

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

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
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
ago-22	91,8	150,0	70,9
var. m/m	-5,2	16,0	-12,9
var. a/a	10,2	51,7	-4,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En agosto la confianza de los consumidores registró una caída gradual (5,2 puntos), pese a lo cual se mantuvo moderadamente pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 10,2 puntos.

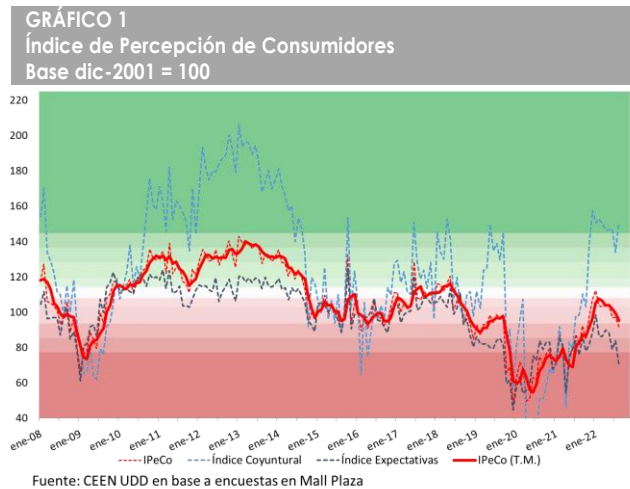
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, disminuyó marcadamente, de levemente pesimista a moderadamente pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó gradualmente (16,0 puntos), de neutral a levemente optimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) retrocedió marcadamente (12,9 puntos), de pesimista a muy pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marginalmente durante el mes, debido un incremento gradual de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado por una caída marginal de las visiones neutrales del futuro.

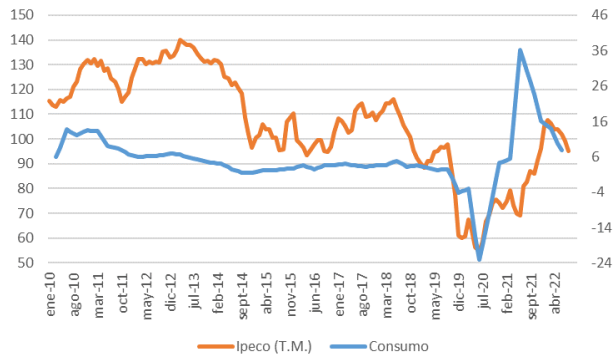
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente negativos. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó a pesimista. En el C2 bajó pero se mantuvo moderadamente pesimista. En el C3 disminuyó a moderadamente pesimista. En el D retrocedió a neutral. El estrato E aumentó a moderadamente optimista.

A nivel regional los cambios fueron negativos. En la Región Metropolitana, la confianza disminuyó de moderadamente optimista a levemente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío, pese a que el indicador retrocedió, la confianza se mantuvo moderadamente 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 se mantuvo moderadamente pesimista

En agosto el índice de confianza de los consumidores disminuyó de forma gradual, aunque se mantuvo en el nivel moderadamente pesimista.

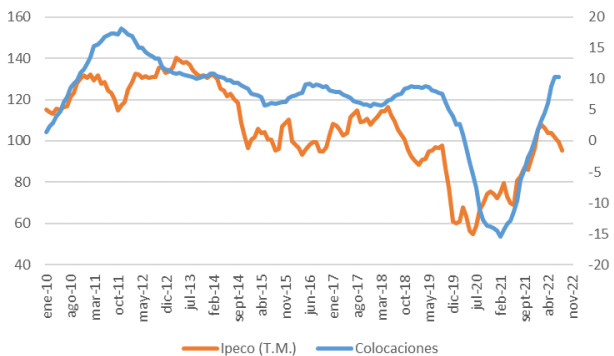
El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, retrocedió marcadamente, de levemente pesimista a moderadamente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente negativas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de junio aumentó un 3,7% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 1,6% en julio, con lo que sumó una caída de 11,2% en doce meses. Respecto de la inflación, el IPC aumentó en 1,4% en julio, acumulando un crecimiento de 13,1% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 7,9% en el trimestre terminado en julio, mientras que el índice real de remuneraciones de junio disminuyó un 0,3% durante el mes, acumulando un retroceso de 2,2% en un año.

El consumo privado aumentó un 7,7% entre el segundo trimestre de 2021 y 2022 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo aumentaron en un 0,1% en julio, acumulando un crecimiento de 10,3% en 12 meses (Gráfico 3).

GRÁFICO 3
IpeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo

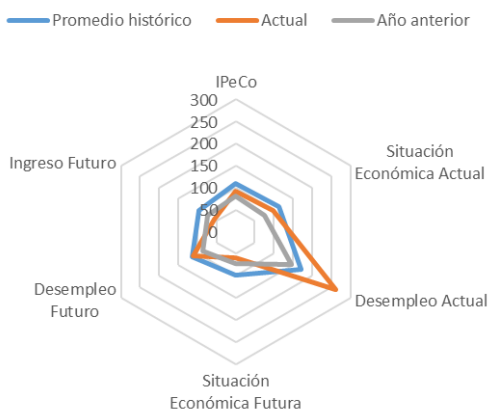


CUADRO 2
Índice de Percepción del Consumidor y otros subíndices
Base Dic2001 = 100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
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
ago-22	91,8	150,0	70,9	97,8	262,5	58,9	111,3	56,8
var. m/m	-5,2	16,0	-12,9	21,1	5,8	-21,8	14,3	-21,5
var. a/a	10,2	51,7	-4,9	21,6	115,7	-13,6	25,0	-15,4

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 aumentó a levemente optimista

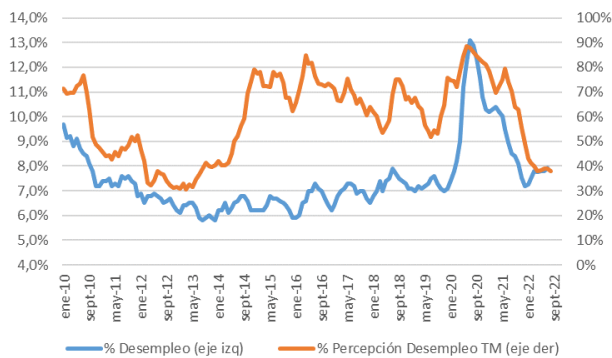
La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó gradualmente durante el mes (16,0 puntos), de neutral a levemente optimista. Esto se debió a una marcada mejora de la percepción de la situación económica actual, junto con un incremento marginal de la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó 21,1 puntos durante agosto, de pesimista a moderadamente pesimista, lo que se explica por una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 5,8 puntos, manteniéndose optimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un avance de las visiones neutrales.

Durante agosto, la percepción respecto al desempleo declarado por los consumidores disminuyó, en contraste con el aumento en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en julio (Gráfico 5).

En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 51,7 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



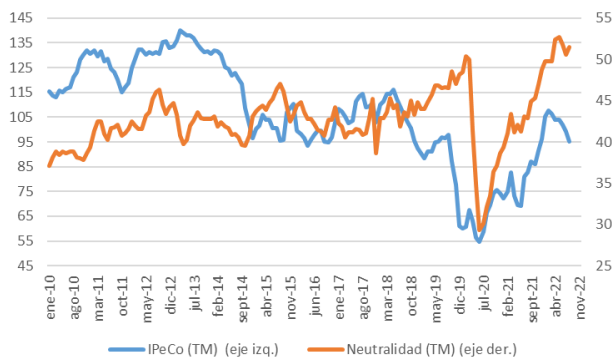
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-4,81	0,61	4,20
Desempleo Actual	-3,41	7,33	-3,92
Situación Económica Futura	6,58	3,78	-10,36
Desempleo Futuro	-3,17	-1,12	4,30
Ingreso Futuro	10,78	-5,51	-5,28

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 disminuyó marcadamente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó marcadamente (12,9 puntos), de pesimista a muy pesimista. Esto se debió a marcados retrocesos en las percepciones de la situación económica futura y de los ingresos futuros, mientras la percepción del desempleo futuro mejoró gradualmente.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 21,8 puntos, de pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto fue resultado de un avance de las visiones pesimistas y neutrales, y una caída de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** avanzó de moderadamente pesimista a neutral, tras un incremento de 14,3 puntos, explicado por una caída de las visiones pesimistas y neutrales, y un aumento de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** retrocedió 21,5 puntos, de moderadamente pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones pesimistas, y una disminución de las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído 4,9 puntos, debido a los retrocesos en las percepciones de la situación económica futura e ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marginalmente

Durante agosto las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron marginalmente, alcanzando un 52,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un incremento gradual de las visiones neutrales de la actualidad, mientras que las visiones neutrales del futuro disminuyeron marginalmente. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó gradualmente, ubicándose en un 51,4% 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
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
ago-22	85,2	89,4	91,0	100,7	123,4
var. m/m	-12,3	-2,3	-10,9	-7,6	123,4
var. a/a	-0,1	6,3	5,7	27,1	58,3

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mayoritariamente negativas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente negativos. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó a pesimista. En el **C2** bajó pero se mantuvo moderadamente pesimista. En el **C3** disminuyó a moderadamente pesimista. En el **D** retrocedió a neutral. El estrato **E** aumentó a moderadamente optimista (Cuadro 4).²

En las regiones se registraron resultados mixtos

A nivel regional los cambios fueron negativos. En la **Región Metropolitana**, la confianza disminuyó de moderadamente optimista a levemente pesimista, 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
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
ago-22	93,7	101,1
var. m/m	-3,2	-27,1
var. a/a	-7,1	22,3

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.

