

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantuvo extraordinariamente pesimista.

CUADRO 1
Índice de Percepción de Consumidores
Base dic-2001 = 100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
feb-19	87,3	102,1	82,2
mar-19	93,0	123,8	82,1
abr-19	93,3	124,6	82,1
may-19	98,3	149,7	79,9
jun-19	94,0	134,5	79,5
jul-19	98,5	138,8	84,0
ago-19	97,0	129,7	85,3
sept-19	98,1	145,0	81,2
oct-19	65,7	83,0	59,6
nov-19	69,2	90,3	61,6
dic-19	48,0	56,7	44,9
ene-20	63,0	80,2	56,9
feb-20	71,7	94,9	63,4
var. m/m	8,6	14,6	6,4
var. a/a	-15,7	-7,2	-18,8

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En febrero la confianza de los consumidores avanzó marcadamente (8,6 puntos), sin embargo, se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. En los últimos doce meses ha disminuido en 15,7 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, aumentó marginalmente, manteniéndose en el nivel extraordinariamente pesimista.

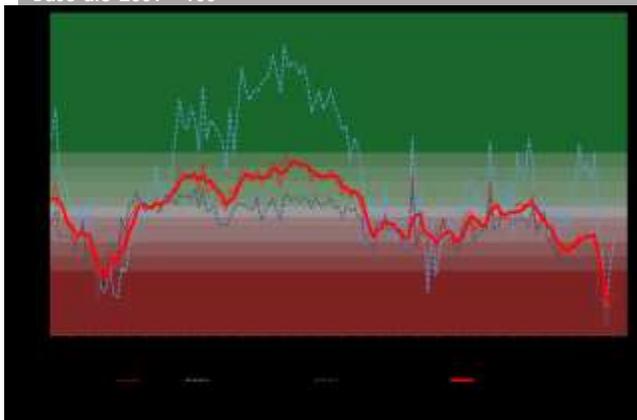
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó gradualmente (14,6 puntos), pasando del nivel muy pesimista al pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) también avanzó de forma gradual (6,4 puntos), aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza retrocedieron marcadamente, debido a caídas de similar magnitud tanto en las visiones neutrales de la actualidad como en las visiones neutrales del futuro.

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 disminuyó, manteniéndose extraordinariamente pesimista. En el C2 avanzó a muy pesimista. En el C3 aumentó, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. En el D aumentó a muy pesimista. En el estrato E disminuyó a moderadamente pesimista.

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

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

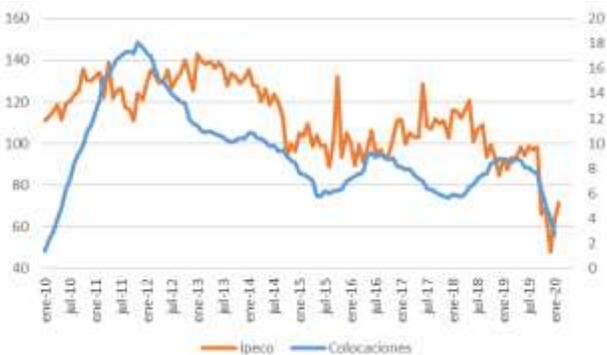
La confianza se mantuvo extraordinariamente pesimista

En febrero la confianza de los consumidores aumentó marcadamente, aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, mejoró marginalmente, manteniéndose en el nivel extraordinariamente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente negativas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del IMACEC de diciembre fue de 1,1% en doce meses, con lo que la economía chilena se habría expandido en un 1,2% en el 2019. El IPC de enero aumentó un 0,6%, acumulando un crecimiento de 3,5% en doce meses, mientras que el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó en 18,3% en enero, con lo que acumula un aumento de 1,6% en doce meses.

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



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

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 7,4% en el trimestre terminado en enero, mientras que el índice real de remuneraciones aumentó un 0,3% mensual en enero, acumulando un crecimiento de 1,2% en un año.

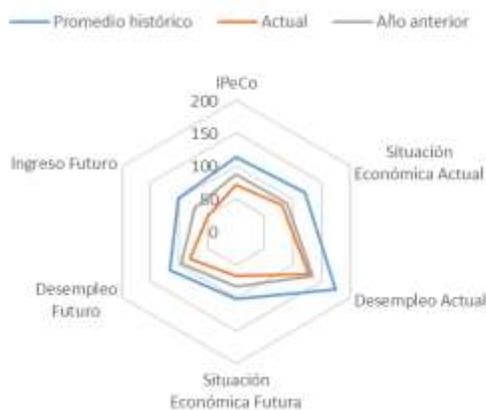
El consumo privado ha crecido un 3,0% entre el tercer trimestre de 2018 y 2019 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo retrocedieron en un 0,44% en enero, acumulando un crecimiento de 2,8% en 12 meses (Gráfico 3).

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
feb-19	87,3	102,1	82,2	88,3	133,5	83,3	95,9	72,2
mar-19	93,0	123,8	82,1	107,5	160,9	86,1	105,5	63,1
abr-19	93,3	124,6	82,1	107,5	163,4	77,4	105,4	71,9
may-19	98,3	149,7	79,9	119,8	215,8	79,3	98,9	68,2
jun-19	94,0	134,5	79,5	110,5	188,1	75,4	109,1	64,7
jul-19	98,5	138,8	84,0	113,3	195,7	76,2	106,4	77,5
ago-19	97,0	129,7	85,3	107,8	178,6	76,9	116,6	73,7
sept-19	98,1	145,0	81,2	117,8	205,5	82,0	103,6	66,2
oct-19	65,7	83,0	59,6	71,8	108,5	57,8	79,5	48,7
nov-19	69,2	90,3	61,6	75,0	124,6	53,8	83,8	55,2
dic-19	48,0	56,7	44,9	52,5	66,9	62,5	32,0	35,8
ene-20	63,0	80,2	56,9	61,6	121,2	56,9	74,9	45,4
feb-20	71,7	94,9	63,4	80,3	127,9	66,9	81,2	48,5
var. m/m	8,6	14,6	6,4	18,7	6,7	9,9	6,3	3,1
var. a/a	-15,7	-7,2	-18,8	-8,1	-5,6	-16,4	-14,7	-23,7

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

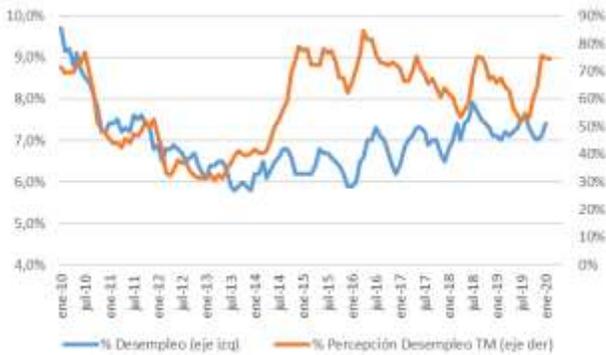
La confianza en la actualidad avanzó al nivel pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó gradualmente en febrero (14,6 puntos), pasando del nivel muy pesimista al pesimista. Esto se debió a un marcado aumento en la percepción de la situación económica actual, sumado a un incremento marginal en la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó en 18,7 puntos, pasando del nivel extraordinariamente pesimista al muy pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un aumento de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** avanzó 6,7 puntos, manteniéndose moderadamente pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y aumentos de las visiones pesimistas y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido en 7,2 puntos, principalmente debido a la caída en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante febrero el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores no varió respecto al mes anterior, en contraste con el aumento en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en enero (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	1,79	-10,59	8,80
Desempleo Actual	3,21	-5,79	2,58
Situación Económica Futura	-3,03	-1,26	4,30
Desempleo Futuro	1,21	-4,36	3,15
Ingreso Futuro	3,19	-6,91	3,72

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 se mantuvo extraordinariamente pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó gradualmente (6,4 puntos), aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. Esto se debió a mejoras en todas las percepciones que componen el índice. La percepción de la situación económica futura aumentó marcadamente, la percepción de los ingresos futuros mejoró gradualmente, y la percepción del desempleo futuro avanzó de forma marginal.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó en 9,9 puntos, aunque se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y neutrales, y un aumento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** avanzó 6,3 puntos, pasando del nivel muy pesimista al pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un incremento de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó en 3,1 puntos, manteniéndose en el nivel extraordinariamente pesimista. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones neutrales y un aumento de las visiones pesimistas y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído en 18,8 puntos, principalmente por el retroceso en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza retrocedieron marcadamente

Durante febrero, las visiones de estabilidad en las percepciones retrocedieron de forma marcada, alcanzando un 47,7% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por marcadas caídas tanto de las visiones neutrales de la actualidad, como de las visiones neutrales del futuro. Por otra parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó marcadamente, ubicándose en un 50,4% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
feb-19	95,0	77,9	92,7	82,8	73,3
mar-19	113,4	72,5	103,0	91,5	96,4
abr-19	115,7	79,1	90,4	92,9	89,6
may-19	120,2	76,6	95,7	102,9	100,6
jun-19	118,7	88,3	82,1	102,6	103,5
jul-19	117,5	83,0	100,9	93,6	163,2
ago-19	113,4	85,3	99,4	98,1	83,8
sept-19	116,0	83,3	98,4	100,0	95,3
oct-19	72,5	64,1	57,4	75,3	78,4
nov-19	66,1	73,0	64,5	67,6	118,5
dic-19	43,9	38,6	50,2	61,3	63,7
ene-20	67,2	62,0	56,2	67,0	88,0
feb-20	66,1	77,2	71,9	74,1	68,2
var. m/m	-1,1	15,3	15,8	7,1	-19,8
var. a/a	-28,9	-0,7	-20,8	-8,7	-5,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
feb-19	107,3	89,2
mar-19	121,1	92,4
abr-19	128,9	89,7
may-19	136,9	95,0
jun-19	139,6	87,1
jul-19	140,5	94,0
ago-19	138,2	92,1
sept-19	139,0	95,4
oct-19	88,4	66,9
nov-19	67,3	81,4
dic-19	66,4	45,6
ene-20	81,3	64,4
feb-20	70,0	83,3
var. m/m	-11,3	19,0
var. a/a	-37,3	-5,8

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron resultados mixtos

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

En las regiones se registraron variaciones mixtas

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

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.

