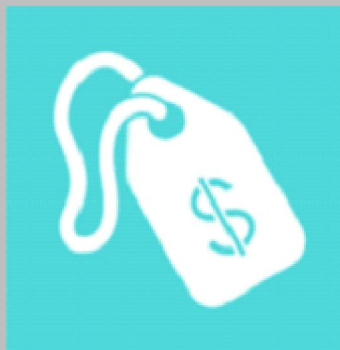
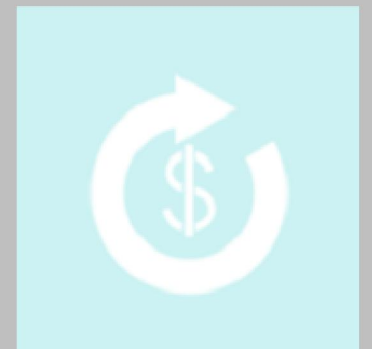
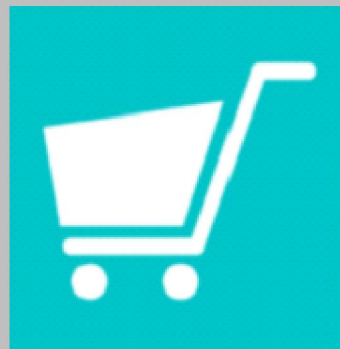


INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantuvo muy pesimista.

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

Mes	IpeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
oct-19	65,7	83,0	59,6
nov-19	69,2	90,3	61,6
dic-19	48,0	56,7	44,9
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
var. m/m	5,1	7,5	4,2
var. a/a	10,6	-24,9	23,5

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

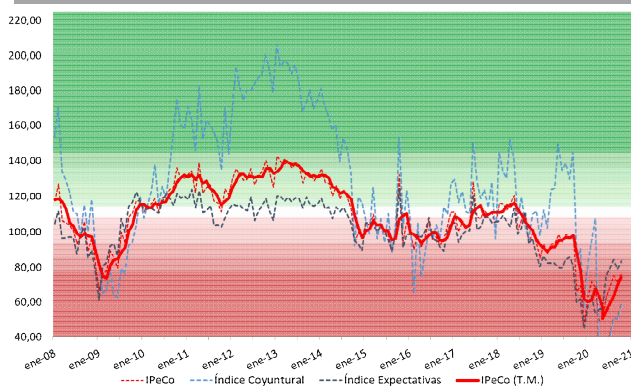
En octubre la confianza de los consumidores aumentó gradualmente (5,1 puntos), manteniéndose en el nivel muy pesimista. En los últimos doce meses ha aumentado 10,6 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó marcadamente, pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) avanzó gradualmente (7,5 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó de forma gradual (4,2 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista.

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

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



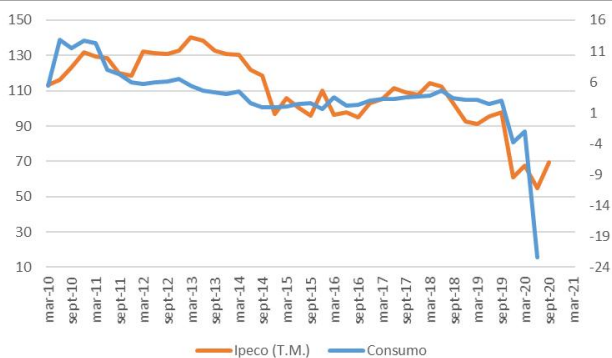
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios positivos. La confianza aumentó en el estrato ABC1, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. En el C2 avanzó, sin embargo, se mantuvo muy pesimista. En el C3 se incrementó, aunque se mantuvo muy pesimista. En el D aumentó, pero se mantuvo moderadamente pesimista. En el estrato E avanzó de muy pesimista a moderadamente pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó, aunque se mantuvo moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío aumentó, pero se mantuvo extraordinariamente pesimista.

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 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

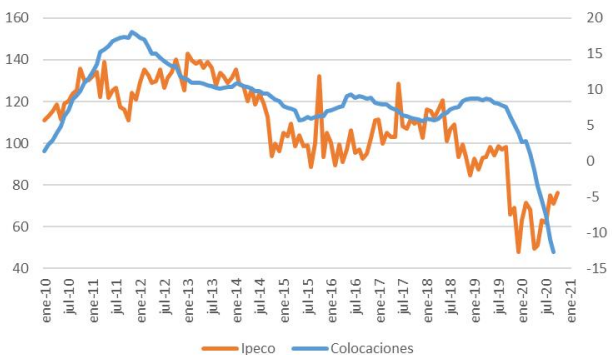
La confianza aumentó gradualmente

En octubre la confianza de los consumidores registró un incremento gradual, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó marcadamente, pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de agosto disminuyó 11,3% en doce meses, mientras que el IPC de septiembre aumentó un 0,6%, acumulando un crecimiento de 3,1% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 1,7% en septiembre, con lo que acumula un aumento de 6,3% 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 12,3% en el trimestre terminado en septiembre, mientras que el índice real de remuneraciones de agosto aumentó en 0,1%, acumulando un crecimiento de 0,4% en un año.

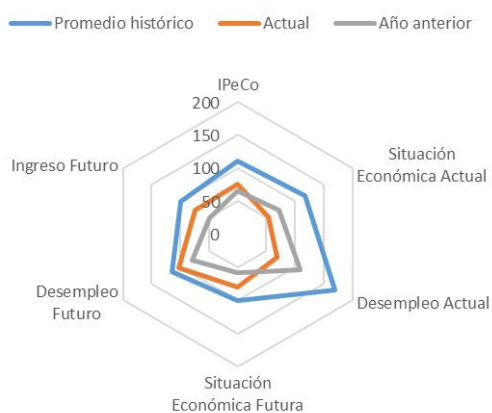
El consumo privado disminuyó un 22,4% entre el segundo trimestre de 2019 y 2020 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 1,7% en septiembre, acumulando una caída de 12,7% en 12 meses (Gráfico 3).

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
oct-19	65,7	83,0	59,6	71,8	108,5	57,8	79,5	48,7
nov-19	69,2	90,3	61,6	75,0	124,6	53,8	83,8	55,2
dic-19	48,0	56,7	44,9	52,5	66,9	62,5	32,0	35,8
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
var. m/m	5,1	7,5	4,2	11,2	0,0	-1,9	11,8	5,5
var. a/a	10,6	-24,9	23,5	-18,2	-39,4	22,2	23,3	25,0

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

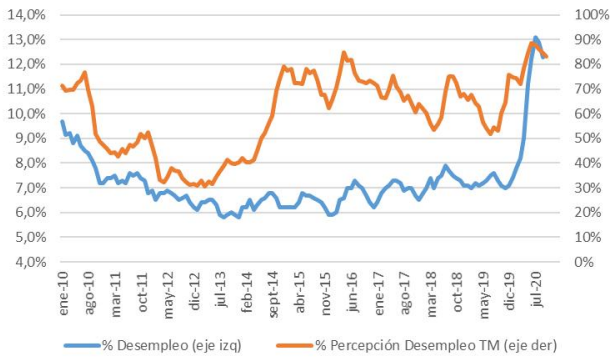
La confianza en la actualidad avanzó al nivel muy pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó de forma gradual en octubre (7,5 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto se debió a una mejora gradual en la percepción de la situación económica actual, mientras que la percepción del desempleo actual no registró variación durante el mes.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó 11,2 puntos durante octubre, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. Esto se debió a una disminución de las visiones pesimistas, y un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** no cambió respecto del mes anterior, manteniéndose en el nivel pesimista, lo que se debe a retrocesos de las visiones pesimistas y optimistas, y a un aumento de las visiones neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido en 24,9 puntos, principalmente debido a la caída en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante octubre 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 septiembre (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



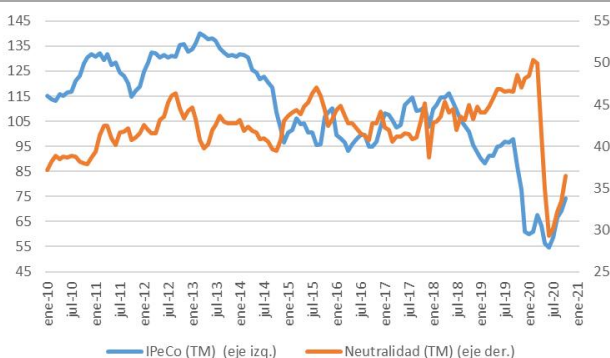
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-7,70	6,06	1,64
Desempleo Actual	-3,25	3,90	-0,65
Situación Económica Futura	-0,98	4,91	-3,93
Desempleo Futuro	-2,12	-2,97	5,09
Ingreso Futuro	-5,19	6,33	-1,14

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 aumentó gradualmente (4,2 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista. Esto se debió a mejoras graduales en las percepciones del desempleo futuro y de los ingresos futuros, mientras que la percepción de la situación económica futura retrocedió marginalmente.

La percepción de la **situación económica futura** retrocedió 1,9 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista. Esto fue resultado de un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** aumentó 11,8 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista, debido a disminuciones de las visiones pesimistas y neutrales, y un avance de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó 5,5 puntos, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones pesimistas, y un aumento de las visiones neutrales (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro aumentó 25,0 puntos, principalmente por la mejora en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente

Durante octubre, las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un marcado avance, alcanzando un 39,4% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un aumento marcado de las visiones neutrales de la actualidad, sumado a un avance gradual de las visiones neutrales del futuro. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó agudamente, ubicándose en un 36,4% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
oct-19	72,5	64,1	57,4	75,3	78,4
nov-19	66,1	73,0	64,5	67,6	118,5
dic-19	43,9	38,6	50,2	61,3	63,7
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
var. m/m	3,5	5,6	0,9	7,2	46,6
var. a/a	-5,7	9,5	19,5	15,7	0,0

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
oct-19	88,4	66,9
nov-19	67,3	81,4
dic-19	66,4	45,6
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
var. m/m	6,7	6,2
var. a/a	-24,3	26,5

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones positivas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios positivos. La confianza aumentó en el estrato **ABC1**, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. En el **C2** avanzó, sin embargo, se mantuvo muy pesimista. En el **C3** se incrementó, aunque se mantuvo muy pesimista. En el **D** aumentó, pero se mantuvo moderadamente pesimista. En el estrato **E** avanzó de muy pesimista a moderadamente pesimista.²

En las regiones se registraron resultados positivos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó, aunque se mantuvo moderadamente pesimista, mientras que en la **Región del Bío-Bío** aumentó, pero se mantuvo extraordinariamente pesimista (Cuadro 5).

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.

