



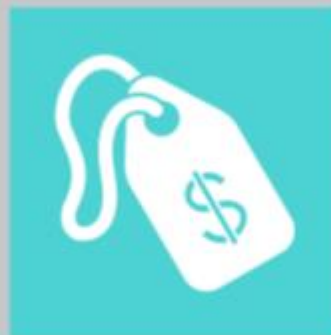
Universidad del Desarrollo  
Facultad de Economía y Negocios

N° 153  
DICIEMBRE  
2016

# ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN  
ECONOMÍA Y NEGOCIOS





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

La confianza de los consumidores en noviembre aumentó discretamente al nivel moderadamente pesimista.

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
nov-16	102,7	109,5	100,4
var. m/m	7,5	-4,4	11,9
var. a/a	9,1	7,4	9,8

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

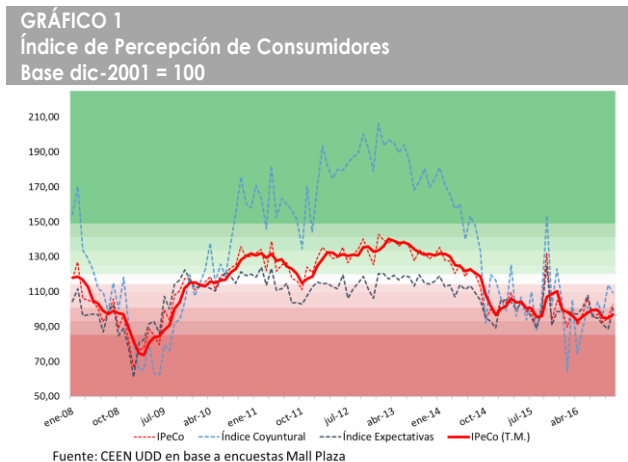
En noviembre la confianza de los consumidores mejoró discretamente, pasando de nivel pesimista a moderadamente pesimista. El índice avanzó 7,5 puntos en el mes y 9,1 puntos en los últimos doce meses.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural), aunque retrocedió marginalmente en 4,4 puntos, se mantuvo en nivel moderadamente pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) avanzó notoriamente 11,9 puntos, pasando de nivel muy pesimista a moderadamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron de forma gradual, debido a un marcado retroceso en las visiones neutrales del futuro, y un retroceso marginal en las visiones neutrales de la actualidad.

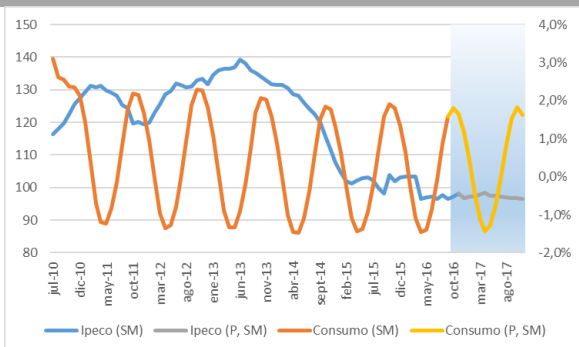
En los estratos socioeconómicos se observaron resultados positivos. En el estrato ABC1 aunque la confianza aumentó marginalmente, se mantuvo en nivel moderadamente pesimista. En el C2 aumentó discretamente, pasando de pesimista a moderadamente pesimista. El estrato C3 avanzó de muy pesimista a pesimista y el D pasó de moderadamente pesimista a levemente pesimista. No se registraron mediciones para el estrato E.

