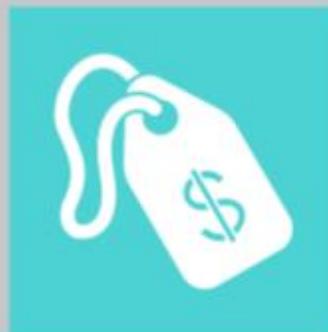




ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO





ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

En septiembre la confianza de los consumidores se mantuvo pesimista.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
sept-15	100,3	104,8	98,9
oct-15	132,1	153,5	124,6
nov-15	93,6	102,1	90,7
dic-15	105,1	123,2	98,7
ene-16	100,1	105,1	98,5
feb-16	89,6	64,6	98,9
mar-16	99,4	105,3	97,5
abr-16	90,9	74,5	97,1
may-16	96,9	88,1	100,3
jun-16	106,0	101,6	107,9
jul-16	95,5	96,1	95,5
ago-16	97,1	103,9	94,9
sept-16	92,5	96,5	91,2
var. m/m	-4,6	-7,4	-3,7
var. a/a	-7,9	-8,3	-7,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

En septiembre la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel pesimista registrado en agosto. El índice retrocedió 4,6 puntos en el mes, y 7,9 puntos en doce meses.

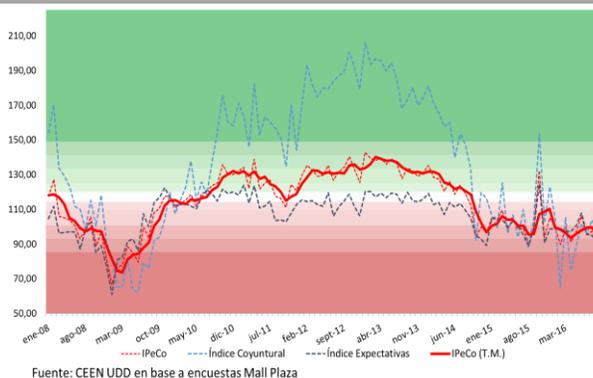
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) disminuyó gradualmente en 7,4 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) retrocedió 3,7 puntos, pasando de nivel pesimista a muy pesimista.

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

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados principalmente negativos. En el estrato ABC1 la confianza disminuyó de pesimista a muy pesimista. En el C2 aumentó, pero se mantuvo en un rango muy pesimista. En el C3 retrocedió, aunque se mantuvo pesimista. En el D retrocedió de levemente pesimista a pesimista. Para el estrato E no se registraron mediciones.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. En la Región Metropolitana retrocedió de moderadamente pesimista a pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío disminuyó de levemente pesimista a moderadamente pesimista.

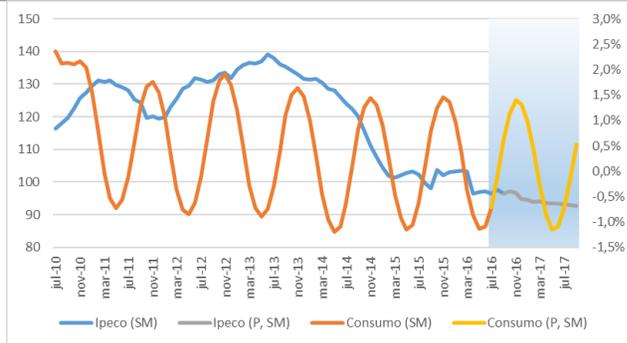
GRÁFICO 1
Índice de Percepción de Consumidores
Base dic-2001 = 100



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

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 ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento del consumo total



SM = semestre móvil; P = predicción
Fuente: CEEN y Banco Central

La confianza se mantiene pesimista

En septiembre la confianza de los consumidores retrocedió gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, al igual que en julio y agosto.

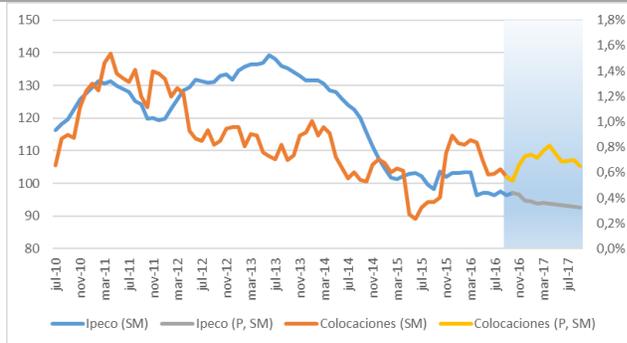
El promedio móvil trimestral del IPeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, disminuyó marcadamente, pese a lo cual se mantuvo pesimista, nivel en el que se ha ubicado persistentemente durante los últimos 5 meses.

