



Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

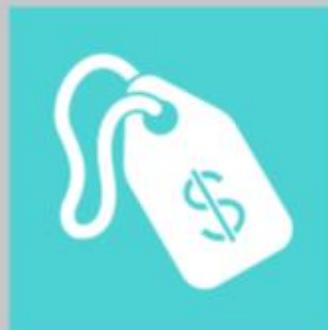
N° 157

ABRIL
2017

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR IPECO



CENTRO DE ESTUDIOS EN
ECONOMÍA Y NEGOCIOS



Upp

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores se mantiene moderadamente pesimista.

CUADRO1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
dic-16	111,0	127,7	105,1
ene-17	111,3	129,4	104,9
feb-17	99,9	116,7	94,0
mar-17	105,0	122,9	98,7
var. m/m	5,1	6,2	4,7
var. a/a	5,5	17,6	1,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

En marzo la confianza de los consumidores aumentó gradualmente, aunque se mantuvo en el nivel moderadamente pesimista. El índice aumentó en 5,1 puntos en el mes, mientras que ha avanzado 5,5 puntos en los últimos doce meses.

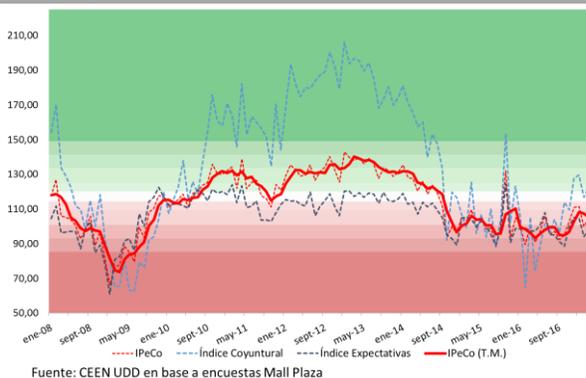
La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó gradualmente en 6,2 puntos, pasando del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) también avanzó, pasando del nivel pesimista al moderadamente pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza retrocedieron gradualmente, debido a una disminución de las visiones neutrales del futuro, que fue compensado por un aumento marginal en las visiones neutrales de la actualidad.

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

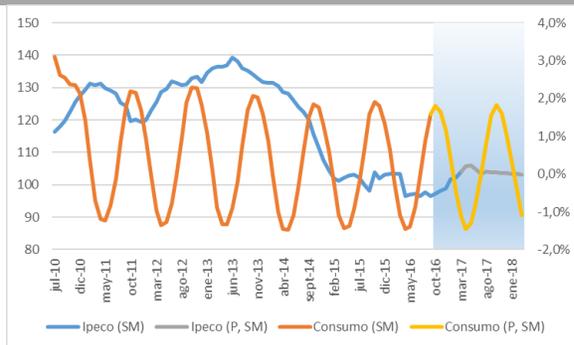
A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. En la Región Metropolitana avanzó de nivel moderadamente pesimista a neutral, mientras que en la Región del Bío Bío disminuyó, aunque se mantuvo en levemente pesimista.

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



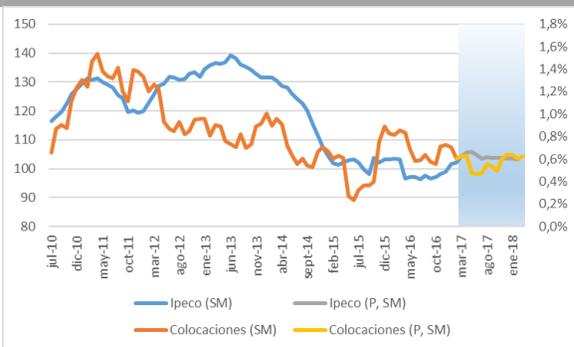
¹ El IPECO es elaborado por el Centro de Estudios en Economía y Negocios, CEEN, de la Universidad del Desarrollo, en conjunto con Mall Plaza, desde diciembre de 2001. Para ver otros informes del CEEN: <http://negocios.udd.cl/ceen/estudios-y-publicaciones/>

GRÁFICO 2
IPeCo y Crecimiento del consumo total



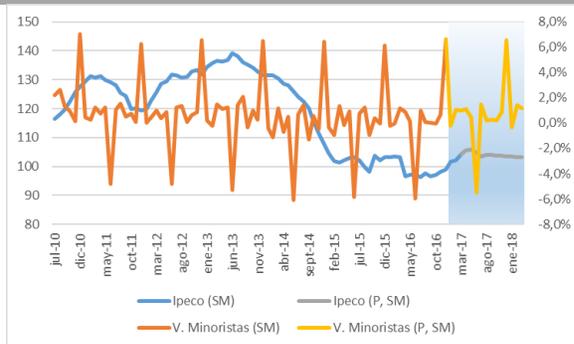
SM = semestre móvil; P = predicción
Fuente: CEEN y Banco Central

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 en el nivel moderadamente pesimista

En marzo la confianza de los consumidores aumentó, aunque se mantuvo en nivel moderadamente pesimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, se mantuvo en nivel moderadamente pesimista por cuarto mes consecutivo.

Durante el último mes las noticias económicas fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de enero fue de un 1,7% en doce meses, mientras que la inflación de enero fue de 0,2%, acumulando un 2,7% en doce meses. Por otro lado, en febrero, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) a precios constantes se contrajo 1,7% en doce meses, lo que da cuenta de un debilitamiento del consumo.

El PIB de Chile creció un 1,6% en 2016, su menor expansión desde 2009. Este crecimiento fue impulsado por el consumo de los hogares (2,4%), mientras que la inversión se contrajo un 0,8%.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 6,4% en el trimestre terminado en febrero, mientras que el índice real de remuneraciones aumentó un 0,5% en enero, acumulando un crecimiento de 1,5% en doce meses.

