



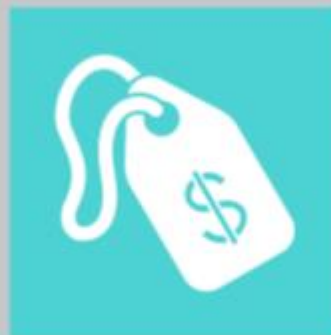
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

N° 141
NOVIEMBRE
2015

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS





ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores cayó abruptamente al nivel muy pesimista

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
nov-14	99,8	119,6	92,9
dic-14	96,2	116,4	89,1
ene-15	105,1	106,4	104,9
feb-15	103,5	99,2	105,3
mar-15	109,5	125,3	104,0
abr-15	98,8	96,0	100,0
may-15	103,9	106,8	103,1
jun-15	98,7	93,9	100,6
jul-15	99,0	109,9	95,3
ago-15	88,6	88,2	88,9
sep-15	100,3	104,8	98,9
oct-15	132,1	153,5	124,6
nov-15	93,6	102,1	90,7
var. m/m	-38,6	-51,4	-34,0
var. a/a	-6,3	-17,4	-2,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza de los consumidores cayó abruptamente en noviembre, desde un nivel moderadamente optimista a **muy pesimista**, y se ubicó en un nivel similar al observado en agosto, el peor resultado del año. El índice disminuyó en 38,6 puntos en el mes, y 6,3 puntos en doce meses.

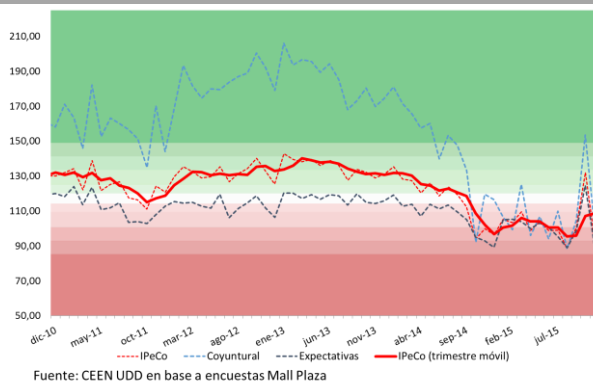
La confianza en la actualidad (índice coyuntural), disminuyó en 51,4 puntos, cayendo del nivel levemente optimista al nivel pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas), disminuyó en 34,0 puntos, pasando del nivel optimista al nivel muy pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron levemente, debido a un aumento de las visiones de estabilidad del futuro mayor que la disminución de las visiones de estabilidad en la actualidad.

La confianza disminuyó en la mayoría de los estratos socioeconómicos, excepto en el E, en que aumentó. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó de levemente pesimista a moderadamente pesimista. En el C2 disminuyó de moderadamente optimista a pesimista. En el C3 disminuyó de optimista a extraordinariamente pesimista. En el D disminuyó de muy optimista a pesimista. Por último, en el estrato E aumentó de pesimista a levemente pesimista.

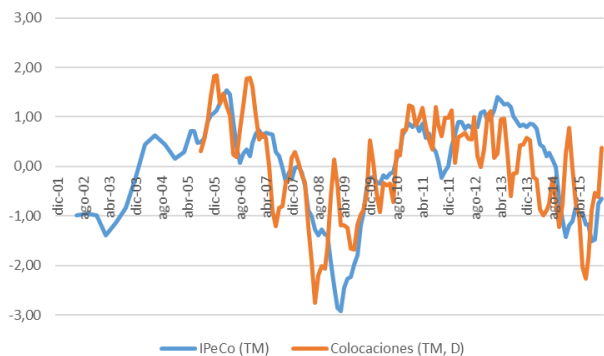
A nivel regional, los cambios en la confianza también fueron negativos. En la Región Metropolitana disminuyó desde el nivel muy optimista a moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Biobío disminuyó desde el nivel levemente optimista a moderadamente pesimista. En la Región de Coquimbo la confianza resultó pesimista.

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



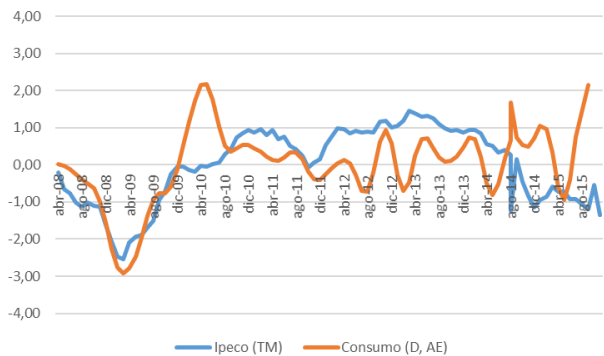
¹ El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento de las colocaciones de consumo



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variable en diferencias
 Fuente: CEEN y Banco Central

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento del consumo total



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variables en diferencias; AE = ajustado estacionalmente
 Fuente: CEEN y Banco Central

La confianza de los consumidores cayó abruptamente

En noviembre, la confianza de los consumidores retrocedió abruptamente hasta un nivel muy pesimista, desde el optimismo moderado del mes previo. Con este resultado, revirtió casi completamente el avance que había venido experimentando desde agosto.

