



Universidad del Desarrollo  
Facultad de Economía y Negocios

N° 134  
ABRIL 2015

# ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN  
ECONOMÍA Y NEGOCIOS



# ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES<sup>1</sup>

## Sorpresiva disminución en la confianza de los consumidores

**CUADRO 1**  
Índice de Percepción de Consumidores.  
(Base Dic. 2001=100)

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
abr-14	120,3	157,5	107,1
may-14	126,0	160,1	113,8
jun-14	118,7	139,9	111,2
jul-14	123,8	153,2	113,4
ago-14	119,3	147,6	109,3
sep-14	112,4	133,3	105,1
oct-14	93,9	92,0	94,9
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
var. m/m	-10,7	-29,3	-4,0
var. a/a	-21,5	-61,5	-7,1

Fuente: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

El IPeCo durante abril mostró una sorpresiva e importante disminución de 10.7 puntos, con lo que la confianza de los consumidores retrocedió a un nivel pesimista. Este retroceso también interrumpió la tendencia al alza que mostraba desde principios de año. En doce meses, la confianza de los consumidores ha disminuido 21.5 puntos.

El retroceso de la confianza de los consumidores se debió principalmente a un importante deterioro de sus visiones de la actualidad (coyuntura), que disminuyeron 29 puntos en el mes hasta alcanzar un nivel pesimista, y 61.5 puntos en doce meses, desde un nivel levemente optimista en abril del 2014. Por otro lado, la confianza en el futuro (expectativas) retrocedió en forma gradual (-4 puntos), hasta un nivel moderadamente pesimista.

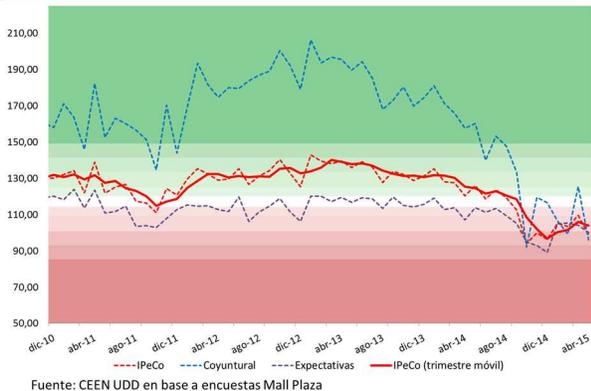
Las visiones de estabilidad de la situación actual y futura también retrocedieron en el mes. Quienes tenían una visión de estabilidad, cambiaron a una visión negativa, mientras que quienes tenían una visión optimista, en general mantuvieron su visión. Esto permite anticipar que el nivel de confianza de los consumidores tendería a la inestabilidad en los próximos meses, generando incertidumbre acerca de la evolución futura de los indicadores.

En relación a los estratos socioeconómicos, la confianza empeoró en el ABC1, a un nivel extraordinariamente pesimista, en el C2 a muy pesimista, y en el C3 a un nivel pesimista. En el estrato D la confianza se mantuvo levemente optimista, y en el E mejoró a un nivel moderadamente optimista

A nivel regional, la confianza cayó de manera considerable en la Región Metropolitana, hasta un nivel extraordinariamente pesimista, mientras que en Biobío mejoró a un nivel levemente optimista.

<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 1**  
Índice de Percepción de Consumidores.  
(Base Dic. 2001=100)

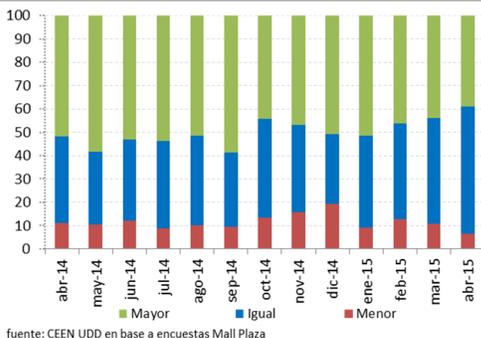


**La confianza de los consumidores cayó a un nivel pesimista**

En abril, el **Índice de Percepción del Consumidor (IPECo)** disminuyó en forma importante en casi 11 puntos, con lo que la confianza de los consumidores cayó desde un nivel moderadamente pesimista a un nivel pesimista.

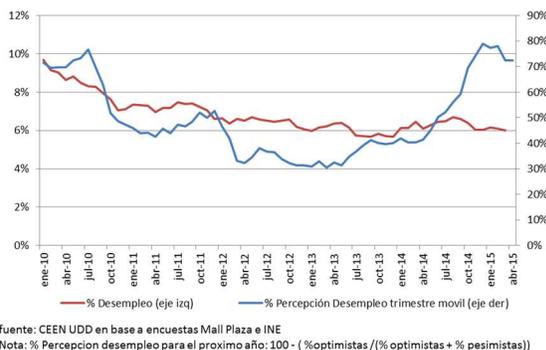
El promedio móvil trimestral del índice disminuyó levemente 2,1 puntos, poniendo una pausa a la tendencia positiva que se observaba desde principios de año. En una perspectiva anual, el promedio móvil trimestral del IPECo ha disminuido - 21,4 puntos, lo que da cuenta de la caída de la confianza de los consumidores durante el último año, lo que se debería principalmente a caídas en las percepciones de la actualidad.

**GRÁFICO 2**  
Percepción de los Ingresos Futuros  
(% de respuestas)  
(Base Dic2001=100)



Desde principios de año, el nivel de confianza había aumentado y se estaba estabilizando en torno a un pesimismo moderado, en un contexto en que las proyecciones de crecimiento anual del PIB estaban mejorando. El mercado esperaba un crecimiento anual del PIB de 2,5%, tanto en marzo como en abril (desde un 2,2% en febrero), según la Encuesta de Expectativas Económicas del Banco Central. Paralelamente, algunos indicadores sectoriales de actividad, como el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) o el índice de producción industrial de la SOFOFA, mostraron aumentos importantes, de 9,2% y 15,1%, respectivamente, en relación con el mes anterior, y se esperaba una inflación de 0,3% mensual en abril, que terminó siendo el doble. La tasa de desempleo se mantuvo en 6,1% y las remuneraciones reales crecieron un 0,2% respecto del mes anterior, y un 2,8% en 12 meses. En este contexto, la caída en las expectativas fue inesperada y sorpresiva.

**GRÁFICO 3**  
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual

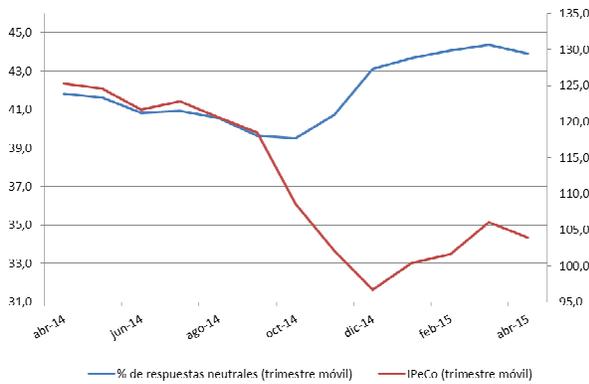


Con estos antecedentes, en el corto plazo la evolución de la confianza se hace difícil de anticipar, debido a la magnitud de la caída. No obstante, de mantenerse el contexto macroeconómico actual, la confianza de los consumidores podría retomar su tendencia alcista durante los próximos trimestres.

**La percepción de la actualidad experimentó una fuerte caída**

El índice coyuntural mostró una disminución significativa de 29,3 puntos en el mes, lo que llevó a que la percepción de los consumidores sobre la **actualidad** disminuyera hasta un nivel pesimista. Este resultado se debió principalmente a un fuerte aumento en la proporción de visiones pesimistas, y

**GRÁFICO 4**  
Neutralidad y Percepción de los Consumidores.  
(Base Dic. 2001=100)



Fuente: CFFN UDD en base a encuestas Mall Plaza

disminución en la proporción de visiones neutrales, mientras que la proporción de visiones optimistas se mantuvo. En los últimos doce meses el índice coyuntural ha caído en forma significativa (-61,5 puntos).

Las dos visiones que forman la percepción de la actualidad se ubicaron en niveles pesimistas. Por un lado, la percepción de la **situación económica actual** empeoró (desde un nivel levemente pesimista), mientras que la percepción del **desempleo actual** experimentó la mayor caída individual entre las cinco visiones que conforman el IPeCo (Cuadro 4).

**CUADRO 4**  
Índice de Percepción de Consumidores y Visiones  
(% de respuestas)  
base Dic2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
abr-14	120,3	157,5	107,1	124,6	230,1	105,9	112,2	105,0
may-14	126,0	160,1	113,8	134,4	217,8	110,6	128,1	108,0
jun-14	118,7	139,9	111,2	127,3	169,9	106,5	130,4	103,6
jul-14	123,8	153,2	113,4	130,4	204,8	109,9	124,6	109,7
ago-14	119,3	147,6	109,3	139,1	169,3	111,8	109,7	106,6
sep-14	112,4	133,3	105,1	136,2	130,9	114,2	83,9	109,7
oct-14	93,9	92,0	94,9	99,4	79,2	98,6	84,5	97,7
nov-14	99,8	119,6	92,9	125,6	110,1	106,5	67,8	95,4
dic-14	96,2	116,4	89,1	139,8	70,9	95,4	74,2	92,4
ene-15	105,1	106,4	104,9	111,1	99,4	105,5	98,9	108,2
feb-15	103,5	99,2	105,3	99,4	101,5	105,2	114,3	99,5
mar-15	109,5	125,3	104,0	119,5	140,9	106,5	102,9	102,3
abr-15	98,8	96,0	100,0	95,8	99,1	98,3	88,0	109,5
var. m/m	-10,7	-29,3	-4,0	-23,7	-41,8	-8,2	-14,9	7,2
var. a/a	-21,5	-61,5	-7,1	-28,9	-131,0	-7,6	-24,2	4,5

Fuentes: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

**CUADRO 2**  
Visiones de coyuntura y expectativas por estrato.  
(% de respuestas)

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	25,5	33,3	21,6	35,3
	hace un mes	6,5	43,5	43,5	17,4
	actual	29,7	40,5	59,5	18,9
C2	hace un año	16,3	34,6	22,2	34,0
	hace un mes	9,3	31,7	41,0	15,5
	actual	21,3	25,9	51,9	13,0
C3	hace un año	20,5	31,5	27,4	30,1
	hace un mes	20,2	19,1	40,4	20,2
	actual	35,9	28,2	47,4	19,2
D	hace un año	16,4	25,5	29,1	23,6
	hace un mes	40,0	21,4	30,4	29,0
	actual	32,8	22,4	49,3	13,4
E	hace un año	27,3	36,4	45,5	27,3
	hace un mes	50,0	0,0	25,0	37,5
	actual	28,6	0,0	14,3	28,6
Total	hace un año	19,2	32,3	25,0	31,4
	hace un mes	18,2	27,4	38,8	20,1
	actual	29,0	26,9	50,2	15,8

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	13,7	47,1	34,0	24,0	11,8	54,9
	hace un mes	8,7	50,0	41,3	23,9	6,5	45,7
	actual	16,2	54,1	56,8	18,9	8,1	48,6
C2	hace un año	9,2	49,7	19,6	33,3	13,7	48,4
	hace un mes	6,2	46,6	23,6	28,6	10,6	47,8
	actual	13,0	55,6	36,1	23,1	4,6	39,8
C3	hace un año	5,5	57,5	21,9	43,8	4,1	65,8
	hace un mes	11,7	48,9	28,7	29,8	13,8	44,7
	actual	21,8	47,4	28,2	25,6	6,0	42,0
D	hace un año	14,5	49,1	38,2	23,6	10,9	36,4
	hace un mes	13,0	47,8	17,4	24,6	10,0	34,3
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0	6,0	42,0
E	hace un año	27,3	36,4	36,4	45,5	9,1	72,7
	hace un mes	37,5	25,0	25,0	25,0	12,5	25,0
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0	6,0	42,0
Total	hace un año	10,8	50,3	25,7	33,2	11,0	51,7
	hace un mes	9,8	47,2	25,9	27,7	10,8	43,9
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0	6,0	42,0

Nota: en rojo resultados desfavorables al comparar con los resultados de hace un mes.  
Fuente: CEEN, en base a encuesta mas all plaza

Llama la atención que desde el segundo trimestre del año pasado, la brecha entre la percepción del desempleo que han declarado los consumidores, y el desempleo efectivo, aumentó sostenidamente para luego mantenerse elevada, a pesar de que la tasa de desempleo se ha mantenido en torno a niveles históricamente bajos (Gráfico 3).

### Las expectativas retrocedieron a un nivel moderadamente pesimista

Las **expectativas** de los consumidores disminuyeron moderadamente (4 p.p.), retrocediendo a un nivel moderadamente pesimista, luego de haberse situado levemente pesimista durante los primeros tres meses del año. Esto se explica por un aumento de la proporción de pesimistas respecto a la situación económica futura, y a un aumento de pesimistas y una disminución de optimistas respecto del desempleo futuro, en comparación con el mes de marzo.

En abril, las visiones que componen la percepción sobre el futuro tuvieron cambios negativos en sus niveles respecto del mes anterior. La percepción de la **situación económica futura** cayó desde un nivel neutral a un nivel levemente pesimista, mientras que la percepción del **desempleo futuro** empeoró desde un nivel moderadamente pesimista a uno muy pesimista. No obstante, la percepción sobre los **ingresos futuros** mejoró desde un nivel neutral a un nivel levemente optimista.

### La caída en las percepciones de estabilidad explica la caída de la confianza

Un 43,9% de los consumidores declararon en abril neutralidad en sus percepciones, tanto de la coyuntura de sus expectativas, lo que se interpreta como estabilidad en su actual nivel de confianza (Gráfico 4).

Durante abril, la proporción de percepciones estables respecto de la situación económica actual disminuyó a un 39,1%, desde el 47,8% declarado en marzo. Esta disminución se debió principalmente a una menor proporción de percepciones neutrales, y una mayor de pesimismo.

Estos resultados ponen fin a una serie de cinco alzas consecutivas en la neutralidad, en el contexto de una incipiente avance en la percepción de los consumidores respecto de la actualidad, que durante abril se interrumpió para caer a niveles pesimistas.

**CUADRO 3**  
Visiones de coyuntura y expectativas por región.  
(% de respuestas)

		Situación		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
RM	hace un año	20,1	34,6	12,1	44,4
	hace un mes	20,8	26,8	30,9	26,1
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0
BIO BIO	hace un año	17,7	28,5	46,2	10,0
	hace un mes	13,1	28,5	53,8	8,5
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	11,2	55,6	20,7	40,8	10,7	45,8
	hace un mes	11,6	49,4	22,5	27,3	7,6	40,8
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0	6,0	42,0
BIO BIO	hace un año	10,0	41,5	33,8	20,8	11,5	61,5
	hace un mes	6,2	43,1	32,3	28,5	16,9	50,0
	actual	6,0	42,0	6,0	42,0	6,0	42,0

Nota: en rojo resultados desfavorables al compararlos con los resultados de hace un mes.  
Fuente: CEEN, en base a encuestas mall plaza

### La confianza empeoró en la mayoría de los estratos

La confianza de los consumidores empeoró en el estrato **ABC1**, de pesimista a extraordinariamente pesimista, en el **C2** de moderadamente pesimista a muy pesimista, y en el **C3** de moderadamente pesimista a pesimista. En el estrato **D** la confianza se mantuvo levemente optimista, y en el **E** mejoró, desde un nivel levemente pesimista a uno moderadamente optimista (Cuadro 2).<sup>2</sup>

### La confianza retrocedió en la RM pero mejoró moderadamente en Bío Bío

En la **Región Metropolitana**, el índice disminuyó en 10 p.p., pasando desde un nivel de confianza pesimista a uno extraordinariamente pesimista. En la **Región del Biobío** en tanto, el índice mejoró en 7 p.p., como resultado de un aumento en la proporción de optimistas respecto de la situación económica actual y futura, y del desempleo actual, mejorando la confianza de los consumidores a un nivel levemente optimista (Cuadro 3).

**Cristián Echeverría V., Director CEEN**  
(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl  
**Guillermo Acuña, Investigador**  
guacunas@udd.cl  
**Pía Arce, Investigadora**  
parcehasbun@gmail.com  
<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)