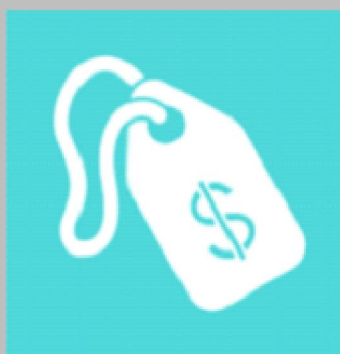
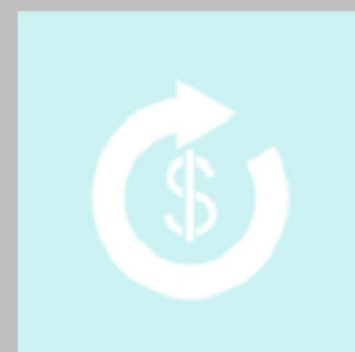
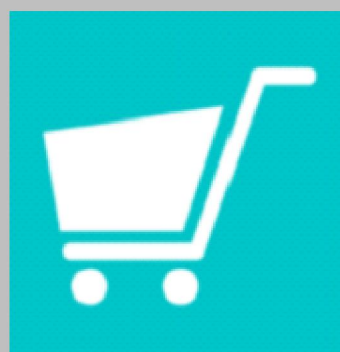


INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores retrocedió a extraordinariamente pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
nov-20	79,0	68,4	83,1
dic-20	67,0	65,1	67,8
var. m/m	-12,0	-3,3	-15,2
var. a/a	19,0	8,5	22,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En diciembre la confianza de los consumidores disminuyó marcadamente (12,0 puntos), pasando del nivel muy pesimista a extraordinariamente pesimista. En los últimos doce meses ha aumentado 19,0 puntos.

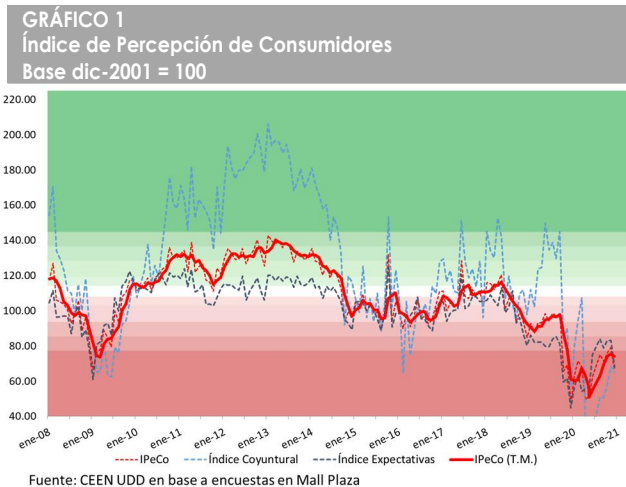
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, retrocedió gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) cayó marginalmente (3,3 puntos), manteniéndose muy pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) registró un marcado retroceso (15,2 puntos), pasando del nivel pesimista a extraordinariamente pesimista.

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

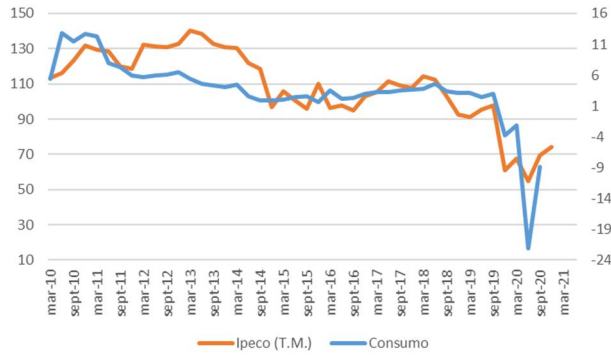
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios principalmente negativos. En el estrato ABC1 la confianza mejoró, aunque se mantuvo muy pesimista. En el C2 retrocedió a muy pesimista, al igual que en los estratos C3, D y E.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. En la Región Metropolitana disminuyó, aunque se mantuvo moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío retrocedió a 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 disminuyó marcadamente

En diciembre la confianza de los consumidores retrocedió marcadamente, pasando del nivel muy pesimista a extraordinariamente pesimista.

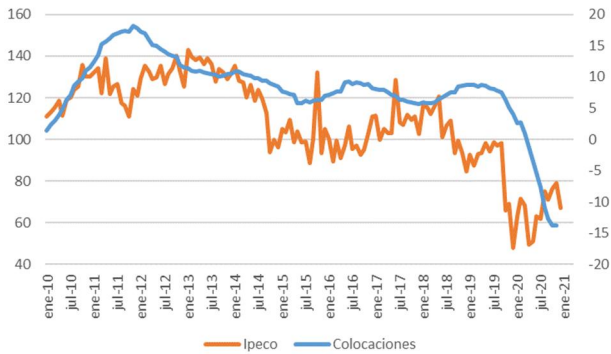
El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, disminuyó gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de octubre disminuyó 1,2% en doce meses, mientras que el IPC de noviembre disminuyó un 0,1%, acumulando un crecimiento de 2,7% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 1,2% en noviembre, con lo que sumó un aumento de 15,2% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo disminuyó a 10,8% en el trimestre terminado en noviembre, mientras que el índice real de remuneraciones de octubre disminuyó en 0,4%, acumulando un crecimiento de 1,0% 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 aumentaron en un 0,1% en noviembre, acumulando una caída de 13,7% 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
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
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
var. m/m	-12,0	-3,3	-15,2	-2,7	-4,5	-18,3	-12,1	-14,2
var. a/a	19,0	8,5	22,9	6,3	13,2	3,5	50,4	24,5

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

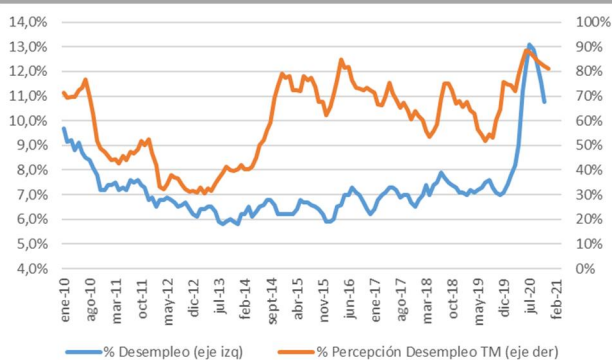
La confianza en la actualidad se mantuvo muy pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó marginalmente en diciembre (3,3 puntos), aunque se mantuvo muy pesimista. Esto se debió a caídas marginales tanto en la percepción de la situación economía actual como en la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó 2,7 puntos durante diciembre, pasando del nivel muy pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** retrocedió en 4,5 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, debido a un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha mejorado en 8,5 puntos, debido a avances similares en las dos percepciones que componen el índice (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante diciembre 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 noviembre (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



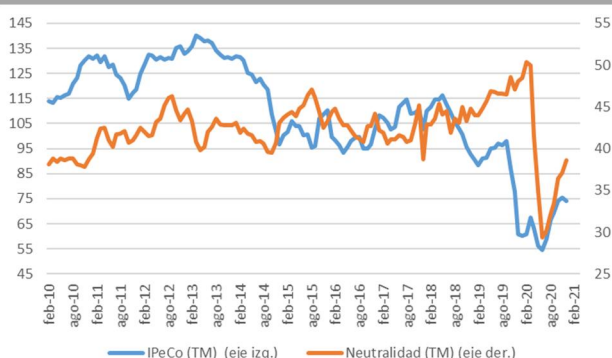
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-4,50	7,49	-2,99
Desempleo Actual	-0,49	1,72	-1,23
Situación Económica Futura	6,79	3,87	-10,66
Desempleo Futuro	2,97	1,31	-4,28
Ingreso Futuro	3,72	5,00	-8,72

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 marcadamente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores retrocedió marcadamente (15,2 puntos), pasando del nivel pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a caídas marcadas en las percepciones de la situación económica futura y de los ingresos futuros, sumado a una disminución gradual de la percepción del desempleo futuro.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 18,3 puntos, pasando del nivel pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto fue resultado de un aumento de las visiones pesimistas y neutrales y una caída de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió 12,1 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista a pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y neutrales, y una disminución de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** cayó 14,2 puntos, pasando de muy pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un avance de las visiones pesimistas y neutrales, y un retroceso de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro aumentó 22,9 puntos, principalmente por la mejora en la percepción del desempleo futuro (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente

Durante diciembre, las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un marcado avance, alcanzando un 40,2% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un marcado aumento 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 marcadamente, ubicándose en un 38,6% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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
nov-20	69,6	80,8	84,6	76,8	78,2
dic-20	70,8	68,8	68,2	68,5	38,6
var. m/m	1,3	-12,0	-16,4	-8,3	-39,6
var. a/a	26,9	30,2	18,0	7,1	-25,1

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 mejoró, aunque se mantuvo muy pesimista. En el **C2** retrocedió a muy pesimista, al igual que en los estratos **C3, D y E**.²

En las regiones se registraron resultados negativos

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

CUADRO 5
IPeCo por región
Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
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
nov-20	73,2	96,8
dic-20	56,4	92,1
var. m/m	-16,8	-4,7
var. a/a	-10,0	46,5

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.

