



Confianza de los consumidores retoma tendencia a la baja del último año y medio.

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
ago-13	127.7	168.0	113.3
sep-13	133.7	173.0	119.7
oct-13	132.2	180.3	115.0
nov-13	128.8	169.8	114.2
dic-13	131.2	174.3	115.8
ene-14	135.3	181.0	119.0
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
var. m/m	- 4.5	- 5.6	- 4.1
var. a/a	- 8.3	- 20.4	- 4.0

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

En agosto, la confianza de los consumidores retrocedió marginalmente, retomando la tendencia decreciente que ha mostrado en forma –prácticamente– sostenida desde abril del año pasado.

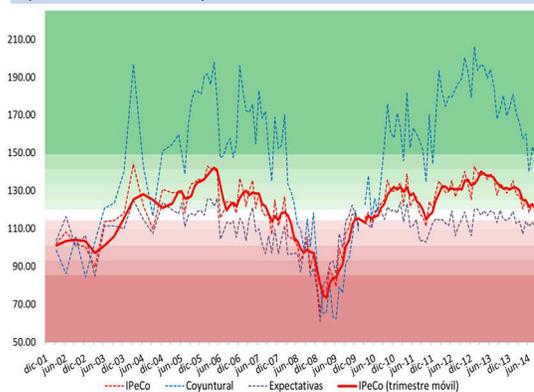
Este retroceso se debió a un deterioro tanto de la percepción de la actualidad, desde un nivel neutral a levemente pesimista, como de las expectativas, desde un nivel levemente optimista a neutral. Mirando hacia adelante, los consumidores estuvieron significativamente menos optimistas respecto de su percepción del desempleo futuro. Sin embargo, respecto de sus ingresos futuros mantuvieron su confianza del último año.

Las visiones de estabilidad de la situación actual disminuyeron drásticamente, desde un 47% a un 38,9% del total. En el pasado, cambios significativos de estas visiones han anticipado alteraciones en el nivel de confianza de los consumidores.

Solo mejoró la confianza de los consumidores en el estrato C3, hasta un optimismo moderado, mientras que se mantuvo levemente pesimista en el ABC1 y C2, y empeoró en el D y E a un pesimismo moderado y leve respectivamente.

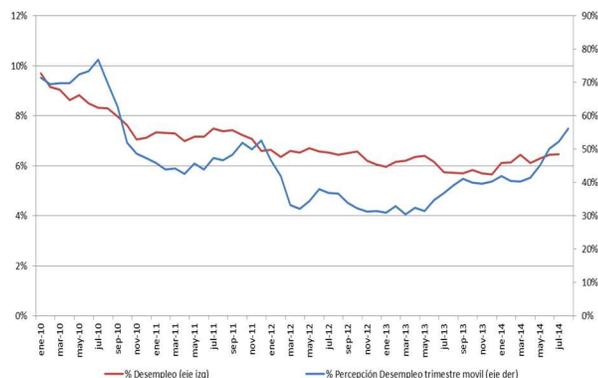
A nivel regional, la confianza se mantuvo en un pesimismo moderado tanto en la Región Metropolitana como en Biobío.

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



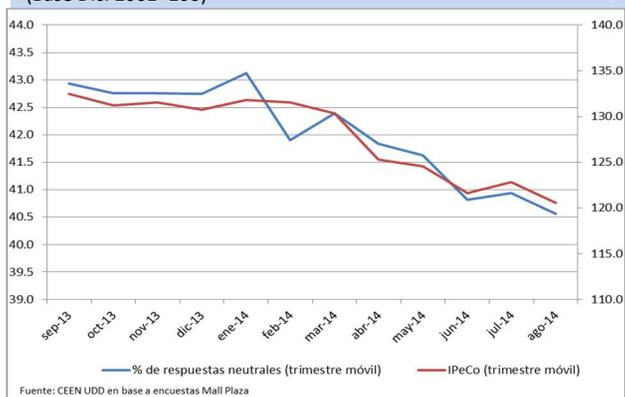
fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

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 - (%optimistas / (%optimistas + % pesimistas))

Gráfico 3
Neutralidad y Percepción de los Consumidores. Trimestre móvil
(Base Dic. 2001=100)



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza de los consumidores retomó tendencia a la baja

En agosto, el **Índice de Percepción del Consumidor (IPECo)**¹ cayó 4,5 puntos respecto del mes previo, con lo que la confianza de los consumidores se ubicó en un nivel neutral, retomando la tendencia a la baja que ha tenido desde abril del año pasado.

En una perspectiva anual, el índice ha caído -8,3 puntos, principalmente debido a una gran caída de las percepciones de la actualidad (-20,4 puntos).