Durante el último mes las noticias económicas han sido principalmente positivas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de agosto fue de un 2,5% en doce meses, mientras que la inflación de agosto fue de 0,0%, alcanzando un 3,4% en doce meses. Sin embargo, el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) disminuyó en un 2,0% en agosto y aumentó un magro 0,2% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo disminuyó a 6,9% en el trimestre terminado en agosto, acompañada de un aumento marginal en el índice real de remuneraciones de julio, que se incrementó en un 0,2% respecto del mes anterior, mientras que en doce meses ha crecido un 0,8%. Estos antecedentes sugieren que en los próximos meses la confianza de los consumidores se mantendrá en torno a niveles pesimistas.

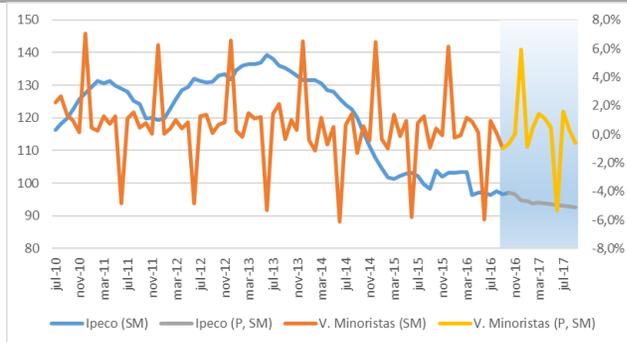
Nuestra proyección del IPeCo indica que la confianza de los consumidores se mantendría en torno al nivel actual, al igual que el consumo agregado, cuyo crecimiento estaría en torno a un 1,4% en el año 2016 (Gráfico 2). Por otro lado, proyectamos que las colocaciones de consumo del sistema bancario crecerían a una tasa promedio mensual de aproximadamente 0,7% en los próximos 12 meses, acumulando un crecimiento anual alrededor del 8,8% en doce meses (Gráfico 3). Finalmente, nuestras proyecciones indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 0,4%, acumulando un crecimiento en torno al 5% durante los próximos 12 meses (Gráfico 4).

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento mensual de las colocaciones de consumo



SM = semestre móvil; P = predicción
Fuente: CEEN y Banco Central

GRÁFICO 4
IPeCo y Crecimiento mensual de las ventas minoristas



SM = semestre móvil; P = predicción
Fuente: CEEN e INE.

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
sept-15	100,33	104,80	98,94	102,41	112,56	103,93	86,14	102,19
oct-15	132,12	153,54	124,64	135,17	195,83	117,21	148,34	116,83
nov-15	93,56	102,12	90,66	107,09	94,49	93,06	73,27	99,42
dic-15	105,06	123,19	98,71	97,65	179,60	93,46	98,48	104,06
ene-16	100,09	105,06	98,52	84,36	150,93	101,81	91,66	99,65
feb-16	89,61	64,61	98,92	80,33	33,61	102,63	77,68	108,86
mar-16	99,44	105,31	97,54	105,28	108,16	96,38	88,67	104,36
abr-16	90,95	74,54	97,13	88,62	47,25	97,85	82,37	105,87
may-16	96,88	88,15	100,28	95,60	74,98	99,63	104,55	98,19
jun-16	106,02	101,60	107,88	101,71	104,08	101,92	113,05	110,48
jul-16	95,47	96,10	95,47	88,66	114,13	91,91	90,64	102,10
ago-16	97,12	103,89	94,88	100,53	113,64	77,25	107,00	104,61
sept-16	92,47	96,49	91,23	92,81	106,69	89,88	92,29	91,88
var. m/m	-4,6	-7,4	-3,7	-7,7	-7,0	12,6	-14,7	-12,7
var. a/a	-7,9	-8,3	-7,7	-9,6	-5,9	-14,0	6,2	-10,3

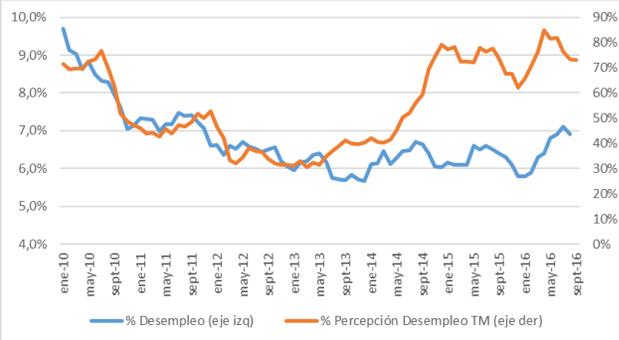
Fuente: CEEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en la actualidad se mantuvo en el nivel pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) retrocedió 7,4 puntos en septiembre, aunque se mantuvo en el nivel pesimista. Este retroceso se debió a caídas en las dos percepciones que componen el índice. La percepción de la **situación económica actual** bajó gradualmente en 7,7 puntos, aunque se mantuvo en el nivel pesimista, debido a una disminución de las visiones optimistas y un aumento de las visiones pesimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual**, disminuyó marginalmente, en 7,0 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al pesimista, lo que se debió a una caída en las visiones neutrales y un avance de las visiones pesimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido en 7,9 puntos, principalmente por la caída en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3).

Durante el último mes la percepción del desempleo declarada por los consumidores no cambió, pese a la última disminución en la tasa de desempleo del INE, que interrumpió una racha negativa de seis alzas sucesivas en la tasa de desempleo. De esta manera, la percepción del desempleo se mantiene alta en relación al desempleo efectivo (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



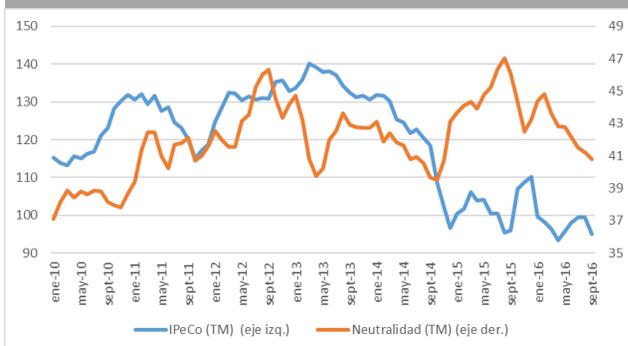
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	2,23	-0,37	-1,86
Desempleo Actual	3,71	-3,53	-0,18
Situación Económica Futura	-5,44	0,20	5,25
Desempleo Futuro	4,45	-0,48	-3,96
Ingreso Futuro	7,83	-7,15	-0,68

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

GRÁFICO 6
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



TM = trimestre móvil

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en el futuro retrocedió al nivel muy pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó gradualmente, pasando de nivel pesimista a muy pesimista. Esto fue resultado de retrocesos en las percepciones del desempleo futuro e ingresos futuros, mientras que la percepción de la situación económica futura mejoró.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó marcadamente en 12,6 puntos en septiembre, pasando de nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un avance de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió gradualmente en 14,7 puntos, pasando del nivel levemente pesimista al pesimista, debido a una disminución de las visiones optimistas y un avance de las visiones pesimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** disminuyó marcadamente en 12,7 puntos, pasando de nivel neutral a muy pesimista. Esto fue el resultado de un retroceso en las visiones neutrales y un avance en las visiones pesimistas.

Las visiones de estabilidad de la confianza retrocedieron

Durante septiembre las visiones de estabilidad en las percepciones disminuyeron gradualmente, alcanzando un 40,3% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explica por disminuciones graduales tanto en las visiones neutrales del futuro, como en las visiones neutrales de la actualidad. La media móvil trimestral de la neutralidad también disminuyó en forma gradual hasta un 40,8% (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
sept-15	108,3	105,6	89,2	86,5	119,8
oct-15	115,7	124,9	141,9	143,2	41,1
nov-15	111,4	97,4	82,0	85,7	93,9
dic-15	90,0	108,6	99,9	88,9	
ene-16	117,0	95,6	94,3	98,8	
feb-16	90,4	93,8	83,7	70,1	
mar-16	96,0	97,5	92,8	96,1	
abr-16	83,4	87,9	94,6	85,6	75,4
may-16	75,3	97,2	99,9	100,3	109,7
jun-16	77,6	101,8	124,2	109,0	102,8
jul-16	59,1	100,5	94,6	107,8	116,6
ago-16	92,7	87,8	101,2	105,6	102,8
sept-16	85,3	89,8	93,5	81,4	
var. m/m	-7,4	2,0	-7,7	-24,2	
var. a/a	-23,1	-15,8	4,4	-5,1	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
sept-15	102,0	118,0
oct-15	127,4	150,5
nov-15	99,8	114,0
dic-15	96,7	141,3
ene-16	91,9	133,3
feb-16	84,1	119,8
mar-16	110,8	110,4
abr-16	88,0	106,8
may-16	110,2	106,8
jun-16	121,4	115,7
jul-16	117,9	99,2
ago-16	112,0	106,1
sept-16	106,4	100,4
var. m/m	-5,6	-5,7
var. a/a	4,4	-17,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados principalmente negativos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados principalmente negativos. En el estrato **ABC1** la confianza disminuyó de pesimista a muy pesimista. En el **C2** aumentó, pero se mantuvo en el nivel muy pesimista. En el **C3** retrocedió, aunque se mantuvo pesimista. En el **D** retrocedió de levemente pesimista a pesimista. No se registraron mediciones para el estrato E.²

El nivel de confianza disminuyó en las regiones

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. En la **Región Metropolitana** retrocedió de moderadamente pesimista a pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** disminuyó de levemente pesimista a moderadamente pesimista (Cuadro 5).

Cristián Echeverría V., Director CEEN
(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl
Guillermo Acuña S., Investigador
guacunas@udd.cl
<http://negocios.udd.cl/ceen>

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.



UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO
Facultad de Economía y Negocios
negocios.udd.cl
fen@udd.cl