

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores disminuyó gradualmente.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
oct-20	76,3	58,1	83,1
nov-20	79,0	68,4	83,1
dic-20	67,0	65,1	67,8
ene-21	70,9	71,2	71,0
feb-21	86,9	91,9	85,3
mar-21	80,6	77,6	81,8
abr-21	52,2	46,2	54,6
may-21	76,3	83,2	73,9
jun-21	78,9	79,4	78,9
jul-21	87,5	98,0	83,9
ago-21	81,6	98,3	75,8
sept-21	92,3	110,3	85,9
oct-21	84,6	103,1	78,1
var. m/m	-7,6	-7,2	-7,8
var. a/a	8,3	45,0	-5,0

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En octubre la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente (7,6 puntos), pasando de moderadamente pesimista a pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 8,3 puntos.

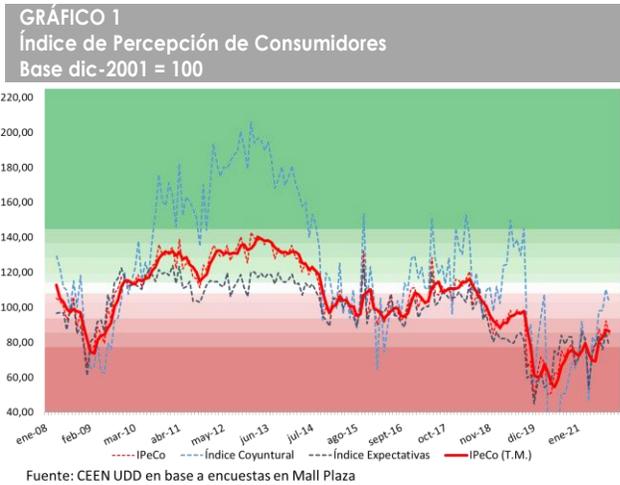
La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, disminuyó marginalmente, aunque se mantuvo pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) retrocedió marginalmente (7,2 puntos), de levemente pesimista a moderadamente pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) disminuyó gradualmente (7,8 puntos), de moderadamente pesimista a pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron marcadamente, debido a una marcada caída de las visiones neutrales del futuro, sumada a una disminución gradual de las visiones neutrales de la actualidad.

En los estratos socioeconómicos se observaron cambios mayormente negativos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó, aunque se mantuvo pesimista. En el C2 retrocedió a muy pesimista. En el C3 disminuyó a moderadamente pesimista. En el D retrocedió, aunque se mantuvo pesimista. En el E no varió, manteniéndose moderadamente pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. La confianza aumentó a neutral en la Región Metropolitana, mientras que en la Región del Bío-Bío retrocedió a muy pesimista.



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 disminuyó gradualmente

En octubre la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente, pasando de moderadamente pesimista a pesimista.

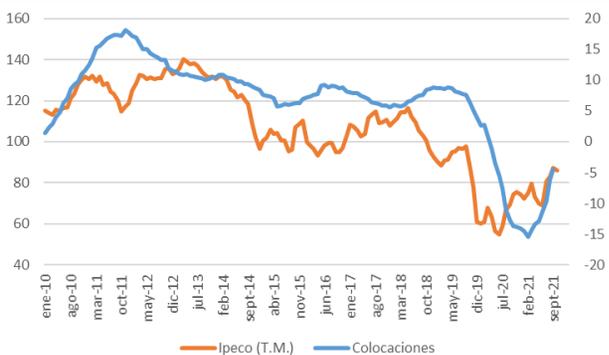
El promedio móvil trimestral del IpeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, disminuyó marginalmente, aunque se mantuvo pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de agosto aumentó un 19,1% en doce meses. El IPC de agosto aumentó un 1,2%, acumulando un crecimiento de 5,3% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) disminuyó un 0,7% en septiembre, con lo que sumó un aumento de 17,9% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo retrocedió a 8,4% en el trimestre terminado en septiembre, mientras que el índice real de remuneraciones de agosto disminuyó un 0,3% durante el mes, acumulando un crecimiento de 1,6% en un año.

El consumo privado aumentó un 31% entre el segundo trimestre de 2020 y 2021 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo aumentaron en un 0,1% en septiembre, acumulando una caída de 4,5% en 12 meses (Gráfico 3).

GRÁFICO 3
IpeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



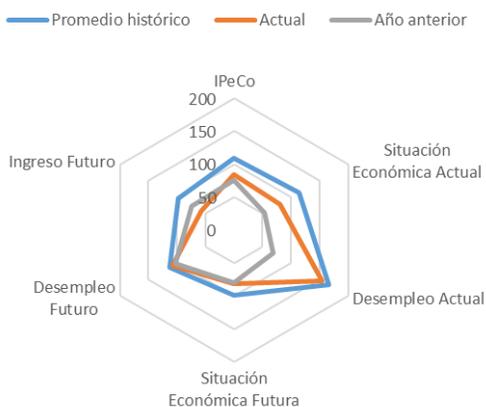
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza y Banco Central

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
oct-20	76,3	58,1	83,1	53,5	69,1	79,9	102,8	73,7
nov-20	79,0	68,4	83,1	61,4	84,6	84,3	94,5	74,5
dic-20	67,0	65,1	67,8	58,7	80,1	66,0	82,4	60,3
ene-21	70,9	71,2	71,0	56,3	104,0	78,5	76,1	60,3
feb-21	86,9	91,9	85,3	71,0	137,8	87,8	105,5	69,8
mar-21	80,6	77,6	81,8	51,9	133,2	82,5	105,5	65,9
abr-21	52,2	46,2	54,6	35,6	69,7	54,5	63,6	48,8
may-21	76,3	83,2	73,9	74,2	104,2	78,9	84,6	62,2
jun-21	78,9	79,4	78,9	80,5	79,3	83,7	82,1	71,9
jul-21	87,5	98,0	83,9	79,3	139,6	79,1	105,3	75,0
ago-21	81,6	98,3	75,8	76,2	146,8	72,5	86,3	72,2
sept-21	92,3	110,3	85,9	88,0	159,6	76,3	116,5	76,0
oct-21	84,6	103,1	78,1	79,8	154,5	80,8	106,8	57,1
var. m/m	-7,6	-7,2	-7,8	-8,2	-5,1	4,5	-9,6	-18,9
var. a/a	8,3	45,0	-5,0	26,2	85,3	0,9	4,0	-16,6

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

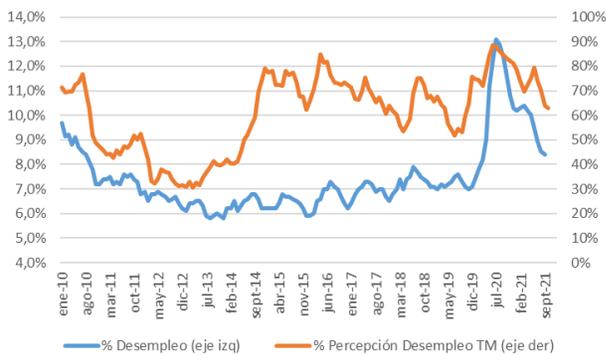
La confianza en la actualidad retrocedió a moderadamente pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó marginalmente en octubre (7,2 puntos), de levemente pesimista a moderadamente pesimista. Esto se debió a una caída gradual en la percepción de la situación económica actual, junto a una disminución marginal de la percepción del desempleo actual.

La percepción de la **situación económica actual** disminuyó en 8,2 puntos durante octubre, de moderadamente pesimista a pesimista, lo que se explica por un aumento de las visiones pesimistas y una caída de las visiones neutrales. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** bajó 5,1 puntos, aunque se mantuvo levemente pesimista, debido a un aumento de las visiones neutrales y una caída de las visiones optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 45,0 puntos, principalmente debido a la mejora en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante octubre el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores disminuyó respecto al mes anterior, en correspondencia con la caída en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en septiembre (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



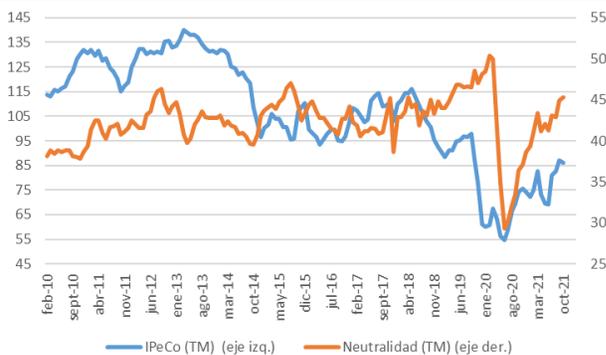
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	6,33	-7,50	1,17
Desempleo Actual	-1,62	3,94	-2,32
Situación Económica Futura	0,81	-6,01	5,20
Desempleo Futuro	4,81	-4,38	-0,44
Ingreso Futuro	10,04	-4,89	-5,14

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 disminuyó gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores retrocedió gradualmente (7,8 puntos), pasando de moderadamente pesimista a pesimista. Esto se debió a una aguda caída de la percepción de los ingresos futuros, sumada a una disminución gradual de la percepción del desempleo futuro. En contraste, la percepción de la situación económica futura aumentó de forma gradual.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó 4,5 puntos, de muy pesimista a pesimista. Esto fue resultado de una caída de las visiones neutrales y un aumento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió 9,6 puntos, de levemente optimista a levemente pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y una disminución de las visiones neutrales. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** cayó 18,9 puntos, de pesimista a extraordinariamente pesimista. Esto se debió a un aumento de las visiones pesimistas y un retroceso de las visiones neutrales y optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha disminuido 5,0 puntos, principalmente por la caída en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron marcadamente

Durante octubre las visiones de estabilidad en las percepciones registraron una marcada caída, alcanzando un 44,2% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por una marcada disminución de las visiones neutrales del futuro, a la que se suma un retroceso gradual de las visiones neutrales de la actualidad. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad prácticamente se mantuvo, ubicándose en un 45,3% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
oct-20	66,8	73,6	76,9	91,0	78,3
nov-20	69,6	80,8	84,6	76,8	78,2
dic-20	70,8	68,8	68,2	68,5	38,6
ene-21	61,5	75,0	81,2	65,8	10,3
feb-21	90,3	86,4	87,8	83,4	85,7
mar-21	72,4	82,6	82,2	84,2	102,8
abr-21	46,3	55,6	63,1	51,4	15,7
may-21	62,2	69,9	96,6	72,8	60,5
jun-21	78,0	87,9	79,4	50,8	20,6
jul-21	91,5	80,5	106,5	68,3	31,9
ago-21	85,4	83,1	85,2	73,6	65,1
sept-21	81,3	90,3	112,7	74,3	61,7
oct-21	83,5	72,9	94,3	74,2	61,7
var. m/m	2,2	-17,4	-18,4	-0,1	0,0
var. a/a	16,7	-0,7	17,4	-16,8	-16,6

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mixtas

En los estratos socioeconómicos se observaron mayormente negativos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó, aunque se mantuvo pesimista. En el **C2** retrocedió a muy pesimista. En el **C3** disminuyó a moderadamente pesimista. En el **D** retrocedió, aunque se mantuvo pesimista. En el **E** no varió, manteniéndose moderadamente pesimista.²

En las regiones se registraron resultados mixtos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. La confianza aumentó a neutral en la **Región Metropolitana**, mientras que en la **Región del Bío-Bío** retrocedió a muy pesimista (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
oct-20	64,0	93,4
nov-20	73,2	96,8
dic-20	56,4	92,1
ene-21	71,1	72,6
feb-21	87,8	97,9
mar-21	74,8	109,4
abr-21	53,6	51,1
may-21	88,6	73,7
jun-21	94,2	69,3
jul-21	108,5	83,2
ago-21	100,8	78,7
sept-21	103,1	96,9
oct-21	76,3	107,1
var. m/m	-26,8	10,1
var. a/a	12,2	13,7

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>

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.

