

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores avanzó a moderadamente pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
sept-18	93,6	95,7	93,0
oct-18	99,6	109,6	96,2
nov-18	93,5	111,7	87,1
dic-18	84,7	97,7	80,2
ene-19	92,8	111,9	86,1
feb-19	87,3	102,1	82,2
mar-19	93,0	123,8	82,1
abr-19	93,3	124,6	82,1
may-19	98,3	149,7	79,9
jun-19	94,0	134,5	79,5
jul-19	98,5	138,8	84,0
ago-19	97,0	129,7	85,3
sept-19	98,1	145,0	81,2
var. m/m	1,1	15,3	-4,1
var. a/a	4,5	49,3	-11,8

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En septiembre la confianza de los consumidores aumentó marginalmente (1,1 puntos), pasando de nivel pesimista a moderadamente pesimista. En los últimos doce meses ha aumentado en 4,5 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, se mantuvo en nivel pesimista.

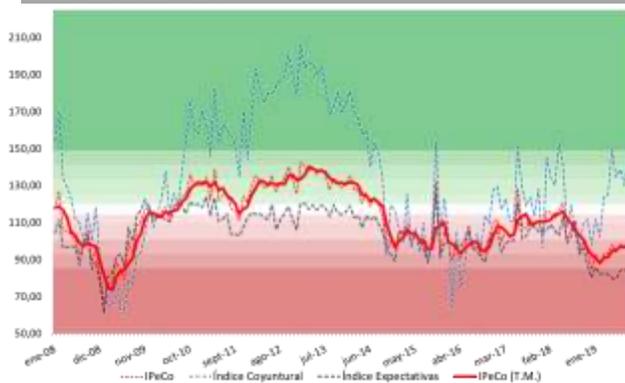
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó gradualmente (15,3 puntos), pasando de levemente pesimista a levemente optimista. En cambio, la confianza en el futuro (índice de expectativas) disminuyó de forma gradual (-4,1 puntos), pasando de nivel muy pesimista a extraordinariamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza se mantuvieron estables, pues el aumento marginal de las visiones neutrales de la actualidad fue compensado por una caída similar en las visiones neutrales del futuro.

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó, aunque se mantuvo neutral. En el C2 disminuyó, sin embargo, se mantuvo muy pesimista. En el C3 disminuyó, no obstante, se mantuvo moderadamente pesimista. En el D aumentó, aunque siguió la línea de levemente pesimista. En el estrato E avanzó, pero se mantuvo levemente pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó, aunque se mantuvo en pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío avanzó de moderadamente optimista a optimista.

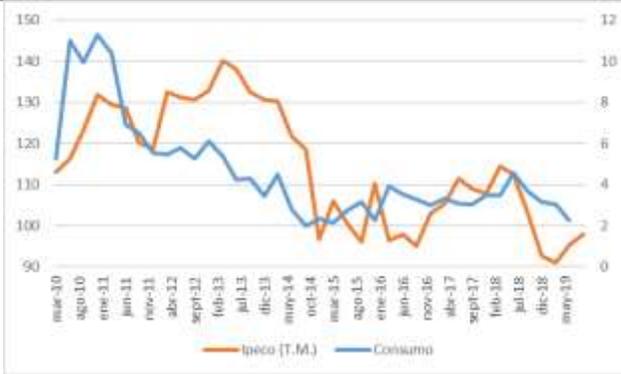
GRÁFICO 1
Índice de Percepción de Consumidores
Base dic-2001 = 100



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

¹ El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://ceen.udd.cl>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento anual del consumo privado



T.M. = Trimestre móvil
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza y Banco Central

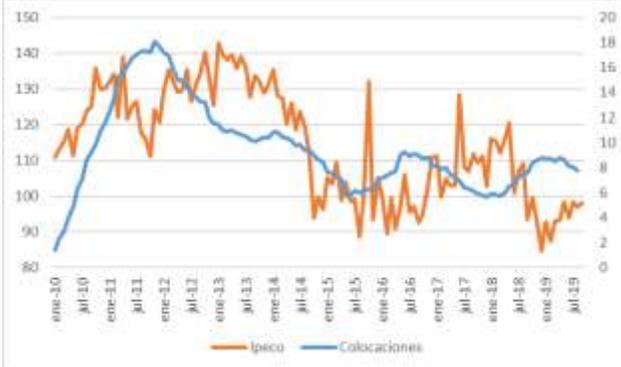
La confianza aumentó a moderadamente pesimista

En septiembre la confianza de los consumidores aumentó marginalmente, pasando de nivel pesimista a moderadamente pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, se mantuvo en pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes, fueron mayormente positivas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del IMACEC de junio fue de 3,2% en doce meses, mientras que el IPC aumentó un 0,2% en el mes, acumulando un crecimiento de 2,6% en un año. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó en 4,6% en agosto, con lo que acumula un avance de 3,2% en doce meses.

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza y Banco Central

El consumo privado ha crecido un 2,3% entre el segundo trimestre de 2018 y 2019 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo aumentaron en un 0,8% en agosto, acumulando un crecimiento de 7,8% en 12 meses (Gráfico 3).

CUADRO 2
Índice de Percepción del Consumidor y otros subíndices
Base Dic2001 = 100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
sept-18	93,6	95,7	93,0	79,5	131,9	81,2	102,2	98,8
oct-18	99,6	109,6	96,2	105,5	121,1	87,6	108,3	96,9
nov-18	93,5	111,7	87,1	91,7	156,1	82,2	97,4	85,4
dic-18	84,7	97,7	80,2	89,1	118,1	85,2	81,8	74,4
ene-19	92,8	111,9	86,1	94,9	150,1	91,2	108,3	66,9
feb-19	87,3	102,1	82,2	88,3	133,5	83,3	95,9	72,2
mar-19	93,0	123,8	82,1	107,5	160,9	86,1	105,5	63,1
abr-19	93,3	124,6	82,1	107,5	163,4	77,4	105,4	71,9
may-19	98,3	149,7	79,9	119,8	215,8	79,3	98,9	68,2
jun-19	94,0	134,5	79,5	110,5	188,1	75,4	109,1	64,7
jul-19	98,5	138,8	84,0	113,3	195,7	76,2	106,4	77,5
ago-19	97,0	129,7	85,3	107,8	178,6	76,9	116,6	73,7
sept-19	98,1	145,0	81,2	117,8	205,5	82,0	103,6	66,2
var. m/m	1,1	15,3	-4,1	10,0	26,8	5,1	-13,1	-7,5
var. a/a	4,5	49,3	-11,8	38,3	73,5	0,8	1,4	-32,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

GRÁFICO 4
IPeCo y percepciones



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

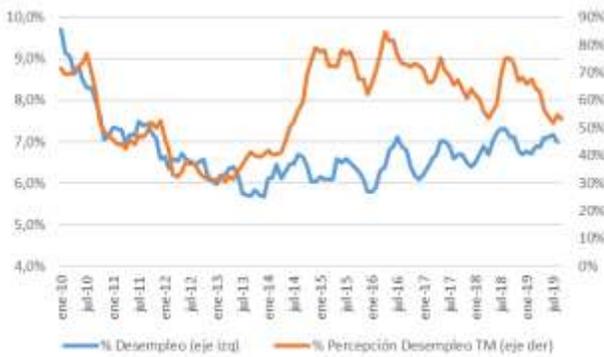
La confianza en la actualidad aumentó a nivel levemente optimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó gradualmente en septiembre (15,3 puntos), pasando de nivel levemente pesimista a levemente optimista. Esto se debió a aumentos graduales, tanto en la percepción de la situación económica actual como en la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó en 10,0 puntos, pasando de nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó en 26,8 puntos, pasando de neutral a levemente optimista, por una baja de las visiones pesimistas y neutrales, y un avance de las visiones optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado en 49,3 puntos, principalmente debido a la mejora en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante septiembre disminuyó el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores, en correspondencia con la disminución en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en agosto (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-2,81	0,00	2,81
Desempleo Actual	-2,53	-0,84	3,37
Situación Económica Futura	-2,25	-0,28	2,53
Desempleo Futuro	0,56	6,18	-6,74
Ingreso Futuro	4,78	-3,37	-1,40

