

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores aumenta al nivel neutral.

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
ene-17	111,3	129,4	104,9
feb-17	99,9	116,7	94,0
mar-17	105,0	122,9	98,7
abr-17	103,0	111,2	100,2
may-17	102,9	110,2	100,5
jun-17	128,5	151,0	120,6
jul-17	108,3	128,2	101,3
ago-17	106,9	118,8	102,8
sept-17	112,0	123,8	107,9
oct-17	109,2	113,6	107,9
nov-17	111,1	128,2	105,1
dic-17	102,8	96,2	105,5
ene-18	116,1	145,2	105,8
var. m/m	13,3	49,0	0,4
var. a/a	4,9	15,8	0,9

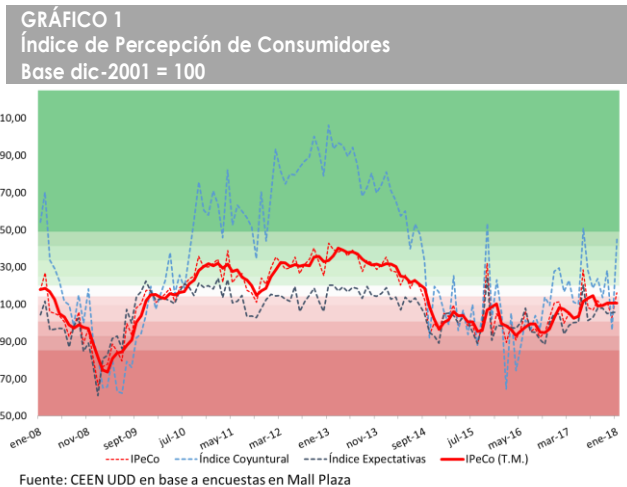
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En enero la confianza de los consumidores aumentó marcadamente (13,3 puntos), avanzando del nivel moderadamente pesimista al neutral. En los últimos doce meses ha aumentado 4,9 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, avanzó gradualmente, del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó en forma aguda, pasando del nivel pesimista al levemente optimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó marginalmente, manteniéndose en el nivel neutral.

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente, debido a un marcado avance de las visiones neutrales de la actualidad, sumado a un avance gradual de las visiones neutrales del futuro.

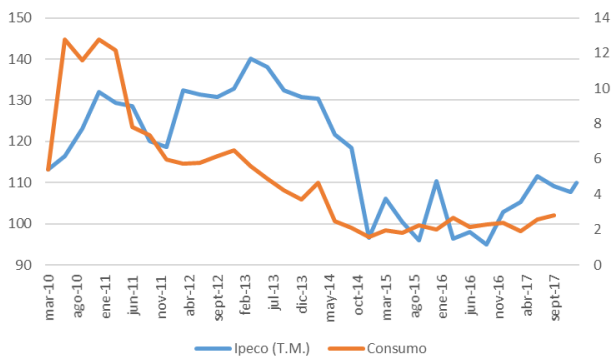


En los estratos socioeconómicos se observaron resultados positivos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó, pasando del nivel muy pesimista al neutral. En los estratos C2 y C3 aumentó, pasando del nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista, en ambos casos. En el D avanzó de pesimista a optimista. No se registraron mediciones para el estrato E

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la Región Metropolitana aumentó, aunque se mantuvo moderadamente pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío avanzó de levemente optimista a optimista.

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://ceen.udd.cl>

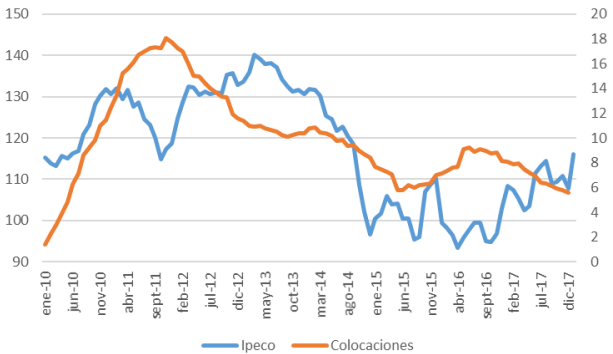
GRÁFICO 2
IpeCo y Crecimiento anual del consumo privado



T.M. = trimestre móvil

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

GRÁFICO 3
IpeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



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

La confianza avanzó al nivel neutral

En enero la confianza de los consumidores aumentó de forma marcada, pasando del nivel moderadamente pesimista al neutral.

