



Universidad del Desarrollo  
Facultad de Economía y Negocios

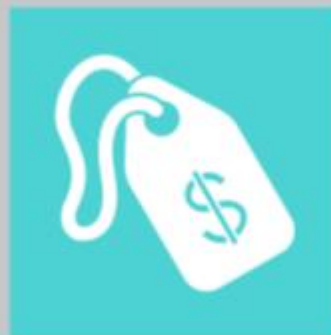
N° 148

JULIO  
2016

# ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN  
ECONOMÍA Y NEGOCIOS





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

La confianza de los consumidores aumentó marcadamente en junio.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
Jun-15	98,7	93,9	100,6
Jul-15	99,0	109,9	95,3
Ago-15	88,6	88,2	88,9
Sept-15	100,3	104,8	98,9
Oct-15	132,1	153,5	124,6
Nov-15	93,6	102,1	90,7
Dic-15	105,1	123,2	98,7
Ene-16	100,1	105,1	98,5
Feb-16	89,6	64,6	98,9
Mar-16	99,4	105,3	97,5
Abr-16	90,9	74,5	97,1
May-16	96,9	88,1	100,3
Jun-16	106,0	101,6	107,9
var. m/m	9,1	13,5	7,6
var. a/a	7,4	7,7	7,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza de los consumidores aumentó marcadamente en junio, hasta un nivel moderadamente pesimista, el más alto de los últimos ocho meses, desde el nivel pesimista del mes previo. El índice aumentó en 9,1 puntos en el mes, y 7,4 puntos en el año.

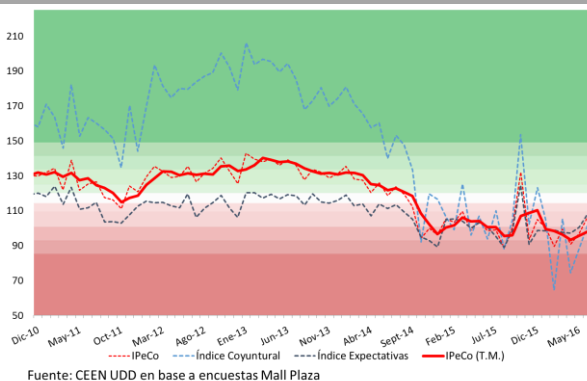
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó gradualmente en 13,5 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó marcadamente en 7,6 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al neutral.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron gradualmente debido a una marcada caída de las visiones neutrales del futuro, mientras que las visiones neutrales de la actualidad aumentaron de forma gradual.

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó, aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. En el C2 aumentó de pesimista a moderadamente pesimista. En el C3 aumentó de pesimista a neutral. En el D aumentó de levemente pesimista a neutral. En el estrato E disminuyó, de levemente optimista a neutral.

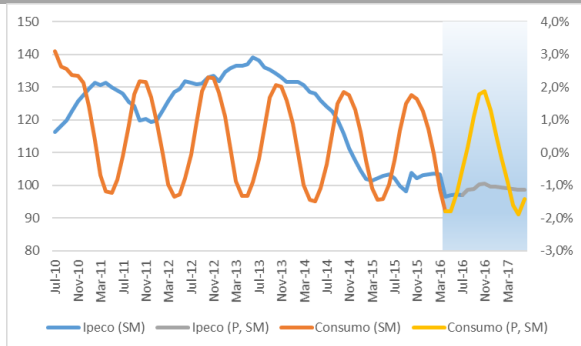
A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó de moderadamente pesimista a levemente pesimista, mientras que en la Región del Biobío aumentó de levemente pesimista a neutral.

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



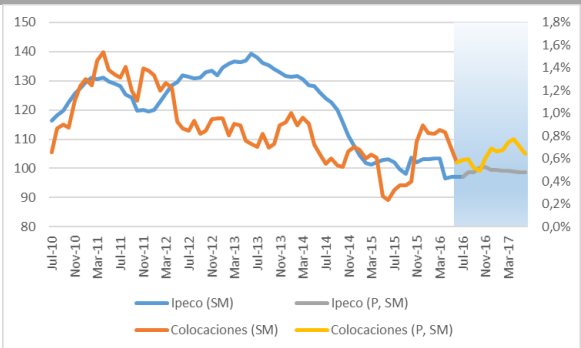
<sup>1</sup> El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

**GRÁFICO 2**  
IPeCo y Crecimiento del consumo total



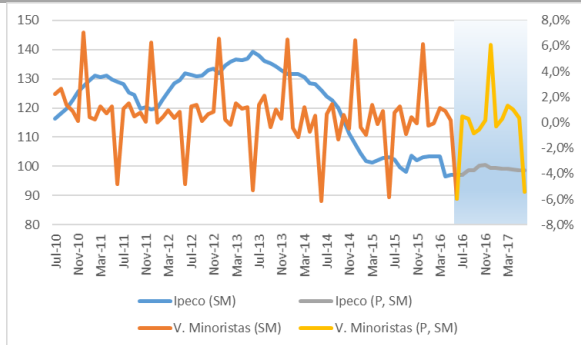
SM = semestre móvil; P = predicción  
Fuente: CEEN y Banco Central

**GRÁFICO 3**  
IPeCo y Crecimiento mensual de las colocaciones de consumo



SM = semestre móvil; P = predicción  
Fuente: CEEN y Banco Central

**GRÁFICO 4**  
IPeCo y Crecimiento mensual de las ventas minoristas



SM = semestre móvil; P = predicción  
Fuente: CEEN e INE.

**La confianza aumentó marcadamente**

En junio la confianza de los consumidores aumentó marcadamente para ubicarse en el nivel moderadamente pesimista, desde el nivel pesimista del mes previo.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, aumentó gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel pesimista.

Durante el último mes las noticias económicas han sido desfavorables para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de abril fue de un 0,7% en doce meses, muy por debajo de las expectativas del mercado, mientras que la inflación de mayo fue de 0,2%, alcanzando un 4,2% en doce meses. No obstante, el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) aumentó en un 1,8% en abril y un 7,9% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a un 6,8% en el trimestre terminado en mayo, acompañada de una caída marginal en el índice real de remuneraciones de abril, que disminuyó en un 0,6% respecto del mes anterior, mientras que en doce meses ha crecido un magro 1,1%.

Estos antecedentes sugieren que en los próximos meses la confianza de los consumidores se mantendrá en torno a niveles pesimistas.

Nuestra proyección del IPeCo indica que la confianza de los consumidores en promedio se mantendría en torno al nivel actual, al igual que el consumo agregado, que aumentaría alrededor de un 0,5% durante el año 2016 (Gráfico 2).

Por otro lado, proyectamos que las colocaciones de consumo crecerían a una tasa promedio mensual de aproximadamente 0,7% en los próximos 12 meses, acumulando un crecimiento anual en torno a 8% en doce meses (Gráfico 3). Finalmente, nuestras proyecciones indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 0,3%, acumulando un crecimiento en torno al 4% durante los próximos 12 meses (Gráfico 4).

**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
Jun-15	98,67	93,89	100,64	108,03	66,98	110,15	74,91	107,69
Jul-15	99,00	109,95	95,25	107,29	118,40	95,36	89,59	98,77
Ago-15	88,58	88,20	88,93	86,45	94,20	91,56	78,53	92,97
Sept-15	100,33	104,80	98,94	102,41	112,56	103,93	86,14	102,19
Oct-15	132,12	153,54	124,64	135,17	195,83	117,21	148,34	116,83
Nov-15	93,56	102,12	90,66	107,09	94,49	93,06	73,27	99,42
Dic-15	105,06	123,19	98,71	97,65	179,60	93,46	98,48	104,06
Ene-16	100,09	105,06	98,52	84,36	150,93	101,81	91,66	99,65
Feb-16	89,61	64,61	98,92	80,33	33,61	102,63	77,68	108,86
Mar-16	99,44	105,31	97,54	105,28	108,16	96,38	88,67	104,36
Abr-16	90,95	74,54	97,13	88,62	47,25	97,85	82,37	105,87
May-16	96,88	88,15	100,28	95,60	74,98	99,63	104,55	98,19
Jun-16	106,02	101,60	107,88	101,71	104,08	101,92	113,05	110,48
var. m/m	9,1	13,5	7,6	6,1	29,1	2,3	8,5	12,3
var. a/a	7,4	7,7	7,2	-6,3	37,1	-8,2	38,1	2,8

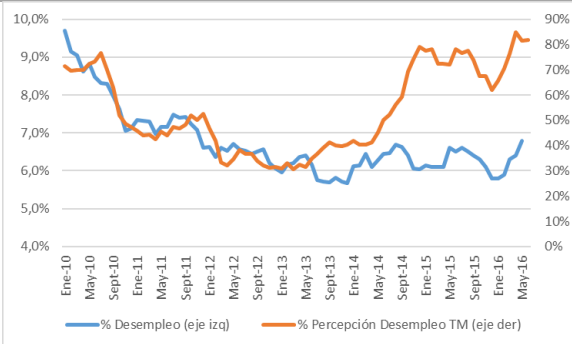
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

### La confianza en la actualidad se mantuvo en el nivel pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó en 13,5 puntos en junio, aunque se mantuvo en el nivel pesimista. Este avance se debió a mejoras en las dos percepciones que componen el índice. Por una parte, la percepción de la **situación económica actual** aumentó marginalmente en 6,1 puntos, desde el nivel pesimista al moderadamente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas, y un aumento de las visiones neutrales. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual**, avanzó de forma gradual, en 29,1 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, lo que se debió a una disminución de las visiones pesimistas, y un avance en las visiones optimistas y neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha mejorado en 7,7 puntos, principalmente por la mejora en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3).