El promedio móvil trimestral del IPECo, que es una medida más representativa de su tendencia, muestra una pronunciada caída de -13,7 puntos en el último año, continuando la sostenida tendencia a la baja que ha tenido desde el segundo trimestre de 2013. Esta evolución de la confianza de los consumidores es consistente con el contexto general de la economía. Las proyecciones de crecimiento del PIB en agosto indicaban apenas 2% anualizado para el tercer 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 alzas marginales en julio respecto del mes anterior, de 1,1 y 2,2% respectivamente, aunque el segundo muestra una caída significativa en doce meses. Por su parte, el IPC de agosto fue de 0,3%, por sobre las expectativas, lo que mantiene a la inflación anual significativamente por sobre el rango meta del Banco Central, retrasando las posibilidades de un estímulo monetario más decidido. Este entorno económico de desaceleración con inflación creciente, ha continuado afectando en forma adversa y gradual los ingresos del trabajo, hasta ahora fundamentalmente a través de una menor tasa de crecimiento anual de las remuneraciones reales, la que en junio no crecieron respecto del mes anterior, y en doce meses crecieron apenas 2,4% anual.²

Con estos antecedentes, anticipamos que la confianza de los consumidores se mantendrá en torno a un nivel neutral en el corto plazo, con el balance de los riesgos hacia un deterioro adicional, aunque moderado.

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 1 de julio de 2014 comenzó a regir el salario mínimo de \$225.000, afectando la tasa de crecimiento de ese mes.

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual			
		Peor	Mejor	Mavor	Menor		
ABC1	hace un año	11.4	50.0	15.9	50.0		
	hace un mes	5.3	63.2	21.1	34.2		
	actual	11.5	61.5	36.5	32.7		
C2	hace un año	11.9	39.7	27.8	29.9		
	hace un mes	8.6	45.7	22.8	33.3		
	actual	10.3	34.9	39.0	21.9		
C3	hace un año	14.1	32.3	16.2	43.4		
	hace un mes	14.7	30.4	18.6	40.2		
	actual	16.9	44.1	42.4	35.6		
D	hace un año	35.3	15.7	37.3	21.6		
	hace un mes	18.4	31.6	28.9	28.9		
	actual	32.1	17.9	37.5	19.6		
E	hace un año	23.1	15.4	15.4	23.1		
	hace un mes	50.0	0.0	50.0	0.0		
	actual	57.1	28.6	28.6	28.6		
Total	hace un año	16.3	35.0	24.6	34.0		
	hace un mes	11.3	41.3	22.4	34.6		
	actual	16.6	38.7	39.5	27.4		

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mavor	Menor	Menor	Mavor
ABC1	hace un año	4.5	52.3	18.2	36.4	6.8	56.8
	hace un mes	5.4	67.6	18.9	32.4	2.7	75.7
	actual	5.8	69.2	28.8	28.8	1.9	67.3
C2	hace un año	6.2	51.5	18.0	34.0	5.7	50.0
	hace un mes	6.8	56.2	15.5	35.4	6.8	51.9
	actual	6.8	52.1	24.7	34.9	8.9	52.7
C3	hace un año	7.1	41.4	18.2	40.4	11.1	43.4
	hace un mes	6.9	59.8	11.8	43.1	9.8	44.1
	actual	3.4	60.2	27.1	35.6	10.2	55.1
D	hace un año	17.6	45.1	27.5	41.2	21.6	31.4
	hace un mes	13.2	52.6	15.8	36.8	15.8	21.1
	actual	19.6	39.3	32.1	32.1	21.4	28.6
E	hace un año	15.4	53.8	16.7	25.0	23.1	38.5
	hace un mes	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0
	actual	42.9	14.3	42.9	14.3	0.0	14.3
Total	hace un año	7.9	48.5	19.3	36.8	9.9	46.1
	hace un mes	7.6	57.4	14.9	37.4	8.5	48.4
	actual	8.2	54.5	27.4	33.7	10.0	51.3

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 percepción de la actualidad retrocedió desde un leve optimismo a neutralidad.

La percepción de los consumidores sobre la **actualidad** retrocedió al nivel neutral, luego de una disminución marginal de 5,6 puntos en el índice coyuntural respecto del mes anterior. Si bien el valor que alcanzó no es tan bajo como el observado en junio de este año, sigue siendo uno de los más bajos desde diciembre de 2011. Este retroceso se debió a que menos consumidores se declararon optimistas y más se declararon pesimistas en las dos visiones que la componen. En doce meses, el índice coyuntural ha disminuido en forma significativa (-20,4 puntos).

En cuanto a las visiones que integran la percepción de la actualidad, la de la **situación económica actual** mejoró a moderadamente optimista, mientras que la visión del **desempleo actual** recuperó el nivel levemente pesimista observado en junio.

Como ya hemos constatado anteriormente, esta última visión de los consumidores ha estado muy relacionada con los niveles de desempleo efectivo del trimestre móvil correspondiente (Gráfico 2). Estimamos que la relativa estabilidad de esta visión durante los últimos dos años estaría reflejando el efecto acumulado favorable sobre la confianza de los consumidores que tiene el hecho que la tasa de desempleo se haya mantenido en niveles históricamente bajos desde octubre de 2012 a la fecha.

Las expectativas empeoraron ligeramente, también a un nivel neutral

Las **expectativas** de los consumidores volvieron al nivel neutral observado en junio, luego de una caída mensual de 4,1 puntos. Esto debido a la mayor proporción de pesimistas en todas las visiones y a la menor proporción de optimistas, excepto para los ingresos futuros.

La visión de los consumidores de la **situación económica futura** fue la única que mejoró a un nivel moderadamente optimista, a diferencia del **desempleo futuro** y los **ingresos futuros**, que cayeron a niveles levemente pesimista y neutral respectivamente.

Las visiones de estabilidad de la situación actual disminuyeron de manera importante

Un 38,6% de las visiones de los consumidores en el mes de julio reflejaron estabilidad en su nivel de confianza, cayendo

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
RM	hace un año	14.8	34.7	15.3	45.4
	hace un mes	9.3	47.7	8.8	49.5
	actual	17.6	46.0	32.4	36.8
BIO BIO	hace un año	16.9	30.8	45.4	7.7
	hace un mes	14.8	30.5	45.3	9.4
	actual	14.6	24.6	53.1	9.2

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	8.8	52.8	17.7	40.0	7.4	51.9
	hace un mes	4.7	62.8	13.1	43.5	3.3	50.7
	actual	6.8	63.6	23.2	41.2	5.2	51.6
BIO BIO	hace un año	7.7	46.2	23.1	33.8	16.2	40.8
	hace un mes	12.5	48.4	18.0	27.3	17.2	44.5
	actual	10.8	36.9	35.4	19.2	19.2	50.8

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

significativamente desde el 42,2% del mes pasado (Gráfico 3). Esto se debió principalmente a que la proporción de las visiones de estabilidad de la **situación actual** cayó drásticamente de un 47% a un 38,9% del total, pues la proporción de las visiones de estabilidad de la **situación futura** prácticamente se mantuvo, luego de una disminución marginal de 0,7 p.p. alcanzando un 38,3% del total.

La tendencia a la baja en la confianza de los consumidores en la situación actual, así como la disminución en la neutralidad respecto de la situación actual podría anticipar deterioros adicionales de la confianza en el corto plazo.

La confianza mejoró sólo para los consumidores del estrato C3

La confianza de los consumidores de los **estratos ABC1 y C2** se mantuvo levemente pesimista, a pesar de que en ambos empeoraran las condiciones de la mayoría de sus visiones. El **estrato C3** fue el único en que mejoró la confianza a moderadamente optimista, principalmente debido a una visión más optimista respecto de la situación económica futura. El **estrato D** en tanto, empeoró su confianza a moderadamente pesimista, pues sólo aumentaron levemente los optimistas respecto los ingresos futuros. Finalmente, la confianza de los consumidores en el **estrato E** disminuyó de un nivel optimista, a levemente pesimista (Cuadro 2).³

La confianza empeoró tanto en la RM como en el Biobío

A nivel regional, la confianza de los consumidores fue moderadamente pesimista tanto en la Región Metropolitana como en la Región del Biobío (Cuadro 3).

En la **Región Metropolitana**, la confianza de los consumidores empeoró 1 p.p. respecto del mes anterior, destacando el deterioro en la composición de consumidores de las visiones coyunturales. En el **Biobío** en tanto, la confianza de los consumidores cayó en 6,7 p.p. a raíz de los cambios desfavorables en ambas visiones de desempleo.

Cristián Echeverría V., Director CEEN
(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl
Andrea Rebolledo, Investigadora
(02) 327.9824 |
andrea.paz.rebolledo@gmail.com
Pía Arce, Investigadora
parcehasbun@gmail.com
<http://negocios.udd.cl/ceen>

³ Cabe señalar que 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 un nivel de neutralidad para un grupo no se puede comparar con el de otro.

Cuadro 4
Índice de Percepción de Consumidores y Visiones.
(Base Dic.2001=100)

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Enconómica	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
ago-13	127.7	168.0	113.3	154.8	132.5	69.0	105.2	98.9
sep-13	133.7	173.0	119.7	153.7	136.1	84.8	128.9	102.3
oct-13	132.2	180.3	115.0	148.4	124.0	164.0	92.9	104.3
nov-13	128.8	169.8	114.2	149.3	121.1	101.6	83.9	96.8
dic-13	131.2	174.3	115.8	173.3	129.1	108.3	91.0	101.8
ene-14	135.3	181.0	119.0	169.2	134.7	69.9	91.9	108.5
feb-14	128.2	171.3	112.8	145.5	133.5	117.5	98.9	101.4
mar-14	127.4	165.7	113.8	161.5	135.5	113.4	87.0	103.6
abr-14	120.3	157.5	107.1	148.0	124.6	84.8	67.3	116.3
may-14	126.0	160.1	113.8	146.2	124.0	134.4	101.1	106.9
jun-14	118.7	139.9	111.2	152.7	110.7	57.9	96.9	91.0
jul-14	123.8	153.2	113.4	146.2	127.8	122.5	91.2	104.0
ago-14	119.3	147.6	109.3	150.6	119.6	70.6	62.3	100.2
var. m/m	- 4.5	- 5.6	- 4.1	4.3	- 8.1	- 51.9	- 28.9	- 3.8
var. a/a	- 8.3	- 20.4	- 4.0	- 4.3	- 12.8	1.5	- 42.9	1.3

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza