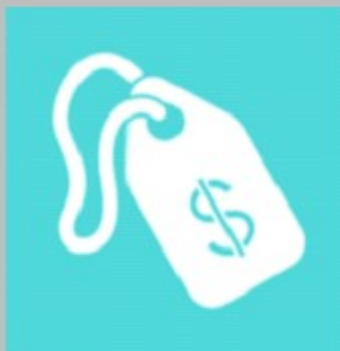


# INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



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

La confianza de los consumidores avanzó al nivel pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
feb-20	71,7	94,9	63,4
mar-20	68,2	107,3	54,2
abr-20	49,6	32,8	55,8
may-20	51,3	37,2	56,6
jun-20	63,0	30,1	75,2
jul-20	62,0	32,7	72,8
ago-20	75,0	50,9	83,9
sept-20	71,2	50,6	78,9
oct-20	76,3	58,1	83,1
nov-20	79,0	68,4	83,1
dic-20	67,0	65,1	67,8
ene-21	70,9	71,2	71,0
feb-21	86,9	91,9	85,3
var. m/m	15,9	20,7	14,3
var. a/a	15,2	-3,0	21,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En febrero la confianza de los consumidores mejoró marcadamente (15,9 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista. En los últimos doce meses ha aumentado 15,2 puntos.

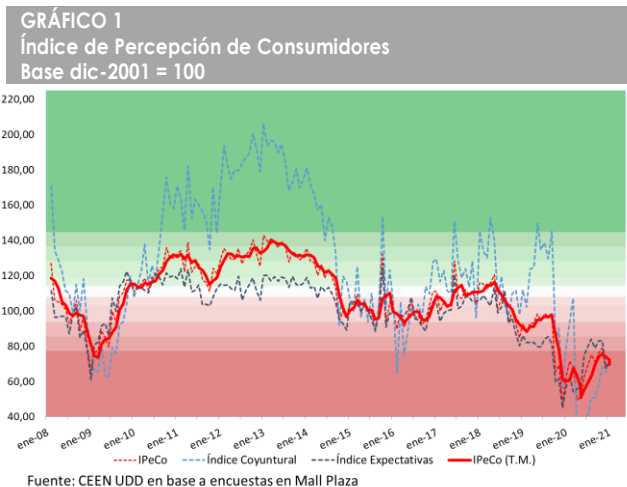
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó marcadamente (20,7 puntos), pasando de muy pesimista a pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) también registró un marcado avance (14,3 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marginalmente, debido a que un avance gradual de las visiones neutrales de la actualidad fue compensado por una caída de similar magnitud de las visiones neutrales del futuro.

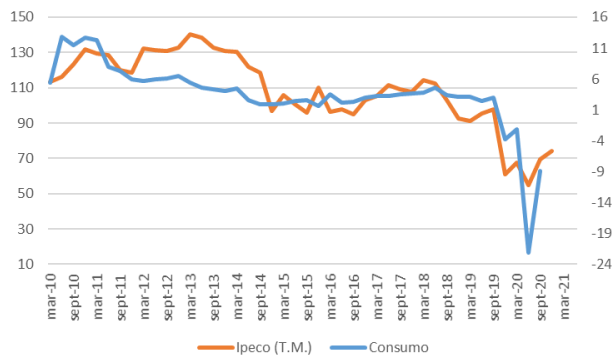
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios positivos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó a moderadamente pesimista. En el C2 subió a moderadamente pesimista. En el C3 aumentó, aunque se mantuvo pesimista. En el estrato D avanzó a moderadamente pesimista. En el E aumentó a levemente pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó a levemente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío avanzó a 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

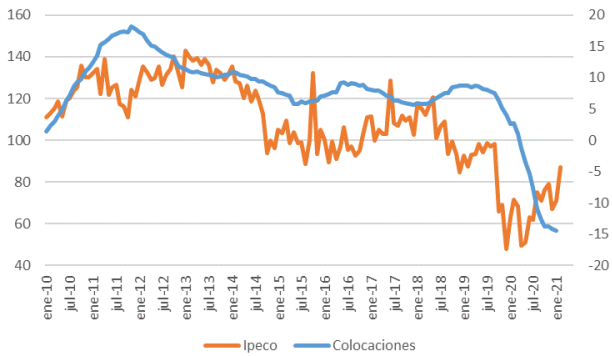
## La confianza mejoró marcadamente

En febrero la confianza de los consumidores mejoró de forma marcada, pasando del nivel muy pesimista a pesimista.