Durante los últimos meses la percepción del desempleo declarada por los consumidores ha crecido muy por sobre el aumento del desempleo efectivo, que se ha mantenido en niveles históricamente bajos, pese a las últimas cuatro alzas en la medición del INE (Gráfico 5).

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



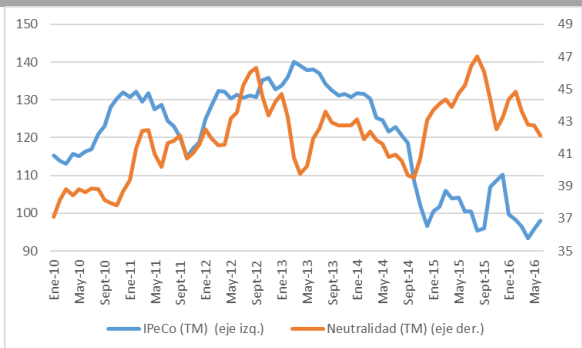
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**CUADRO 3**  
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-2,93	2,53	0,40
Desempleo Actual	-5,45	1,56	3,89
Situación Económica Futura	0,51	-7,03	6,52
Desempleo Futuro	1,36	-8,34	6,98
Ingreso Futuro	-6,15	1,86	4,29

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**GRÁFICO 6**  
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



TM = trimestre móvil  
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**CUADRO 4**  
IPECo por estrato socioeconómico  
Base dic2001 = 100

Mes \ IPECo	ABC1	C2	C3	D	E
Jun-15	101,6	101,0	101,1	86,6	68,6
Jul-15	110,2	93,6	103,5	97,2	47,1

**La confianza en el futuro avanzó al nivel neutral**

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó marcadamente, alcanzando el nivel neutral. Esto fue resultado de mejoras en las tres percepciones que componen el índice.

Durante junio la percepción de la **situación económica futura** aumentó en 2,3 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista, como resultado de un avance en las visiones optimistas y un retroceso de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** mejoró en 8,5 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un avance de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó en 12,3 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al moderadamente optimista. Esto fue el resultado de un retroceso en las visiones pesimistas, y un avance en las visiones optimistas y neutrales.

**Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron gradualmente**

Durante junio, las visiones de estabilidad en las percepciones retrocedieron gradualmente, alcanzando un 41,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explica por un marcado retroceso de las visiones neutrales del futuro, que disminuyeron en 4,8 puntos, mientras que las visiones neutrales de la confianza en la actualidad aumentaron gradualmente en 2,0 puntos. La media móvil trimestral de la neutralidad disminuyó en forma gradual hasta un 42,1% (Gráfico 6).

**Los estratos socioeconómicos mostraron resultados mixtos**

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó, aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. En el **C2** aumentó de pesimista a moderadamente pesimista, mientras que en el **C3** aumentó de pesimista a neutral y en el **D** aumentó de levemente pesimista a neutral. En

Ago-15	97,1	95,1	90,0	79,8	8,2
Sept-15	108,3	105,6	89,2	86,5	119,8
Oct-15	115,7	124,9	141,9	143,2	41,1
Nov-15	111,4	97,4	82,0	85,7	93,9
Dic-15	90,0	108,6	99,9	88,9	
Ene-16	117,0	95,6	94,3	98,8	
Feb-16	90,4	93,8	83,7	70,1	
Mar-16	96,0	97,5	92,8	96,1	
Abr-16	83,4	87,9	94,6	85,6	75,4
May-16	75,3	97,2	99,9	100,3	109,7
Jun-16	77,6	101,8	124,2	109,0	102,8
var. m/m	2,3	4,6	24,3	8,7	-6,9
var. a/a	-24,0	0,8	23,1	22,4	34,3

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

el estrato **E** la confianza disminuyó, de levemente optimista a neutral.<sup>2</sup>

### El nivel de confianza aumentó en las regiones

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó de moderadamente pesimista a levemente pesimista, mientras que en la **Región del Biobío** aumentó de levemente pesimista a neutral (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Biobío	RM
Jun-15	102,5	114,8
Jul-15	100,3	113,5
Ago-15	114,5	84,4
Sept-15	102,0	118,0
Oct-15	127,4	150,5
Nov-15	99,8	114,0
Dic-15	96,7	141,3
Ene-16	91,9	133,3
Feb-16	84,1	119,8
Mar-16	110,8	110,4
Abr-16	88,0	106,8
May-16	110,2	106,8
Jun-16	121,4	115,7
var. m/m	11,2	8,9
var. a/a	18,8	0,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**Cristián Echeverría V., Director CEEN**  
(02) 327.9792 | [cecheverria@udd.cl](mailto:cecheverria@udd.cl)  
**Guillermo Acuña S., Investigador**  
[guacunas@udd.cl](mailto:guacunas@udd.cl)  
<http://negocios.udd.cl/ceen>

<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.





UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO  
Facultad de Economía y Negocios  
[negocios.udd.cl](http://negocios.udd.cl)  
[fen@udd.cl](mailto:fen@udd.cl)