

Índice de Percepción del Consumidor

Septiembre 2014

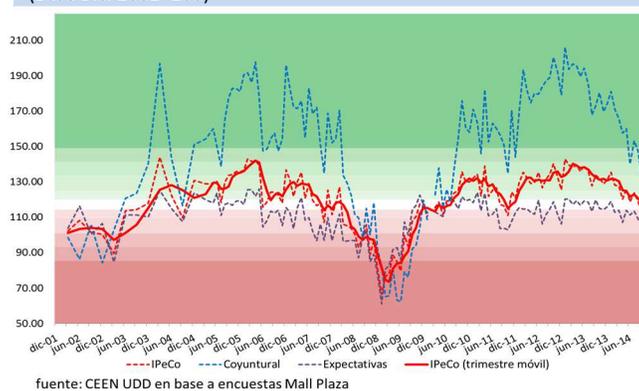
Fuerte caída de la confianza de los consumidores lleva a su nivel más bajo en tres años

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
sep-14	112.4	133.3	105.1
var. m/m	- 6.9	- 14.3	- 4.2
var. a/a	- 21.3	- 39.7	- 14.6

fuentes: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

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



fuentes: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

En septiembre, la confianza de los consumidores retrocedió significativamente hasta un nivel levemente pesimista por primera vez en tres años, 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, también desde un nivel neutral a levemente pesimista. Mirando hacia adelante, los consumidores estuvieron significativamente pesimistas 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 se recuperaron levemente, desde un 38,9% a un 42,4% del total, lo que permite anticipar cambios adicionales, aunque moderados, en el nivel de confianza de los consumidores en los meses próximos.

Solo mejoró la confianza de los consumidores en el estrato ABC1, hasta un nivel neutral, mientras que se mantuvo levemente pesimista y moderadamente pesimista en el C2 y D respectivamente, y empeoró en el C3 a un pesimismo leve.¹

A nivel regional, la confianza empeoró drásticamente en la Región Metropolitana a muy pesimista y mejoró en la del Bío Bío a levemente pesimista.

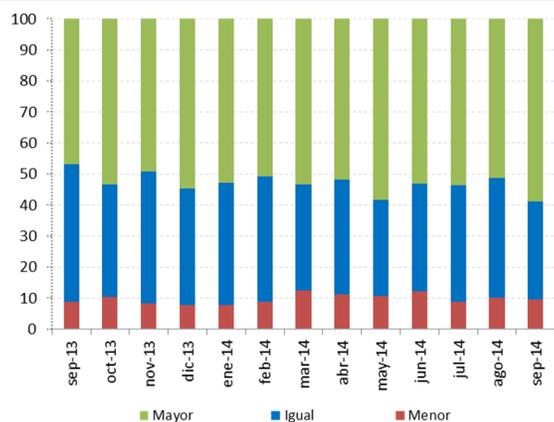
¹ En septiembre el estrato E no tuvo suficientes observaciones como para reportar sus resultados.

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
Percepción de los Ingresos Futuros
(% de respuestas)
base Dic2001=100



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza de los consumidores llegó a su nivel más bajo en tres años

En septiembre, el Índice de Percepción del Consumidor (IPECo)² cayó 6,9 puntos respecto del mes previo, con lo que la confianza de los consumidores se ubicó en un nivel levemente pesimista, retomando la tendencia a la baja que ha tenido desde abril del año pasado.

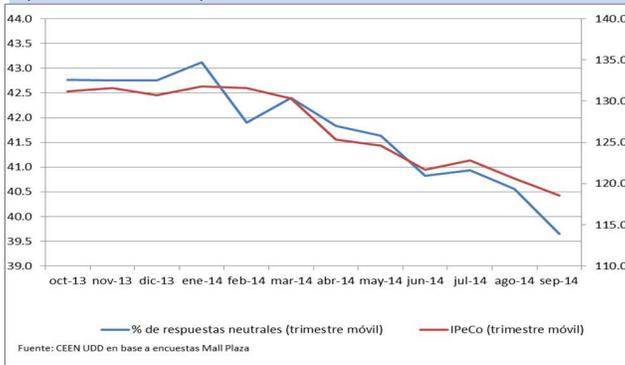
En una perspectiva anual, el índice ha caído -21,3 puntos, principalmente debido a una gran caída de las percepciones de la actualidad (-39,7 puntos).

El promedio móvil trimestral del IPECo, que es una medida más representativa de su tendencia, muestra una pronunciada caída de -14 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 septiembre indicaban apenas 1,2% 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 resultados mixtos en agosto respecto del mes anterior, con un alza de 3% en el primero y una caída de -2,1% en el segundo. Por su parte, el IPC de septiembre fue de 0,8%, 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 agosto cayó levemente respecto del mes anterior, y en doce meses crecieron apenas 1,5%.

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

² 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/>

Gráfico 4
Neutralidad y Percepción de los Consumidores.
(Base Dic. 2001=100)



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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	2.0	65.3	18.4	42.9
	hace un mes	11.5	61.5	36.5	32.7
	actual	6.8	62.7	30.5	25.4
C2	hace un año	9.6	34.0	27.6	36.5
	hace un mes	10.3	34.9	39.0	21.9
	actual	12.6	33.9	36.2	17.3
C3	hace un año	14.9	33.7	30.7	30.7
	hace un mes	16.9	44.1	42.4	35.6
	actual	16.7	44.4	43.7	18.3
D	hace un año	28.6	25.7	22.9	37.1
	hace un mes	32.1	17.9	37.5	19.6
	actual	36.5	19.0	45.2	16.1
E	hace un año	60.0	40.0	20.0	0.0
	hace un mes	57.1	28.6	28.6	28.6
	actual	80.0	0.0	80.0	0.0
Total	hace un año	14.0	36.6	26.2	35.8
	hace un mes	16.6	38.7	39.5	27.4
	actual	17.9	38.9	39.8	18.5

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	4.1	49.0	14.3	44.9	2.0	69.4
	hace un mes	5.8	69.2	28.8	28.8	1.9	67.3
	actual	1.7	67.8	28.8	40.7	3.4	83.1
C2	hace un año	3.8	62.2	14.7	39.1	7.1	50.6
	hace un mes	6.8	52.1	24.7	34.9	8.9	52.7
	actual	3.9	55.1	33.1	32.3	7.9	62.2
C3	hace un año	7.0	50.0	17.0	44.0	12.0	40.0
	hace un mes	3.4	60.2	27.1	35.6	10.2	55.1
	actual	8.7	56.3	46.8	17.5	7.9	54.8
D	hace un año	8.6	50.0	10.0	37.1	12.9	32.9
	hace un mes	19.6	39.3	32.1	32.1	21.4	28.6
	actual	12.7	41.3	34.9	23.8	22.6	41.9
E	hace un año	60.0	40.0	20.0	20.0	20.0	40.0
	hace un mes	42.9	14.3	42.9	14.3	0.0	14.3
	actual	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
Total	hace un año	6.5	54.9	14.3	40.4	8.9	46.9
	hace un mes	8.2	54.5	27.4	33.7	10.0	51.3
	actual	6.9	54.6	37.2	27.2	9.5	58.8

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

La percepción de la actualidad retrocedió desde la neutralidad al pesimismo leve

La percepción de los consumidores sobre la **actualidad** retrocedió al nivel levemente pesimista, luego de una fuerte disminución marginal de 14,3 puntos en el índice coyuntural respecto del mes anterior. Esto se traduce en que el valor de este mes sea el más bajo desde julio de 2010. El retroceso se debió principalmente a que más consumidores se declararon pesimistas en las dos visiones que la componen. En doce meses, el índice coyuntural ha disminuido en forma significativa (-39,7 puntos).

En cuanto a las visiones que integran la percepción de la actualidad, la de la **situación económica actual** empeoró a levemente optimista, mientras que la visión del **desempleo actual** llegó a valores de 2010 con un nivel moderadamente pesimista.

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. Sin embargo, se observa una tendencia en los últimos meses de mayor percepción de desempleo de la que efectivamente se observa.

Las expectativas empeoraron ligeramente, también a un nivel levemente pesimista

Las **expectativas** de los consumidores volvieron al nivel levemente pesimista observado en abril, luego de una caída mensual de 4,2 puntos. Esto debido a la mayor proporción de pesimistas y menor proporción de optimistas en la visión de desempleo futuro y a pesar de las mejoras en las demás visiones.

