

# INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



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

La confianza de los consumidores se mantuvo moderadamente pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
jul-21	87,5	98,0	83,9
ago-21	81,6	98,3	75,8
sept-21	92,3	110,3	85,9
oct-21	84,6	103,1	78,1
nov-21	97,0	138,8	82,1
dic-21	106,9	157,5	88,8
ene-22	112,2	150,8	98,4
feb-22	104,0	152,8	86,4
mar-22	103,1	150,0	86,3
abr-22	104,7	146,5	89,8
may-22	103,8	146,5	88,5
jun-22	96,9	147,1	78,9
jul-22	97,0	134,0	83,8
var. m/m	0,1	-13,1	4,9
var. a/a	9,5	36,0	-0,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En julio la confianza de los consumidores registró una variación nula (0,1 puntos), manteniéndose moderadamente pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 9,5 puntos.

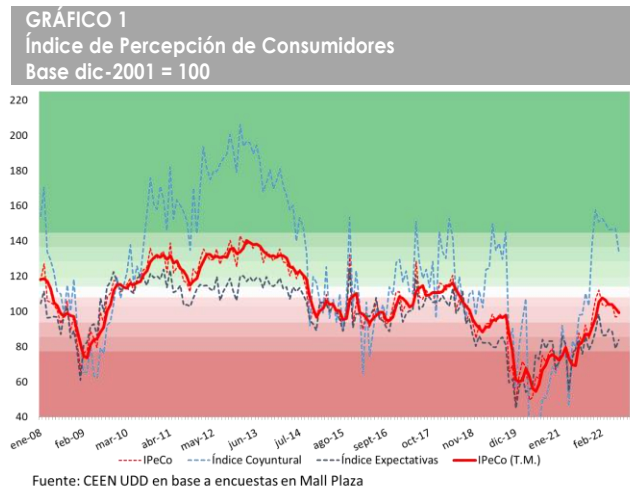
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, disminuyó gradualmente, aunque se mantuvo levemente pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) disminuyó gradualmente (13,1 puntos), de levemente optimista a neutral. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó gradualmente (4,9 puntos), no obstante se mantuvo pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente durante el mes, debido un incremento gradual de las visiones neutrales del futuro, mientras que las visiones neutrales de la actualidad se mantuvieron estables.

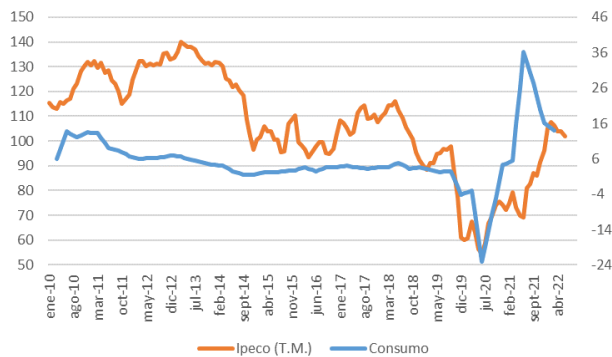
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente positivos. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó a moderadamente pesimista. En el C2 aumentó a moderadamente pesimista. En el C3 avanzó a levemente pesimista. En el D aumentó a levemente optimista. El estrato E retrocedió a extraordinariamente pesimista.

A nivel regional los cambios fueron mixtos. En la Región Metropolitana, la confianza aumentó, aunque se mantuvo moderadamente optimista, mientras que en la Región del Bío-Bío, pese a que retrocedió, se mantuvo moderadamente 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

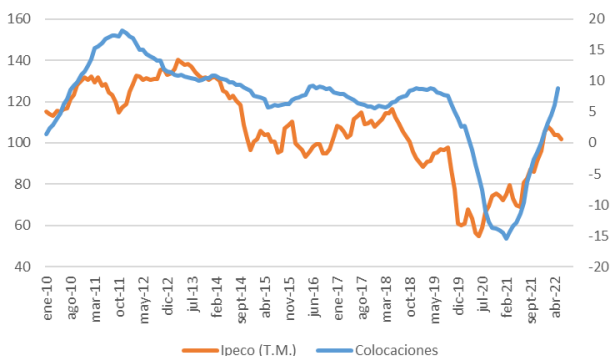
### La confianza se mantuvo moderadamente pesimista

En julio la confianza de los consumidores se mantuvo estable en el nivel moderadamente pesimista.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aunque retrocedió de forma gradual, se mantuvo levemente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de mayo aumentó un 6,4% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 5,4% en junio, con lo que sumó una caída de 5,3% en doce meses. Respecto de la inflación, el IPC aumentó en 0,9% en junio, acumulando un crecimiento de 12,5% 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 se mantuvo en 7,8% en el trimestre terminado en junio, mientras que el índice real de remuneraciones de mayo disminuyó un 0,2% durante el mes, acumulando un retroceso de 1,8% en un año.

