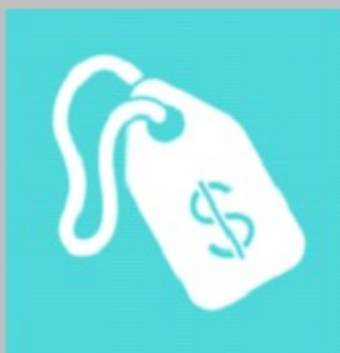


# INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



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

## La confianza de los consumidores aumentó marcadamente

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

| Mes      | IPeCo | Índice Coyuntural | Índice Expectativas |
|----------|-------|-------------------|---------------------|
| 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                |
| 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                |
| var. m/m | 13,0  | 18,1              | 11,1                |
| var. a/a | -22,0 | -78,9             | -1,4                |

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En agosto la confianza de los consumidores aumentó marcadamente (13,0 punto), pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista. En los últimos doce meses ha disminuido 22,0 puntos.

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

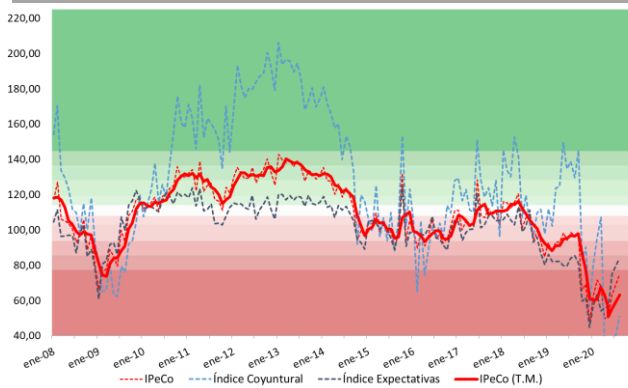
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) avanzó marcadamente (18,1 puntos), pero se mantuvo en el nivel extraordinariamente pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) también avanzó de forma marcada (11,1 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista.

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

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente positivos. La confianza aumentó en el estrato ABC1, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. En el C2 aumentó de extraordinariamente pesimista a muy pesimista. En el C3 aumentó de muy pesimista a pesimista. En el D aumentó, pero se mantuvo en el nivel pesimista. En el estrato E retrocedió, aunque se mantuvo moderadamente pesimista.

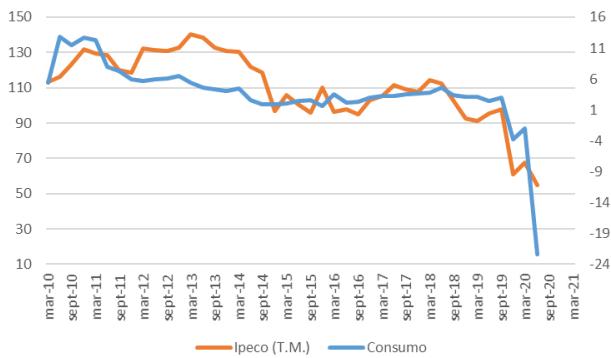
A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó de muy pesimista a moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío-Bío aumentó, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista.

**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 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 aumentó marcadamente

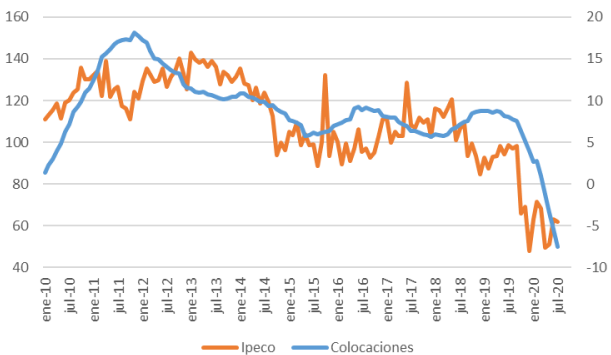
En agosto la confianza de los consumidores registró un marcado avance, pasando del nivel extraordinariamente pesimista a muy pesimista.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, aumentó marcadamente, aunque permaneció en el nivel extraordinariamente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente negativas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de junio disminuyó 12,4% en doce meses. El IPC de julio aumentó un 0,1%, acumulando un crecimiento de 2,5% en doce meses, mientras que el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 5,4% en julio, con lo que acumula una caída de 11,2% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 13,1% en el trimestre terminado en julio, mientras que el índice real de remuneraciones aumentó en 0,1% en junio, acumulando un crecimiento de 0,1% 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

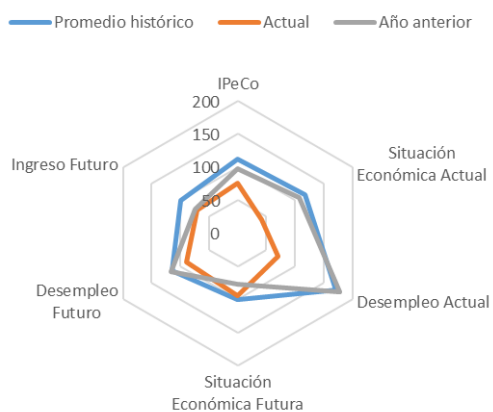
El consumo privado disminuyó un 22,4% entre el segundo trimestre de 2019 y 2020 (Gráfico 2), mientras que el PIB sufrió una caída histórica de 14,1% real. Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 1,7% en julio, acumulando una caída de 7,5% en 12 meses (Gráfico 3).

**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 |
|----------|-------|-------------------|---------------------|----------------------------|------------------|----------------------------|------------------|----------------|
| 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           |
| 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           |
| var. m/m | 13,0  | 18,1              | 11,1                | 18,3                       | 18,3             | 11,9                       | 13,8             | 8,7            |
| var. a/a | -22,0 | -78,9             | -1,4                | -65,8                      | -108,2           | 17,4                       | -27,9            | -3,0           |

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

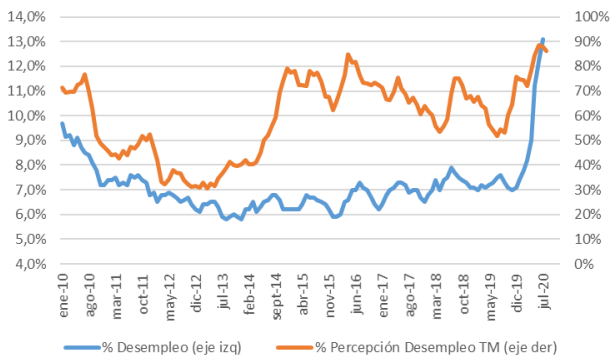
#### La confianza en la actualidad se mantuvo en nivel extraordinariamente pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó marcadamente en agosto (18,1 puntos), manteniéndose extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un marcado avance en la percepción de la situación económica actual, sumado a un aumento gradual en la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó en 18,3 puntos, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** avanzó 18,3 puntos, pasando del nivel muy pesimista a pesimista, debido a un retroceso de las visiones pesimistas y un avance de las visiones neutrales y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido en 78,9 puntos, principalmente debido a la caída en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

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

**GRÁFICO 5**  
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



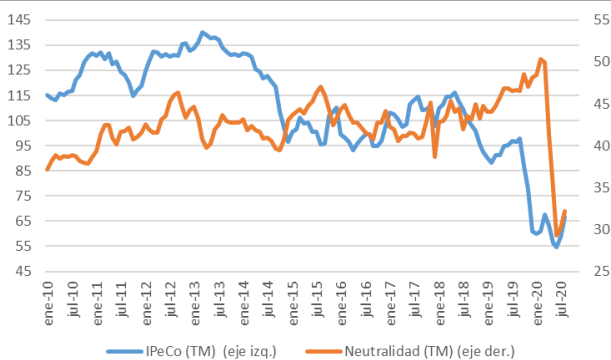
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

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

|                            | Pesimistas | Neutrales | Optimistas |
|----------------------------|------------|-----------|------------|
| Situación Económica Actual | -11,91     | 7,71      | 4,20       |
| Desempleo Actual           | -7,53      | 4,22      | 3,31       |
| Situación Económica Futura | -5,47      | -0,73     | 6,20       |
| Desempleo Futuro           | -7,66      | 5,23      | 2,43       |
| Ingreso Futuro             | -5,69      | 3,04      | 2,65       |

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 mejoró marcadamente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó marcadamente (11,1 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista. Esto se debió a marcados avances de las percepciones de la situación económica futura y de los ingresos futuros, sumado a una mejora gradual en la percepción del desempleo futuro.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó 11,9 puntos, pasando del nivel pesimista a levemente pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** avanzó 13,8 puntos, pasando del nivel muy pesimista a pesimista, debido a una caída de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** se incrementó en 8,7 puntos, pasando de extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha caído en 1,4 puntos, principalmente por el retroceso en la percepción del desempleo futuro (Gráfico 4).

## Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente

Durante agosto, las visiones de estabilidad en las percepciones registraron un marcado avance, alcanzando un 34,3% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un marcado aumento en las visiones neutrales de la actualidad, sumado a un avance gradual en las visiones neutrales del futuro. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad aumentó de forma aguda, ubicándose en un 32,2% del total (Gráfico 6).

**CUADRO 4**  
**IPeCo por estrato socioeconómico**  
 Base dic2001 = 100

| Mes \ IPeCo | ABC1  | C2    | C3    | D     | E     |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 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  |
| 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  |
| var. m/m    | 14,6  | 24,2  | 8,1   | 9,5   | -2,9  |
| var. a/a    | -45,2 | -14,0 | -18,7 | -17,2 | -17,5 |

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

### Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mayormente positivas

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente positivos. La confianza aumentó en el estrato **ABC1**, aunque se mantuvo extraordinariamente pesimista. En el **C2** aumentó de extraordinariamente pesimista a muy pesimista. En el **C3** aumentó de muy pesimista a pesimista. En el **D** aumentó, pero se mantuvo en el nivel pesimista. En el estrato **E** retrocedió, aunque se mantuvo moderadamente pesimista.<sup>2</sup>

### En las regiones se registraron resultados positivos

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

**CUADRO 5**  
**IPeCo por región**  
 Base dic2001 = 100

| Mes      | Bío Bío | RM   |
|----------|---------|------|
| 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 |
| 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 |
| var. m/m | 3,1     | 20,3 |
| var. a/a | -66,9   | -4,5 |

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>

<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.