El promedio móvil trimestral del IPeCo se mantuvo sin cambios, en el nivel moderadamente pesimista, y ha aumentado en 6,6 puntose en doce meses.

Durante el último mes las noticias económicas han sido mixtas para la confianza de los consumidores. Por una parte, el crecimiento del Imacec de octubre fue de 1,5% en doce meses, por debajo de las expectativas del mercado, mientras que por otra la tasa de desempleo disminuyó a un 6,3% en el trimestre agosto-octubre, una cifra mejor a la esperada por el mercado. La inflación de noviembre fue de 0,0%, por debajo de las expectativas, alcanzando un 3,9% en doce meses, mientras que el Banco Central mantuvo la tasa de política monetaria en 3,25%.

Complementando este escenario, las colocaciones de consumo del sistema bancario registraron el primer aumento relevante de los últimos seis meses (Gráfico 2). El consumo agregado ha aumentado un 1,9% respecto del tercer trimestre del 2014, principalmente debido al aumento del consumo de servicios, y un 2,9% respecto del trimestre previo, gracias al aumento del consumo de bienes no durables. No obstante, dado el bajo nivel de confianza, es poco probable esperar que en el corto plazo se mantenga este dinamismo en el consumo (Gráfico 3).

CUADRO 2 Índice de Percepción del Consumidor y otros índices Base Dic2001 = 100								
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
nov-14	99,82	119,55	92,88	125,61	110,12	106,51	67,82	95,42
dic-14	96,24	116,44	89,11	139,84	70,87	95,41	74,24	92,40
ene-15	105,13	106,40	104,91	111,15	99,36	105,52	98,91	108,15
feb-15	103,47	99,21	105,27	99,36	101,54	105,20	114,32	99,53
mar-15	109,51	125,34	104,01	119,46	140,89	106,50	102,86	102,29
abr-15	98,79	96,03	100,03	95,77	99,14	98,27	88,00	109,47
may-15	103,91	106,77	103,12	108,39	106,24	112,74	85,41	104,92
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
sep-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
var. m/m	-38,6	-51,4	-34,0	-28,1	-101,3	-24,1	-75,1	-17,4
var. a/a	-6,3	-17,4	-2,2	-18,5	-15,6	-13,5	5,5	4,0

Fuente: CEEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, destacó la tercera disminución consecutiva de la tasa de desempleo, desde un 6,4% a un 6,3% en el trimestre terminado en octubre. No obstante, las remuneraciones reales prácticamente no variaron respecto de septiembre, mientras que en doce meses han crecido un magro 1,6%. El relativo estancamiento de los ingresos de los hogares se ha reflejado en el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM), que aumentó 3,4% mensual en octubre y ha aumentado 1,7% en doce meses.

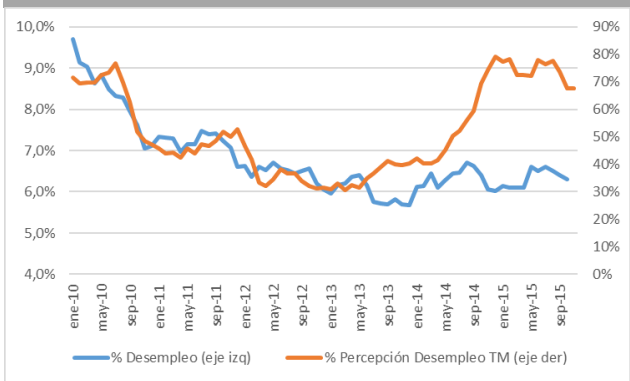
Con estos antecedentes, anticipamos que en los próximos meses la confianza de los consumidores podría mantenerse entorno a niveles pesimistas o avanzar levemente, pero con gran incertidumbre, ya que los datos económicos han mostrado resultados mixtos.

La confianza en la actualidad disminuyó al nivel pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó muy significativamente en noviembre (51,4 puntos), retrocediendo desde el nivel levemente optimista hasta el nivel pesimista. Esta caída se debió a una disminución en las dos percepciones que componen el índice. La percepción del **desempleo actual**, cayó 101,3 puntos, desde el nivel levemente optimista al nivel pesimista, lo que se debió a disminuciones en las visiones optimistas y neutrales, y a un aumento de las visiones pesimistas. Por otro lado, la percepción de la **situación económica actual** disminuyó en 28,1 puntos, pasando del nivel levemente optimista al nivel moderadamente pesimista, luego de una disminución en las visiones optimistas y un aumento de las visiones pesimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido en 17,7 puntos, lo que se explica por disminuciones en ambas percepciones (Cuadros 2 y 3).

Cabe destacar que, desde el segundo semestre del año pasado, la percepción del desempleo declarada por los consumidores ha crecido muy por sobre el desempleo efectivo, que se ha mantenido bajo. Sin embargo, a partir del primer semestre de este año el cambio en la percepción del desempleo ha seguido más de cerca el cambio de la tasa de desempleo efectivo, aunque la brecha entre ambos indicadores se mantiene (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



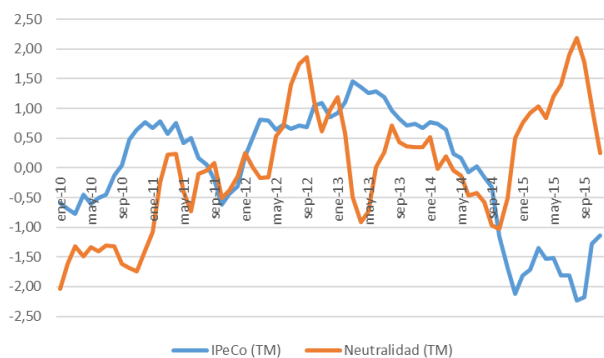
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	7,68	-0,43	-7,25
Desempleo Actual	18,44	-9,00	-9,44
Situación Económica Futura	9,49	10,87	-20,36
Desempleo Futuro	20,11	2,29	-22,40
Ingreso Futuro	8,91	5,56	-14,47

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

GRÁFICO 5
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



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

La confianza en el futuro disminuyó al nivel muy pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó significativamente en 34,0 puntos, alcanzando el nivel muy pesimista. Esto fue resultado de disminuciones en todas las percepciones que componen el índice: situación económica futura, ingresos futuros y desempleo futuro.

Durante noviembre la percepción de la **situación económica futura** disminuyó en 24,1 puntos, con lo que cayó desde el nivel optimista al nivel pesimista. Esto se debió a una disminución de las visiones optimistas, y a un aumento de las visiones pesimistas y neutrales. La percepción del **desempleo futuro** disminuyó en 75,1 puntos, desde el nivel optimista al nivel muy pesimista, debido a una caída en las visiones optimistas, y a un aumento de las visiones pesimistas. Finalmente, la percepción sobre los **ingresos futuros** disminuyó en 17,4 puntos, alcanzado el nivel moderadamente pesimista desde el nivel optimista registrado en octubre. Esto fue el resultado de una disminución en las visiones optimistas, y de un aumento en las visiones pesimistas y neutrales.

Las visiones de estabilidad aumentaron levemente, pero cambió su composición

Durante noviembre, las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron a un 42,3%, desde el 40,5% declarado en octubre, lo que se debió a una disminución de las visiones neutrales de la confianza en la actualidad, que fue inferior al alza en las visiones neutrales de la confianza en el futuro. Sin embargo, la media móvil trimestral de la neutralidad exhibió un nuevo retroceso (Gráfico 5).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
nov-14	105,7	93,4	108,8	81,6	56,2
dic-14	105,3	105,0	98,5	71,1	90,5
ene-15	100,7	105,1	107,7	90,1	54,4
feb-15	96,9	100,5	111,4	98,3	53,7
mar-15	102,6	106,3	110,0	117,1	89,1
abr-15	85,1	91,8	101,3	115,4	134,4
may-15	112,6	102,5	112,1	72,9	54,8
jun-15	101,6	101,0	101,1	86,6	68,6
jul-15	110,2	93,6	103,5	97,2	47,1
ago-15	97,1	95,1	90,0	79,8	8,2
sep-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
var. m/m	-4,2	-27,5	-59,9	-57,4	52,8
var. a/a	5,7	4,0	-26,8	4,1	37,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100			
mes	Coquimbo	Biobío	RM
nov-14		94,4	117,5
dic-14		106,0	113,1
ene-15		104,2	122,8
feb-15		109,4	116,7
mar-15		113,6	125,7
abr-15		128,1	106,1
may-15		106,0	117,1
jun-15		102,5	114,8
jul-15		100,3	113,5
ago-15		114,5	84,4
sep-15		102,0	118,0
oct-15		127,4	150,5
nov-15	77,7	99,8	114,0
var. m/m		-27,6	-36,5
var. a/a		5,4	-3,5

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza disminuyó en la mayoría de los estratos

La confianza disminuyó en la mayoría de los estratos socioeconómicos, excepto en el E, en que aumentó. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó de levemente pesimista a moderadamente pesimista. En el **C2** disminuyó de moderadamente optimista a pesimista. En el **C3** disminuyó de optimista a extraordinariamente pesimista. En el **D** disminuyó de muy optimista a pesimista. Por último, en el estrato **E** aumentó de pesimista a levemente pesimista (Cuadro 4).²

El nivel de confianza fue moderadamente pesimista en la RM y Región del Biobío.

A nivel regional, los cambios en la confianza también fueron negativos. En la **Región Metropolitana** disminuyó desde el nivel muy optimista a moderadamente pesimista, mientras que en la **Región del Biobío** disminuyó desde el nivel levemente optimista a moderadamente pesimista. En la **Región de Coquimbo** la confianza se ubicó en un nivel pesimista (Cuadro 5).

Cristián Echeverría V., Director CEEN

(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl

Guillermo Acuña S., Investigador

guacunas@udd.cl

M. Carolina Grünwald N., Investigadora

m.grunwald@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.



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