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

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de diciembre retrocedió un 0,4% en doce meses, con lo que se estima que la economía chilena habría acumulado una caída de 6,0% durante el año 2020. El IPC de enero aumentó un 0,7%, acumulando un crecimiento de 3,1% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 20,5% en enero, con lo que sumó un aumento de 4,3% 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 disminuyó a 10,2% en el trimestre terminado en enero, mientras que el índice real de remuneraciones de diciembre no varió durante el mes, acumulando un crecimiento de 1,0% en un año.

El consumo privado disminuyó un 8,8% entre el tercer trimestre de 2019 y 2020 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 0,9% en enero, acumulando una caída de 14,4% en 12 meses (Gráfico 3).

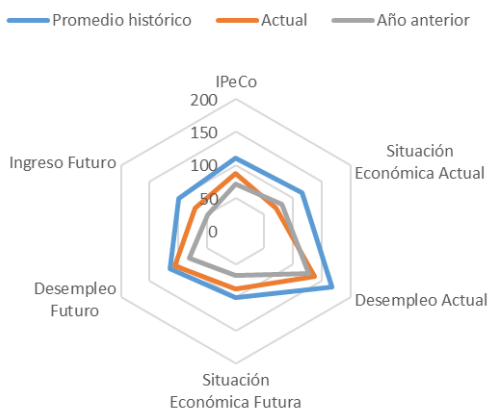
**CUADRO 2**

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
feb-20	71,7	94,9	63,4	80,3	127,9	66,9	81,2	48,5
mar-20	68,2	107,3	54,2	112,5	99,4	48,2	76,5	45,8
abr-20	49,6	32,8	55,8	29,7	40,1	61,4	56,6	49,9
may-20	51,3	37,2	56,6	30,3	52,4	60,5	61,1	49,7
jun-20	63,0	30,1	75,2	22,2	47,3	80,6	77,6	68,2
jul-20	62,0	32,7	72,8	23,8	52,2	82,3	74,9	62,0
ago-20	75,0	50,9	83,9	42,1	70,4	94,2	88,7	70,7
sept-20	71,2	50,6	78,9	42,3	69,1	81,8	91,1	68,1
oct-20	76,3	58,1	83,1	53,5	69,1	79,9	102,8	73,7
nov-20	79,0	68,4	83,1	61,4	84,6	84,3	94,5	74,5
dic-20	67,0	65,1	67,8	58,7	80,1	66,0	82,4	60,3
ene-21	70,9	71,2	71,0	56,3	104,0	78,5	76,1	60,3
feb-21	86,9	91,9	85,3	71,0	137,8	87,8	105,5	69,8
var. m/m	15,9	20,7	14,3	14,7	33,8	9,2	29,5	9,5
var. a/a	15,2	-3,0	21,9	-9,3	9,9	20,9	24,3	21,4

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

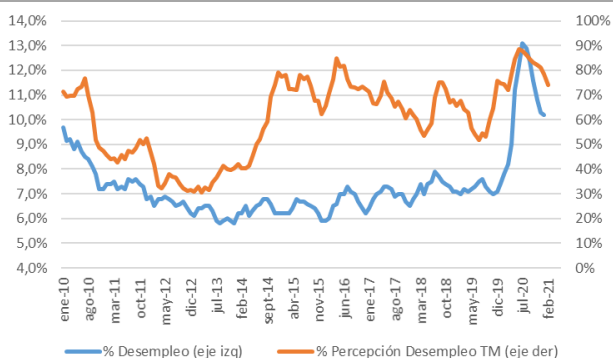
#### La confianza en la actualidad avanzó a pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó marcadamente en febrero (20,7 puntos), pasando de muy pesimista a pesimista. Esto se debió a mejoras graduales en las dos percepciones que componen el índice, la percepción del desempleo actual y la percepción de la situación económica actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó 14,7 puntos durante febrero, pasando de extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto se debió a una caída de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutras y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 33,8 puntos, pasando de moderadamente pesimista a levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutras y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído 3,0 puntos, debido a la caída en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante febrero el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores disminuyó respecto al mes anterior, en correspondencia con la disminución en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en enero (Gráfico 5).

