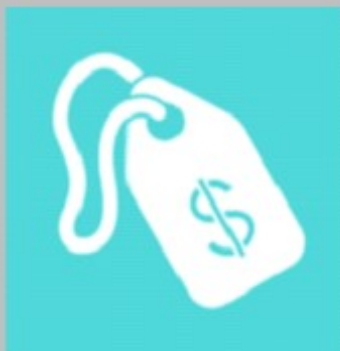


INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores disminuyó gradualmente, manteniéndose pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
mar-21	80,6	77,6	81,8
abr-21	52,2	46,2	54,6
may-21	76,3	83,2	73,9
jun-21	78,9	79,4	78,9
jul-21	87,5	98,0	83,9
ago-21	81,6	98,3	75,8
var. m/m	-5,9	0,3	-8,1
var. a/a	6,7	47,5	-8,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En agosto la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente (5,9 puntos), aunque se mantuvo en el nivel pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 6,7 puntos.

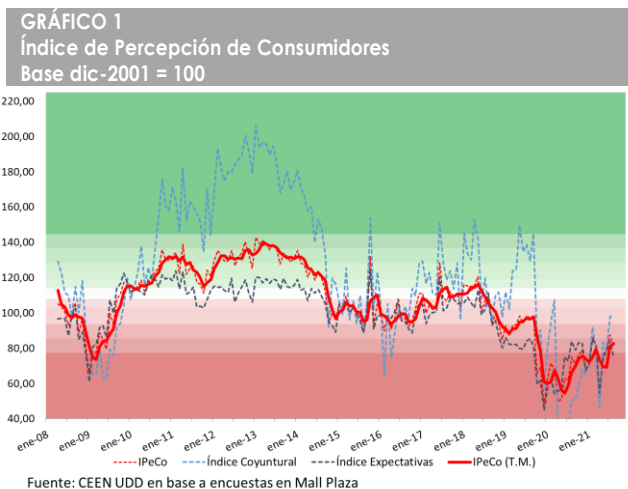
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó gradualmente, aunque se mantuvo pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) prácticamente no registró cambios (0,3 puntos), manteniéndose moderadamente pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) retrocedió gradualmente (8,1 puntos), de pesimista a muy pesimista.

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

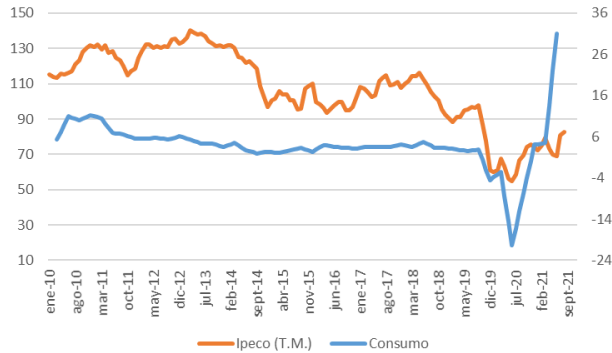
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mixtos. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó a pesimista. En el C2 aumentó, aunque se mantuvo pesimista. En el C3 retrocedió a pesimista. En el D avanzó, aunque se mantuvo pesimista. En el E aumentó a moderadamente pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. La confianza disminuyó a pesimista en la Región Metropolitana, mientras que retrocedió a moderadamente pesimista en la Región del Bío-Bío.



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 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 disminuyó gradualmente

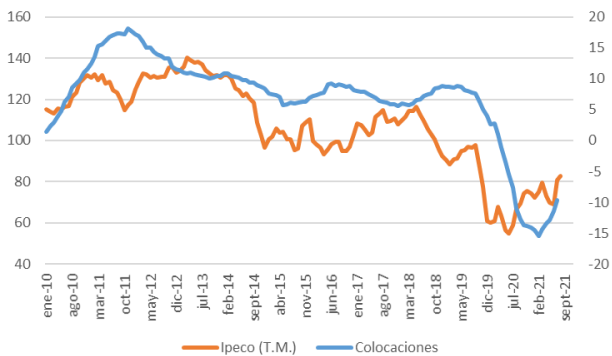
En agosto la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente, aunque se mantuvo pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó gradualmente, aunque se mantuvo pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente positivas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de junio aumentó un 20,1% en doce meses. El IPC de junio aumentó un 0,8%, acumulando un crecimiento de 4,5% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 4,6% en julio, con lo que sumó un aumento de 39,6% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo retrocedió a 8,9% en el trimestre terminado en julio, mientras que el índice real de remuneraciones de junio aumentó un 0,2% durante el mes, acumulando un crecimiento de 2,0% en un año.

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza y Banco Central

El consumo privado aumentó un 31% entre el segundo trimestre de 2020 y 2021 (Gráfico 2). El Producto Interno Bruto aumentó un 18,1% real en doce meses, mientras que la demanda agregada se incrementó en un 31,7% en el mismo período. Por su parte, las colocaciones de consumo aumentaron en un 0,5% en julio, acumulando una caída de 9,7% en 12 meses (Gráfico 3).

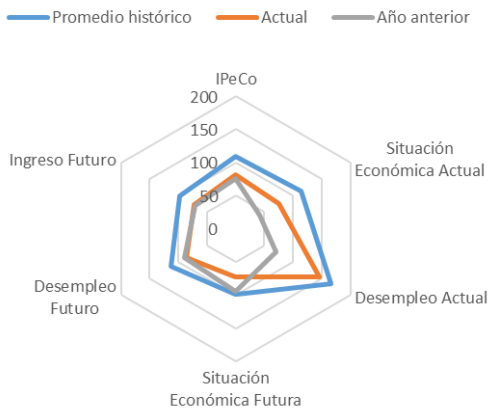
CUADRO 2

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
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
mar-21	80,6	77,6	81,8	51,9	133,2	82,5	105,5	65,9
abr-21	52,2	46,2	54,6	35,6	69,7	54,5	63,6	48,8
may-21	76,3	83,2	73,9	74,2	104,2	78,9	84,6	62,2
jun-21	78,9	79,4	78,9	80,5	79,3	83,7	82,1	71,9
jul-21	87,5	98,0	83,9	79,3	139,6	79,1	105,3	75,0
ago-21	81,6	98,3	75,8	76,2	146,8	72,5	86,3	72,2
var. m/m	-5,9	0,3	-8,1	-3,0	7,2	-6,5	-18,9	-2,8
var. a/a	6,7	47,5	-8,2	34,1	76,4	-21,7	-2,3	1,5

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

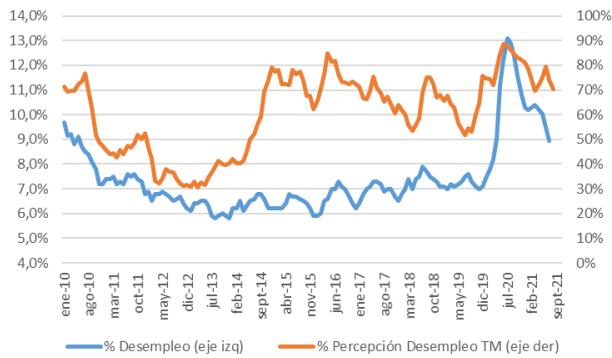
La confianza en la actualidad se mantuvo moderadamente pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) no varió significativamente en agosto (0,3 puntos), manteniéndose moderadamente pesimista. Esto se debió a una mejora marginal en la percepción del desempleo actual, que fue compensada por una caída de similar magnitud en la percepción de la situación económica actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó en 3,0 puntos durante agosto, aunque se mantuvo pesimista, lo que se explica por un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 7,2 puntos, aunque se mantuvo levemente pesimista, debido a un retroceso de las visiones pesimistas y un avance de las visiones neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 47,5 puntos, principalmente debido a la mejora en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

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

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



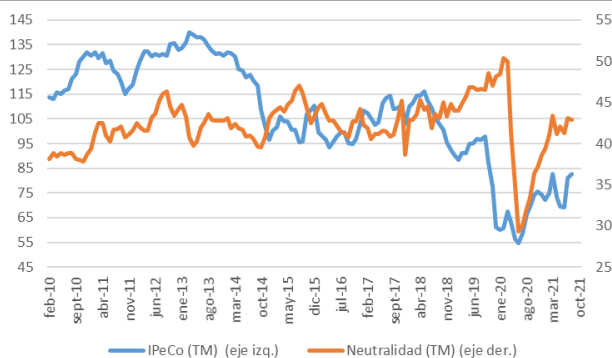
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-0,52	2,11	-1,58
Desempleo Actual	-3,26	3,18	0,08
Situación Económica Futura	4,27	-3,54	-0,73
Desempleo Futuro	7,37	-2,90	-4,47
Ingreso Futuro	-1,24	5,47	-4,23

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 disminuyó gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores retrocedió de forma gradual (8,1 puntos), pasando de pesimista a muy pesimista. Esto se debió a retrocesos en las tres percepciones que componen el índice, la percepción del desempleo futuro, que retrocedió marcadamente; la percepción de la situación económica futura, que disminuyó de forma gradual; y la percepción de los ingresos futuros, que cayó marginalmente.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 6,5 puntos, de pesimista a muy pesimista. Esto fue resultado de un aumento de las visiones pesimistas y una caída de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** disminuyó 18,9 puntos, pasando de levemente pesimista a pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y disminuciones de las visiones neutrales y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** disminuyó 2,8 puntos, aunque se mantuvo pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído 8,2 puntos, principalmente por la caída de la situación económica futura (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marginalmente

Durante agosto las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un avance marginal, alcanzando un 43,8% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un avance gradual de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado parcialmente por una caída marginal de las visiones neutrales del futuro. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad retrocedió marginalmente, ubicándose en un 42,9% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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
mar-21	72,4	82,6	82,2	84,2	102,8
abr-21	46,3	55,6	63,1	51,4	15,7
may-21	62,2	69,9	96,6	72,8	60,5
jun-21	78,0	87,9	79,4	50,8	20,6
jul-21	91,5	80,5	106,5	68,3	31,9
ago-21	85,4	83,1	85,2	73,6	65,1
var. m/m	-6,1	2,6	-21,3	5,2	33,3
var. a/a	17,1	11,7	4,5	-7,4	-1,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mixtas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mixtos. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó a pesimista. En el **C2** aumentó, aunque se mantuvo pesimista. En el **C3** retrocedió a pesimista. En el **D** avanzó, aunque se mantuvo pesimista. En el **E** aumentó a moderadamente pesimista.²

En las regiones se registraron resultados negativos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. La confianza disminuyó a pesimista en la **Región Metropolitana**, mientras que retrocedió a moderadamente pesimista en la **Región del Bío-Bío** (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
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
mar-21	74,8	109,4
abr-21	53,6	51,1
may-21	88,6	73,7
jun-21	94,2	69,3
jul-21	108,5	83,2
ago-21	100,8	78,7
var. m/m	-7,8	-4,5
var. a/a	29,5	-8,9

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>

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.