La visión de los consumidores de la **situación económica futura** fue la única que se mantuvo en un nivel moderadamente optimista, a diferencia de los **ingresos futuros** que mejoraron hasta el optimismo leve y del **desempleo futuro**, que cayó a un nivel muy pesimista, su nivel más bajo desde 2009.

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	11.6	37.7	14.4	48.4		
	hace un mes	17.6	46.0	32.4	36.8		
	actual	16.8	42.0	47.4	21.7		
BIO BÍO	hace un año	17.7	31.5	46.2	10.0		
	hace un mes	14.6	24.6	53.1	9.2		
	actual	20.0	33.1	25.4	12.3		
RM	hace un año	6.1	53.7	13.6	38.8	4.2	47.7
	hace un mes	6.8	63.6	23.2	41.2	5.2	51.6
	actual	5.6	60.2	30.9	31.3	5.6	57.0
BIO BÍO	hace un año	7.7	56.9	14.6	39.2	16.2	46.2
	hace un mes	10.8	36.9	35.4	19.2	19.2	50.8
	actual	9.2	43.8	49.2	19.2	16.9	62.3

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

Las visiones de estabilidad de la situación actual se recuperaron levemente

Un 42,4% de las visiones de los consumidores en el mes de septiembre reflejaron estabilidad en su nivel de confianza, aumentando moderadamente desde el 38,6% del mes pasado (Gráfico 3). Esto se debió principalmente a que la proporción de las visiones de estabilidad de la **situación actual** se recuperó desde un 38,9% a un 42,4% del total, más que compensando la disminución de las visiones de estabilidad de la **situación futura**, que cayó en 3,1 p.p. alcanzando un 35,3% del total.

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

La confianza mejoró sólo para los consumidores del estrato ABC1

La confianza de los consumidores del estrato ABC1 fue la única que mejoró a un nivel neutral, con un fuerte aumento en el número de optimistas respecto del desempleo futuro. Los estratos C2 y C3 se ubicaron en el nivel levemente pesimista, manteniéndose el primero y empeorando el segundo, especialmente por el retroceso de las visiones del desempleo. Finalmente, el estrato D se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista (Cuadro 2).³

La confianza mejoró en la RM y empeoró en el Bío Bío

A nivel regional, la confianza de los consumidores fue muy pesimista en la Región Metropolitana y levemente pesimista en la Región del Bío Bío (Cuadro 3).

En la **Región Metropolitana**, la confianza de los consumidores empeoró 9,5 p.p. en el mes, destacando el deterioro en las visiones de desempleo. En el **Bío Bío** en tanto, la confianza de los consumidores aumentó en 8,2 p.p. por cambios favorables especialmente en la percepción de los ingresos futuros.

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 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.

Cuadro 4

Índice de Percepción de Consumidores y Visiones

(% de respuestas)

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Enconómica	Desempleo Actual	Situación Económica	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
						Futura		
sep-13	133.7	173.0	119.7	143.7	238.7	114.9	146.8	107.2
oct-13	132.2	180.3	115.0	141.7	265.5	113.2	130.2	106.9
nov-13	128.8	169.8	114.2	135.8	244.8	111.7	126.5	108.8
dic-13	131.2	174.3	115.8	149.3	231.0	115.3	123.4	111.4
ene-14	135.3	181.0	119.0	153.2	243.6	116.6	135.5	110.9
feb-14	128.2	171.3	112.8	128.9	264.0	112.2	120.4	108.6
mar-14	127.4	165.7	113.8	135.7	232.7	114.6	128.9	103.4
abr-14	120.3	157.5	107.1	124.6	230.1	105.9	112.2	105.0
may-14	126.0	160.1	113.8	134.4	217.8	110.6	128.1	108.0
jun-14	118.7	139.9	111.2	127.3	169.9	106.5	130.4	103.6
jul-14	123.8	153.2	113.4	130.4	204.8	109.9	124.6	109.7
ago-14	119.3	147.6	109.3	139.1	169.3	111.8	109.7	106.6
sep-14	112.4	133.3	105.1	136.2	130.9	114.2	83.9	109.7
var. m/m	- 6.9	- 14.3	- 4.2	- 2.9	- 38.3	2.4	- 25.8	3.1
var. a/a	- 21.3	- 39.7	- 14.6	- 7.5	- 107.8	- 0.7	- 62.8	2.5

fuentes: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza