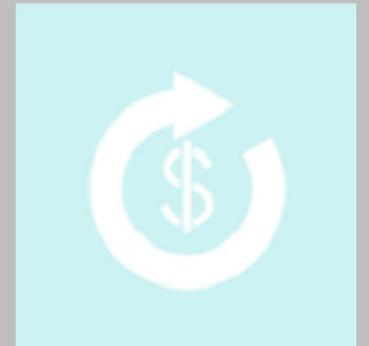
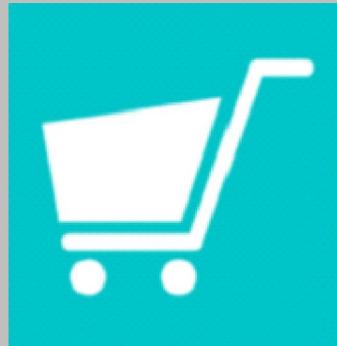


# INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



# ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR<sup>1</sup>

La confianza de los consumidores mejoró a muy pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
ene-20	63,0	80,2	56,9
feb-20	71,7	94,9	63,4
mar-20	68,2	107,3	54,2
abr-20	49,6	32,8	55,8
may-20	51,3	37,2	56,6
jun-20	63,0	30,1	75,2
jul-20	62,0	32,7	72,8
ago-20	75,0	50,9	83,9
sept-20	71,2	50,6	78,9
oct-20	76,3	58,1	83,1
nov-20	79,0	68,4	83,1
dic-20	67,0	65,1	67,8
ene-21	70,9	71,2	71,0
var. m/m	4,0	6,1	3,2
var. a/a	7,9	-9,1	14,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En enero la confianza de los consumidores mejoró gradualmente (4,0 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. En los últimos doce meses ha aumentado 7,9 puntos.

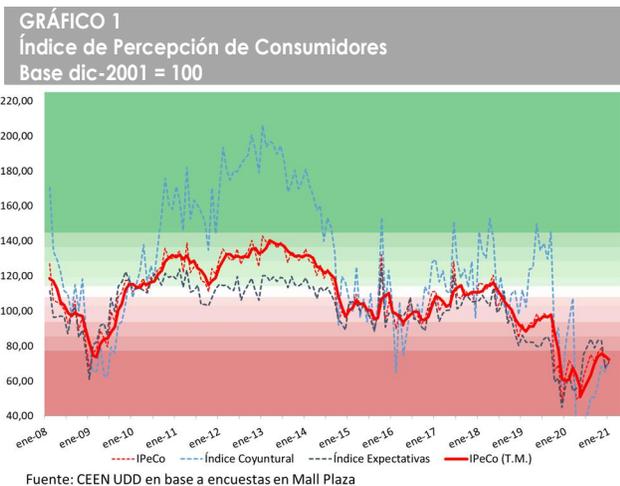
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, retrocedió gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) subió marginalmente (6,1 puntos), no obstante, se mantuvo muy pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) registró un avance gradual (3,2 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente, debido a un avance similar en las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado parcialmente por una caída marginal de las visiones neutrales del futuro.

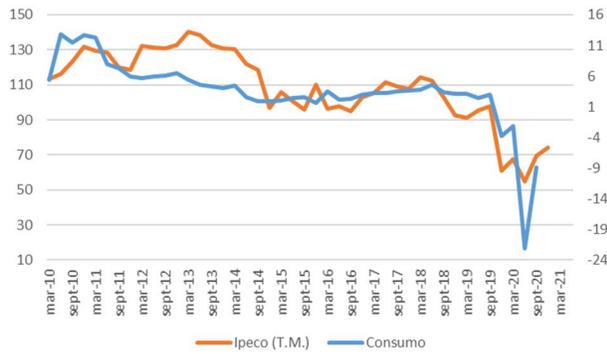
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios principalmente negativos. En el estrato ABC1 la confianza retrocedió a extraordinariamente pesimista. En el C2 aumentó, aunque se mantuvo muy pesimista. En el C3 avanzó a pesimista. En el estrato D disminuyó, aunque se mantuvo muy pesimista. En el E cayó a extraordinariamente pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la Región Metropolitana disminuyó a muy pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío avanzó a muy pesimista.



<sup>1</sup> 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 descargar los informes y datos del CEEN: <http://ceen.udd.cl> y <https://repositorio.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

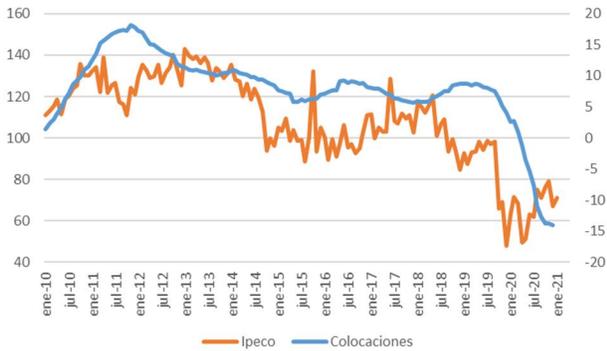
### La confianza aumentó gradualmente

En enero la confianza de los consumidores mejoró gradualmente, pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, disminuyó gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de noviembre aumentó 0,3% en doce meses, la primera alza en ocho meses, mientras que el IPC de diciembre aumentó un 0,3%, acumulando un crecimiento de 3,0% en el 2020. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 18,0% en diciembre, con lo que sumó un aumento de 7,4% 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

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo disminuyó a 10,4% en el trimestre terminado en diciembre, mientras que el índice real de remuneraciones de noviembre aumentó en 1,0%, acumulando un crecimiento de 1,9% en un año.

El consumo privado disminuyó un 8,8% entre el tercer trimestre de 2019 y 2020 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 0,9% en diciembre, acumulando una caída de 14,1% 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
ene-20	63,0	80,2	56,9	61,6	121,2	56,9	74,9	45,4
feb-20	71,7	94,9	63,4	80,3	127,9	66,9	81,2	48,5
mar-20	68,2	107,3	54,2	112,5	99,4	48,2	76,5	45,8
abr-20	49,6	32,8	55,8	29,7	40,1	61,4	56,6	49,9
may-20	51,3	37,2	56,6	30,3	52,4	60,5	61,1	49,7
jun-20	63,0	30,1	75,2	22,2	47,3	80,6	77,6	68,2
jul-20	62,0	32,7	72,8	23,8	52,2	82,3	74,9	62,0
ago-20	75,0	50,9	83,9	42,1	70,4	94,2	88,7	70,7
sept-20	71,2	50,6	78,9	42,3	69,1	81,8	91,1	68,1
oct-20	76,3	58,1	83,1	53,5	69,1	79,9	102,8	73,7
nov-20	79,0	68,4	83,1	61,4	84,6	84,3	94,5	74,5
dic-20	67,0	65,1	67,8	58,7	80,1	66,0	82,4	60,3
ene-21	70,9	71,2	71,0	56,3	104,0	78,5	76,1	60,3
var. m/m	4,0	6,1	3,2	-2,4	23,9	12,5	-6,4	0,1
var. a/a	7,9	-9,1	14,1	-5,3	-17,2	21,6	1,2	15,0

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 se mantuvo muy pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó marginalmente en enero (6,1 puntos), aunque se mantuvo muy pesimista. Esto se debió a un aumento gradual en la percepción del desempleo actual, que fue compensado parcialmente por una caída marginal en la percepción de la situación económica actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó 2,4 puntos durante enero, manteniéndose extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones pesimistas y una disminución de las visiones neutras. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 23,9 puntos, pasando de pesimista a moderadamente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutras y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído 9,1 puntos, debido principalmente a la caída en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

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

**GRÁFICO 5**  
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



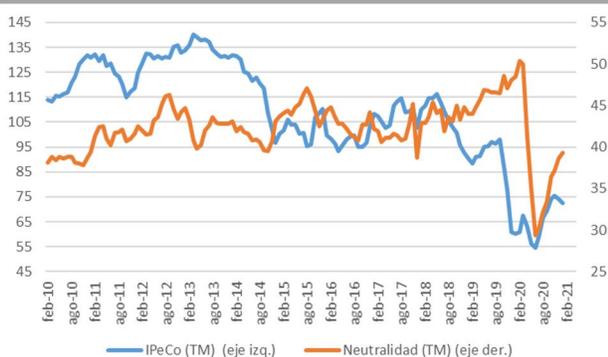
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

**CUADRO 3**  
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	2,50	-2,64	0,14
Desempleo Actual	-11,75	9,50	2,25
Situación Económica Futura	-9,46	10,05	-0,59
Desempleo Futuro	4,80	-4,66	-0,14
Ingreso Futuro	3,02	-5,80	2,78

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 mejoró gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores mejoró gradualmente (3,2 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto se debió a un marcado avance en la percepción de la situación económica futura, que fue compensado parcialmente por una caída marginal en la percepción del desempleo futuro, mientras que la percepción de los ingresos futuros no varió significativamente.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó 12,5 puntos, pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió 6,4 puntos, aunque se mantuvo pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y una caída de las visiones neutrales. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó 0,1 puntos, manteniéndose extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un avance de las visiones pesimistas y optimistas, y un retroceso de las visiones neutrales (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro aumentó 14,1 puntos, principalmente por la mejora en la percepción de la situación económica futura (Gráfico 4).

## Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente

Durante enero, las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un avance gradual, alcanzando un 41,5% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un gradual aumento de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado parcialmente por un marginal retroceso de las visiones neutrales del futuro. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó gradualmente, ubicándose en un 39,3% del total (Gráfico 6).

**CUADRO 4**  
IPeCo por estrato socioeconómico  
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
ene-20	67,2	62,0	56,2	67,0	88,0
feb-20	66,1	77,2	71,9	74,1	68,2
mar-20	66,6	69,3	70,3	72,4	81,8
abr-20	49,2	37,9	53,6	51,8	62,7
may-20	50,8	48,2	57,8	44,8	57,3
jun-20	49,2	68,1	72,2	65,2	57,1
jul-20	53,7	47,1	72,6	71,4	69,2
ago-20	68,3	71,3	80,7	81,0	66,3
sept-20	63,3	67,9	76,1	83,8	31,7
oct-20	66,8	73,6	76,9	91,0	78,3
nov-20	69,6	80,8	84,6	76,8	78,2
dic-20	70,8	68,8	68,2	68,5	38,6
ene-21	61,5	75,0	81,2	65,8	10,3
var. m/m	-9,3	6,2	13,0	-2,6	-28,3
var. a/a	-5,7	13,1	25,1	-1,1	-77,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

### Los estratos socioeconómicos registraron variaciones principalmente negativas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios principalmente negativos. En el estrato **ABC1** la confianza retrocedió a extraordinariamente pesimista. En el **C2** aumentó, aunque se mantuvo muy pesimista. En el **C3** avanzó a pesimista. En el estrato **D** disminuyó, aunque se mantuvo muy pesimista. En el **E** cayó a extraordinariamente pesimista.<sup>2</sup>

### En las regiones se registraron resultados mixtos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la **Región Metropolitana** disminuyó a muy pesimista, mientras que en la **Región del Bío-Bío** avanzó a muy pesimista (Cuadro 5).

**CUADRO 5**  
IPeCo por región  
Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
ene-20	81,3	64,4
feb-20	70,0	83,3
mar-20	70,8	79,4
abr-20	58,4	54,3
may-20	58,5	56,9
jun-20	80,8	58,9
jul-20	68,1	67,3
ago-20	71,3	87,6
sept-20	57,3	87,2
oct-20	64,0	93,4
nov-20	73,2	96,8
dic-20	56,4	92,1
ene-21	71,1	72,6
var. m/m	14,7	-19,5
var. a/a	-10,2	8,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

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

<sup>2</sup> 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.