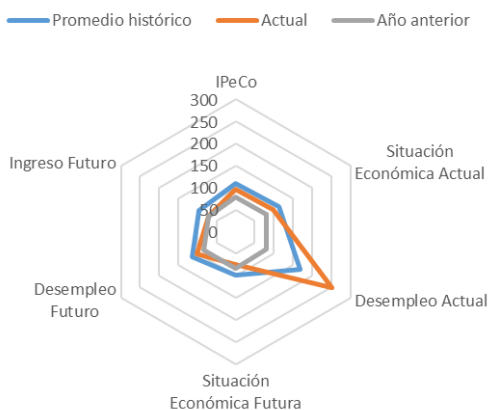
El consumo privado aumentó un 13,9% entre el primer trimestre de 2021 y 2022 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo aumentaron en un 0,9% en junio, acumulando un crecimiento de 10,3% en 12 meses (Gráfico 3).

**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
jul-21	87,5	98,0	83,9	79,3	139,6	79,1	105,3	75,0
ago-21	81,6	98,3	75,8	76,2	146,8	72,5	86,3	72,2
sept-21	92,3	110,3	85,9	88,0	159,6	76,3	116,5	76,0
oct-21	84,6	103,1	78,1	79,8	154,5	80,8	106,8	57,1
nov-21	97,0	138,8	82,1	93,9	235,9	79,7	102,0	71,7
dic-21	106,9	157,5	88,8	118,7	242,5	76,9	140,6	67,3
ene-22	112,2	150,8	98,4	115,1	228,9	90,6	134,6	82,9
feb-22	104,0	152,8	86,4	105,9	254,4	77,5	113,6	77,9
mar-22	103,1	150,0	86,3	98,6	261,0	89,4	122,8	59,7
abr-22	104,7	146,5	89,8	95,9	255,5	78,1	118,7	82,8
may-22	103,8	146,5	88,5	99,4	248,6	85,1	118,3	72,8
jun-22	96,9	147,1	78,9	98,6	251,9	73,4	100,7	70,3
jul-22	97,0	134,0	83,8	76,7	256,7	80,7	97,0	78,3
var. m/m	0,1	-13,1	4,9	-21,9	4,8	7,3	-3,7	8,0
var. a/a	9,5	36,0	-0,1	-2,5	117,1	1,6	-8,3	3,3

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 retrocedió a neutral

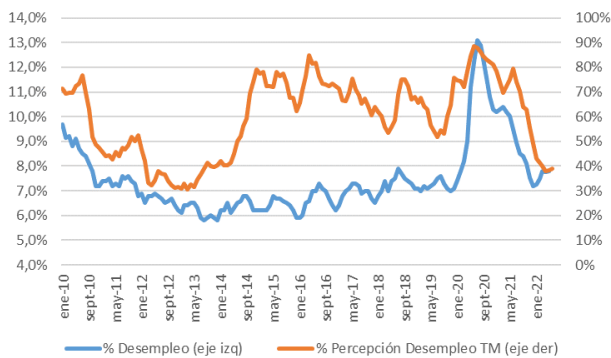
La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó gradualmente durante el mes (13,1 puntos), de levemente optimista a neutral. Esto se debió a una marcada caída de la percepción de la situación económica actual, mientras que la percepción del desempleo actual mejoró marginalmente.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó 21,9 puntos durante julio, de moderadamente pesimista a pesimista, lo que se explica por un aumento de las visiones pesimistas y neutrales, y una disminución de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 4,8 puntos, manteniéndose optimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un avance de las visiones optimistas.