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



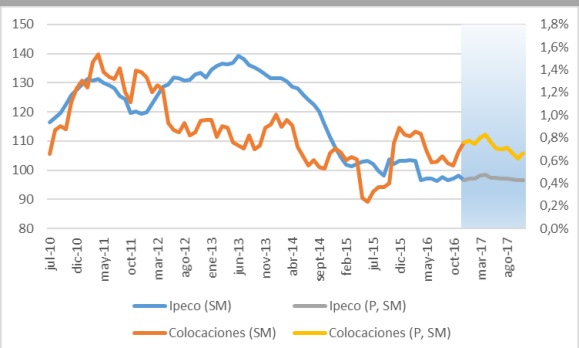
<sup>1</sup> El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

**GRÁFICO 2**  
IpeCo y Crecimiento del consumo total



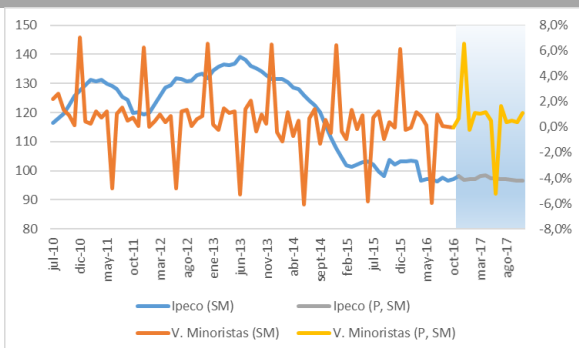
SM = semestre móvil; P = predicción  
Fuente: CEEN y Banco Central

**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 aumentó gradualmente

En noviembre la confianza de los consumidores aumentó gradualmente, pasando del nivel pesimista a moderadamente pesimista.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, avanzó de forma gradual en el mes. No obstante, se mantuvo en el nivel pesimista que se ha ubicado persistentemente durante los últimos siete meses.

Durante el último mes las noticias económicas han sido mixtas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de octubre fue de un -0,4% en doce meses (el primer crecimiento negativo desde julio de 2009), mientras que la inflación de noviembre fue de 0,1%, alcanzando un 2,9% en doce meses. Asimismo, el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) aumentó en un 1,3% en octubre y un 5,1% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo disminuyó a 6,4% en el trimestre terminado en octubre, lo que es favorable para el crecimiento del consumo. Por otra parte, el índice real de remuneraciones no varió en octubre, acumulando un magro incremento de 2,2% en los últimos doce meses, lo cual es consistente con la continuación de un bajo crecimiento del consumo durante los próximos trimestres.

En el mes se publicaron las cifras de cuentas nacionales. El PIB aumentó en un 1,6%, impulsado por un crecimiento del consumo de 2,9%, mientras que la inversión retrocedió un 1,2%. Las exportaciones aumentaron en un 0,5%, mientras que las importaciones retrocedieron en un 1,4%.

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 de alrededor del 8,4% en 2016 (Gráfico 3). Finalmente, nuestros estudios indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 0,3%, acumulando un crecimiento en torno al 3,7% en 2016 (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
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
nov-16	102,68	109,53	100,43	115,65	99,71	91,91	94,06	112,95
var. m/m	7,5	-4,4	11,9	5,2	-24,5	2,8	15,3	18,7
var. a/a	9,1	7,4	9,8	8,6	5,2	-1,1	20,8	13,5

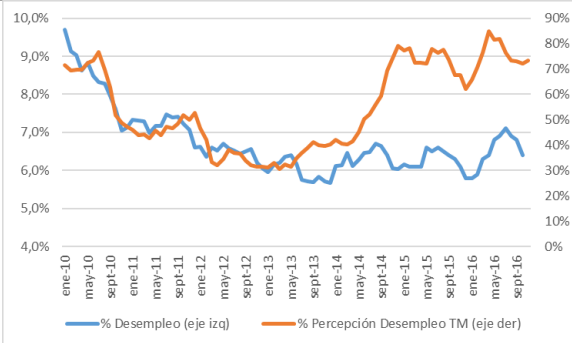
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

### La confianza en la actualidad disminuyó marginalmente

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó marginalmente en 4,4 puntos en noviembre, manteniéndose en un nivel moderadamente pesimista. Este retroceso se debió a una caída gradual en la percepción del desempleo actual. La percepción de la **situación económica actual** aumentó marginalmente en 5,2 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** retrocedió significativamente en 24,5 puntos, pasando de nivel moderadamente pesimista al pesimista. Esto se debió a una caída en las visiones optimistas y neutrales, junto con un avance de las visiones pesimistas. No obstante, en una perspectiva más larga, en los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado en 7,4 puntos, principalmente por la mejora en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3).

