



IPeCo Marzo 2013: Confianza de los consumidores continúa a la baja, aunque se mantiene optimista

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
mar-13	138.1	196.7	117.1
var. m/m	- 1.4	3.1	- 3.1
var. a/a	5.7	15.1	2.3

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

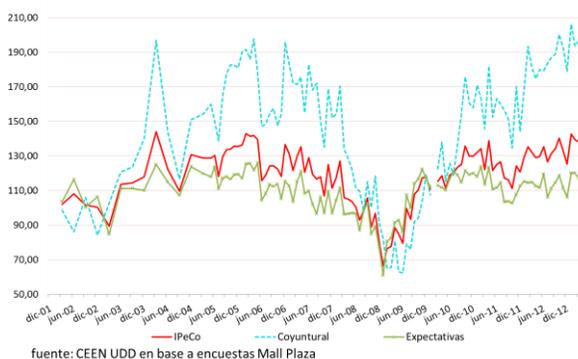
El **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**¹ que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza², retrocedió marginalmente 1,4 puntos en marzo, alcanzando los 138,1 puntos. Con esto, la percepción de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista, aunque con una gradual tendencia a la baja desde su valor máximo en enero. El subíndice coyuntural tuvo un leve aumento de 3,1 puntos -llegando a los 196,7 puntos-, mientras que el subíndice de expectativas retrocedió levemente 3,1 puntos hasta los 117,1.

La percepción de los consumidores continuó en un nivel optimista, lo que es reflejo del buen desempeño económico de la economía chilena, con un crecimiento sólido y estable, bajo desempleo y baja inflación, junto a una relativamente baja influencia de las turbulencias macrofinancieras externas. Sin embargo, el IMACEC en febrero creció solamente 3,8% anual, inferior a las expectativas, lo que indicaría una desaceleración, mientras que la variación del IPC durante marzo fue de 0,4%. El desempleo también aumentó marginalmente a un 6,2% según el INE en el trimestre diciembre-febrero con lo que se espera un gradual retroceso en la confianza de los consumidores en los próximos meses.

En marzo, la percepción de los consumidores mejoró solamente en Antofagasta, mientras que retrocedió en la región Metropolitana y del Biobío.

Por otro lado, los estratos ABC1, C2 y C3 se mantuvieron en su percepción general, mientras que el D y E retrocedieron respecto a febrero.

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



fuelle: 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 16 y 17 de marzo de 2013, en nueve de los doce centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 458 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (15,3%), C2 (42,7%), C3 (27,6%), D (12,7%) y E (1,8%).

Gráfico 2
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual

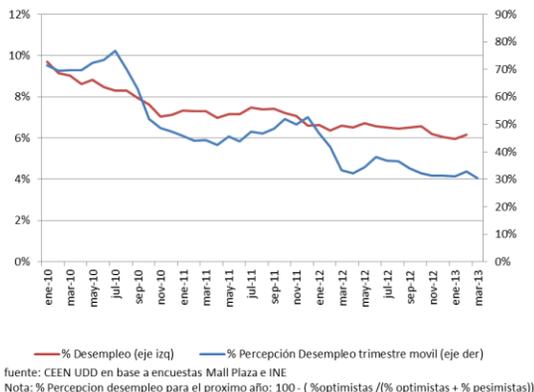
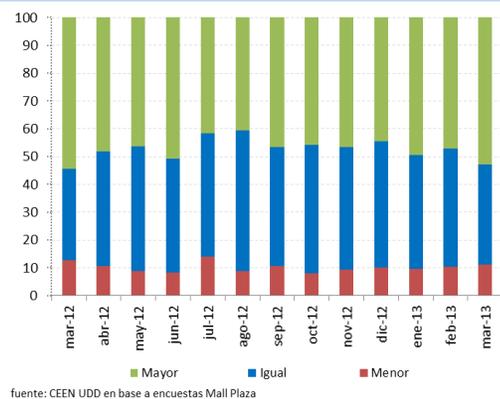


Gráfico 3
Percepción de los Ingresos Futuros
(% de respuestas)
base Dic2001=100



La percepción de la actualidad se mantuvo en un nivel optimista

El índice coyuntural avanzó apenas 3,1 puntos en marzo, manteniéndose en un nivel optimista, con 196,7 puntos. Este aumento fue resultado de una mejora en la percepción sobre el desempleo actual, neutralizado parcialmente por un retroceso de la percepción sobre la situación económica, principalmente por un aumento de los pesimistas.

Respecto a la situación económica actual, los pesimistas determinaron el resultado, debido a que en marzo alcanzaban el 8% de las respuestas, mientras que en abril representaron el 14,2%. Por otro lado, los optimistas prácticamente se mantuvieron, por lo que dominó el efecto negativo. Al comparar con lo observado hace un año, el nivel de pesimistas era similar, pero el de optimistas era menor por lo que actualmente se compara positivamente.

En cuanto a la percepción sobre el desempleo actual, se observaron resultados positivos, ya que aumentaron los optimistas y disminuyeron los pesimistas en magnitudes bastante similares (8,1 y 7,4 puntos porcentuales respectivamente). Al analizar la variación anual, también se compara favorablemente con lo observado en marzo de 2012. Además, como se puede observar en el gráfico 2, esta percepción tiene una elevada correspondencia con los niveles efectivos de desempleo, aunque con una mayor variabilidad.

Se mantuvieron las expectativas, luego de una caída marginal

El índice de percepción de las expectativas se mantuvo moderadamente optimista, luego de un leve retroceso de 3,1 puntos. Así alcanzó los 117,1 puntos, luego de un empeoramiento en dos de las tres preguntas que lo componen. Este resultado se debió a una mejora de la percepción sobre los ingresos futuros, compensado por una disminución en la percepción sobre la situación económica futura, que ahora tiene un nivel de optimismo moderado. Si bien la percepción sobre el desempleo futuro empeoró, lo hizo marginalmente.

La percepción sobre la **situación económica futura** declinó, debido principalmente a una disminución de los optimistas, que en marzo alcanzaron un 53,6% de los encuestados. Por otro lado, la percepción sobre el **desempleo futuro** también retrocedió a niveles moderadamente favorables, como resultado de una disminución de optimistas y aumento de pesimistas, que en marzo representaron un 46,3 y 17,2% de las

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Peor	Mejor	Menor	Mayor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	10,3	37,9	12,1	46,6	3,4	63,8	12,1	46,6	1,7	74,1
	hace un mes	3,3	58,3	25,0	46,7	3,3	68,3	10,0	45,0	6,7	65,0
	actual	8,7	59,4	10,1	55,1	5,8	58,0	15,9	46,4	8,7	59,4
C2	hace un año	15,2	32,6	24,2	43,2	12,2	58,0	13,6	38,6	12,9	52,3
	hace un mes	8,6	40,1	22,4	40,8	0,7	63,2	17,8	52,0	7,9	52,0
	actual	10,4	43,2	15,1	49,5	8,3	55,7	14,1	44,8	7,9	55,5
C3	hace un año	11,8	32,7	16,3	43,1	10,5	53,6	11,1	41,8	11,1	54,9
	hace un mes	6,0	39,8	24,1	36,1	12,0	56,6	22,9	47,0	13,3	43,4
	actual	18,5	30,6	18,5	49,2	7,3	51,2	16,1	51,6	12,2	53,7
D	hace un año	42,5	27,5	25,0	37,5	22,5	40,0	25,0	25,0	35,0	37,5
	hace un mes	13,1	26,2	31,1	42,6	8,5	42,4	14,8	50,8	18,0	24,6
	actual	22,8	38,6	31,6	42,1	12,3	47,4	26,3	42,1	19,6	37,5
E	hace un año	8,3	8,3	27,3	54,5	16,7	41,7	33,3	33,3	16,7	25,0
	hace un mes	16,7	16,7	33,3	50,0	0,0	83,3	16,7	33,3	0,0	33,3
	actual	25,0	50,0	12,5	62,5	25,0	37,5	25,0	37,5	37,5	37,5
Total	hace un año	15,6	31,9	19,4	43,8	11,3	54,9	14,3	39,4	12,8	54,5
	hace un mes	8,0	40,2	25,1	41,0	5,0	59,3	17,1	49,3	10,5	47,1
	actual	14,2	41,0	17,7	49,1	8,3	53,6	17,2	46,3	11,2	53,0

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

respuestas respectivamente. Por último, la percepción sobre **ingresos futuros** se mantuvo en un nivel neutral por quinto mes consecutivo, luego de un aumento de los optimistas y pesimistas.

Estratos ABC1, C2 y C3 se mantuvieron en su nivel de optimismo, mientras que el D y E retrocedieron.

La percepción general de los consumidores en el estrato **ABC1**³ se mantuvo en un nivel moderadamente optimista, principalmente por el avance de su percepción de la actualidad respecto al desempleo y un retroceso en las expectativas. Por un lado, los pesimistas retrocedieron desde un 25 a un 10,1% de los encuestados y los optimistas aumentaron de un 46,7 a un 55,1% en la percepción del desempleo, mientras que en la percepción de la situación económica futura los optimistas retrocedieron de un 68,3 a un 58%.

En el estrato **C2**, la percepción de los consumidores se mantuvo en un nivel optimista por tercer mes consecutivo, aun cuando se registraron cambios contrapuestos entre un retroceso de la percepción de la actualidad y una mejora de las expectativas. El aumento más importante se presentó en la percepción del desempleo actual, mientras que el retroceso más importante fue la percepción sobre la situación económica futura.

Al igual que en el C2, 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, empeoró la percepción de la situación económica actual, mientras que mejoró la que se relaciona con los ingresos futuros debido a un aumento de optimistas (de 43,4 a 53,7%).

En el **estrato D**, la confianza del consumidor retrocedió por segundo mes consecutivo, hasta un nivel moderadamente optimista desde un nivel optimista en febrero, registrándose disminuciones en casi todos los componentes. Esto se debió principalmente al empeoramiento de la percepción sobre desempleo futuro, ya que los optimistas disminuyeron 11,6 p.p.

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	13,5	33,1	15,1	50,6		
	hace un mes	4,7	41,4	12,6	57,6		
	actual	10,6	48,8	10,1	54,4		
BIO BIO	hace un año	19,0	31,0	39,7	15,5		
	hace un mes	12,9	32,6	34,1	25,0		
	actual	19,1	26,0	32,8	26,0		
COQUIMBO	hace un año	17,6	23,5	39,4	24,2		
	hace un mes	n/d	n/d	n/d	n/d		
	actual	n/d	n/d	n/d	n/d		
ANTOFAGASTA	hace un año	20,0	32,7	5,5	54,5		
	hace un mes	7,5	60,0	55,0	15,0		
	actual	15,5	43,6	14,5	66,4		
		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Familiar Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	7,2	62,8	16,3	40,6	8,0	61,0
	hace un mes	2,6	57,6	11,0	51,8	4,2	49,7
	actual	6,5	55,3	18,0	38,7	8,3	57,4
BIO BIO	hace un año	20,7	53,4	6,9	46,6	32,8	36,2
	hace un mes	9,1	54,5	14,4	53,8	21,2	46,2
	actual	11,5	50,4	18,3	41,2	22,9	53,4
COQUIMBO	hace un año	26,5	23,5	23,5	14,7	26,5	35,3
	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	10,9	40,0	7,3	41,8	5,5	56,4
	hace un mes	2,6	84,2	55,0	22,5	5,0	37,5
	actual	8,3	54,1	14,5	67,3	2,8	43,5

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

Finalmente, luego de tres meses en que el estrato E se encontraba optimista, cayó hasta niveles moderadamente favorables respecto a sus niveles históricos, como resultado de variaciones contrapuestas entre un mayor deterioro de las expectativas y una menor mejora de la percepción de la actualidad.

Solamente Antofagasta mejora su nivel de optimismo

En marzo, la percepción de los consumidores mejoró solamente en Antofagasta, mientras que retrocedió en las regiones Metropolitana y del Biobío.

La percepción de los consumidores en la **región Metropolitana** retrocedió a niveles optimistas, luego de encontrarse los últimos dos meses en un nivel extraordinariamente favorable, debido a retrocesos tanto en la percepción de la actualidad como en las expectativas. El resultado más destacable fue de los optimistas respecto al desempleo futuro, ya que retrocedieron 13,1 p.p., mientras que el resto presentó caídas menores. Solamente mejoró la percepción sobre el desempleo actual, pero lo hizo marginalmente.

Por otra parte, la confianza de los consumidores en el **Biobío** en marzo disminuyó a un nivel levemente optimista, desde un nivel moderado en febrero. Al igual que en la región Metropolitana, fueron los optimistas en la percepción del desempleo futuro los que retrocedieron en mayor magnitud, ya que en febrero un 53,8% de los encuestados de la región creía que el desempleo en un año más iba ser menor, mientras que en marzo alcanzó solo un 41,2%.

Finalmente, la única ciudad que mejoró su nivel de optimismo fue **Antofagasta**, en donde la percepción pasó a un nivel moderadamente optimista en marzo. Este resultado se debió principalmente a una mejora tanto en la percepción del desempleo actual como futura, en que los optimistas aumentaron y los pesimistas retrocedieron más de 40 p.p.

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>