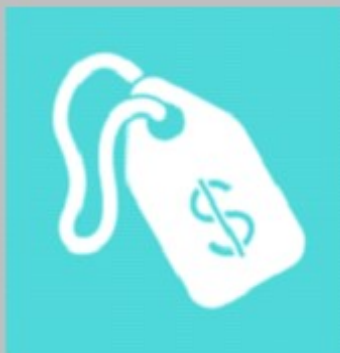


INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantuvo levemente pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
sept-21	92,3	110,3	85,9
oct-21	84,6	103,1	78,1
nov-21	97,0	138,8	82,1
dic-21	106,9	157,5	88,8
ene-22	112,2	150,8	98,4
feb-22	104,0	152,8	86,4
mar-22	103,1	150,0	86,3
abr-22	104,7	146,5	89,8
var. m/m	1,6	-3,5	3,5
var. a/a	52,5	100,2	35,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En abril la confianza de los consumidores aumentó marginalmente (1,6 puntos), manteniéndose en el nivel levemente pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 52,5 puntos.

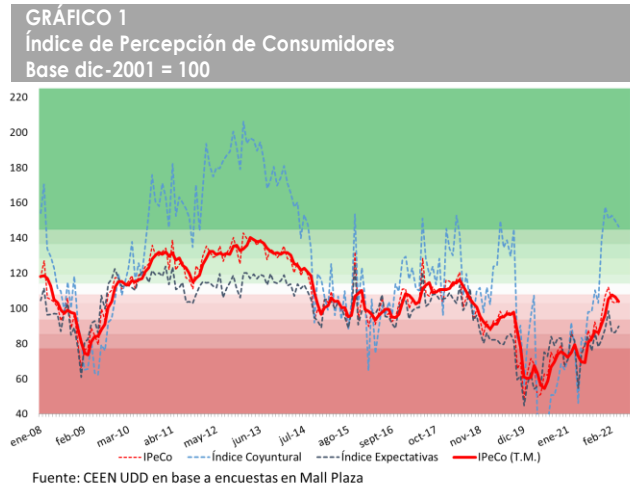
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aunque disminuyó gradualmente, se mantuvo levemente pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural), pese a que retrocedió marginalmente (3,5 puntos), se mantuvo levemente optimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) aunque aumentó gradualmente (3,5 puntos), continuó moderadamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente, debido a un avance gradual de las visiones neutrales del futuro, sumado a un incremento marginal de las visiones neutrales de la actualidad.

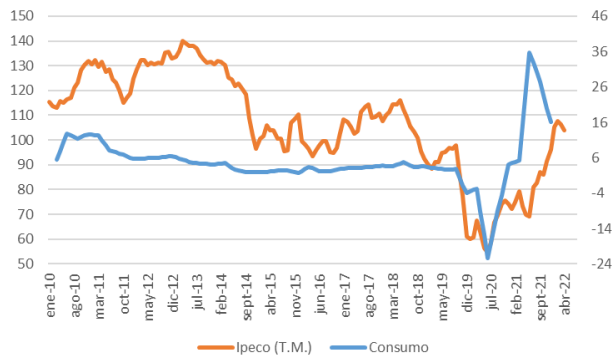
En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mixtos. En el estrato ABC1 la confianza avanzó a neutral. En el C2 aumentó a levemente pesimista. En el C3 retrocedió a levemente pesimista. En el D cayó a levemente pesimista. No se registraron mediciones para el estrato E.

A nivel regional, aunque los cambios en la confianza fueron mixtos, se mantuvo en un leve optimismo. En la Región Metropolitana, la confianza aumentó, pero se mantuvo en un nivel levemente optimista, mientras que en la Región del Bío-Bío aunque retrocedió, también continuó en un nivel levemente optimista.



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 prácticamente no varió, manteniendo su leve pesimismo

En abril la confianza de los consumidores aumentó marginalmente, aunque se mantuvo levemente pesimista.

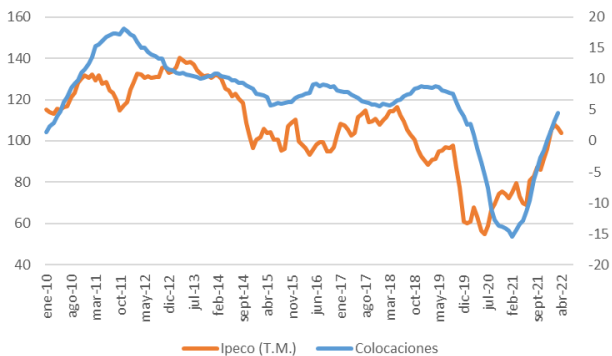
El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aunque retrocedió de forma gradual, también se mantuvo levemente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de febrero aumentó un 6,8% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 17,5% en marzo, con lo que sumó un aumento de 8,1% en doce meses. Respecto de la inflación, el IPC de marzo aumentó un 1,2% acumulando un crecimiento de 9,4% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo subió a 7,8% en el trimestre terminado en marzo, mientras que el índice real de remuneraciones de febrero disminuyó un 0,4% durante el mes, acumulando un retroceso de 0,1% en un año.

El consumo privado aumentó un 16,1% entre el cuarto trimestre de 2020 y 2021 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo aumentaron en un 1,4% en marzo, acumulando un crecimiento de 4,5% en 12 meses (Gráfico 3).

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



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

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
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
sept-21	92,3	110,3	85,9	88,0	159,6	76,3	116,5	76,0
oct-21	84,6	103,1	78,1	79,8	154,5	80,8	106,8	57,1
nov-21	97,0	138,8	82,1	93,9	235,9	79,7	102,0	71,7
dic-21	106,9	157,5	88,8	118,7	242,5	76,9	140,6	67,3
ene-22	112,2	150,8	98,4	115,1	228,9	90,6	134,6	82,9
feb-22	104,0	152,8	86,4	105,9	254,4	77,5	113,6	77,9
mar-22	103,1	150,0	86,3	98,6	261,0	89,4	122,8	59,7
abr-22	104,7	146,5	89,8	95,9	255,5	78,1	118,7	82,8
var. m/m	1,6	-3,5	3,5	-2,6	-5,4	-11,4	-4,0	23,0
var. a/a	52,5	100,2	35,2	60,4	185,8	23,6	55,1	34,0

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 levemente optimista

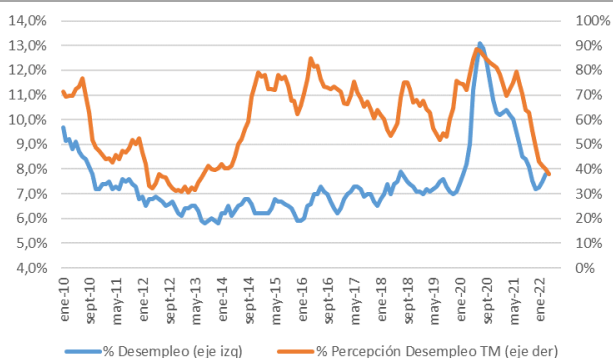
La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aunque disminuyó marginalmente (3,5 puntos), se mantuvo levemente optimista. Esto se debió a caídas solo marginales en las dos percepciones que componen el índice, la percepción de la situación económica actual y la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó 2,6 puntos durante abril, aunque continuó moderadamente pesimista, lo que se explica por un incremento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. Por otra parte, aunque la percepción del **desempleo actual** cayó 5,4 puntos, se mantuvo optimista, debido a un aumento marginal de las visiones pesimistas y una disminución marginal de las visiones neutrales.

Durante abril la percepción de pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores disminuyó respecto al mes anterior, en contraste con el aumento en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en marzo (Gráfico 5).

En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 100,2 puntos, principalmente debido a la mejora de la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



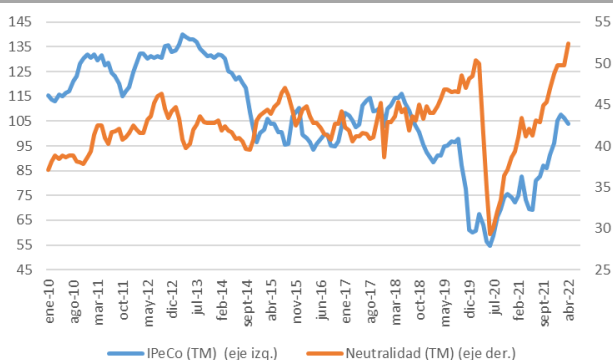
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-0,71	2,43	-1,72
Desempleo Actual	1,50	-2,37	0,86
Situación Económica Futura	3,10	2,90	-6,00
Desempleo Futuro	0,22	1,89	-2,11
Ingreso Futuro	-11,51	6,11	5,39

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 aumentó gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores, aunque aumentó gradualmente (3,5 puntos), se mantuvo moderadamente pesimista. Esto se debió a un agudo incremento de la percepción de los ingresos futuros, que fue contrarrestado parcialmente por una marcada caída de la percepción de la situación económica futura, junto con un retroceso marginal de la percepción del desempleo futuro.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 11,4 puntos, de moderadamente pesimista a pesimista. Esto fue resultado de un aumento de las visiones pesimistas y neutrales, y una caída de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro**, aunque retrocedió 4,0 puntos, se mantuvo levemente optimista, debido a un aumento de las visiones neutrales y un retroceso de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** avanzó 23,0 puntos, de extraordinariamente pesimista a moderadamente pesimista. Esto se debió a una caída de las visiones pesimistas y un incremento de las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha aumentado 35,2 puntos, principalmente debido a la mejora de la percepción del desempleo futuro (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente

Durante abril las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un incremento gradual, alcanzando un 55,3% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un aumento gradual de las visiones neutrales del futuro, sumado a un incremento marginal de las visiones neutrales de la actualidad. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó agudamente, ubicándose en un 52,4% del total (Gráfico 6). Esto se interpreta como que poco más de la mitad de los consumidores tienen percepciones estables respecto de la situación económica, el desempleo y los ingresos.

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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
sept-21	81,3	90,3	112,7	74,3	61,7
oct-21	83,5	72,9	94,3	74,2	61,7
nov-21	96,5	91,1	98,6	88,7	86,4
dic-21	89,9	104,5	114,1	105,1	164,5
ene-22	127,8	92,8	114,0	104,3	82,3
feb-22	103,8	90,7	107,2	107,0	82,3
mar-22	97,3	88,7	111,0	114,5	61,7
abr-22	111,3	97,3	104,4	92,5	
var. m/m	14,0	8,6	-6,5	-22,0	-61,7
var. a/a	65,0	41,7	41,3	41,1	-15,7

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 avanzó a neutral. En el **C2** aumentó a levemente pesimista. En el **C3** retrocedió a levemente pesimista. En el **D** cayó a levemente pesimista. No se registraron mediciones para el estrato **E** (Cuadro 4).²

En las regiones se registraron resultados mixtos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la **Región Metropolitana** la confianza aumentó, y se mantuvo levemente optimista, mientras que en la **Región del Bío-Bío**, aunque retrocedió, continuó levemente optimista (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
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
sept-21	103,1	96,9
oct-21	76,3	107,1
nov-21	107,1	111,5
dic-21	110,0	139,4
ene-22	137,7	128,2
feb-22	106,2	123,8
mar-22	118,0	110,1
abr-22	116,9	113,1
var. m/m	-1,1	3,0
var. a/a	63,3	62,0

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.

