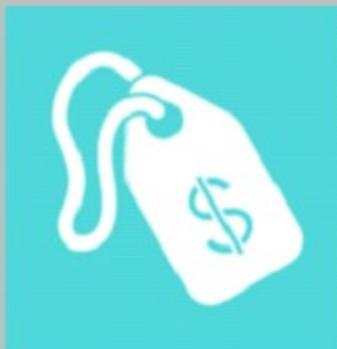


INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantuvo en el nivel pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
mar-20	68,2	107,3	54,2
abr-20	49,6	32,8	55,8
may-20	51,3	37,2	56,6
jun-20	63,0	30,1	75,2
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
var. m/m	-6,3	-14,2	-3,5
var. a/a	12,3	-29,7	27,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En marzo la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente (6,3 puntos), aunque se mantuvo en el nivel pesimista. En los últimos doce meses ha aumentado 12,3 puntos.

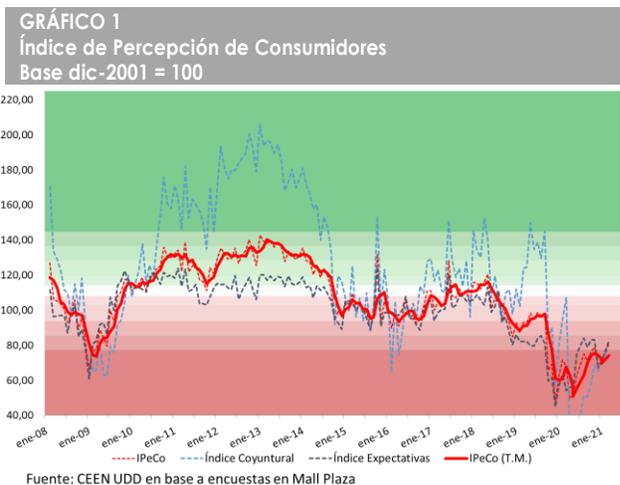
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó marcadamente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) retrocedió gradualmente (14,2 puntos), de moderadamente pesimista a pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) también registró un descenso gradual (3,5 puntos), aunque se mantuvo pesimista.

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

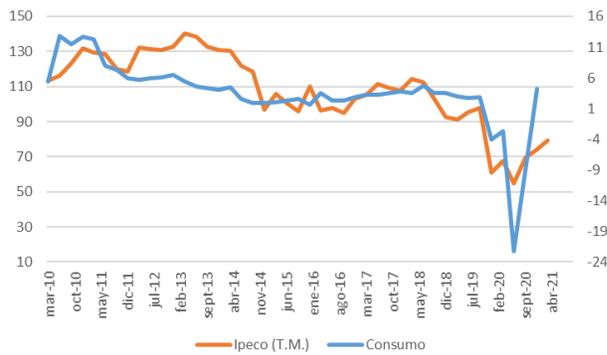
En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó a muy pesimista. En el C2 retrocedió a pesimista. En el C3 disminuyó, aunque se mantuvo pesimista. En el estrato D avanzó, aunque se mantuvo moderadamente pesimista. En el E aumentó a levemente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

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la Región Metropolitana aumentó a neutral, mientras que en la Región del Bío-Bío retrocedió a muy pesimista.



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

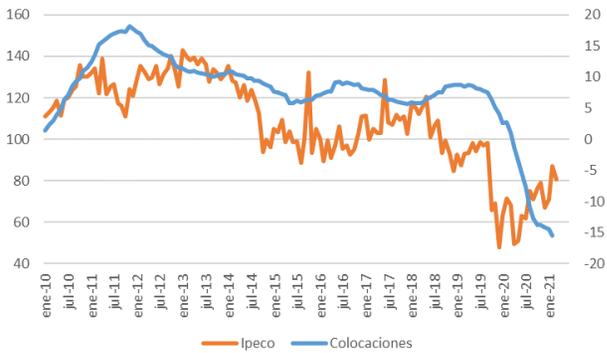
En marzo la confianza de los consumidores disminuyó de forma gradual, aunque se mantuvo en el nivel pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó marcadamente, aunque se mantuvo en el nivel muy pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de enero retrocedió un 3,1% en doce meses. El IPC de enero aumentó un 0,2%, acumulando un crecimiento de 2,8% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 4,5% en febrero, con lo que sumó un aumento de 4,7% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 10,3% en el trimestre terminado en febrero, mientras que el índice real de remuneraciones de enero aumentó un 0,3% durante el mes, acumulando un crecimiento de 1,1% 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 disminuyó un 4,1% entre el cuarto trimestre de 2019 y 2020 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 0,8% en enero, acumulando una caída de 15,5% 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
mar-20	68,2	107,3	54,2	112,5	99,4	48,2	76,5	45,8
abr-20	49,6	32,8	55,8	29,7	40,1	61,4	56,6	49,9
may-20	51,3	37,2	56,6	30,3	52,4	60,5	61,1	49,7
jun-20	63,0	30,1	75,2	22,2	47,3	80,6	77,6	68,2
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
var. m/m	-6,3	-14,2	-3,5	-19,1	-4,6	-5,2	0,0	-3,9
var. a/a	12,3	-29,7	27,7	-60,6	33,8	34,4	29,0	20,1

