



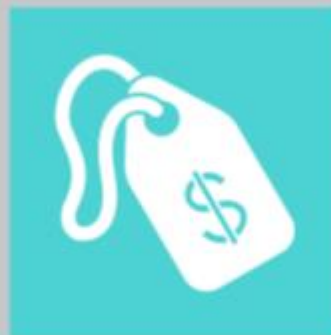
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

N° 152
NOVIEMBRE
2016

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS





ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

En octubre 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
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
oct-16	95,1	113,9	88,5
var. m/m	2,7	17,4	-2,7
var. a/a	-37,0	-39,6	-36,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

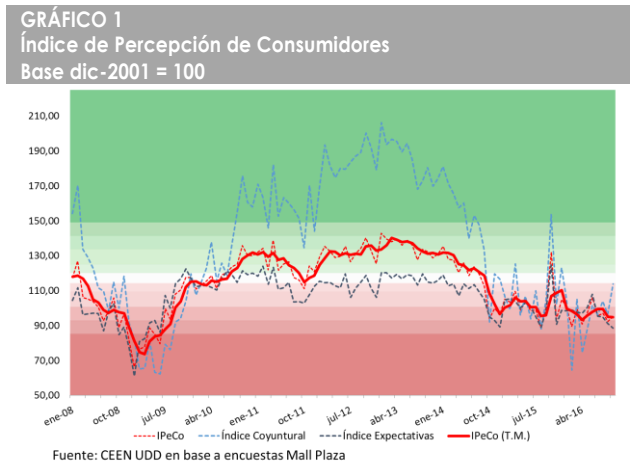
En octubre la confianza de los consumidores aumentó marginalmente, aunque se mantuvo en el nivel pesimista registrado en septiembre. El índice avanzó 2,7 puntos en el mes, mientras que ha disminuido 37 puntos en doce meses.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó marcadamente en 17,4 puntos, pasando del nivel pesimista al moderadamente pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) retrocedió 2,7 puntos, pasando del nivel pesimista al muy pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza avanzaron marcadamente, debido a aumentos similares en las visiones neutrales de la actualidad y del futuro.

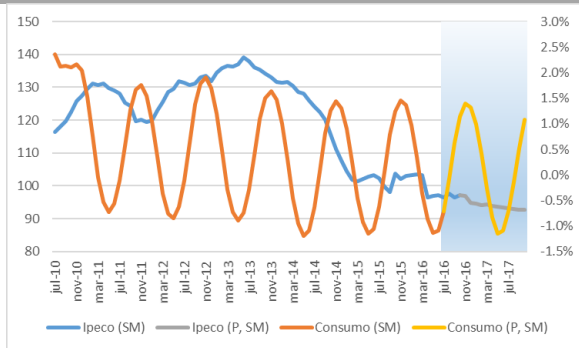
En los estratos socioeconómicos se observaron resultados principalmente positivos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó de muy pesimista a moderadamente pesimista. En el C2 aumentó, pero se mantuvo en el nivel pesimista. En el C3 retrocedió, pasando del nivel pesimista a muy pesimista. En el D avanzó de pesimista a moderadamente pesimista. No se registraron mediciones para el estrato E.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la Región Metropolitana aumentó de pesimista a moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío no varió, manteniéndose moderadamente pesimista.



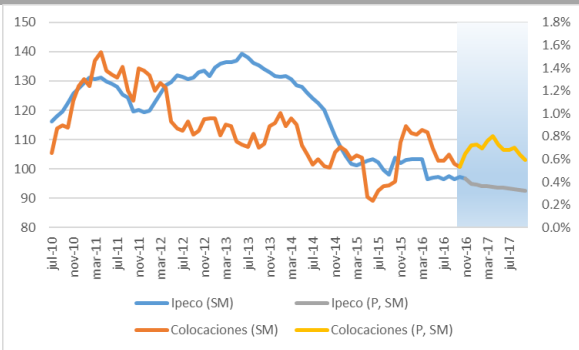
¹ El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IpeCo y Crecimiento del consumo total



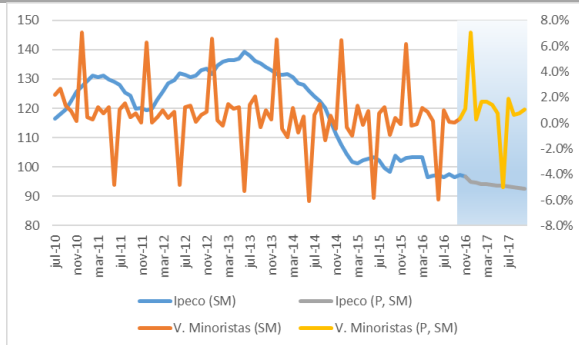
SM = semestre móvil; P = predicción
Fuente: CEEN y Banco Central

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.

La confianza se mantiene pesimista

En octubre la confianza de los consumidores aumentó marginalmente, aunque se mantuvo en el nivel pesimista por cuarto mes consecutivo.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, no varió significativamente, manteniéndose pesimista, nivel en el que se ha ubicado persistentemente durante los últimos 6 meses.

Durante el último mes las noticias económicas han sido 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 0,2%, alcanzando un 3,1% en doce meses. Asimismo, el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) aumentó en un 2,7% en septiembre y un 7,4% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo disminuyó a 6,8% en el trimestre terminado en septiembre, mientras que el índice real de remuneraciones aumentó un 0,5% en agosto y un 2,1% en doce meses. Si las buenas cifras económicas se consolidan durante los próximos meses, entonces se podría esperar una mejora en la confianza de los consumidores.

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 1,7% 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 en torno a 8,8% en doce meses (Gráfico 3). Finalmente, nuestras proyecciones indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 1,2%, acumulando un crecimiento en torno al 15,8% durante los próximos 12 meses (Gráfico 4).

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-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
oct-16	95,15	113,91	88,55	110,40	124,24	89,09	78,74	94,29
var. m/m	2,7	17,4	-2,7	17,6	17,6	-0,8	-13,5	2,4
var. a/a	-37,0	-39,6	-36,1	-24,8	-71,6	-28,1	-69,6	-22,5

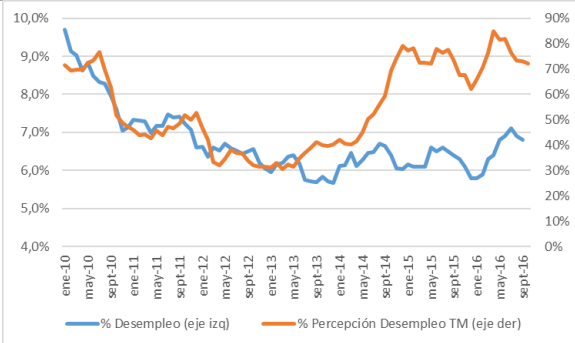
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en la actualidad avanza al nivel moderadamente pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó 17,4 en octubre, pasando del nivel pesimista al moderadamente pesimista. Este avance se debió a mejoras en las dos percepciones que componen el índice. La percepción de la **situación económica actual** aumentó marcadamente en 17,6 puntos, pasando del nivel pesimista al moderadamente 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**, aumentó gradualmente en 17,6 puntos, pasando del nivel pesimista al moderadamente pesimista, lo que se debió a una caída en 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 39,6 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 ha variado, pese a las últimas dos disminuciones en la tasa de desempleo del INE. 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



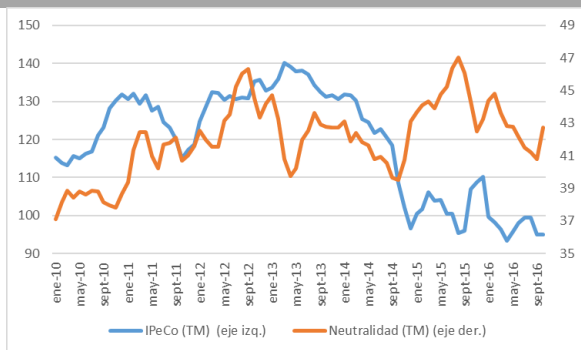
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-5,78	2,52	3,26
Desempleo Actual	-6,53	5,18	1,35
Situación Económica Futura	-0,01	1,13	-1,12
Desempleo Futuro	-1,09	8,25	-7,15
Ingreso Futuro	-3,21	7,58	-4,37

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 del nivel pesimista al muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución gradual en la percepción del desempleo futuro, mientras que la percepción de la situación económica futura se mantuvo sin cambios, y la percepción de los ingresos futuros mejoró marginalmente.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó marginalmente en 0,8 puntos en octubre, manteniéndose en el nivel muy pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones optimistas y un avance de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió gradualmente en 13,5 puntos, pasando del nivel pesimista al muy pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y optimistas, y un avance de las visiones neutrales. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó marginalmente en 2,4 puntos, pasando del nivel muy pesimista al pesimista. Esto fue el resultado de un retroceso en las visiones pesimistas y optimistas, y un avance en las visiones neutrales.

Avanzan las visiones de estabilidad de la confianza

Durante octubre, las visiones de estabilidad en las percepciones aumentaron marcadamente, alcanzando un 45,2% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explica por avances marcados tanto en las visiones neutrales del futuro como en las visiones neutrales de la actualidad. La media móvil trimestral de la neutralidad aumentó en forma aguda hasta un 42,7% (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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	
oct-16	99.8	91.8	86.7	90.7	
var. m/m	14.6	2.0	-6.8	9.3	
var. a/a	-15.8	-33.1	-55.2	-52.4	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
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
oct-16	106,0	107,3
var. m/m	-0,4	6,9
var. a/a	-21,4	-43,2

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados principalmente positivos

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

En las regiones se observaron resultados mixtos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la **Región Metropolitana** aumentó de pesimista a moderadamente pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** no varió, manteniéndose 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