

Confianza del consumidor mejora, pero sigue pesimista

- Moderada alza del Ipeco se debe a mejor percepción del empleo y la economía.
- En próximos meses continuará pesimismo, según estudio de la UDD.

Pedro Aguilera F.

Moderados avances experimentó el Índice de Percepción del Consumidor (Ipeco) en mayo, situándose en promedio en nivel pesimista versus muy pesimista del mes previo. El índice de confianza avanzó 6 puntos sobre abril y cayó 6,9 puntos respecto de mayo de 2015, precisó el Centro de Estudios y Economía y Negocios (Ceen) de la U. del Desarrollo, que elabora el Ipeco.

En tanto, la confianza en la actualidad (índice coyuntu-

ral) aumentó 13,6 puntos, situándose en 88,1 unidades, pasando del nivel muy pesimista al nivel pesimista. Sin embargo, bajó 18,6 puntos respecto de un año atrás. La confianza en el futuro (índice de expectativas) avanzó 3,3 puntos, y pasó del nivel pesimista al moderadamente pesimista (ver infografía).

El estudio precisó que "las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente debido a un aumento agudo de las visiones neutrales del futuro, com-

pensado por una marcada disminución de las visiones neutrales de la actualidad".

Estas variables mostraron leves mejorías debido a una mejor percepción del desempleo y la situación económica. Lo mismo ocurrió con las expectativas.

"El promedio móvil trimestral del Ipeco, que refleja tendencias a mediano plazo, subió marcadamente, pasando a nivel pesimista, luego de que en abril se ubicara en el nivel muy pesimista". Y agrega que proyectan que "la confianza de los consu-

midores se mantendrá en torno al nivel actual, en promedio, al igual que el consumo agregado, que aumentaría en 0,4% en el año 2016".

Además, el Ceen precisó que en los próximos meses "la confianza de los consumidores se mantendrá en torno a niveles pesimistas". Ello, debido a que en el último mes hubo noticias económicas negativas para la confianza del consumidor.

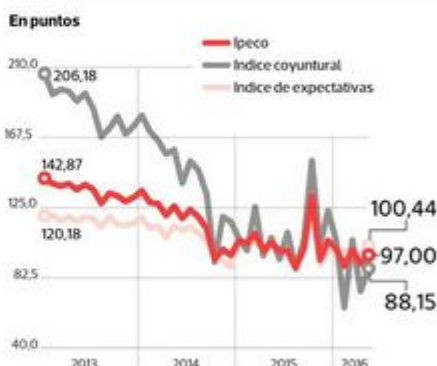
Entre otras, cita un crecimiento del Imacec bajo las expectativas del mercado, un alza del desempleo, una corrección a la baja sobre el crecimiento del PIB para este año y un escaso dinamismo del consumo.

A esto se suma que la confianza en el futuro se ve reducida, porque los consumidores prevén que tendrán menores ingresos debido a las condiciones económicas, pese que tienen una percepción más positiva sobre la evolución del desempleo en el país.

Por estratos

Por nivel socioeconómico, en mayo hubo leves avances en todos los casos, pero el único que salió del pesimis-

INDICE DE PERCEPCION DEL CONSUMIDOR EN MAYO



FUENTE: UDD

LA TERCERA

mo fue el estrato E.

En el ABC1 (el de mayores recursos) la confianza bajó, aunque siguió extraordinariamente pesimista. En el C2 aumentó de muy pesimista a pesimista. En el C3 aumentó, pero continuó en el nivel pesimista. En el D aumentó de pesimista a levemente pesimista, y en el E aumentó de moderadamente pesimista a levemente optimista.

A nivel regional, los cambios de confianza fueron positivos. En la Metropolitana creció, aunque se mantuvo en nivel moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Biobío aumentó de pesimista a levemente pesimista. Respecto de un año atrás, hubo una leve mejoría en la percepción en el Biobío, y una peor en La Metropolitana. ●



**PODER DISFRUTAR DEL VIAJE
TANTO COMO DEL DESTINO.
ESA ES NUESTRA VISION DEL LUJO.**

Descubre por qué el interior del nuevo XC90 está pensado para lograr que cada viaje sea inigualable.

VOLVO ALL-NEW XC90 MADE BY SWEDEN
Conócelo en todas nuestras sucursales.



DITEC
AUTOMOVILES

Ditec Vitacura 2 544 73 70 - Ditec Ciudad Empresarial 2 544 72 00 - Ditec Los Trapenses 2 544 71 00 - Callegari La Serena (51) 2 220 885 / (51) 2 221 938 - Rosselot Vía del Mar (32) 238 03 00 - Salazar Israel Concepción 600 818 6000 - Auto Summit Antofagasta (55) 2 882 584 - Automotriz Barros Arana Osorno (84) 2 211 211

VOLVOCAR.S
Mobil