Nuestra proyección del IPeCo indica que la confianza de los consumidores en los próximos meses oscilaría en torno al nivel actual. El crecimiento del consumo agregado se mantendría en torno a los niveles actuales, cuyo crecimiento estaría en torno a un 1,7% en el año 2017 (Gráfico 2). Por otro lado, proyectamos que las colocaciones de consumo del sistema bancario crecerían a una tasa promedio mensual de aproximadamente 0,6% en los próximos 12 meses, acumulando un crecimiento anual en torno a 6,9% en el 2017 (Gráfico 3). Finalmente, nuestras proyecciones indican que las ventas minoristas crecerían a una tasa promedio mensual de 0,5%, acumulando un crecimiento en torno al 6,7% en el 2017 (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
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
dic-16	110,97	127,71	105,14	133,07	119,94	103,17	117,79	99,00
ene-17	111,26	129,43	104,91	127,86	136,15	97,21	123,11	100,89
feb-17	99,88	116,73	93,99	97,90	159,01	90,40	103,63	91,36
mar-17	104,96	122,93	98,67	125,35	121,17	90,46	103,41	103,78
var. m/m	5,1	6,2	4,7	27,4	-37,8	0,1	-0,2	12,4
var. a/a	5,5	17,6	1,1	20,1	13,0	-5,9	14,7	-0,6

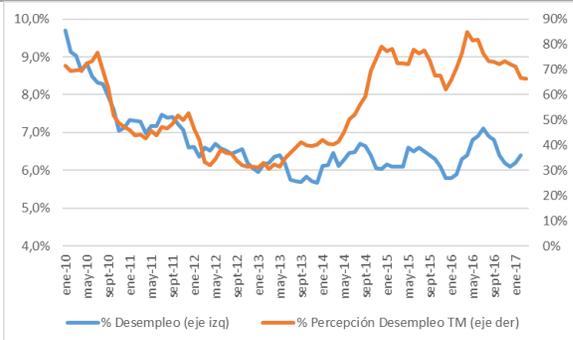
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en la actualidad aumentó gradualmente

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó en 6,2 puntos en marzo, pasando del nivel moderadamente pesimista al levemente pesimista. Este avance se debió a una mejora en la percepción de la situación económica actual, que fue compensada por una caída en la confianza respecto de la percepción del desempleo actual. La percepción de la **situación económica actual** aumentó significativamente en 27,4 puntos, pasando del nivel pesimista al neutral, 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**, disminuyó también significativamente, en 37,8 puntos, pasando del nivel levemente pesimista al moderadamente pesimista, lo que se debió a un aumento en las visiones pesimistas y una caída en las visiones neutrales y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado en 17,6 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 disminuyó, pese al último aumento en la tasa de desempleo del INE. Sin embargo, la percepción del desempleo aún se mantiene alta en relación al desempleo efectivo (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



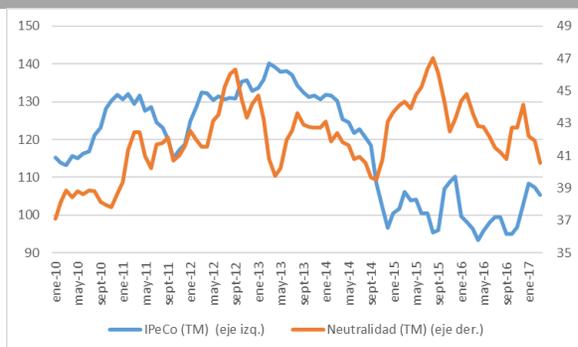
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-8,24	2,35	5,88
Desempleo Actual	7,45	-1,96	-5,49
Situación Económica Futura	0,78	-2,75	1,96
Desempleo Futuro	1,57	-3,14	1,57
Ingreso Futuro	-5,88	0,39	5,49

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 aumentó gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó gradualmente, pasando de nivel pesimista a moderadamente pesimista. Esto fue resultado de un marcado avance en la percepción de los ingresos futuros, mientras que las percepciones de la situación económica actual y del desempleo futuro prácticamente no variaron.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó marginalmente en 0,1 puntos, manteniéndose en nivel pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones neutrales y un avance de las visiones pesimistas y optimistas. La percepción del **desempleo futuro** disminuyó también marginalmente, en 0,2 puntos, manteniéndose en nivel moderadamente pesimista, debido a una disminución de las visiones neutrales y un avance de las visiones pesimistas y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó marcadamente en 12,4 puntos, pasando de nivel muy pesimista a neutral. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones pesimistas y un avance en las visiones optimistas.

Disminuyen las visiones de estabilidad de la confianza

Durante marzo, las visiones de estabilidad en las percepciones disminuyeron gradualmente, alcanzando un 40,6% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por una caída gradual de las visiones neutrales del futuro, que fue compensado por un avance marginal en las visiones neutrales de la actualidad. La media móvil trimestral de las visiones de estabilidad disminuyó marcadamente, alcanzando un 40,6% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4
IPeCo por estrato socioeconómico
 Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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	
dic-16	118.1	109.2	108.0	104.8	
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	
var. m/m	13.0	-1.6	2.8	4.7	
var. a/a	21.2	2.3	-0.2	-3.2	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados mayormente positivos

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

En las regiones se registraron variaciones mixtas

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

CUADRO 5
IPeCo por región
 Base dic2001 = 100

Mes	Bío Bío	RM
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
dic-16	123,1	122,9
ene-17	123,1	123,0
feb-17	113,3	108,9
mar-17	111,1	121,7
var. m/m	-2,2	12,7
var. a/a	0,3	11,3

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

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.

UFD

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO
Facultad de Economía y Negocios
negocios.udd.cl
fen@udd.cl