

# INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



# ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR<sup>1</sup>

La confianza de los consumidores aumentó a moderadamente pesimista.

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
jul-18	106,7	119,7	102,2
ago-18	109,0	103,6	111,3
sept-18	93,6	95,7	93,0
oct-18	99,6	109,6	96,2
nov-18	93,5	111,7	87,1
dic-18	84,7	97,7	80,2
ene-19	92,8	111,9	86,1
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
var. m/m	4,4	4,3	4,5
var. a/a	-8,2	19,1	-18,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En julio la confianza de los consumidores aumentó gradualmente (4,4 puntos), pasando del nivel pesimista al moderadamente pesimista. No obstante, en los últimos doce meses ha disminuido en 8,2 puntos.

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

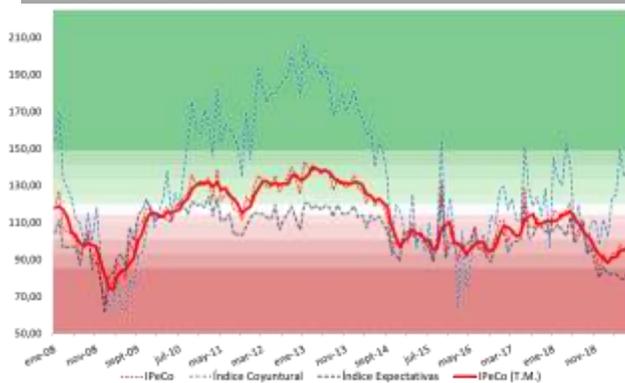
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) avanzó marginalmente (4,3 puntos), aunque se mantuvo en el nivel neutral. Asimismo, la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó gradualmente (4,5 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista al muy pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron marginalmente, debido a caídas marginales tanto de las visiones neutrales de la actualidad como de las visiones neutrales del futuro.

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

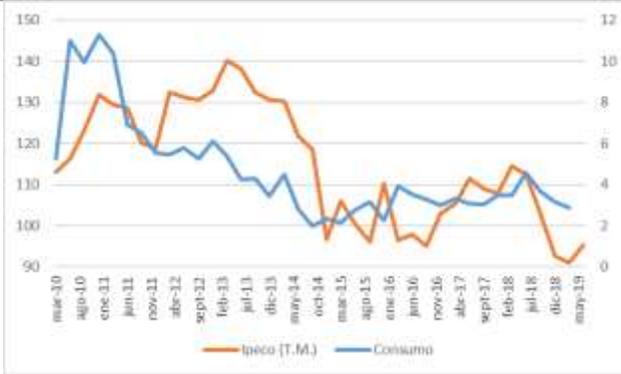
A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó de muy pesimista a pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío aumentó, aunque se mantuvo en el nivel optimista.

**GRÁFICO 1**  
Índice de Percepción de Consumidores  
Base dic-2001 = 100



<sup>1</sup> 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://ceen.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 a moderadamente pesimista**

En julio la confianza de los consumidores aumentó gradualmente, pasando del nivel pesimista a moderadamente pesimista.

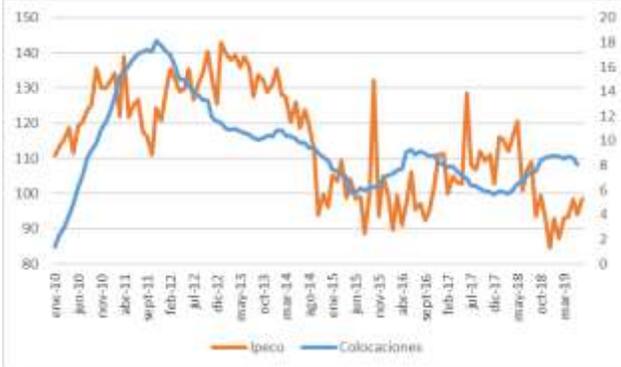
El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, se mantuvo en el nivel pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de mayo fue de 2,3% en doce meses, mientras que el IPC no varió en el mes, acumulando un crecimiento de 2,3% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó en 5,4% en junio, con lo que acumula un avance de 1,9% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo se mantuvo en 7,1% en el trimestre terminado en junio, mientras que el índice real de remuneraciones de mayo retrocedió en 0,7%, acumulando un crecimiento de 2,3% en un año.

El consumo privado ha crecido un 2,9% entre el primer trimestre de 2018 y 2019 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo disminuyeron en 0,1% en junio, acumulando un crecimiento de 8,0% 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

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-18	106,7	119,7	102,2	135,9	89,2	92,8	104,9	109,9
ago-18	109,0	103,6	111,3	112,7	87,5	108,9	122,6	106,3
sept-18	93,6	95,7	93,0	79,5	131,9	81,2	102,2	98,8
oct-18	99,6	109,6	96,2	105,5	121,1	87,6	108,3	96,9
nov-18	93,5	111,7	87,1	91,7	156,1	82,2	97,4	85,4
dic-18	84,7	97,7	80,2	89,1	118,1	85,2	81,8	74,4
ene-19	92,8	111,9	86,1	94,9	150,1	91,2	108,3	66,9
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
var. m/m	4,4	4,3	4,5	2,8	7,6	0,8	-2,6	12,8
var. a/a	-8,2	19,1	-18,2	-22,6	106,5	-16,6	1,5	-32,4

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 neutral

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó marginalmente en julio (4,3 puntos), aunque se mantuvo en el nivel neutral. Esto se debió a incrementos marginales tanto en la percepción de la situación económica actual como en la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó marginalmente (2,8 puntos), con lo que se mantuvo levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un aumento de las visiones optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó en 7,6 puntos, manteniéndose en el nivel levemente optimista, debido a un retroceso de las visiones pesimistas y neutrales, y un aumento de las visiones optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado en 19,1 puntos, principalmente debido a la mejora en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante julio disminuyó el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores, en contraste con la nula variación 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

### La confianza en el futuro mejoró a muy pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó gradualmente (4,5 puntos), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto se debió a una marcada mejora en la percepción de los ingresos futuros, mientras que la percepción de la situación económica futura no varió significativamente, y la percepción del desempleo futuro retrocedió de forma marginal.

La percepción de la **situación económica futura** prácticamente no varió (0,8 puntos) por lo que se mantuvo extraordinariamente pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** disminuyó en 2,6 puntos, aunque se mantuvo levemente pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y neutrales, y una disminución de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó en 12,8 puntos, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones pesimistas y neutrales, y un aumento de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído en 18,2 puntos, principalmente por el retroceso en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

**CUADRO 3**  
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	0,28	-2,53	2,25
Desempleo Actual	-0,63	-0,43	1,06
Situación Económica Futura	-0,56	0,56	0,00
Desempleo Futuro	0,56	0,28	-0,84
Ingreso Futuro	-4,49	-1,97	6,46

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

### Las visiones de estabilidad de la confianza retrocedieron marginalmente

Durante julio, las visiones de estabilidad en las percepciones disminuyeron marginalmente alcanzando un 46,3% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por caídas marginales tanto de las visiones neutrales de la actualidad como de las visiones neutrales del futuro. Asimismo, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad disminuyó marginalmente, ubicándose en un 46,6% del total (Gráfico 6).

**GRÁFICO 6**  
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



TM = trimestre móvil  
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
jul-18	106,7	101,7	106,4	93,6	
ago-18	124,9	111,7	94,3	87,1	
sept-18	86,0	82,3	104,1	105,6	
oct-18	82,8	98,5	93,8	99,5	
nov-18	80,0	91,1	99,3	77,4	
dic-18	58,8	86,5	94,3	76,5	102,8
ene-19	109,1	72,4	99,6	93,8	72,4
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
var. m/m	-1,1	-5,3	18,8	-9,0	59,6
var. a/a	10,8	-18,7	-5,5	0,0	163,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

## Los estratos socioeconómicos mostraron resultados mayormente negativos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mayormente negativos. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó, aunque se mantuvo neutral. En el **C2** disminuyó de pesimista a muy pesimista. En el **C3** aumentó de muy pesimista a moderadamente pesimista. En el **D** disminuyó de levemente pesimista a moderadamente pesimista. En el estrato **E** aumentó de neutral a muy optimista (cuadro 4).<sup>2</sup>

## En las regiones se registraron variaciones positivas

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó de muy pesimista a pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** aumentó, aunque se mantuvo en el nivel optimista (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
jul-18	116,0	115,6
ago-18	126,1	114,6
sept-18	98,9	106,2
oct-18	100,0	118,0
nov-18	98,0	104,2
dic-18	99,5	92,9
ene-19	116,7	93,9
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
var. m/m	0,9	6,8
var. a/a	24,6	-21,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

**Cristián Echeverría V., Director CEEN**  
 (+562) 2327.9792 | [cecheverria@udd.cl](mailto:cecheverria@udd.cl)  
**Guillermo Acuña S., Investigador**  
[guacunas@udd.cl](mailto:guacunas@udd.cl)  
<http://ceen.udd.cl>

<sup>2</sup> 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.

