



Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

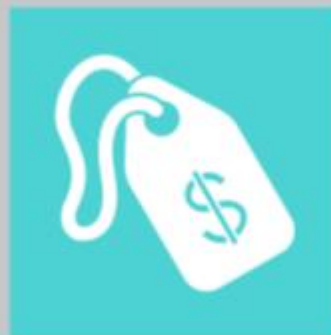
N° 143

ENERO
2016

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS





ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores disminuye gradualmente

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
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
var. m/m	-5,0	-18,1	-0,2
var. a/a	-5,0	-1,3	-6,4

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza de los consumidores disminuyó gradualmente en enero alcanzando el nivel **pesimista**. Durante diciembre la confianza se encontraba en el nivel moderadamente pesimista. El índice disminuyó en 5 puntos respecto del mes anterior, y 5 puntos respecto de enero del 2015.

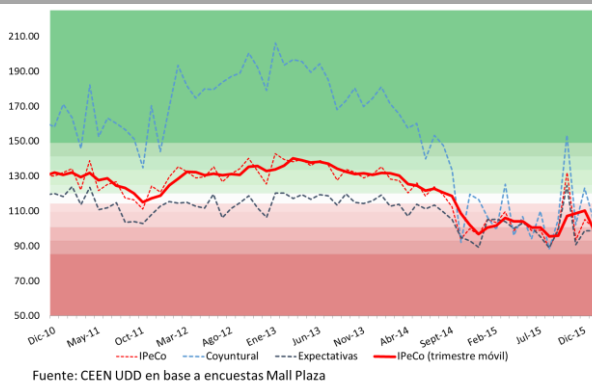
La confianza en la actualidad (índice coyuntural), disminuyó marcadamente en 18 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al nivel pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) no varió, manteniéndose en el nivel moderadamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron gradualmente, debido a una disminución similar de las visiones neutrales del futuro, mientras que las visiones de estabilidad de la actualidad aumentaron marginalmente.

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó de muy pesimista a neutral. En el C2 disminuyó de levemente pesimista a pesimista. En el C3 se mantuvo pesimista. En el D aumentó de moderadamente pesimista a levemente pesimista. En esta versión de la encuesta no se registraron mediciones para el estrato E.

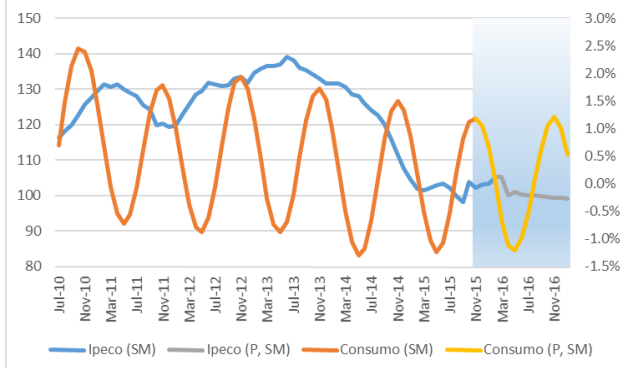
A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. En la Región Metropolitana disminuyó de moderadamente optimista a levemente optimista, mientras que en la Región del Biobío se mantuvo en el nivel pesimista.

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



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 disminuyó gradualmente

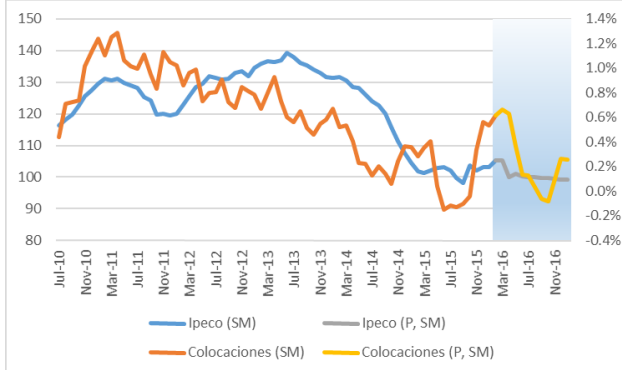
En enero la confianza de los consumidores disminuyó gradualmente para ubicarse en el nivel pesimista, luego de que en diciembre se situara en el nivel moderadamente pesimista.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, disminuyó al nivel pesimista, luego de haberse ubicado durante los últimos tres meses en el nivel moderadamente pesimista.