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 retrocedió a pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó gradualmente en marzo (14,2 puntos), pasando de moderadamente pesimista a pesimista. Esto se debió a una marcada caída en la percepción de la situación económica actual, sumada a una disminución marginal en la percepciones del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó 19,1 puntos durante marzo, pasando de muy pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones pesimistas y una caída de las visiones neutrales y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** retrocedió 4,6 puntos, aunque se mantuvo en el nivel levemente pesimista, debido a un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído 29,7 puntos, debido a la caída en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

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

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



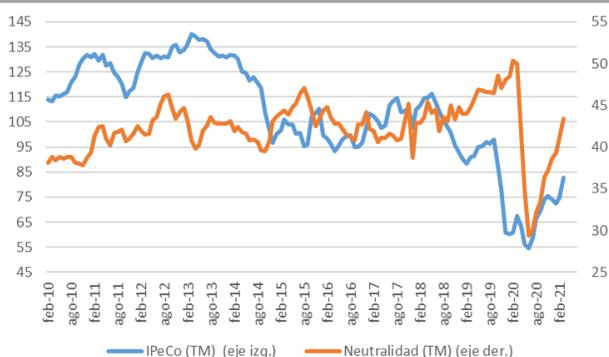
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	5,47	-1,15	-4,31
Desempleo Actual	-1,20	2,90	-1,70
Situación Económica Futura	0,15	5,99	-6,14
Desempleo Futuro	-0,56	1,22	-0,66
Ingreso Futuro	-0,41	4,47	-4,07

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 (3,5 puntos), aunque se mantuvo en el nivel pesimista. Esto se debió a caídas graduales en las percepción de la situación económica futura y de los ingresos futuros. En cambio, la percepción del desempleo futuro no varió significativamente.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó 5,2 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista a pesimista. Esto fue resultado de un aumento de las visiones neutrales y una disminución de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** no cambió respecto al mes anterior, manteniéndose en el nivel levemente pesimista, pese a una disminución de las visiones pesimistas y optimistas, y un aumento de las visiones neutrales. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** descendió 3,9 puntos, aunque se mantuvo muy pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones neutrales y una caída de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro aumentó 27,2 puntos, principalmente por la mejora en la percepción de la situación económica futura (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron gradualmente

Durante marzo, las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un avance gradual, alcanzando un 44,3% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un marcado aumento de las visiones neutrales del futuro, sumado a un incremento gradual de las visiones neutrales de la actualidad. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó marcadamente, ubicándose en un 42,4% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
mar-20	66,6	69,3	70,3	72,4	81,8
abr-20	49,2	37,9	53,6	51,8	62,7
may-20	50,8	48,2	57,8	44,8	57,3
jun-20	49,2	68,1	72,2	65,2	57,1
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
var. m/m	-17,9	-3,8	-5,6	0,8	17,1
var. a/a	5,8	13,3	11,8	11,8	21,0

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mixtas

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

En las regiones se registraron resultados mixtos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la **Región Metropolitana** aumentó a neutral, mientras que en la **Región del Bío-Bío** retrocedió a muy pesimista (Cuadro 5).

CUADRO 5
IPeCo por región
Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
mar-20	70,8	79,4
abr-20	58,4	54,3
may-20	58,5	56,9
jun-20	80,8	58,9
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
var. m/m	-13,0	11,4
var. a/a	4,1	30,0

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.

