



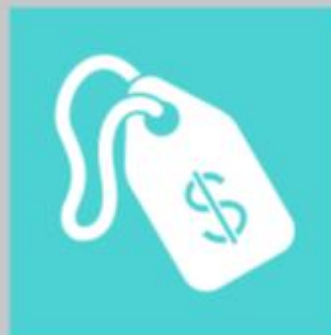
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

N° 150
SEPTIEMBRE
2016

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS



Upp

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantuvo pesimista en agosto.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
Jul-16	95,5	96,1	95,5
Ago-16	97,1	103,9	94,9
var. m/m	1,6	7,8	-0,6
var. a/a	8,5	15,7	6,0

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

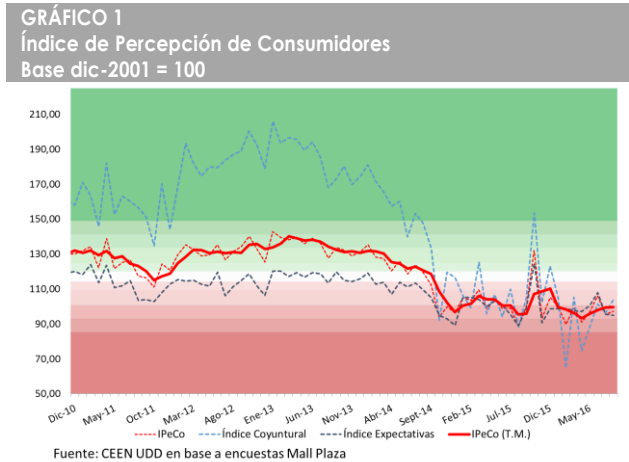
En agosto, la confianza de los consumidores aumentó marginalmente, aunque se mantuvo en el nivel pesimista registrado en julio. El índice aumentó en 1,6 puntos en el mes, y 8,5 puntos en doce meses.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó gradualmente en 7,8 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) tuvo una variación nula, permaneciendo en el nivel pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente debido a un incremento marginal de las visiones neutrales de la actualidad, y un aumento marcado de las visiones neutrales del futuro.

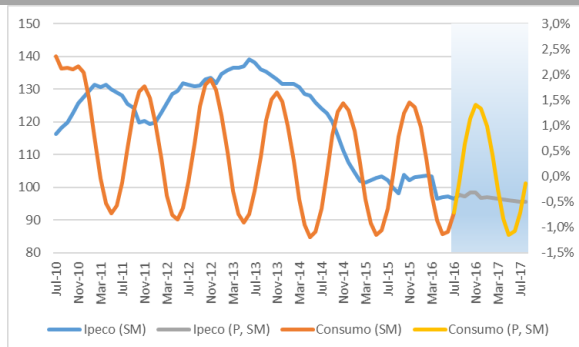
En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó de extraordinariamente pesimista a pesimista. En el C2 disminuyó de moderadamente pesimista a muy pesimista. En el C3 aumentó, pero se mantuvo pesimista. En el D retrocedió de neutral a levemente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

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la Región Metropolitana avanzó de pesimista a moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío disminuyó de neutral a levemente pesimista.



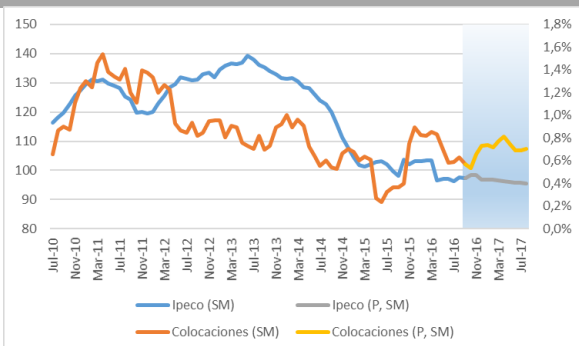
¹ El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento del consumo total



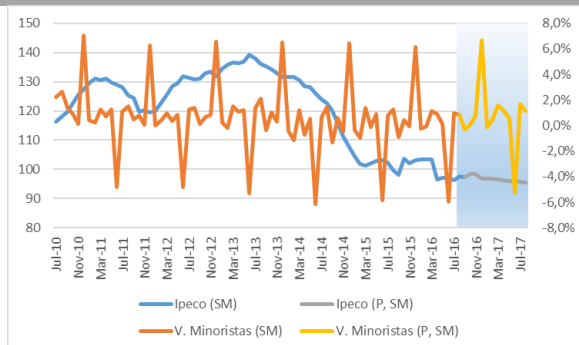
SM = semestre móvil; P = predicción
Fuente: CEEN y Banco Central

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 se mantiene pesimista

En agosto la confianza de los consumidores aumentó marginalmente manteniéndose en el nivel pesimista, al igual que en el mes de julio.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, no varió significativamente, manteniéndose 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 julio fue de un 0,5% en doce meses, mientras que la inflación de julio fue de 0,2%, alcanzando un 4,0% en doce meses. El Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) aumentó en un 3,3% en julio y un 4,6% en doce meses.

En el IPOM de septiembre, el Banco Central volvió a recortar sus proyecciones de crecimiento para el año 2017, ubicándolas en el rango 1,75 - 2,75%. Asimismo, destacó el deterioro del empleo, y recortó las estimaciones de crecimiento del PIB tendencial a un 3,2% y del PIB potencial al rango 2,5 - 3,0%, respectivamente, lo que reduce el espacio para implementar políticas monetarias y fiscales expansivas. No obstante, anunció que no habría nuevas alzas en la TPM en el horizonte de política. Por último, se destaca la predicción de una inflación de 3,5% para el año 2016.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 7,1% en el trimestre terminado en julio, acompañada de un aumento marginal en el índice real de remuneraciones de julio, que se incrementó en un 0,2% respecto del mes anterior, mientras que en doce meses ha crecido un magro 0,8%. 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 se mantendrá en torno al nivel actual, al igual que el consumo agregado, cuyo crecimiento sería de un 1,5% en 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 8,9% en doce meses (Gráfico 3). Finalmente, nuestras proyecciones

indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 0,8%, acumulando un crecimiento en torno al 10% 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
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
Jul-16	95,47	96,10	95,47	88,66	114,13	91,91	90,64	102,10
Ago-16	97,12	103,89	94,88	100,53	113,64	77,25	107,00	104,61
var. m/m	1,6	7,8	-0,6	11,9	-0,5	-14,7	16,4	2,5
var. a/a	8,5	15,7	6,0	14,1	19,4	-14,3	28,5	11,6

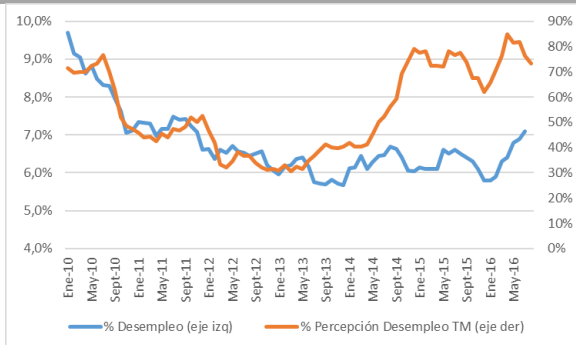
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en la actualidad se mantuvo en el nivel pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó en 7,8 puntos en agosto, aunque se mantuvo en el nivel pesimista. Este aumento se debió a una mejora en la percepción de la **situación económica actual**, que aumentó gradualmente en 11,9 puntos, desde el nivel muy pesimista al pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual**, disminuyó marginalmente, en 0,6 puntos, manteniéndose en el nivel moderadamente pesimista, lo que se debió a deterioros similares en las visiones pesimistas y optimistas y un avance de las visiones neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado en 15,7 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 disminuido, pese a las últimas alzas en la tasa de desempleo del INE. No obstante, la percepción del desempleo se mantiene alta en relación al desempleo efectivo (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



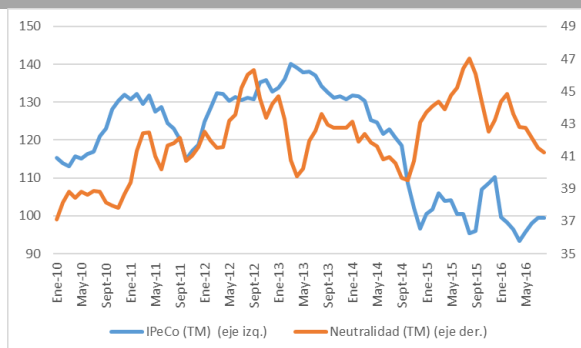
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-3,42	0,54	2,88
Desempleo Actual	-0,89	1,34	-0,45
Situación Económica Futura	3,55	9,46	-13,01
Desempleo Futuro	-6,37	3,14	3,23
Ingreso Futuro	-1,33	0,89	0,44

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

La confianza en el futuro se mantuvo pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores no varió significativamente, manteniéndose en el nivel pesimista. Esto fue resultado de un deterioro en la percepción de la situación económica futura y una mejora de la percepción del desempleo futuro.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó en 14,7 puntos en agosto, pasando del nivel pesimista al extraordinariamente pesimista, como resultado de una disminución de las visiones optimistas y un avance de las visiones pesimistas y neutrales. La percepción del **desempleo futuro** mejoró en 16,4 puntos, pasando del nivel pesimista al levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un avance de las visiones optimistas y neutrales. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó en 2,5 puntos, manteniéndose en el nivel neutral. 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 aumentaron

Durante agosto, las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron marcadamente, alcanzando un 42,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explica por un marcado aumento de las visiones neutrales del futuro, mientras que las visiones neutrales de la actualidad aumentaron marginalmente. Sin embargo, la media móvil trimestral de la neutralidad disminuyó en forma gradual hasta un 41,2% (Gráfico 6).

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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
Jul-16	59,1	100,5	94,6	107,8	116,6
Ago-16	92,7	87,8	101,2	105,6	102,8
var. m/m	33,6	-12,8	6,6	-2,2	-13,7
var. a/a	-4,3	-7,3	11,3	25,8	94,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5
IPeCo por región
Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
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
Jul-16	117,9	99,2
Ago-16	112,0	106,1
var. m/m	-6,0	6,9
var. a/a	-2,6	21,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados mixtos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó, de extraordinariamente pesimista a pesimista. En el **C2** disminuyó, de moderadamente pesimista a muy pesimista. En el **C3** aumentó, pero se mantuvo pesimista. En el **D** retrocedió de neutral a levemente pesimista. En el estrato **E** disminuyó, de levemente optimista a neutral.²

El nivel de confianza en regiones se ubicó en niveles pesimistas

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

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

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.

UFD

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO
Facultad de Economía y Negocios
negocios.udd.cl
fen@udd.cl