Durante julio la percepción respecto al desempleo declarado por los consumidores se mantuvo estable, en correspondencia con la nula variación en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en junio (Gráfico 5).

En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 36,0 puntos, principalmente debido a la mejora de la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

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



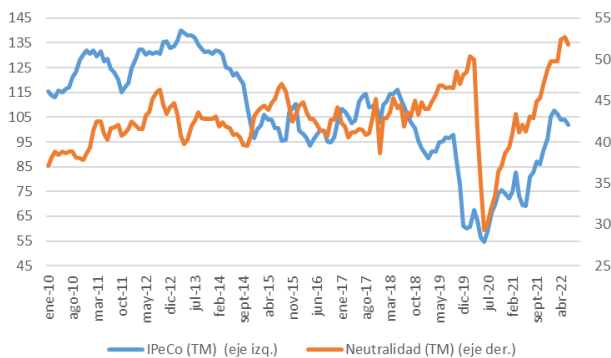
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

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

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	3,75	1,82	-5,57
Desempleo Actual	-0,18	-1,09	1,27
Situación Económica Futura	-1,36	-3,54	4,91
Desempleo Futuro	-0,98	3,89	-2,91
Ingreso Futuro	-5,66	6,23	-0,56

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 aumentó gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores avanzó gradualmente (4,9 puntos), aunque se mantuvo pesimista. Esto se debió a mejoras graduales en las percepciones de la situación económica futura y de los ingresos futuros, mientras la percepción del desempleo futuro retrocedió marginalmente.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó 7,3 puntos, de muy pesimista a pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y neutrales, y un incremento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** se mantuvo moderadamente pesimista, pese a que cayó 3,7 puntos, debido a un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó 8,0 puntos, aunque se mantuvo pesimista. Esto se debió a 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 prácticamente no ha variado (0,1 puntos), debido a que las mejoras en las percepciones de la situación económica futura y de los ingresos futuros, han sido compensadas por una mayor caída en la percepción del desempleo futuro en el mismo periodo (Gráfico 4).

## Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente

Durante julio las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron gradualmente, alcanzando un 51,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un incremento gradual de las visiones neutrales del futuro, mientras que las visiones neutrales de la actualidad se mantuvieron estables. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad disminuyó marcadamente, ubicándose en un 50,5% del total (Gráfico 6). Esto se interpreta como que poco más de la mitad de los consumidores tienen percepciones estables respecto de la situación económica, el desempleo y los ingresos.

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
jul-21	91,5	80,5	106,5	68,3	31,9
ago-21	85,4	83,1	85,2	73,6	65,1
sept-21	81,3	90,3	112,7	74,3	61,7
oct-21	83,5	72,9	94,3	74,2	61,7
nov-21	96,5	91,1	98,6	88,7	86,4
dic-21	89,9	104,5	114,1	105,1	164,5
ene-22	127,8	92,8	114,0	104,3	82,3
feb-22	103,8	90,7	107,2	107,0	82,3
mar-22	97,3	88,7	111,0	114,5	61,7
abr-22	111,3	97,3	104,4	92,5	
may-22	115,4	81,0	104,0	139,6	102,8
jun-22	113,0	80,1	94,6	97,8	
jul-22	97,6	91,7	101,9	108,3	0,0
var. m/m	-15,4	11,6	7,3	10,5	
var. a/a	6,1	11,2	-4,6	39,9	-31,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

### Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mayoritariamente positivas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente positivos. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó a moderadamente pesimista. En el **C2** aumentó a moderadamente pesimista. En el **C3** avanzó a levemente pesimista. En el **D** aumentó a levemente optimista. El estrato **E** retrocedió a extraordinariamente pesimista (Cuadro 4).<sup>2</sup>

### En las regiones se registraron resultados mixtos

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

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
jul-21	108,5	83,2
ago-21	100,8	78,7
sept-21	103,1	96,9
oct-21	76,3	107,1
nov-21	107,1	111,5
dic-21	110,0	139,4
ene-22	137,7	128,2
feb-22	106,2	123,8
mar-22	118,0	110,1
abr-22	116,9	113,1
may-22	102,5	136,0
jun-22	101,0	121,9
jul-22	96,9	128,2
var. m/m	-4,1	6,3
var. a/a	-11,7	45,0

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>

<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.