El promedio móvil trimestral del IpeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, aumentó gradualmente, pasando del nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista.

Durante el último mes las noticias económicas fueron principalmente positivas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de noviembre fue de 3,2% en doce meses, mientras que el IPC aumentó en un 0,1% en diciembre, acumulando una variación de 2,3% en 2017. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) creció un 16,3% en noviembre, con lo que acumula un crecimiento de 3,1% 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 diciembre, mientras que el índice real de remuneraciones de noviembre aumentó en 0,4%, acumulando un crecimiento de 3,5% en doce meses.

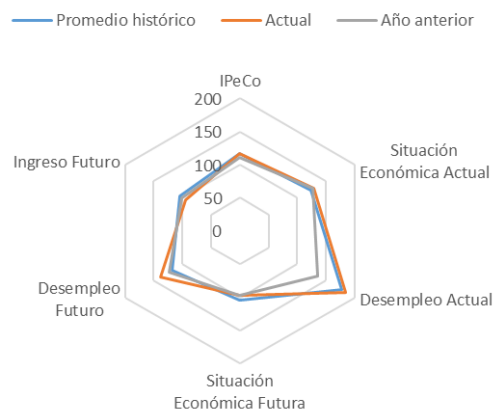
El consumo privado ha crecido un 2,8% entre el tercer trimestre de 2017 y de 2016 (Gráfico 2), mientras que las colocaciones de consumo aumentaron en 0,3% en diciembre, acumulando un crecimiento de 5,6% en 12 meses (Gráfico 3).

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-17	111,3	129,4	104,9	127,9	136,2	97,2	123,1	100,9
feb-17	99,9	116,7	94,0	97,9	159,0	90,4	103,6	91,4
mar-17	105,0	122,9	98,7	125,3	121,2	90,5	103,4	103,8
abr-17	103,0	111,2	100,2	120,8	94,2	96,6	116,0	93,7
may-17	102,9	110,2	100,5	121,5	89,5	94,6	124,3	91,2
jun-17	128,5	151,0	120,6	140,7	176,4	109,9	149,1	112,9
jul-17	108,3	128,2	101,3	132,5	122,8	93,8	102,2	108,1
ago-17	106,9	118,8	102,8	115,1	129,7	90,2	118,7	105,1
sept-17	112,0	123,8	107,9	111,5	152,7	97,7	136,1	100,1
oct-17	109,2	113,6	107,9	92,4	160,6	97,9	128,5	104,7
nov-17	111,1	128,2	105,1	107,3	175,1	97,4	120,6	102,8
dic-17	102,8	96,2	105,5	90,3	111,0	96,7	126,4	100,7
ene-18	116,1	145,2	105,8	128,1	184,8	96,4	137,8	94,8
var. m/m	13,3	49,0	0,4	37,7	73,8	-0,4	11,4	-5,9
var. a/a	4,9	15,8	0,9	0,2	48,6	-0,8	14,7	-6,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

GRÁFICO 4
IPeCo y percepciones



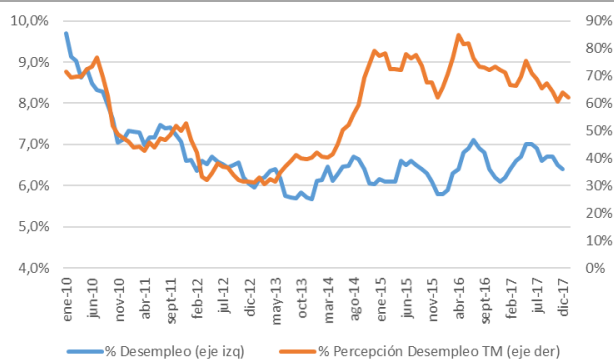
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

La confianza en la actualidad avanzó en forma aguda

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó agudamente en enero (49,0 puntos), pasando del nivel pesimista al levemente optimista. Esto se explica por avances importantes en las dos percepciones que componen el índice. La percepción de la **situación económica actual** aumentó en 37,7 puntos, pasando del nivel pesimista a levemente optimista, debido a una caída de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutras y optimistas. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó en 73,8 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista a levemente optimista, debido a una caída de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutras y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 15,8 puntos, principalmente por la mejora en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante enero disminuyó el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores, mientras que la tasa de desempleo del INE disminuyó durante el trimestre terminado en diciembre (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



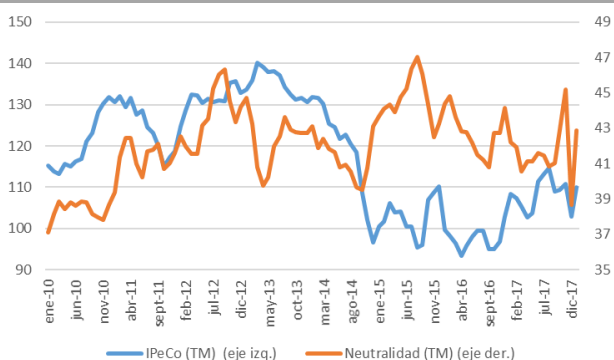
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-12,53	4,54	7,99
Desempleo Actual	-16,03	9,28	6,75
Situación Económica Futura	-1,95	8,52	-6,57
Desempleo Futuro	-3,90	1,28	2,61
Ingreso Futuro	3,17	-0,89	-2,28

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 aumentó marginalmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó marginalmente, manteniéndose en el nivel neutral. Esto se debe a un avance en la percepción del desempleo futuro, que fue compensado por retrocesos en las percepciones de la situación económica actual y de los ingresos futuros.

La percepción de la **situación económica futura** disminuyó en -0,4 puntos, aunque se mantuvo en el nivel moderadamente pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y optimistas, y un aumento de las visiones neutrales. La percepción del **desempleo futuro** aumentó en 11,4 puntos, pasando del levemente optimista al moderadamente optimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas, y un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** retrocedió en -5,9 puntos, pasando del nivel levemente pesimista al pesimista. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones neutrales y optimistas, y un aumento de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha aumentado en 0,9 puntos, principalmente por la mejora en la percepción del desempleo futuro (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza aumentaron marcadamente

Durante enero, las visiones de estabilidad en las percepciones avanzaron de forma marcada, alcanzando un 43,2% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un marcado avance de las visiones neutrales de la actualidad, sumado a un avance gradual de las visiones neutrales del futuro. La media móvil trimestral de las visiones de estabilidad retrocedió, alcanzando un 42,9% del total (Gráfico 5).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
ene-17	108,7	108,2	106,8	100,0	
feb-17	104,1	101,4	89,8	88,2	75,4
mar-17	117,2	99,8	92,6	92,9	
abr-17	114,8	104,4	83,9	83,4	
may-17	112,9	100,6	85,3	92,1	
jun-17	142,1	123,4	123,3	111,2	
jul-17	118,0	100,9	106,0	95,9	
ago-17	109,6	102,2	100,2	108,8	
sept-17	124,9	104,7	108,7	97,6	
oct-17	108,3	111,2	104,0	98,1	
nov-17	109,7	108,7	101,5	100,2	
dic-17	88,4	102,6	108,4	84,4	113,8
ene-18	116,5	107,9	111,7	135,3	
var. m/m	28,0	5,2	3,2	50,9	
var. a/a	7,7	-0,3	4,8	35,3	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados principalmente negativos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados positivos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó, pasando del nivel muy pesimista al neutral. En los estratos **C2** y **C3** aumentó, pasando del nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista, en ambos casos. En el **D** avanzó de pesimista a optimista. No se registraron mediciones para el estrato E (cuadro 4).²

En las regiones se registraron variaciones mixtas

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron positivos. En la **Región Metropolitana** aumentó, aunque se mantuvo moderadamente pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** avanzó de levemente optimista a optimista (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
ene-17	123,1	123,0
feb-17	113,3	108,9
mar-17	111,1	121,7
abr-17	111,6	117,7
may-17	120,5	107,5
jun-17	132,1	153,7
jul-17	118,9	123,5
ago-17	115,0	122,1
sept-17	130,0	118,0
oct-17	117,2	123,8
nov-17	123,8	118,3
dic-17	125,0	108,4
ene-18	143,9	111,1
var. m/m	18,9	2,7
var. a/a	20,9	-11,9

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.

