

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

Aumento en la Confianza de los Consumidores debido a mejora en percepción del desempleo

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
mar-18	112,0	130,1	105,7
abr-18	116,0	152,8	102,9
may-18	120,5	141,2	113,2
jun-18	100,9	107,2	98,9
jul-18	106,7	119,7	102,2
ago-18	109,0	103,6	111,3
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
var. m/m	5,7	21,7	-0,1
var. a/a	-19,0	-6,3	-23,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En marzo la confianza de los consumidores aumentó gradualmente (5,7 puntos), pasando del nivel muy pesimista al pesimista. En los últimos doce meses ha disminuido en 19,0 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó de forma gradual en el mes, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

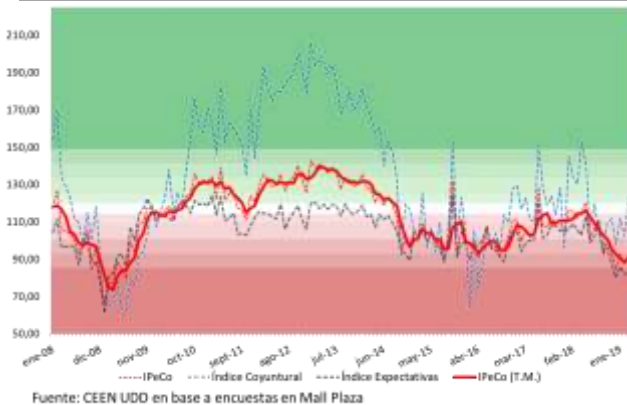
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) avanzó marcadamente, pasando del nivel pesimista al levemente pesimista. Por otro lado, la confianza en el futuro (índice de expectativas) no varió de forma significativa, manteniéndose en el nivel extraordinariamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente, debido a un avance similar de las visiones neutrales de la actualidad, sumado a un aumento gradual en las visiones neutrales del futuro.

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mayormente positivos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó de pesimista a neutral. En el C2 retrocedió, aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. En los estratos C3 y D avanzó de pesimista a moderadamente pesimista. En el estrato E aumentó, pasando de moderadamente pesimista a levemente pesimista.

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

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



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 avanzó al nivel pesimista

En marzo la confianza de los consumidores aumentó gradualmente, pasando del nivel muy pesimista al pesimista.

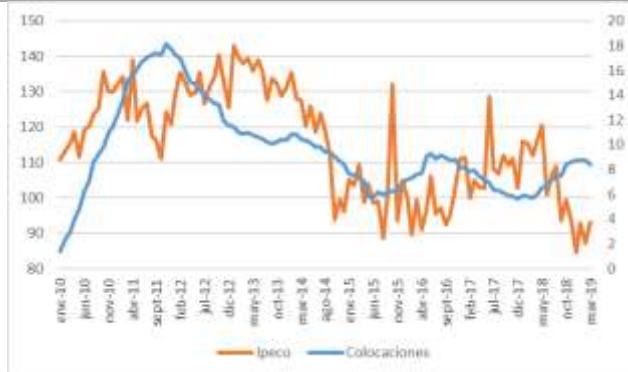
El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó de forma gradual, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de enero fue de 2,4% en doce meses, mientras que el IPC no varió en febrero, acumulando un crecimiento de 1,7% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 6,5% en febrero, con lo que acumula un avance de 4,8% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo disminuyó a 6,7% en el trimestre terminado en febrero, mientras que el índice real de remuneraciones de febrero aumentó en 0,1%, acumulando un crecimiento de 2,1% en un año.

El consumo privado ha crecido un 3,6% entre el cuarto trimestre de 2017 y 2018 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo aumentaron en 0,6% en marzo, acumulando un crecimiento de 8,4% en 12 meses (Gráfico 3).

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



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

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
mar-18	112,0	130,1	105,7	114,8	165,4	100,8	120,4	101,2
abr-18	116,0	152,8	102,9	123,7	217,2	93,3	109,9	108,0
may-18	120,5	141,2	113,2	131,9	164,3	112,9	124,6	106,2
jun-18	100,9	107,2	98,9	96,5	132,2	95,6	103,4	99,2
jul-18	106,7	119,7	102,2	135,9	89,2	92,8	104,9	109,9
ago-18	109,0	103,6	111,3	112,7	87,5	108,9	122,6	106,3
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
var. m/m	5,7	21,7	-0,1	19,2	27,4	2,8	9,6	-9,2
var. a/a	-19,0	-6,3	-23,6	-7,3	-4,5	-14,7	-14,9	-38,1

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 avanzó al nivel levemente pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó marcadamente en marzo (21,7 puntos), pasando del nivel pesimista al levemente pesimista. Esto se debió a un marcado avance en la percepción de la situación económica actual, sumado a un aumento gradual en la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó de forma marcada (19,2 puntos), pasando del nivel pesimista al levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó en 27,4 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído en 6,3 puntos, principalmente debido a la disminución en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante marzo disminuyó el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores, en correspondencia con la caída en la tasa de

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	-7,67	5,49	2,18
Desempleo Actual	-7,97	7,17	0,79
Situación Económica Futura	-2,59	3,82	-1,24
Desempleo Futuro	-2,33	-0,69	3,02
Ingreso Futuro	1,89	4,95	-6,84

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

desempleo del INE, que disminuyó durante el trimestre terminado en febrero (Gráfico 5).

La confianza en el futuro se mantuvo extraordinariamente pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores no varió significativamente (-0,1%), manteniéndose en el nivel extraordinariamente pesimista. Esto se debió a que las mejoras en las percepciones de la situación económica futura y del desempleo futuro fueron compensadas por una marcada caída en la percepción de los ingresos futuros.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó en 2,8 puntos, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** aumentó en 9,6 puntos, aunque se mantuvo moderadamente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** retrocedió en 9,2 puntos, manteniéndose en el nivel extraordinariamente pesimista. Esto fue el resultado de aumentos en las visiones pesimistas y neutrales, y una caída de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído en 23,6 puntos, principalmente por el retroceso en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente

Durante marzo, las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron de forma marcada, alcanzando un 47,1% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un marcado incremento en las visiones neutrales de la actualidad, sumado a un aumento gradual en las visiones neutrales del futuro. La media móvil trimestral de las visiones de estabilidad avanzó gradualmente, ubicándose en un 44,8% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
mar-18	110,5	106,0	110,6	88,5	123,4
abr-18	103,5	113,8	120,6	91,1	144,0
may-18	125,3	113,8	116,4	106,5	
jun-18	100,9	103,0	97,5	66,1	48,0
jul-18	106,7	101,7	106,4	93,6	
ago-18	124,9	111,7	94,3	87,1	
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
var. m/m	18,4	-5,4	10,3	8,7	23,1
var. a/a	2,8	-33,5	-7,7	3,0	-27,0

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados mayormente positivos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mayormente positivos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó de pesimista a neutral. En el **C2** retrocedió, aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. En los estratos **C3** y **D** avanzó de pesimista a moderadamente pesimista. En el estrato **E** aumentó, pasando de moderadamente pesimista a levemente pesimista (cuadro 4).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 muy pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** aumentó de moderadamente pesimista a neutral (Cuadro 5).

CUADRO 5
IPeCo por región
Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
mar-18	118,8	130,1
abr-18	126,6	128,9
may-18	118,8	150,5
jun-18	87,9	127,7
jul-18	116,0	115,6
ago-18	126,1	114,6
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
var. m/m	13,8	3,2
var. a/a	2,3	-37,8

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.

