

# Índice de Percepción del Consumidor

Enero 2014

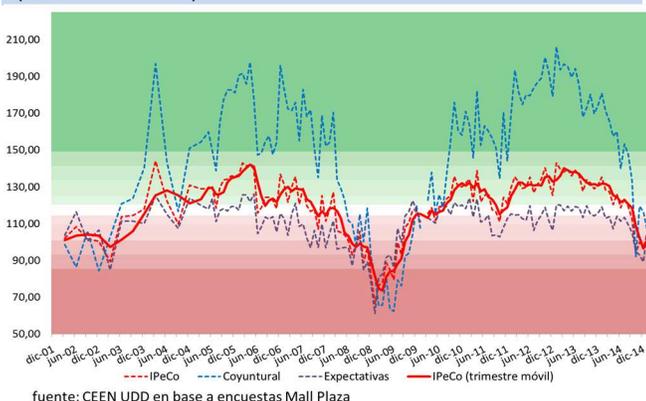
## Confianza de los consumidores muestra el mayor aumento porcentual en 2 años

**Cuadro 1**  
**Índice de Percepción de Consumidores.**  
(Base Dic.2001=100)

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
ene-14	135,3	181,0	119,0
feb-14	128,2	171,3	112,8
mar-14	127,4	165,7	113,8
abr-14	120,3	157,5	107,1
may-14	126,0	160,1	113,8
jun-14	118,7	139,9	111,2
jul-14	123,8	153,2	113,4
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
var. m/m	8,9	- 10,0	15,8
var. a/a	- 30,2	- 74,6	- 14,1

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

**Gráfico 1**  
**Índice de Percepción de Consumidores.**  
(Base Dic. 2001=100)



En enero, como resultado del mayor aumento porcentual del índice en 2 años, la confianza de los consumidores mejoró a un nivel moderadamente pesimista. Con esto, se ha detenido la tendencia trimestral a la baja que mostró el indicador desde abril del año pasado, a pesar de que los niveles de confianza siguen siendo comparables con los de octubre de 2011.

La percepción de la actualidad empeoró respecto del mes anterior, cayendo a un nivel de pesimismo. El índice coyuntural ha retrocedido fuertemente durante los últimos doce meses, en tanto la confianza de los consumidores respecto del futuro ha mejorado, especialmente en la visión de desempleo.

Las visiones de estabilidad de la situación actual y futura mejoraron con respecto al mes anterior, a un 43,7% del total. Pese a una caída en las visiones de actualidad, hubo aumentos importantes en las visiones de que el desempleo e ingresos futuros no cambiarán. Esto puede anticipar que el nivel de confianza de los consumidores se tendería a estabilizar en los meses próximos.

En relación a los estratos socioeconómicos, la confianza se mantuvo en el ABC1 y C2, mejoró en los estratos C3 y D y empeoró en el estrato E. En todos los casos el nivel se ubica entre moderadamente pesimista y pesimista.

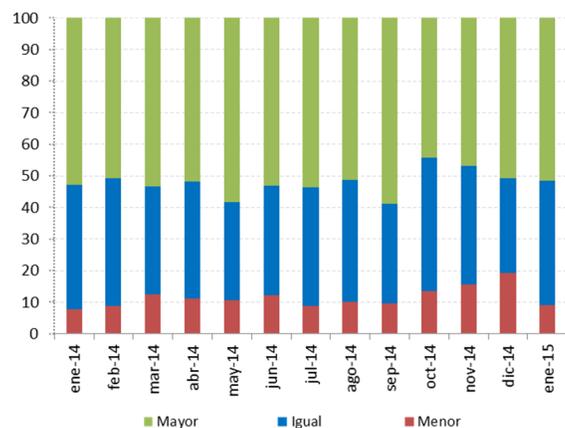
A nivel regional, la confianza mejoró a un nivel muy pesimista en la Región Metropolitana, y a un nivel moderadamente pesimista en Biobío.

**Gráfico 2**  
Desempleo y Percepción sobre Desempleo Actual



Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza e IVE  
Nota: % Percepción desempleo para el próximo año: 100 - (%optimistas / (%optimistas + % pesimistas))

**Gráfico 3**  
Percepción de los Ingresos Futuros  
(% de respuestas)  
base Dic2001=100



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

**La confianza de los consumidores mejoró al nivel moderadamente pesimista**

En enero, el **Índice de Percepción del Consumidor (IPECo)**<sup>1</sup> tuvo un fuerte aumento de 8,9 puntos respecto del mes anterior, con lo que la confianza de los consumidores mejoró a un nivel moderadamente pesimista. Este resultado se traduce en el mayor aumento porcentual en el índice general en 2 años, deteniendo la tendencia trimestral a la baja que mostró el indicador desde abril del año pasado.

En una perspectiva anual, el índice ha caído -30,2 puntos, principalmente debido a una gran disminución de las percepciones de la actualidad (-74,6 puntos).

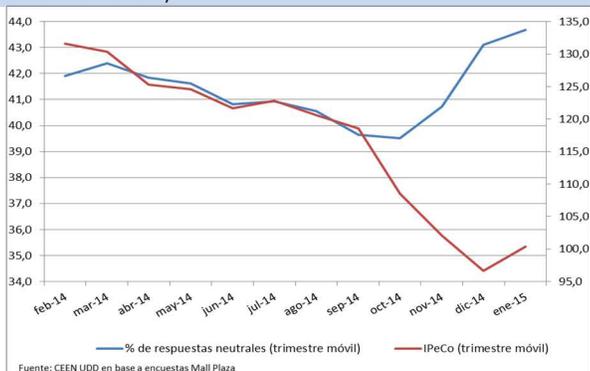
El promedio móvil trimestral del IPECo, que es una medida más representativa de su tendencia, muestra una pronunciada caída de -31,4 puntos en el último año. A pesar de esto, por primera vez en seis meses se observó un aumento en el promedio móvil trimestral respecto del mes anterior. El nivel de la confianza de los consumidores es consistente con el contexto general de la economía, para el que las proyecciones de crecimiento del PIB en enero indicaban apenas un 1,8% anualizado para el primer trimestre. Paralelamente, algunos indicadores sectoriales de actividad, como el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) o el índice de producción industrial de la SOFOFA, mostraron aumentos importantes de 41,4 y 0,9% en diciembre respecto del mes anterior.<sup>2</sup> Por su parte, el IPC de enero fue de 0,1%, manteniendo a la inflación anual por sobre el rango meta del Banco Central, retrasando las posibilidades de un estímulo monetario más decidido. Este entorno económico de desaceleración con inflación creciente, ha continuado afectando en forma adversa y gradual los ingresos del trabajo, hasta ahora fundamentalmente a través de una menor tasa de crecimiento anual de las remuneraciones reales, la que en doce meses creció sólo 2,4%.

Con estos antecedentes, anticipamos que la confianza de los consumidores se mantendrá en torno a un nivel pesimista en el corto plazo, con el balance de los riesgos hacia una estabilización en torno a niveles bajos.

<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/>

<sup>2</sup> El IVCM en este caso se ve fuertemente influido por las ventas de Navidad.

**Gráfico 4**  
**Neutralidad y Percepción de los Consumidores.**  
(Base Dic. 2001=100)



**Cuadro 2**  
**Visiones de coyuntura y expectativas por estrato.**  
(% de respuestas)

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	hace un año	14,6	45,8	23,4	46,8
	hace un mes	15,2	42,4	45,5	9,1
	actual	15,6	48,9	55,6	15,6
C2	hace un año	9,9	36,3	30,4	26,3
	hace un mes	8,6	33,1	49,6	11,5
	actual	13,5	28,8	47,3	16,0
C3	hace un año	17,9	33,3	15,5	42,9
	hace un mes	16,0	18,5	51,9	17,3
	actual	25,7	18,8	46,5	15,8
D	hace un año	2,9	29,4	20,6	33,8
	hace un mes	43,3	18,3	63,3	5,0
	actual	35,7	16,7	48,8	12,2
E	hace un año	0,0	66,7	33,3	16,7
	hace un mes	12,5	25,0	50,0	12,5
	actual	58,3	16,7	33,3	8,3
Total	hace un año	10,7	36,1	24,1	34,6
	hace un mes	12,3	29,2	44,6	9,2
	actual	21,0	26,7	48,0	15,2

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	6,3	58,3	18,8	47,9	12,5	52,1
	hace un mes	0,0	66,7	27,3	33,3	9,1	66,7
	actual	6,7	55,6	33,3	15,6	0,0	68,9
C2	hace un año	7,6	57,9	15,3	30,6	8,8	56,1
	hace un mes	8,6	49,6	26,6	34,5	9,4	56,8
	actual	6,5	44,7	25,3	29,4	4,7	50,3
C3	hace un año	4,8	53,6	15,5	38,1	8,3	50,0
	hace un mes	22,2	32,1	29,6	29,6	17,3	44,4
	actual	13,9	56,4	25,7	30,7	12,9	56,4
D	hace un año	3,0	56,7	17,6	42,6	2,9	51,5
	hace un mes	23,3	33,3	40,7	20,3	20,0	21,7
	actual	16,7	38,1	19,5	17,1	23,8	38,1
E	hace un año	0,0	66,7	50,0	16,7	0,0	50,0
	hace un mes	25,0	12,5	25,0	25,0	14,3	14,3
	actual	33,3	33,3	33,3	0,0	25,0	16,7
Total	hace un año	5,8	56,4	17,1	36,5	7,9	52,9
	hace un mes	13,1	37,7	36,2	21,5	19,2	50,8
	actual	10,5	48,2	25,9	25,7	9,2	51,6

Nota: en rojo aquellos resultados que son desfavorables al comparar con los resultados de hace un mes  
Fuente: CEEN, en base a encuestas mall plaza

### La percepción de la actualidad empeoró a pesimista

La percepción de los consumidores sobre la **actualidad** empeoró al nivel pesimista, debido a una caída importante de 10 puntos en el índice coyuntural respecto del mes anterior. Este resultado se ubica dentro de los peores de los últimos tres años, y se debió principalmente a un aumento de los pesimistas en las dos visiones que la componen. En doce meses, la disminución del índice coyuntural ha sido muy significativa (-74,6 puntos).

Las dos visiones que integran la percepción de la actualidad tuvieron comportamientos opuestos. La de la **situación económica actual** retrocedió de moderadamente optimista a moderadamente pesimista, con un aumento de 8,7 p.p. en su proporción de pesimistas, mientras que la visión del **desempleo actual** mejoró desde un nivel muy pesimista a uno pesimista, como resultado de un aumento de 28,5 p.p. en su índice individual (Cuadro 4).

Desde 2012, y hasta el primer trimestre de este año, la visión de los consumidores del desempleo actual había estado muy relacionada con los niveles de desempleo efectivo del trimestre móvil correspondiente. Sin embargo, a pesar de que la tasa de desempleo aún se ha mantenido en niveles históricamente bajos, desde el segundo trimestre de este año la visión del desempleo actual que han declarado los consumidores ha aumentado por sobre el desempleo efectivo (Gráfico 2).

### Las expectativas mejoran a levemente pesimistas

Las **expectativas** de los consumidores se recuperan de su valor más bajo en cinco años, con un aumento de 15,8 puntos en el índice correspondiente y alcanzando el nivel levemente pesimista. Esto fue el resultado de una mejora sustantiva en las proporciones de optimistas y pesimistas en todas las visiones.

En enero todas las visiones que componen la percepción sobre el futuro mejoraron su nivel respecto del mes pasado. La visión de **situación económica futura** pasó desde un nivel pesimista a uno neutral, el **desempleo futuro** pasó a un nivel moderadamente pesimista y los **ingresos futuros** a un nivel levemente optimista.

**Cuadro 3**  
**Visiones de coyuntura y expectativas por región.**  
(% de respuestas)

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
RM	hace un año	9,1	37,7	11,2	48,2
	hace un mes	21,5	26,2	57,6	13,1
	actual	24,1	27,8	43,5	19,2
BIO BIO	hace un año	13,8	33,1	49,2	8,5
	hace un mes	12,3	29,2	44,6	9,2
	actual	15,4	24,6	56,2	7,7

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	4,8	58,6	15,9	44,6	4,8	54,0
	hace un mes	15,2	46,6	25,8	36,3	9,5	44,7
	actual	10,4	56,0	20,4	27,5	6,3	48,8
BIO BIO	hace un año	7,7	52,3	19,2	20,8	13,8	50,8
	hace un mes	13,1	37,7	36,2	21,5	19,2	50,8
	actual	10,8	33,8	36,2	22,3	14,6	56,9

Nota: en rojo aquellos resultados que son desfavorables al comparar con los resultados de hace un mes  
Fuente: CEEN, en base a encuestas mall plaza

**Las visiones de estabilidad de la situación actual aumentan junto con la confianza**

Los consumidores declararon en enero que un 43,7% de sus visiones reflejan estabilidad en su nivel de confianza, lo que representa un aumento en el trimestre móvil similar al movimiento observado para el IPeCo, a diferencia de lo ocurrido en los últimos 4 meses (Gráfico 4).

Los consumidores además declararon una menor proporción de visiones estables respecto de la situación actual, la que disminuyó a un 44,6% desde un 52,3% este mes. Esta caída se debió principalmente a que una menor proporción de las visiones indican que el desempleo actual no cambiará. Por otro lado, sólo en las visiones de expectativas de desempleo e ingresos futuros hubo aumentos en la proporción que declaró que permanecerían estables.

Estos resultados, en el contexto de la tendencia a la baja en la confianza de los consumidores respecto de la actualidad, podrían anticipar una mayor estabilidad dentro de un nivel bajo en el nivel de la confianza en el corto plazo.

**La confianza se mantiene pesimista en la mayoría de los estratos socioeconómicos**

La confianza de los consumidores de los estratos **ABC1** y **C2** fueron las únicas que se mantuvieron en sus niveles pesimista y moderadamente pesimista respectivamente. Los estratos **C3** y **D**, en tanto, mejoraron a un nivel moderadamente pesimista en ambos casos. Finalmente, el estrato **E** fue el único que empeoró respecto del mes pasado, cayendo a un nivel pesimista (Cuadro 2).<sup>3</sup>

**La confianza mejoró en la RM y se mantuvo en el Biobío**

En la **Región Metropolitana**, la confianza de los consumidores mejoró 5 p.p. en el mes, hasta un nivel muy pesimista, debido a aumentos en la proporción de optimistas en la mayoría de las visiones. En el **Biobío** en tanto, la confianza de los consumidores cayó en 0,9 p.p. como resultado de una

Cristián Echeverría V., Director CEEN  
(02) 327.9792 | [cecheverria@udd.cl](mailto:cecheverria@udd.cl)  
Andrea Rebolledo, Investigadora  
(02) 327.9824 | [andrea.paz.rebolledo@gmail.com](mailto:andrea.paz.rebolledo@gmail.com)  
Pía Arce, Investigadora  
[parcehasbun@gmail.com](mailto:parcehasbun@gmail.com)  
<http://negocios.udd.cl/ceen>

<sup>3</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.

disminución de 11,5 p.p. en la proporción de optimistas respecto del desempleo actual, manteniéndose en un nivel de confianza moderadamente pesimista (Cuadro 3).

**Cuadro 4**  
**Índice de Percepción de Consumidores y Visiones**  
(% de respuestas)

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
ene-14	135,3	181,0	119,0	153,2	243,6	116,6	135,5	110,9
feb-14	128,2	171,3	112,8	128,9	264,0	112,2	120,4	108,6
mar-14	127,4	165,7	113,8	135,7	232,7	114,6	128,9	103,4
abr-14	120,3	157,5	107,1	124,6	230,1	105,9	112,2	105,0
may-14	126,0	160,1	113,8	134,4	217,8	110,6	128,1	108,0
jun-14	118,7	139,9	111,2	127,3	169,9	106,5	130,4	103,6
jul-14	123,8	153,2	113,4	130,4	204,8	109,9	124,6	109,7
ago-14	119,3	147,6	109,3	139,1	169,3	111,8	109,7	106,6
sep-14	112,4	133,3	105,1	136,2	130,9	114,2	83,9	109,7
oct-14	93,9	92,0	94,9	99,4	79,2	98,6	84,5	97,7
nov-14	99,8	119,6	92,9	125,6	110,1	106,5	67,8	95,4
dic-14	96,2	116,4	89,1	139,8	70,9	95,4	74,2	92,4
ene-15	105,1	106,4	104,9	111,1	99,4	105,5	98,9	108,2
var. m/m	8,9	- 10,0	15,8	- 28,7	28,5	10,1	24,7	15,7
var. a/a	- 30,2	- 74,6	- 14,1	- 42,1	- 144,3	- 11,1	- 36,6	- 2,8

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza