



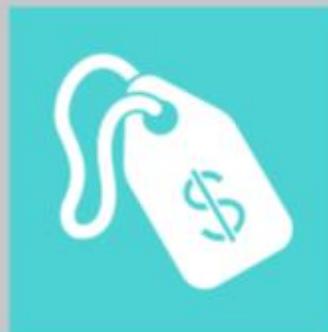
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

N° 138
AGOSTO 2015

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS





ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores cayó a un nivel muy pesimista

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
ago-14	119,3	147,6	109,3
sep-14	112,4	133,3	105,1
oct-14	93,9	92,0	94,9
nov-14	99,8	119,6	92,9
dic-14	96,2	116,4	89,1
ene-15	105,1	106,4	104,9
feb-15	103,5	99,2	105,3
mar-15	109,5	125,3	104,0
abr-15	98,8	96,0	100,0
may-15	103,9	106,8	103,1
jun-15	98,7	93,9	100,6
jul-15	99,0	109,9	95,3
ago-15	88,6	88,2	88,9
var. m/m	-10,4	-21,7	-6,3
var. a/a	-30,7	-59,4	-20,4

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

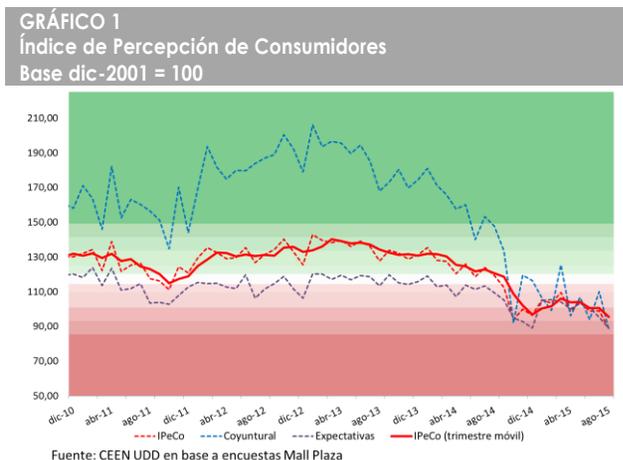
Durante agosto la confianza de los consumidores disminuyó a un nivel muy pesimista, alcanzando su menor nivel en el año. El índice experimentó una gran caída respecto de julio (-10,4 puntos), y en doce meses ha disminuido 30,7 puntos.

Asimismo, la confianza en la actualidad (índice coyuntural), disminuyó en 21,7 puntos, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas), disminuyó en 6,3 puntos. De esta manera, ambos índices se ubican en un nivel muy pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron levemente, principalmente debido a un aumento en las visiones de estabilidad de la situación futura, mientras que las visiones de estabilidad de la actualidad se mantuvieron sin cambios.

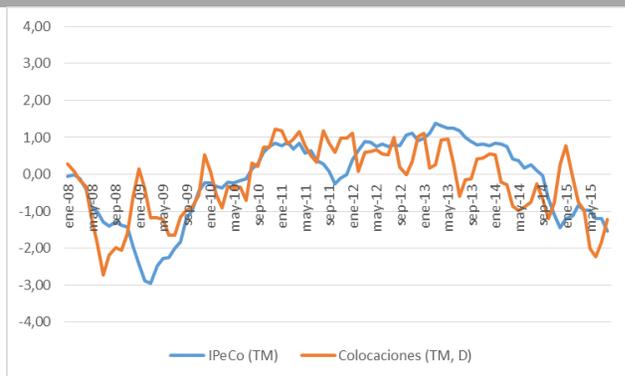
La confianza disminuyó en todos los estratos socioeconómicos, excepto en el C2, en que se mantuvo sin cambios. En los estratos ABC1 y D, la confianza disminuyó desde un nivel moderadamente pesimista a un nivel pesimista, mientras que en el C2 se mantuvo en el nivel pesimista. En el estrato C3 la confianza disminuyó desde un nivel pesimista a muy pesimista, y en el E disminuyó desde un nivel pesimista a un nivel extraordinariamente pesimista.

En regiones, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la Región Metropolitana disminuyó desde un nivel pesimista a extraordinariamente pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío mejoró desde un nivel moderadamente pesimista a levemente 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 ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento de las colocaciones de consumo



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variable en diferencias
Fuente: CEEN y Banco Central

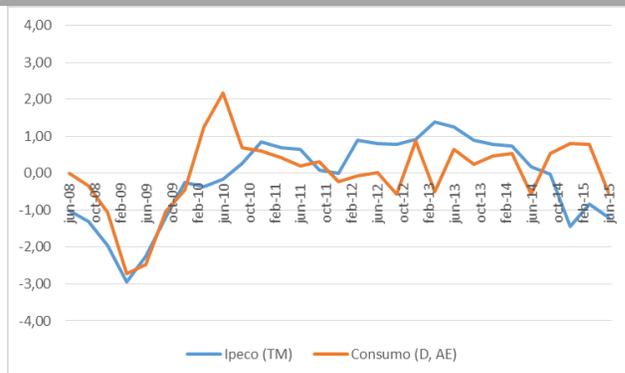
La confianza de los consumidores alcanzó su mínimo del año

En agosto, la confianza de los consumidores disminuyó hasta un nivel muy pesimista, luego de cuatro meses consecutivos en el nivel pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo también disminuyó respecto de su nivel de julio, con lo que la tendencia de la confianza de los consumidores se ubica nuevamente en torno a un nivel pesimista. En una perspectiva anual, el promedio móvil trimestral del índice ha disminuido 25,2 puntos, principalmente debido al retroceso de la confianza en la actualidad.

Durante el último mes se han conocido noticias mixtas para la economía y la confianza de los consumidores. Por una parte, el crecimiento del Imacec de junio fue de 2,5% en doce meses, superior a las expectativas del mercado. Por otra parte, la tasa de desempleo aumentó marginalmente a un 6,6% en el trimestre mayo-junio-julio, mientras que la inflación de agosto fue de 0,7%, muy por sobre las expectativas, alcanzando a un 5,0% en doce meses. La alta y persistente inflación podría inducir al Banco Central a elevar la tasa de política monetaria en el corto plazo, lo que tendría un efecto contractivo sobre recuperación de la economía.

GRÁFICO 3
IpeCo y Crecimiento del consumo total (serie trimestral)



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variables en diferencias; AE = ajustado estacionalmente
Fuente: CEEN y Banco Central

Complementando este escenario, las colocaciones de consumo del sistema bancario disminuyeron en un -0,47% en agosto, la tercera caída de los últimos cuatro meses (Gráfico 2). El consumo agregado aumentó en un 3,5% el segundo trimestre (abril-mayo-junio), mientras que en la serie desestacionalizada creció un magro 1,2%.

El bajo nivel de la confianza de los consumidores hace poco probable un aumento en el crecimiento del consumo durante los próximos meses (Gráfico 3). En cuanto al crecimiento del PIB, alcanzó 1,9% en doce meses, mientras que la serie desestacionalizada no registró variación respecto del trimestre anterior. Esto se debió principalmente a una caída en la inversión, provocando un ajuste a la baja de las expectativas de crecimiento a un 2,2% en el año.

CUADRO 2 Índice de Percepción de Consumidores y Visiones (% de respuestas) Base Dic2001 = 100								
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
ago-14	119,33	147,62	109,32	139,10	169,27	111,77	109,72	106,63
sep-14	112,44	133,32	105,11	136,16	130,95	114,17	83,95	109,70
oct-14	93,94	92,02	94,86	99,36	79,21	98,62	84,55	97,72
nov-14	99,82	119,55	92,88	125,61	110,12	106,51	67,82	95,42
dic-14	96,24	116,44	89,11	139,84	70,87	95,41	74,24	92,40
ene-15	105,13	106,40	104,91	111,15	99,36	105,52	98,91	108,15
feb-15	103,47	99,21	105,27	99,36	101,54	105,20	114,32	99,53
mar-15	109,51	125,34	104,01	119,46	140,89	106,50	102,86	102,29
abr-15	98,79	96,03	100,03	95,77	99,14	98,27	88,00	109,47
may-15	103,91	106,77	103,12	108,39	106,24	112,74	85,41	104,92
jun-15	98,67	93,89	100,64	108,03	66,98	110,15	74,91	107,69
jul-15	99,00	109,95	95,25	107,29	118,40	95,36	89,59	98,77
ago-15	88,58	88,20	88,93	86,45	94,20	91,56	78,53	92,97
var. m/m	-10,4	-21,7	-6,3	-20,8	-24,2	-3,8	-11,1	-5,8
var. a/a	-30,7	-59,4	-20,4	-52,7	-75,1	-20,2	-31,2	-13,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Analizando los factores que determinan los ingresos de los hogares, el desempleo aumentó levemente, desde un 6,5% a un 6,6% en el trimestre terminado en julio, mientras que las remuneraciones reales aumentaron en un 0,6% en el mes, luego de tres caídas consecutivas, creciendo un 1,5% en doce meses. Estos factores han contribuido a que el consumo se haya decelerado en forma importante, lo que se reflejó en que el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) disminuyera en un 0,2% mensual en julio, o haya aumentado solo un 2,9% en doce meses.

Con estos antecedentes, anticipamos que en los próximos meses la confianza de los consumidores podría mantenerse en torno a niveles pesimistas, ya que la alta inflación y eventual alza de tasas de interés incorporará otro elemento contractivo sobre la actividad económica.

La confianza en la actualidad disminuyó a un nivel muy pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) sufrió una gran caída de 21,7 puntos en agosto, más que compensando el aumento de 16,1 puntos del mes previo. Con este resultado, cayó desde un nivel moderadamente pesimista hasta un nivel muy pesimista. Esta caída se debió a una disminución en las dos percepciones que componen el índice. La percepción del **desempleo actual**, disminuyó en 24,2 puntos, alcanzando un nivel pesimista (desde un nivel moderadamente pesimista observado en julio), lo que se debió a una disminución de las visiones optimistas y a un aumento de las visiones neutrales. Por otro lado, la percepción de la **situación económica actual** disminuyó en 20,8 puntos, alcanzando un nivel muy pesimista (desde un nivel moderadamente pesimista observado en julio), luego de disminuciones en las visiones neutrales y optimistas, y un aumento de las visiones pesimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído en forma significativa (-59,4 puntos) (Cuadros 2 y 3).

Cabe destacar que desde el segundo semestre del año pasado, la percepción del desempleo declarada por los consumidores ha crecido muy por sobre el desempleo efectivo, que se ha mantenido bajo. Sin embargo, a partir del primer semestre de este año el cambio en la percepción del desempleo ha seguido más de cerca el cambio de la tasa de desempleo efectivo, aunque la brecha entre ambos indicadores se ha mantenido (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



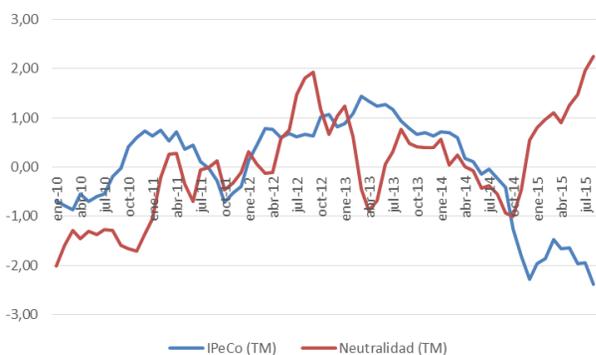
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	7,10	-2,89	-4,20
Desempleo Actual	0,84	2,86	-3,70
Situación Económica Futura	-1,61	11,92	-10,32
Desempleo Futuro	1,26	2,64	-3,90
Ingreso Futuro	3,41	-3,45	0,04

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

GRÁFICO 5
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



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

La confianza en el futuro disminuyó a un nivel muy pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó en 6,3 puntos, alcanzando un nivel muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución en todas las percepciones que componen el índice: situación económica futura, ingresos futuros y desempleo futuro.

En agosto, la percepción de la **situación económica futura** disminuyó en 3,8 puntos, con lo que retrocedió desde un nivel pesimista a uno muy pesimista. Esto se debió a una disminución de las visiones optimistas y un aumento de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** disminuyó en 11,1 puntos, desde un nivel pesimista a uno muy pesimista, debido a una caída en las visiones optimistas y un aumento de las visiones neutrales. Finalmente, la percepción sobre los **ingresos futuros** disminuyó en 5,8 puntos, alcanzado un nivel pesimista desde el nivel moderadamente pesimista registrado en julio. Esto fue el resultado de una disminución en las visiones neutrales y un aumento en las visiones pesimistas.

Las visiones neutrales se mantuvieron elevadas

Durante julio, las visiones neutrales aumentaron a un 47,9%, desde el 45,7% declarado en julio, lo que se debió a un aumento de las visiones neutrales de la confianza en el futuro. Con esto, la media móvil trimestral de las visiones neutrales mantuvo su tendencia al alza (Gráfico 5).

La alta proporción de las visiones neutrales, que se debió principalmente a una caída de las visiones optimistas, sugiere que en el corto plazo la confianza de los consumidores permanecería en torno a los niveles de pesimismo actual.

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
ago-14	117,2	111,5	134,2	95,8	96,0
sep-14	122,6	108,6	115,1	95,2	25,7
oct-14	111,2	91,7	93,8	85,7	48,0
nov-14	105,7	93,4	108,8	81,6	56,2
dic-14	105,3	105,0	98,5	71,1	90,5
ene-15	100,7	105,1	107,7	90,1	54,4
feb-15	96,9	100,5	111,4	98,3	53,7
mar-15	102,6	106,3	110,0	117,1	89,1
abr-15	85,1	91,8	101,3	115,4	134,4
may-15	112,6	102,5	112,1	72,9	54,8
jun-15	101,6	101,0	101,1	86,6	68,6
jul-15	110,2	93,6	103,5	97,2	47,1
ago-15	97,1	95,1	90,0	79,8	8,2
var. m/m	-13,2	1,5	-13,6	-17,4	-38,9
var. a/a	-20,1	-16,4	-44,3	-15,9	-87,8

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza disminuyó en la mayoría de los estratos

La confianza de los consumidores disminuyó en todos los estratos socioeconómicos, excepto en el C2, en que se mantuvo estable. En los estratos **ABC1** y **D**, la confianza disminuyó desde un nivel moderadamente pesimista a un nivel pesimista, mientras que en el **C2** se mantuvo en el nivel pesimista. En el estrato **C3** la confianza disminuyó desde un nivel pesimista a muy pesimista, y en el **E** disminuyó desde un nivel pesimista a un nivel extraordinariamente pesimista (Cuadro 4).²

El nivel de confianza se mantuvo a nivel regional

En regiones, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la **Región Metropolitana** disminuyó desde un nivel pesimista a extraordinariamente pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** mejoró desde un nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista (Cuadro 5).

CUADRO 5
IPeCo por región
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	Bío Bío	RM
ago-14	102,5	144,6
sep-14	110,9	131,0
oct-14	99,3	105,6
nov-14	94,4	117,5
dic-14	106,0	113,1
ene-15	104,2	122,8
feb-15	109,4	116,7
mar-15	113,6	125,7
abr-15	128,1	106,1
may-15	106,0	117,1
jun-15	102,5	114,8
jul-15	100,3	113,5
ago-15	114,5	84,4
var. m/m	14,2	-29,1
var. a/a	12,0	-60,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Cristián Echeverría V., Director CEEN
(02) 327.9792 | cecheverria@udd.cl
Guillermo Acuña S., Investigador
guacunas@udd.cl
M. Carolina Grünwald N., Investigadora
m.grunwald@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