarse en un nivel extraordinariamente desfavorable en diciembre. Esto fue resultado de un aumento de los optimistas y una disminución de los pesimistas en todas las percepciones.

---

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)  
Francisca Olivares, Investigadora  
[francisca.olivares.a@gmail.com](mailto:francisca.olivares.a@gmail.com)  
<http://negocios.udd.cl/ceen>