Durante el último mes la percepción del desempleo declarada por los consumidores aumentó, pese a las últimas tres disminuciones consecutivas de la tasa de desempleo del INE. De esta manera, la percepción del desempleo se mantiene desproporcionadamente alta en relación al desempleo efectivo (Gráfico 5).

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



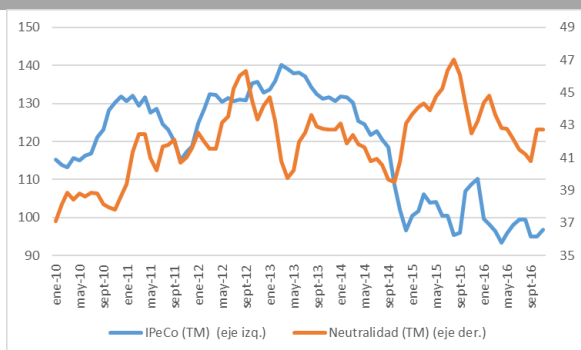
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**CUADRO 3**  
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-2,30	2,32	-0,03
Desempleo Actual	6,33	-3,39	-2,94
Situación Económica Futura	0,47	-5,77	5,30
Desempleo Futuro	1,08	-9,19	8,11
Ingreso Futuro	-8,81	2,74	6,07

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 mejoró marcadamente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó marcadamente, pasando de un nivel muy pesimista a moderadamente pesimista. Esto fue resultado de mejoras en todas las percepciones que componen el índice.

Si bien la percepción de la **situación económica futura** aumentó marginalmente en 2,8 puntos en noviembre, pasó de todas formas desde un nivel muy pesimista, a pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones neutrales y un avance de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** aumentó notoriamente en 15,3 puntos, pasando de nivel muy pesimista a moderadamente pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un avance de las visiones optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó en forma aguda en 18,7 puntos, pasando de nivel pesimista a optimista. Esto fue el resultado de un mercado retroceso en las visiones pesimistas y un fuerte avance en las visiones neutrales, y optimistas.

### Retrocedieron las visiones de estabilidad de la confianza

Durante noviembre las visiones de estabilidad en las percepciones retrocedieron gradualmente, alcanzando un 42,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explica por un marcado retroceso de las visiones neutrales del futuro, sumado a una disminución marginal en las visiones neutrales de la actualidad. Sin embargo, el promedio móvil trimestral de la neutralidad no varió, manteniéndose en un 42,7% (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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	
nov-16	105,9	98,1	99,2	100,0	
var. m/m	6,1	6,3	12,4	9,3	
var. a/a	-5,5	0,8	17,2	14,3	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
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
nov-16	105,5	124,4
var. m/m	-0,5	17,1
var. a/a	5,7	10,4

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

### Los estratos socioeconómicos mostraron resultados positivos

En noviembre se observaron resultados positivos en los diversos estratos socioeconómicos. En el estrato **ABC1**, aunque la confianza aumentó, se mantuvo en nivel moderadamente pesimista. En el **C2** aumentó, pasando de pesimista a moderadamente pesimista. En el estrato **C3** avanzó de muy pesimista a pesimista, mientras que en el **D** avanzó de moderadamente pesimista a levemente pesimista. No se registraron mediciones para el estrato **E**.<sup>2</sup>

### En las regiones se observaron resultados positivos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó de un nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** no varió significativamente, manteniéndose en el nivel 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>

<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.





UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO  
Facultad de Economía y Negocios  
[negocios.udd.cl](http://negocios.udd.cl)  
[fen@udd.cl](mailto:fen@udd.cl)