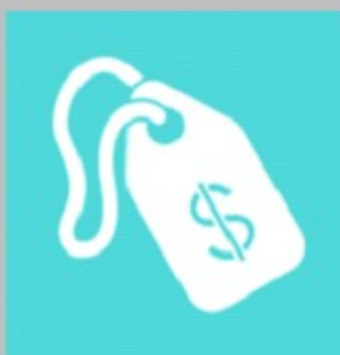


INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores avanzó marcadamente.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
jul-20	62,0	32,7	72,8
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
var. m/m	8,6	18,5	5,0
var. a/a	25,5	65,3	11,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En julio la confianza de los consumidores aumentó marcadamente (8,6 puntos), aunque se mantuvo en el nivel pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 25,5 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó de forma aguda, pasando de muy pesimista a pesimista.

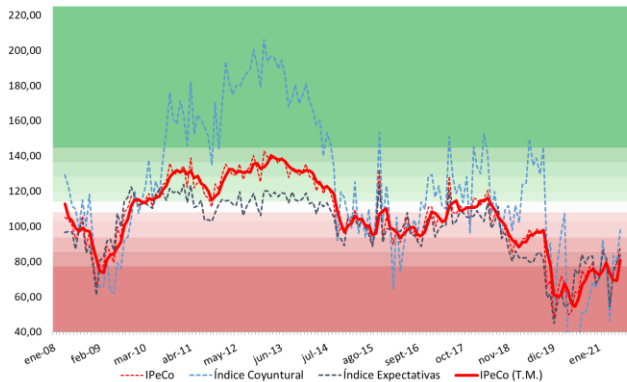
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) registró un marcado aumento (18,5 puntos), de pesimista a moderadamente pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó gradualmente (5,0 puntos), aunque se mantuvo pesimista.

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

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente positivos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó a moderadamente pesimista. En el C2 retrocedió a pesimista. En el C3 mejoró a levemente pesimista. En el D avanzó a pesimista. En el E aumentó, aunque se mantuvo muy pesimista.

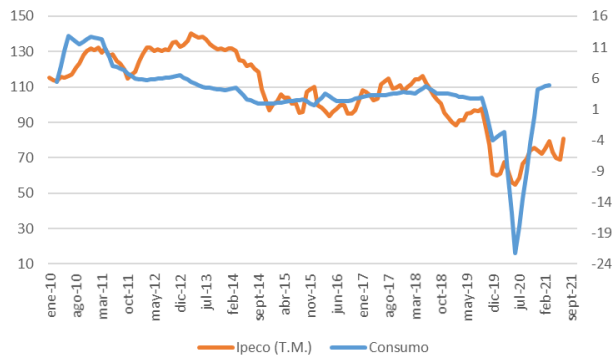
A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. La confianza mejoró a moderadamente pesimista en la Región Metropolitana, mientras que avanzó a levemente pesimista en la Región del Bío-Bío.

GRÁFICO 1
Índice de Percepción de Consumidores
Base dic-2001 = 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 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 aumentó marcadamente

En julio la confianza de los consumidores aumentó marcadamente, aunque se mantuvo pesimista.

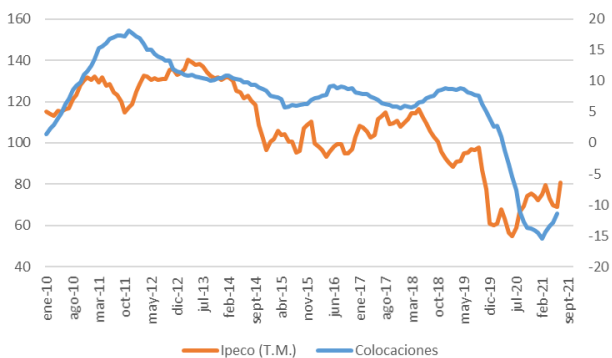
El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó agudamente, pasando del nivel muy pesimista a pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente positivas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de mayo aumentó un 18,1% en doce meses. El IPC de junio aumentó un 0,1%, acumulando un crecimiento de 3,8% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 1,2% en junio, con lo que sumó un aumento de 40,3% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo retrocedió a 9,5% en el trimestre terminado en junio, mientras que el índice real de remuneraciones de mayo disminuyó un 0,4% durante el mes, acumulando no obstante un crecimiento de 2,1% en un año.

El consumo privado aumentó un 4,9% entre el primer trimestre de 2020 y 2021 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 0,3% en junio, acumulando una caída de 11,4% 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

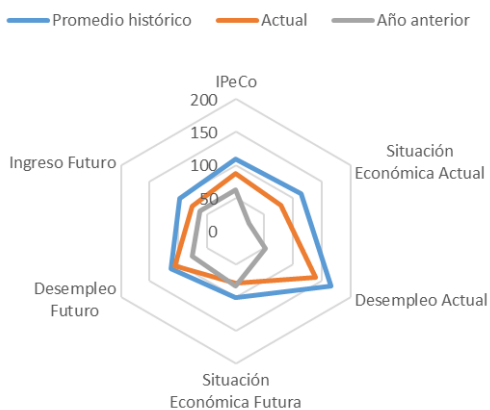
CUADRO 2

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
jul-20	62,0	32,7	72,8	23,8	52,2	82,3	74,9	62,0
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
var. m/m	8,6	18,5	5,0	-1,3	60,3	-4,6	23,1	3,0
var. a/a	25,5	65,3	11,1	55,4	87,4	-3,2	30,4	13,0

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

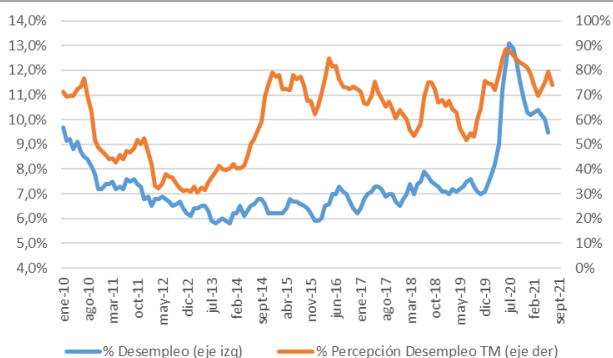
La confianza en la actualidad avanzó a moderadamente pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó marcadamente en julio (18,5 puntos), pasando del nivel pesimista a moderadamente pesimista. Esto se debió a una marcada mejora en la percepción del desempleo actual, que fue compensada parcialmente por una caída marginal en la percepción de la situación económica actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó marginalmente 1,3 puntos durante julio, aunque se mantuvo pesimista, lo que se explica por un aumento de las visiones pesimistas y una disminución de las visiones neutrales. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó 60,3 puntos, pasando de pesimista a levemente pesimista, debido a un retroceso de las visiones pesimistas y un avance de las visiones neutrales y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 65,3 puntos, principalmente debido a la mejora en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante julio 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 junio (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



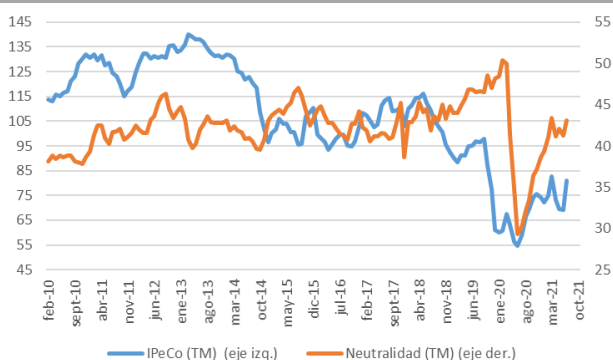
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	3,51	-5,36	1,85
Desempleo Actual	-13,38	4,11	9,27
Situación Económica Futura	2,44	-1,45	-0,99
Desempleo Futuro	-11,98	8,48	3,50
Ingreso Futuro	-0,85	-0,88	1,73

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 mejoró de forma gradual (5,0 puntos), aunque se mantuvo pesimista. Esto se debió a una marcada mejora en la percepción del desempleo futuro, sumado a un avance gradual en la percepción de los ingresos futuros. En contraste, la percepción de la situación económica futura retrocedió gradualmente.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 4,6 puntos, aunque se mantuvo pesimista. Esto fue resultado de un aumento de las visiones pesimistas y una caída de las visiones neutrales y optimistas. La percepción del **desempleo futuro** aumentó 23,1 puntos, pasando de pesimista a levemente pesimista, debido a un retroceso de las visiones pesimistas y avances en las visiones neutrales y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó 3,0 puntos, pasando de muy pesimista a pesimista. Esto se debió a una disminución de las visiones pesimistas y neutrales, y un incremento de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha aumentado 11,1 puntos, principalmente por la mejora en la percepción del desempleo futuro (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marginalmente

Durante julio las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un avance marginal, alcanzando un 42,9% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un avance gradual de las visiones neutrales del futuro, que fue compensado parcialmente por una caída marginal de las visiones neutrales de la actualidad. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó marcadamente, ubicándose en un 43,1% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
 Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
jul-20	53,7	47,1	72,6	71,4	69,2
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
var. m/m	13,5	-7,4	27,2	17,5	11,3
var. a/a	37,8	33,4	33,9	-3,1	-37,3

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mayormente positivas

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

En las regiones se registraron resultados positivos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. La confianza mejoró a moderadamente pesimista en la **Región Metropolitana**, mientras que avanzó a levemente pesimista en la **Región del Bío-Bío** (Cuadro 5).

CUADRO 5
IPeCo por región
 Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
jul-20	68,1	67,3
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
var. m/m	14,3	13,9
var. a/a	40,4	15,9

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.

