

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores bajó a moderadamente pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
sept-22	88,8	132,9	72,9
oct-22	99,9	137,2	86,6
nov-22	96,0	137,6	81,1
var. m/m	-3,9	0,4	-5,5
var. a/a	-1,0	-1,2	-1,0

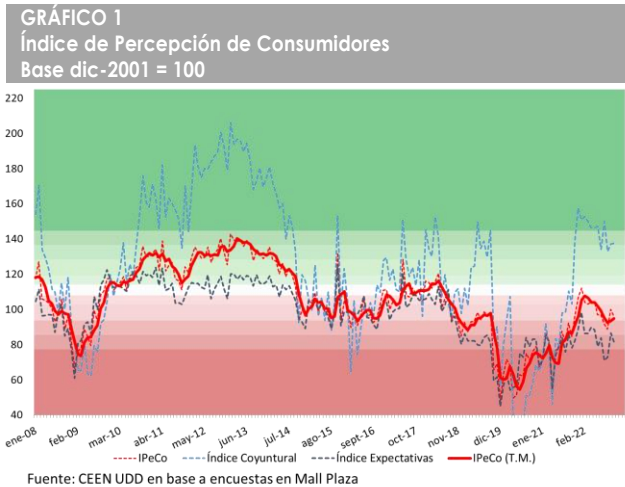
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En noviembre la confianza de los consumidores registró una caída gradual (3,9 puntos), pasando de levemente pesimista a moderadamente pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha disminuido 1,0 punto.

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

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) prácticamente no varió (0,4 puntos), manteniéndose levemente optimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) retrocedió gradualmente (5,5 puntos), de moderadamente pesimista a pesimista.

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

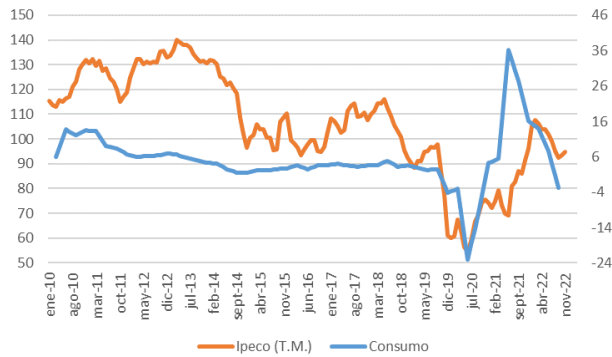


En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente negativos. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó a levemente pesimista. En el C2 retrocedió a pesimista. En el C3 aumentó a levemente pesimista. En el D disminuyó a neutral. No se registraron mediciones para el estrato E.

A nivel regional los cambios fueron mixtos. En la Región Metropolitana, la confianza disminuyó a moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío aumentó, pero se mantuvo levemente 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 a moderadamente pesimista

En noviembre el índice de confianza de los consumidores retrocedió gradualmente, de levemente pesimista a moderadamente pesimista.

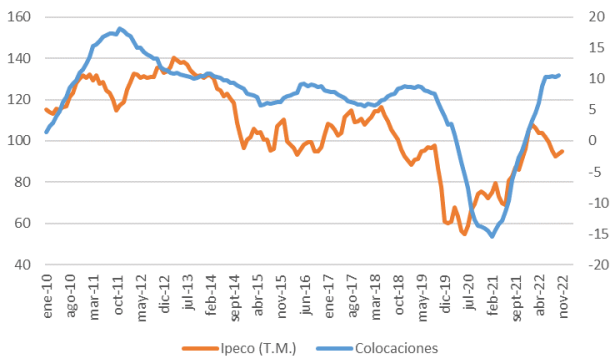
El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó gradualmente, aunque se mantuvo moderadamente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente negativas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de septiembre cayó un 0,4% en los últimos doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 2,6% en octubre, con lo que sumó una caída anual de 11,4%. Respecto de la inflación, el IPC aumentó en 0,5% en septiembre, acumulando un crecimiento de 12,8% en un año.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo se mantuvo en 8,0% durante el trimestre terminado en octubre, mientras que el índice real de remuneraciones de septiembre cayó un 0,4% durante el mes, acumulando un retroceso de 2,3% en un año.

El consumo privado disminuyó un 2,8% entre el tercer trimestre de 2021 y 2022 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo se incrementaron en un 1,0% en octubre, acumulando un crecimiento de 10,6% 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
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
sept-22	88,8	132,9	72,9	88,7	228,4	66,2	88,4	69,7
oct-22	99,9	137,2	86,6	98,6	221,3	82,4	122,8	67,5
nov-22	96,0	137,6	81,1	97,7	224,3	70,6	108,6	73,9
var. m/m	-3,9	0,4	-5,5	-0,9	3,1	-11,8	-14,2	6,4
var. a/a	-1,0	-1,2	-1,0	3,8	-11,6	-9,1	6,6	2,2

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 levemente optimista

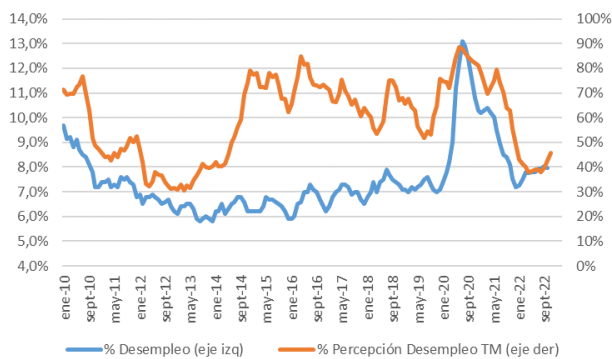
La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) prácticamente no varió durante el mes (0,4 puntos), manteniéndose levemente optimista. Esto se debió a una caída marginal en la percepción de la situación económica actual, que fue compensada por un incremento similar de la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó 0,9 puntos durante noviembre, aunque permaneció moderadamente pesimista, lo que se explica por un aumento de las visiones pesimistas y un retroceso de las visiones neutrales y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 3,1 puntos, aunque se mantuvo moderadamente optimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un incremento de las visiones neutrales y optimistas.

Durante noviembre, la percepción respecto al desempleo declarado por los consumidores aumentó, en contraste con la nula variación de la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en octubre (Gráfico 5).

En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido 1,2 puntos, principalmente

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



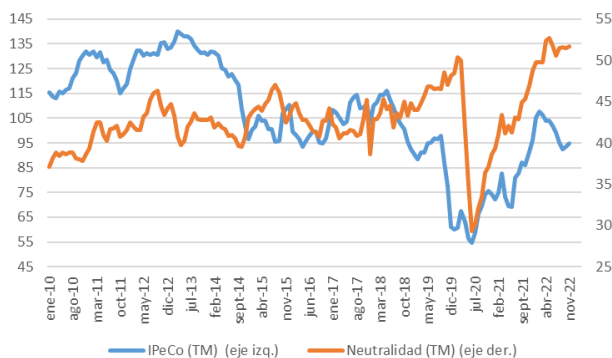
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	0,30	-0,20	-0,10
Desempleo Actual	-0,44	0,18	0,26
Situación Económica Futura	2,82	3,80	-6,62
Desempleo Futuro	2,61	2,18	-4,79
Ingreso Futuro	-3,62	2,49	1,13

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

debido a la caída en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

La confianza en el futuro disminuyó a pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores retrocedió gradualmente (5,5 puntos), de moderadamente pesimista a pesimista. Esto se debió a una marcada caída de la percepción de la situación económica futura, junto con un retroceso gradual de la percepción del desempleo futuro. En contraste, la percepción de los ingresos futuros mejoró gradualmente.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 11,8 puntos, de pesimista a muy 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 de levemente optimista a levemente pesimista, tras una caída de 14,2 puntos, explicado por un aumento de las visiones pesimistas y neutrales, y una disminución de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** avanzó 6,4 puntos, de muy pesimista a pesimista. Esto se debió a un retroceso de las visiones pesimistas y un avance las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha disminuido 1,0 punto, principalmente por el deterioro de la percepción de la situación económica futura (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente

Durante noviembre las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron gradualmente, alcanzando un 53,0% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un avance gradual de las visiones neutrales del futuro, que fue compensado por una caída marginal de las visiones neutrales de la actualidad. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad no varió, ubicándose en un 51,7% 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	
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		
ago-22	85,2	89,4	91,0	100,7	123,4	
sept-22	98,2	83,5	83,9	103,3		
oct-22	111,0	85,2	96,8	116,3		
nov-22	101,3	80,7	101,2	104,2		
var. m/m	-9,7	-4,5	4,4	-12,1	0,0	
var. a/a	4,8	-10,4	2,6	15,5	-86,4	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones principalmente negativas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente negativos. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó a levemente pesimista. En el **C2** retrocedió a pesimista. En el **C3** aumentó a levemente pesimista. En el **D** disminuyó a neutral. No se registraron mediciones para el estrato E (Cuadro 4).²

En las regiones se registraron resultados mixtos

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

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
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
sept-22	96,0	111,5
oct-22	107,3	105,6
nov-22	109,7	94,5
var. m/m	2,4	-11,2
var. a/a	2,6	-17,0

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

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.