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

GRÁFICO 6
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



TM = trimestre móvil

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

La confianza en el futuro retrocedió a nivel extraordinariamente pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó gradualmente (4,1 puntos), pasando de nivel muy pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a caídas graduales en las percepciones del desempleo futuro y de los ingresos futuros, que fueron compensadas parcialmente por un avance gradual en las percepciones de la situación económica futura.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó gradualmente (5,1 puntos) pasando de nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió en 13,1 puntos, pasando de nivel neutral a moderadamente pesimista, por un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** retrocedió en 7,5 puntos, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. Esto fue el resultado de un aumento de las visiones pesimistas y una disminución de las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído en 11,8 puntos, principalmente por el retroceso en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza no variaron significativamente

Durante septiembre, las visiones de estabilidad en las percepciones se mantuvieron estables, alcanzando un 46,8% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por una disminución marginal de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensada por un aumento similar de las visiones neutrales del futuro. En contraste, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad retrocedió marginalmente, ubicándose en un 46,5% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
sept-18	86,0	82,3	104,1	105,6	
oct-18	82,8	98,5	93,8	99,5	
nov-18	80,0	91,1	99,3	77,4	
dic-18	58,8	86,5	94,3	76,5	102,8
ene-19	109,1	72,4	99,6	93,8	72,4
feb-19	95,0	77,9	92,7	82,8	73,3
mar-19	113,4	72,5	103,0	91,5	96,4
abr-19	115,7	79,1	90,4	92,9	89,6
may-19	120,2	76,6	95,7	102,9	100,6
jun-19	118,7	88,3	82,1	102,6	103,5
jul-19	117,5	83,0	100,9	93,6	163,2
ago-19	113,4	85,3	99,4	98,1	83,8
sept-19	116,0	83,3	98,4	100,0	95,3
var. m/m	2,6	-2,0	-1,1	1,9	11,5
var. a/a	30,0	1,0	-5,8	-5,6	95,3

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron resultados mixtos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó, aunque se mantuvo neutral. En el **C2** disminuyó, sin embargo, se mantuvo muy pesimista. En el **C3** disminuyó, no obstante, se mantuvo moderadamente pesimista. En el **D** aumentó, aunque continuó levemente pesimista. En el estrato **E** avanzó, pero siguió levemente pesimista.²

En las regiones se registraron variaciones positivas

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó, aunque se mantuvo en nivel pesimista, mientras que en la **Región del Biobío** avanzó de moderadamente optimista a optimista (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
sept-18	98,9	106,2
oct-18	100,0	118,0
nov-18	98,0	104,2
dic-18	99,5	92,9
ene-19	116,7	93,9
feb-19	107,3	89,2
mar-19	121,1	92,4
abr-19	128,9	89,7
may-19	136,9	95,0
jun-19	139,6	87,1
jul-19	140,5	94,0
ago-19	138,2	92,1
sept-19	139,0	95,4
var. m/m	-2,3	-1,8
var. a/a	12,1	-22,5

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Cristián Echeverría V., Director CEEN
 (+562) 2327.9792 | cecheverria@udd.cl
Guillermo Acuña S., Investigador
 guacunas@udd.cl
<http://ceen.udd.cl>

² Los niveles históricos de las percepciones de los consumidores son específicos al promedio y desviación estándar de cada región y estrato socioeconómico, por lo que el nivel de neutralidad para un grupo no se puede comparar con el de otro.