La proyección del IpeCo sugiere que la confianza de los consumidores se mantendría, en promedio, en los niveles actuales durante los próximos doce meses. Esto implica una proyección de crecimiento nulo del consumo agregado durante el año, desacelerándose marginalmente respecto de 2015 (Gráfico 2).

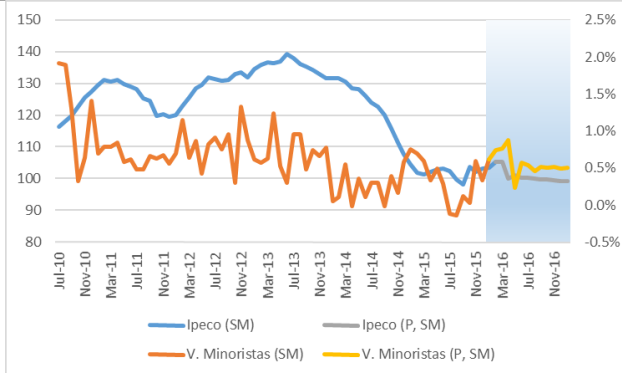
Por otro lado, proyectamos que las colocaciones de consumo crecerían a una tasa promedio mensual de aproximadamente 0,3% en los próximos 12 meses, acumulando un alza anual en torno a 2,5% (Gráfico 3). Finalmente, nuestras proyecciones indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 0,6% aproximadamente, acumulando un crecimiento en torno a 6,5% anual en 2016 (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 INEI

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
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
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
var. m/m	-5,0	-18,1	-0,2	-13,3	-28,7	8,3	-6,8	-4,4
var. a/a	-5,0	-1,3	-6,4	-26,8	51,6	-3,7	-7,2	-8,5

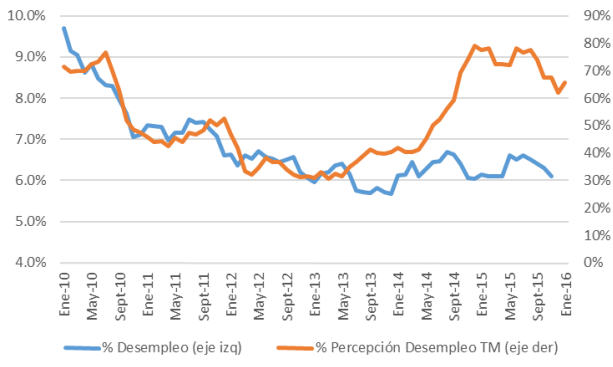
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en la actualidad disminuyó al nivel pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó en 18 puntos en enero, desde el nivel moderadamente pesimista hasta el nivel pesimista. Esta disminución se debió a caídas en las dos percepciones que componen el índice. Por una parte, la percepción de la **situación económica actual** disminuyó en 13,3 puntos, pasando del nivel pesimista al muy pesimista, luego de una disminución en las visiones optimistas y un aumento de las visiones neutrales. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual**, disminuyó en 28,7 puntos, desde el nivel levemente pesimista al nivel moderadamente pesimista, lo que se debió a un aumento de las visiones pesimistas y a caídas en las visiones optimistas y neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha disminuido en 1,3 puntos, principalmente por la disminución en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3).

Cabe destacar que, desde el segundo semestre del año pasado, la percepción del desempleo declarada por los consumidores había crecido muy por sobre el aumento del 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, y la brecha entre ambos ha comenzado a reducirse (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



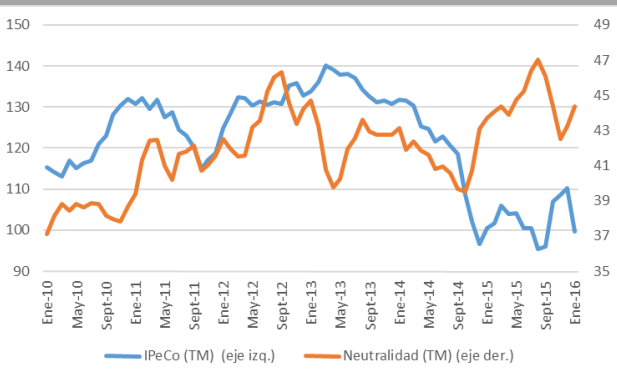
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	0,78	3,92	-4,71
Desempleo Actual	4,31	-1,57	-2,75
Situación Económica Futura	-2,75	-4,31	7,06
Desempleo Futuro	6,27	-9,02	2,75
Ingreso Futuro	3,53	-4,31	0,78

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 se mantuvo moderadamente pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores prácticamente no varió, manteniéndose en el nivel moderadamente pesimista. Esto fue resultado de un aumento en la percepción de la situación económica futura, y retrocesos en las percepciones del desempleo futuro e ingreso futuro.

Durante enero la percepción de la **situación económica futura** aumentó en 8,3 puntos respecto del mes anterior, pasando del nivel pesimista al levemente pesimista, como resultado de un aumento en las visiones optimistas, y disminuciones en las visiones pesimistas y neutrales. La percepción del **desempleo futuro** disminuyó en 6,8 puntos, desde el nivel muy moderadamente pesimista al pesimista, debido a una disminución en las visiones neutrales, y a aumentos en las visiones pesimistas y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** disminuyó en 4,4 puntos, alcanzando el nivel moderadamente pesimista desde el nivel neutral registrado en diciembre. Esto fue el resultado de una disminución en las visiones neutrales y un aumento en las visiones pesimistas.

Las visiones de estabilidad disminuyeron gradualmente

Durante enero, las visiones de estabilidad en las percepciones disminuyeron gradualmente a un 43,8%, desde el 46,9% declarado en diciembre. Este resultado se debió a un retroceso gradual en las visiones neutrales de la confianza en el futuro, que fue mayor al alza marginal en las visiones neutrales de la actualidad en el futuro. Sin embargo, la media móvil trimestral de la neutralidad aumentó marginalmente hasta alcanzar un 44,4% (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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
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	
var. m/m	27,0	-13,0	-5,6	9,8	0,0
var. a/a	16,3	-9,5	-13,4	8,6	-54,4

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
mes	Biobío	RM
Dic-14	104,2	122,8
Ene-15	109,4	116,7
Feb-15	113,6	125,7
Mar-15	128,1	106,1
Abr-15	106,0	117,1
May-15	102,5	114,8
Jun-15	100,3	113,5
Jul-15	114,5	84,4
Ago-15	102,0	118,0
Sept-15	127,4	150,5
Oct-15	99,8	114,0
Nov-15	96,7	141,3
Dic-15	91,9	133,3
var. m/m	-4,7	-8,0
var. a/a	-12,3	10,5

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados mixtos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó de muy pesimista a neutral. En el **C2** disminuyó de levemente pesimista a pesimista. En el **C3** se mantuvo pesimista. En el **D** aumentó de moderadamente pesimista a levemente pesimista. En esta versión de la encuesta no se registraron mediciones para el estrato E (Cuadro 4).²

El nivel de confianza fue moderadamente pesimista en la RM y Región del Biobío.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron negativos. En la **Región Metropolitana** disminuyó de moderadamente optimista a levemente optimista, mientras que en la **Región del Biobío** se mantuvo en el nivel 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