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



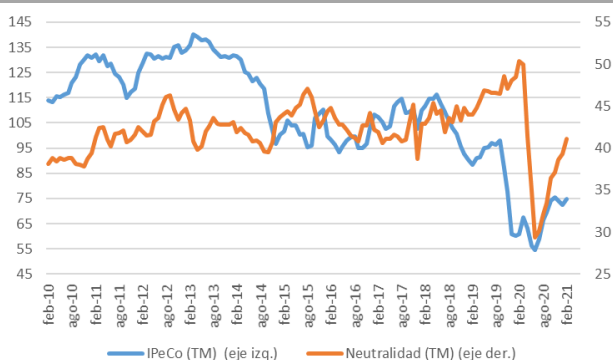
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

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

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-6,46	4,06	2,40
Desempleo Actual	-7,00	1,80	5,20
Situación Económica Futura	-0,39	-9,40	9,79
Desempleo Futuro	-11,13	3,27	7,86
Ingreso Futuro	-4,66	0,78	3,88

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 mejoró marcadamente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores mejoró marcadamente (14,3 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista. Esto se debió a mejoras en las tres percepciones que componen el índice. La percepción de la situación económica futura registró una mejora gradual, mientras que las percepciones del desempleo futuro y de los ingresos futuros aumentaron marcadamente.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó 9,2 puntos, pasando del nivel pesimista a moderadamente pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones neutrales y un aumento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** avanzó 29,5 puntos, pasando de pesimista a levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó 9,5 puntos, pasando de extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto se debió a una caída de las visiones pesimistas y un avance de las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro aumentó 21,9 puntos, principalmente por la mejora en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

## Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marginalmente

Durante febrero, las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un avance marginal, alcanzando un 41,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un aumento gradual de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado retroceso de similar magnitud de las visiones neutrales del futuro. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó marcadamente, ubicándose en un 41,1% del total (Gráfico 6).

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

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
feb-20	66,1	77,2	71,9	74,1	68,2
mar-20	66,6	69,3	70,3	72,4	81,8
abr-20	49,2	37,9	53,6	51,8	62,7
may-20	50,8	48,2	57,8	44,8	57,3
jun-20	49,2	68,1	72,2	65,2	57,1
jul-20	53,7	47,1	72,6	71,4	69,2
ago-20	68,3	71,3	80,7	81,0	66,3
sept-20	63,3	67,9	76,1	83,8	31,7
oct-20	66,8	73,6	76,9	91,0	78,3
nov-20	69,6	80,8	84,6	76,8	78,2
dic-20	70,8	68,8	68,2	68,5	38,6
ene-21	61,5	75,0	81,2	65,8	10,3
feb-21	90,3	86,4	87,8	83,4	85,7
var. m/m	28,8	11,3	6,5	17,6	75,4
var. a/a	24,2	9,1	15,8	9,3	17,5

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

### Los estratos socioeconómicos registraron variaciones positivas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios positivos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó a moderadamente pesimista. En el **C2** subió a moderadamente pesimista. En el **C3** aumentó, aunque se mantuvo pesimista. En el estrato **D** avanzó a moderadamente pesimista. En el **E** aumentó a levemente pesimista.<sup>2</sup>

### En las regiones se registraron resultados positivos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó a levemente pesimista, mientras que en la **Región del Bío-Bío** avanzó a pesimista (Cuadro 5).

**CUADRO 5**  
**IPeCo por región**  
 Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
feb-20	70,0	83,3
mar-20	70,8	79,4
abr-20	58,4	54,3
may-20	58,5	56,9
jun-20	80,8	58,9
jul-20	68,1	67,3
ago-20	71,3	87,6
sept-20	57,3	87,2
oct-20	64,0	93,4
nov-20	73,2	96,8
dic-20	56,4	92,1
ene-21	71,1	72,6
feb-21	87,8	97,9
var. m/m	16,8	25,3
var. a/a	17,9	14,6

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.

