



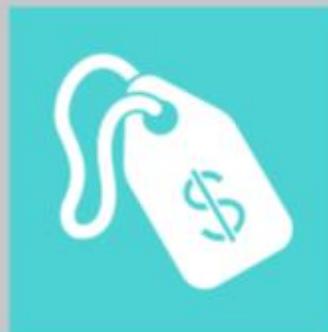
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

Nº160
JULIO
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 mejora a moderadamente optimista.

CUADRO 1

Índice de Percepción de Consumidores
Base dic-2001 = 100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
abr-17	103,0	111,2	100,2
may-17	102,9	110,2	100,5
jun-17	128,5	151,0	120,6
var. m/m	25,6	40,8	20,1
var. a/a	22,5	49,4	12,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

En junio la confianza de los consumidores aumentó significativamente (25,6 puntos), pasando de nivel moderadamente pesimista a moderadamente optimista. En los últimos doce meses ha avanzado 22,5 puntos.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) aumentó en forma aguda, en 40,8 puntos, pasando de nivel moderadamente pesimista a levemente optimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas) también aumentó, pasando de nivel moderadamente pesimista a optimista.

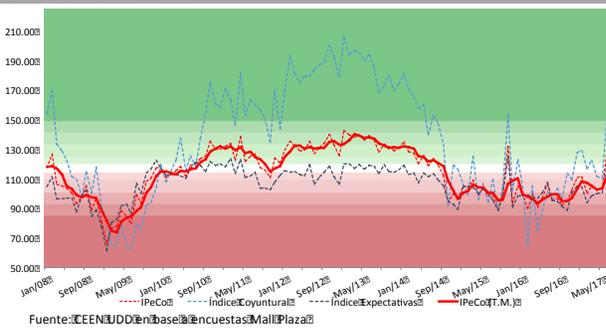
Las visiones de estabilidad de la confianza no variaron, debido a un avance gradual de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado por una caída similar en las visiones neutrales del futuro.

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

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

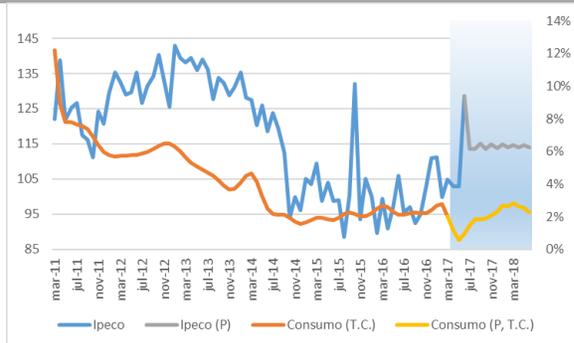
GRÁFICO 1

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

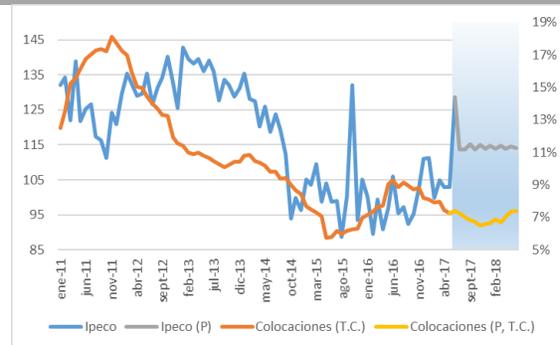
La confianza avanza al nivel moderadamente optimista

En junio la confianza de los consumidores aumentó en forma aguda, pasando de nivel moderadamente pesimista a moderadamente optimista.

El promedio móvil trimestral del IPeCo, que refleja tendencias a mediano plazo, avanzó de nivel moderadamente pesimista a levemente pesimista.

Durante el último mes, las noticias económicas fueron mixtas para la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de mayo fue de 1,3% en doce meses, mientras que la inflación varió en un -0,4%, acumulando un 1,7% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó en un 5,9 en mayo y un 5,8% en doce meses.

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento mensual de las colocaciones de consumo



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

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo aumentó a 7,0% en el trimestre terminado en mayo, mientras que el índice real de remuneraciones de mayo no varió, acumulando un crecimiento de 1,8% en doce meses.

Nuestra proyección del IPeCo indica que la confianza de los consumidores en los próximos meses oscilaría en un nivel superior al de los últimos meses. El crecimiento del consumo agregado se mantendría en torno a los niveles actuales, tendiendo a un 2,3% 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 0,5% en los próximos 12 meses, acumulando un crecimiento anual en torno a 6,6% en el 2017 (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
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
abr-17	102,97	111,17	100,24	120,76	94,17	96,60	116,00	93,73
may-17	102,93	110,17	100,54	121,53	89,47	94,58	124,29	91,24
jun-17	128,48	150,98	120,60	140,69	176,43	109,90	149,15	112,93
var. m/m	25,6	40,8	20,1	19,2	87,0	15,3	24,9	21,7
var. a/a	22,5	49,4	12,7	39,0	72,3	8,0	36,1	2,5

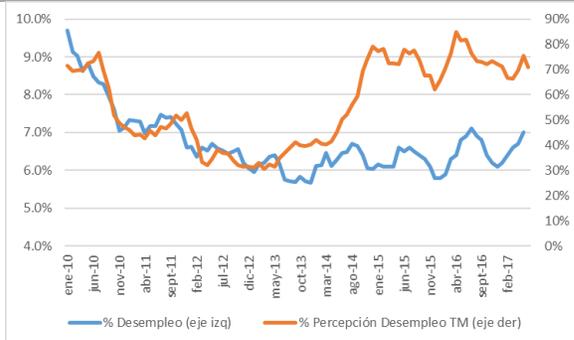
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en la actualidad aumentó muy significativamente

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) aumentó muy significativamente en junio (40,8 puntos), pasando de nivel moderadamente pesimista a levemente optimista. Esto se explica por avances en las dos percepciones que componen el índice. Por una parte, la percepción del **desempleo actual** aumentó en forma extraordinaria en 87,0 puntos, pasando de nivel pesimista a neutral, lo que se debió a una disminución de las visiones pesimistas y neutrales y un aumento en las visiones optimistas. Este fuerte avance se vio reforzado por una mejora significativa de la percepción de la **situación económica actual**, que avanzó en 19,2 puntos, pasando de nivel neutral a moderadamente optimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado en 49,4 puntos, principalmente por la mejora en la percepción del desempleo actual (Cuadros 2 y 3).

Durante junio el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores disminuyó, en contraste con el aumento en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en mayo (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



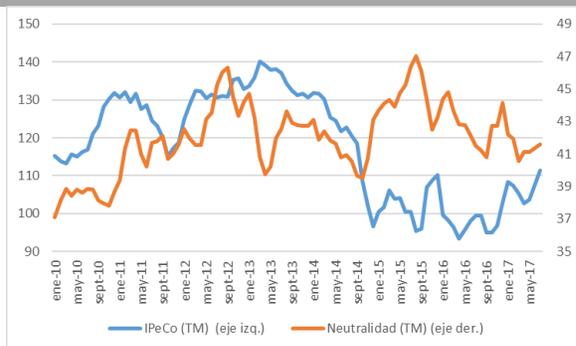
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-7,49	8,29	-0,80
Desempleo Actual	-10,36	-3,31	13,67
Situación Económica Futura	-6,11	-2,51	8,63
Desempleo Futuro	-7,66	1,09	6,57
Ingreso Futuro	-11,29	-1,63	12,92

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

GRÁFICO 5
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



TM = trimestre móvil
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza en el futuro avanzó significativamente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores aumentó en 20,1 puntos, pasando de nivel moderadamente pesimista a optimista. Esto fue resultado de mejoras en las tres percepciones que componen el índice.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó en 15,3 puntos, pasando de nivel pesimista a levemente optimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y neutrales y un avance de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** aumentó en 24,9 puntos, pasando de nivel levemente optimista a optimista, debido a una disminución de las visiones pesimistas y un avance de las visiones neutrales y optimistas. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** avanzó 21,7 puntos, de muy pesimista a optimista. Esto fue el resultado de una disminución de las visiones pesimistas y neutrales y un avance en las visiones optimistas.

Las visiones de estabilidad de la confianza en promedio no variaron

Durante junio, las visiones de estabilidad en las percepciones no variaron, manteniéndose en un 42,0% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por un avance gradual de las visiones neutrales de la actualidad, que fue compensado por una caída similar en las visiones neutrales del futuro. La media móvil trimestral de las visiones de estabilidad avanzó gradualmente, alcanzando un 41,6% del total (Gráfico 5).

Los estratos socioeconómicos mostraron resultados positivos

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados positivos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó, pasando de levemente pesimista a optimista. En el **C2** avanzó de nivel moderadamente pesimista a moderadamente optimista. En el **C3** aumentó, pasando de muy pesimista a levemente optimista. En el **D** avanzó,

pasando de nivel moderadamente pesimista a levemente optimista. No se registraron mediciones para el estrato E (cuadro 4).²

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100					
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
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	
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	
var. m/m	29,2	22,8	38,0	19,1	
var. a/a	64,5	21,6	-0,9	2,1	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

En las regiones se registraron variaciones positivas

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

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
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
abr-17	111,6	117,7
may-17	120,5	107,5
jun-17	132,1	153,7
var. m/m	11,6	46,1
var. a/a	10,8	38,0

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