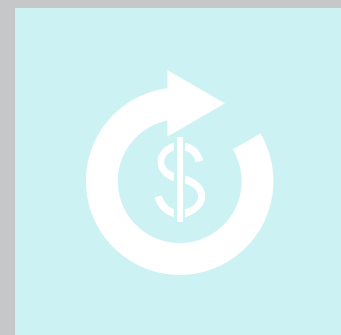


ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



UIM

ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL¹

Confianza de los consumidores retrocedió por la percepción de la coyuntura económica.

Aunque en febrero el IPECO disminuyó en forma leve, la confianza de los consumidores retrocedió nuevamente al nivel pesimista. No obstante, se mantuvo la tendencia trimestral a la estabilización de la confianza, desde la marcada tendencia a la baja que había mostrado desde abril del año pasado. Con esto, los niveles de confianza siguen siendo comparables a los de septiembre de 2009.

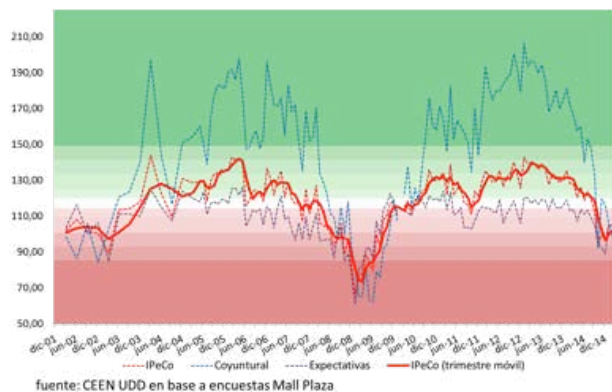
La confianza de los consumidores en la actualidad se mantuvo en un nivel pesimista, aun cuando hubo un retroceso en la visión del empleo, mientras que la confianza en el futuro se mantuvo en un nivel levemente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la situación actual y futura mejoraron con respecto al mes anterior, a un

44,1% del total, principalmente debido a una mayor estabilidad de las visiones de desempleo actual y de ingresos futuros. Esto permite anticipar que el nivel de confianza de los consumidores se tendería a estabilizar en los meses próximos, cambiando la tendencia decreciente de los últimos trimestres.

En relación a los estratos socioeconómicos, la confianza empeoró sólo en el estrato ABC1 a nivel

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



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

| Mes | IPeCo | Índice Coyuntural | Índice Expectativas |
|----------|-------|-------------------|---------------------|
| feb-14 | 128,2 | 171,3 | 112,8 |
| mar-14 | 127,4 | 165,7 | 113,8 |
| 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 |
| var. m/m | -1,7 | -7,2 | 0,4 |
| var. a/a | -24,7 | -72,1 | -7,5 |

Fuentes CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

muy pesimista, y se mantuvo en los estratos C2, C3, D y E en niveles moderadamente pesimistas y pesimistas.

A nivel regional, la confianza se mantuvo en un nivel muy pesimista en la Región Metropolitana, y en un nivel moderadamente pesimista en el Biobío.

La confianza de los consumidores volvió a ser pesimista

En febrero, el **Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo)**¹ mostró una leve caída de 1,7 puntos respecto del mes anterior, con lo que la confianza de los consumidores volvió al nivel pesimista. No obstante, el crecimiento de 1,2 puntos del promedio móvil trimestral marca por segundo mes consecutivo un cambio de la tendencia decreciente que se observaba desde el primer trimestre de 2013.

En una perspectiva anual, el promedio móvil trimestral del IPeCo ha disminuido -29,9 puntos, lo que da cuenta de la pronunciada caída de la confianza de los consumidores durante el último año, principalmente debido a una gran disminución de las percepciones de la actualidad (-72,1 puntos).

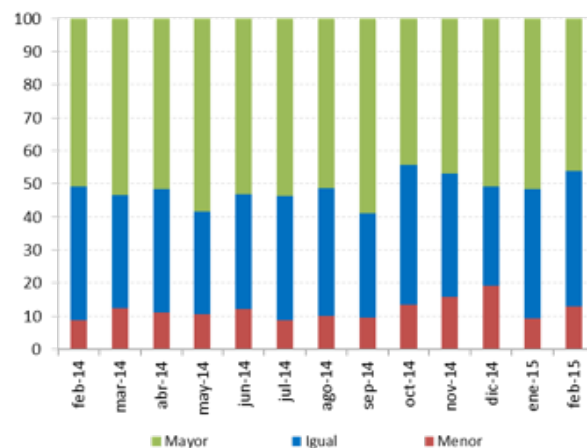
La estabilización del nivel de confianza de los consumidores en torno a un pesimismo moderado es consistente con el contexto general de la economía, para el que las proyecciones de crecimiento del PIB en febrero indicaban un 2,2% anualizado para el primer trimestre. Paralelamente, algunos indicadores sectoriales de actividad, como el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) o el Índice de Producción Industrial de la SOFOFA, mostraron caídas importantes de -32,9 y -3,2% en enero respecto del mes anterior². Por su parte, el IPC de febrero fue de 0,4%, manteniendo a la inflación anual por sobre el rango meta del Banco Central, lo que limita las posibilidades de un estímulo

monetario más decidido. No obstante, este escenario adverso, la tasa de desempleo ha estado oscilando en torno al 6,5%, inferior al promedio histórico, y las remuneraciones reales han retomado gradualmente tasas de crecimiento moderadas, como el 2,5% anual de enero.

Con estos antecedentes, se anticipa que la confianza de los consumidores se mantendrá en torno a un nivel moderadamente pesimista en el corto plazo, con el balance de los riesgos hacia una mejora gradual en los próximos trimestres.

GRÁFICO 3

Percepción de los ingresos futuros
(% de respuestas) base Dic2001=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/>

² El IVCM en este caso se ve fuertemente influido por la diferencia con las ventas de Navidad de diciembre.

La percepción de la actualidad se mantuvo pesimista

Aun cuando el índice coyuntural disminuyó -7,2 puntos en el mes, la percepción de los consumidores sobre la **actualidad** se mantuvo en un nivel pesimista. Este resultado se debió principalmente a una caída en la proporción de optimistas en las dos visiones que la componen. En doce meses, el índice coyuntural ha caído en forma muy significativa (-72,1 puntos).

Las dos visiones que integran la percepción de la actualidad se ubicaron en un nivel pesimista. La de la **situación económica** actual retrocedió desde el pesimismo moderado del mes pasado, por un aumento de la proporción de pesimistas, mientras que la visión del desempleo actual se mantuvo en un nivel pesimista (Cuadro 4).

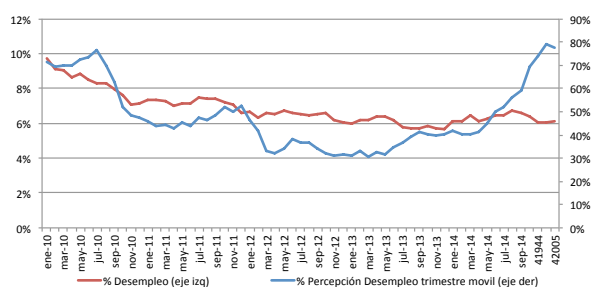
CUADRO 4
Índice de Percepción de Consumidores y Visiones
(% de respuestas)

| Mes | IPeCo | Índice Coyuntural | Índice Expectativas | Situación Enconómica | Desempleo Actual | Situación Económica Futura | Desempleo Futuro | Ingreso Futuro |
|----------|-------|-------------------|---------------------|----------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------|
| feb-14 | 128,2 | 171,3 | 112,8 | 128,87 | 264,03 | 112,17 | 120,41 | 108,55 |
| mar-14 | 127,4 | 165,7 | 113,8 | 135,65 | 232,69 | 114,58 | 128,91 | 103,38 |
| abr-14 | 120,3 | 157,5 | 107,1 | 124,62 | 230,15 | 105,87 | 112,23 | 104,99 |
| may-14 | 126,0 | 160,1 | 113,8 | 134,40 | 217,80 | 110,59 | 128,10 | 107,95 |
| jun-14 | 118,7 | 139,9 | 111,2 | 127,32 | 169,87 | 106,50 | 130,36 | 103,62 |
| jul-14 | 123,8 | 153,2 | 113,4 | 130,38 | 204,78 | 109,86 | 124,65 | 109,66 |
| ago-14 | 119,3 | 147,6 | 109,3 | 139,10 | 169,27 | 111,77 | 109,72 | 106,63 |
| sep-14 | 112,4 | 133,3 | 105,1 | 136,16 | 130,95 | 114,17 | 83,95 | 109,70 |
| oct-14 | 93,9 | 92,0 | 94,9 | 99,36 | 79,21 | 98,62 | 84,55 | 97,72 |
| nov-14 | 99,8 | 119,6 | 92,9 | 125,61 | 110,12 | 106,51 | 67,82 | 95,42 |
| dic-14 | 96,2 | 116,4 | 89,1 | 139,84 | 70,87 | 95,41 | 74,24 | 92,40 |
| ene-15 | 105,1 | 106,4 | 104,9 | 111,15 | 99,36 | 105,52 | 98,91 | 108,15 |
| feb-15 | 103,5 | 99,2 | 105,3 | 99,36 | 101,54 | 105,20 | 114,32 | 99,53 |
| var. m/m | -1,7 | -7,2 | 0,4 | -11,8 | 2,2 | -0,3 | 15,4 | -8,6 |
| var. a/a | -24,7 | -72,1 | -7,5 | -29,5 | -162,5 | -7,0 | -6,1 | -9,0 |

Fuentes CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

Llama la atención que desde 2012, y hasta el primer trimestre de este año, la visión de los consumidores del **desempleo actual** había estado muy relacionada con los niveles de desempleo efectivo del trimestre móvil correspondiente. Sin embargo, a pesar de que la tasa de desempleo aun se ha mantenido en niveles históricamente bajos, desde el segundo trimestre del año pasado la visión del desempleo actual que han declarado los consumidores ha aumentado sostenidamente por sobre el desempleo efectivo (Gráfico 2).

GRÁFICO 2
DESEMPLEO Y PERCEPCIÓN SOBRE DESEMPLEO ACTUAL



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza e INE

Nota: % Percepción desempleo para el próximo año: $100 - (\% \text{optimistas} / (\% \text{optimistas} + \% \text{pesimistas}))$

Las expectativas se mantuvieron levemente pesimistas

Las **expectativas** de los consumidores se mantuvieron en un nivel levemente pesimista por segundo mes consecutivo. Este resultado marca una recuperación significativa de la percepción sobre el futuro durante los primeros dos meses de este año, desde el nivel muy pesimista que había registrado durante el cuarto trimestre del año pasado. Esto fue principalmente el resultado de una mejora significativa en las proporciones de optimistas y pesimistas en la visión de desempleo futuro.

En febrero, las visiones que componen la percepción sobre el futuro tuvieron cambios variados en sus niveles respecto del mes pasado. La visión de la **situación económica futura** se mantuvo en el nivel

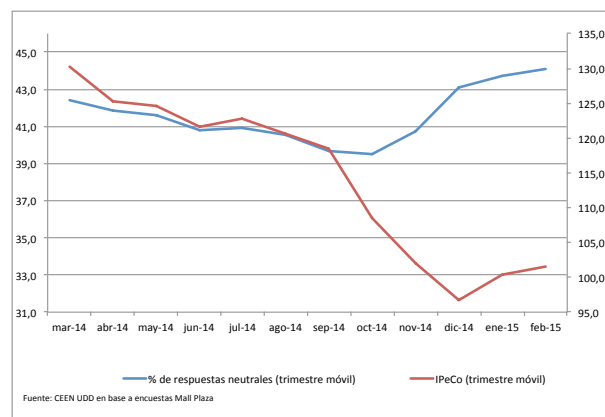
neutral, la del **desempleo futuro** mejoró desde un nivel moderadamente pesimista a uno levemente pesimista, y la de los **ingresos futuros** empeoró desde el optimismo leve a un nivel moderadamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la situación actual aumentaron junto con la confianza

Los consumidores declararon en febrero que un 44,1% de sus visiones tanto de la coyuntura como de sus expectativas reflejaban estabilidad en su actual nivel de confianza (Gráfico 4).

GRÁFICO 4

Neutralidad y percepción de los consumidores.
(Base dic. 2001=100)



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Los consumidores además declararon una mayor proporción de visiones estables respecto de la situación actual, la que aumentó a un 45,1% desde un 44,6% el mes previo. Este aumento se debió principalmente a que una mayor proporción de las visiones indican que el desempleo actual no cambiará. Por otro lado, solo en la visión de ingresos futuros hubo un alza en la proporción que declaró que permanecerían estables.

Estos resultados, en el contexto de la tendencia a la baja en la percepción de los consumidores respecto de la actualidad, podrían anticipar una estabilización de la confianza en torno a los niveles actuales en el corto plazo.

CUADRO 2

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

| | | Situación Económica Actual | | Desempleo Actual | |
|-------|-------------|----------------------------|-------|------------------|-------|
| | | Peor | Mejor | Mayor | Menor |
| ABC1 | hace un año | 18,9 | 43,4 | 17,0 | 45,3 |
| | hace un mes | 15,6 | 48,9 | 55,6 | 15,6 |
| | actual | 15,4 | 41,0 | 48,7 | 10,3 |
| C2 | hace un año | 18,1 | 36,1 | 22,4 | 36,8 |
| | hace un mes | 13,5 | 28,8 | 47,3 | 16,0 |
| | actual | 17,8 | 27,6 | 44,8 | 15,5 |
| C3 | hace un año | 14,7 | 33,3 | 23,8 | 46,5 |
| | hace un mes | 25,7 | 18,8 | 46,5 | 15,8 |
| | actual | 25,3 | 23,2 | 40,4 | 20,2 |
| D | hace un año | 25,5 | 29,1 | 32,7 | 29,1 |
| | hace un mes | 35,7 | 16,7 | 48,8 | 12,2 |
| | actual | 43,3 | 13,3 | 55,0 | 8,3 |
| E | hace un año | 60,0 | 0,0 | 0,0 | 80,0 |
| | hace un mes | 58,3 | 16,7 | 33,3 | 8,3 |
| | actual | 77,8 | 0,0 | 22,2 | 0,0 |
| Total | hace un año | 18,9 | 34,8 | 23,1 | 40,9 |
| | hace un mes | 21,0 | 26,7 | 48,0 | 15,2 |
| | actual | 24,9 | 24,9 | 45,1 | 14,7 |

| | | Situación Económica Futura | | Desempleo Futuro | | Ingreso Futuro | |
|-------|-------------|----------------------------|-------|------------------|-------|----------------|-------|
| | | Peor | Mejor | Mayor | Menor | Menor | Mayor |
| ABC1 | hace un año | 7,5 | 58,5 | 32,1 | 26,4 | 5,7 | 64,2 |
| | hace un mes | 6,7 | 55,6 | 33,3 | 15,6 | 0,0 | 68,9 |
| | actual | 17,9 | 43,6 | 33,3 | 28,2 | 0,0 | 69,2 |
| C2 | hace un año | 8,4 | 54,8 | 22,7 | 35,7 | 9,2 | 47,1 |
| | hace un mes | 6,5 | 44,7 | 25,3 | 29,4 | 4,7 | 50,3 |
| | actual | 6,4 | 54,3 | 24,9 | 31,8 | 12,6 | 49,4 |
| C3 | hace un año | 7,8 | 60,8 | 19,8 | 40,6 | 8,8 | 53,9 |
| | hace un mes | 13,9 | 56,4 | 25,7 | 30,7 | 12,9 | 56,4 |
| | actual | 13,3 | 40,8 | 20,4 | 33,7 | 14,3 | 41,8 |
| D | hace un año | 5,5 | 47,3 | 21,8 | 32,7 | 12,7 | 41,8 |
| | hace un mes | 16,7 | 38,1 | 19,5 | 17,1 | 23,8 | 38,1 |
| | actual | 10,0 | 48,3 | 16,7 | 30,0 | 16,7 | 33,3 |
| E | hace un año | 20,0 | 20,0 | 20,0 | 40,0 | 0,0 | 60,0 |
| | hace un mes | 33,3 | 33,3 | 33,3 | 0,0 | 25,0 | 16,7 |
| | actual | 44,4 | 55,6 | 22,2 | 22,2 | 33,3 | 11,1 |
| Total | hace un año | 8,0 | 54,8 | 23,0 | 35,3 | 8,8 | 50,8 |
| | hace un mes | 10,5 | 48,2 | 25,9 | 25,7 | 9,2 | 51,6 |
| | actual | 10,8 | 48,8 | 23,2 | 31,4 | 12,9 | 46,1 |

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

La confianza mantiene sus niveles en todos los estratos excepto el ABC1

La confianza de los consumidores solo empeoró en el estrato **ABC1**, desde un nivel pesimista a muy pesimista. En los demás estratos se mantuvo en los niveles observados el mes pasado. En los estratos **C2, C3 y D** la confianza se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista, mientras que en el estrato **E** lo hizo en un nivel pesimista

(Cuadro 2).³

³ 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.

La confianza se mantuvo tanto en la RM como en el Biobío

En la **Región Metropolitana**, el índice cayó marginalmente (3,1 p.p.), manteniéndose la confianza en un nivel muy pesimista. En el **Biobío**

en tanto, el índice mejoró marginalmente (2,6 p.p.), como resultado de un aumento moderado en la proporción de optimistas respecto de la situación económica futura, manteniéndose la confianza de los consumidores en un nivel moderadamente pesimista (cuadro 3)

CUADRO 3

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

| | | Situación Económica Actual | | Desempleo Actual | |
|---------|-------------|----------------------------|-------|------------------|-------|
| | | Peor | Mejor | Mayor | Menor |
| RM | hace un año | 18,3 | 37,0 | 11,6 | 55,0 |
| | hace un mes | 24,1 | 27,8 | 43,5 | 19,2 |
| | actual | 27,5 | 24,3 | 44,6 | 16,3 |
| BIO BIO | hace un año | 20,0 | 30,8 | 44,6 | 14,6 |
| | hace un mes | 15,4 | 24,6 | 56,2 | 7,7 |
| | actual | 20,0 | 26,2 | 46,2 | 11,5 |

| | | Situación Económica Futura | | Desempleo Futuro | | Ingreso Futuro | |
|---------|-------------|----------------------------|-------|------------------|-------|----------------|-------|
| | | Peor | Mejor | Mayor | Menor | Menor | Mayor |
| RM | hace un año | 8,5 | 60,6 | 23,0 | 38,5 | 4,9 | 54,1 |
| | hace un mes | 10,4 | 56,0 | 20,4 | 27,5 | 6,3 | 48,8 |
| | actual | 11,2 | 51,8 | 18,1 | 34,1 | 12,0 | 42,4 |
| BIO BIO | hace un año | 6,9 | 43,8 | 23,1 | 29,2 | 16,2 | 44,6 |
| | hace un mes | 10,8 | 33,8 | 36,2 | 22,3 | 14,6 | 56,9 |
| | actual | 10,0 | 43,1 | 33,1 | 26,2 | 14,6 | 53,1 |

Nota: en rojo aquellos resultados que son desfavorables al comparar con los resultados de hace un mes.

Fuente: CEEN, en base a encuestas mall plaza

Cristián Echeverría V., Director CEEN

(02) 2327.9792 | cecheverria@udd.cl

Andrea Rebolledo, Investigadora

(02) 2327.9824 | andrea.paz.rebolledo@gmail.com

Pía Arce, Investigadora

parcehasbun@gmail.com

<http://negocios.udd.cl/ceen>

UIN

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