

# Índice de Percepción del Consumidor

Diciembre 2014

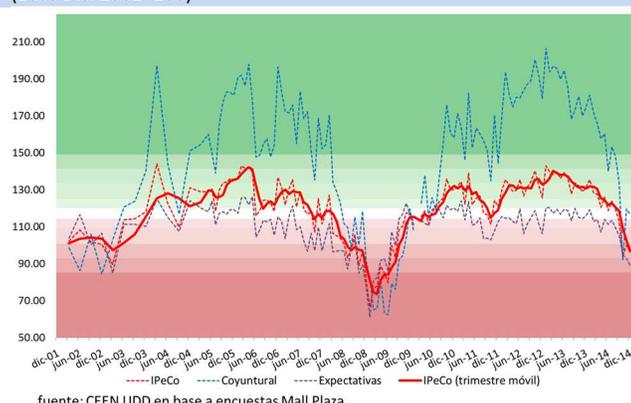
## Confianza de los consumidores cierra el 2014 en nivel pesimista

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
dic-13	131.2	174.3	115.8
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
var. m/m	- 3.6	- 3.1	- 3.8
var. a/a	- 34.9	- 57.9	- 26.7

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

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



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

En diciembre, la confianza de los consumidores se mantuvo en el nivel pesimista, lo que mantiene la tendencia a la baja que ha tenido su promedio móvil trimestral desde abril del año pasado, y que continúa comparándose a los promedios observados durante la crisis sub-prime a fines de 2008.

La percepción de la actualidad también se mantuvo en su nivel del mes anterior, en este caso de pesimismo moderado. El índice coyuntural ha retrocedido fuertemente durante los últimos doce meses, en tanto la confianza de los consumidores respecto del futuro ha empeorado especialmente en la visión de desempleo.

Las visiones de estabilidad de la situación actual y futura mejoraron con respecto al mes anterior, a un 43,1% del total. Pese a una caída en las visiones de desempleo futuro e ingresos futuros, hubo un aumento importante en las visiones de que la situación económica y el desempleo actual 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, mejoró en los estratos C2 y E y empeoró en los estratos C3 y D. En todos los casos el nivel se ubica entre levemente pesimista y muy pesimista.

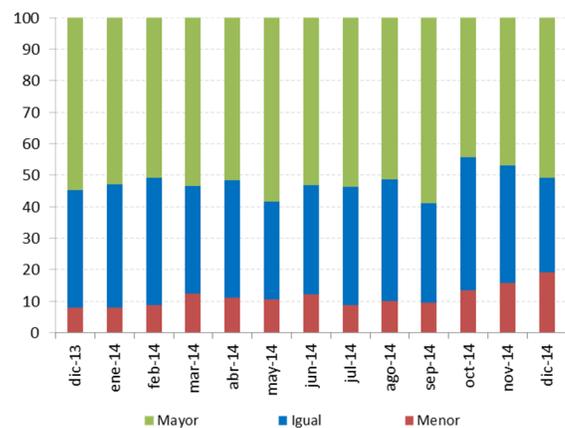
A nivel regional, la confianza se mantuvo en un nivel extraordinariamente pesimista en la Región Metropolitana, y mejoró a un nivel moderadamente pesimista en Biobío.

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



fuelle: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza e INE  
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 se mantuvo pesimista**

En diciembre, el **Índice de Percepción del Consumidor (IPECo)**<sup>1</sup> disminuyó 3,6 puntos respecto del mes previo, con lo que la confianza de los consumidores se mantuvo en el nivel pesimista. Con esto, se ha mantenido la tendencia trimestral a la baja que ha mostrado desde abril del año pasado.

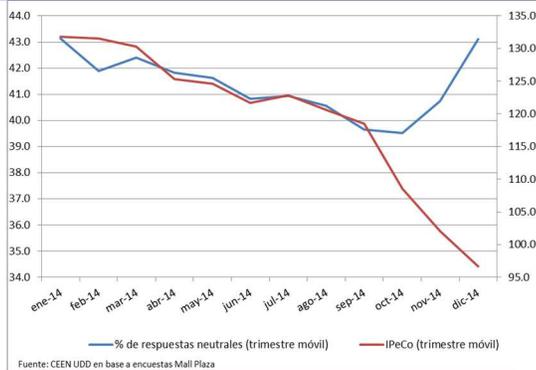
En una perspectiva anual, el índice ha caído -34,9 puntos, principalmente debido a una gran caída de las percepciones de la actualidad (-57,9 puntos).

El promedio móvil trimestral del IPECo, que es una medida más representativa de su tendencia, muestra una pronunciada caída de -34,1 puntos en el último año, continuando la sostenida tendencia a la baja que ha registrado desde el segundo trimestre de 2013. Esta evolución 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 diciembre indicaban apenas un 1,7% anualizado para el cuarto 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 disminuciones de 0,1 y 3% en noviembre respecto del mes anterior. Por su parte, aunque el IPC de diciembre fue de -0,4%, la inflación anual se mantiene significativamente 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 noviembre aumentó levemente respecto del mes anterior, y en doce meses creció apenas 1,2%.

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/>

**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	7.7	51.3	17.9	35.9
	hace un mes	10.2	46.9	38.3	17.0
	actual	15.2	42.4	45.5	9.1
C2	hace un año	6.2	33.8	25.7	27.8
	hace un mes	14.3	32.5	43.1	13.1
	actual	8.6	33.1	49.6	11.5
C3	hace un año	12.7	40.2	24.5	39.2
	hace un mes	21.6	34.5	40.5	18.1
	actual	16.0	18.5	51.9	17.3
D	hace un año	30.2	25.6	37.2	30.2
	hace un mes	26.8	14.3	58.9	17.9
	actual	43.3	18.3	63.3	5.0
E	hace un año	30.8	38.5	23.1	38.5
	hace un mes	57.1	14.3	57.1	28.6
	actual	12.5	25.0	50.0	12.5
Total	hace un año	12.1	36.7	26.1	33.0
	hace un mes	18.6	31.9	44.3	16.1
	actual	12.3	29.2	44.6	9.2

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	hace un año	5.1	61.5	25.6	23.1	0.0	69.2
	hace un mes	2.0	51.0	37.5	22.9	8.2	57.1
	actual	0.0	66.7	27.3	33.3	9.1	66.7
C2	hace un año	6.9	61.4	20.0	41.4	7.6	57.9
	hace un mes	9.1	52.6	39.6	17.5	12.3	52.6
	actual	8.6	49.6	26.6	34.5	9.4	56.8
C3	hace un año	6.9	58.4	23.5	31.4	10.9	49.5
	hace un mes	9.5	51.7	37.1	24.1	19.0	44.8
	actual	22.2	32.1	29.6	29.6	17.3	44.4
D	hace un año	4.7	48.8	23.3	46.5	9.5	47.6
	hace un mes	17.9	30.4	30.9	14.5	25.0	30.4
	actual	23.3	33.3	40.7	20.3	20.0	21.7
E	hace un año	15.4	46.2	15.4	38.5	7.7	46.2
	hace un mes	28.6	14.3	57.1	0.0	14.3	14.3
	actual	25.0	12.5	25.0	25.0	14.3	14.3
Total	hace un año	6.7	58.0	22.3	36.4	7.8	54.7
	hace un mes	9.9	48.2	37.6	19.5	15.7	46.9
	actual	13.1	37.7	36.2	21.5	19.2	50.8

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 se mantuvo moderadamente pesimista**

La percepción de los consumidores sobre la **actualidad** se mantuvo en el nivel moderadamente pesimista, a pesar de una caída marginal de 3,1 puntos en el índice coyuntural respecto del mes anterior. Este resultado, no obstante, se sigue ubicando entre los peores de los últimos cuatro años, y se debió principalmente a una disminución de los optimistas en las dos visiones que la componen. En doce meses, la disminución del índice coyuntural ha sido muy significativa (-57,9 puntos).

Las dos visiones que integran la percepción de la actualidad tuvieron comportamientos opuestos. La de la **situación económica actual** avanzó de neutral a moderadamente optimista, con un aumento de 14,2 p.p. en su índice individual, mientras que la visión del **desempleo actual** empeoró desde un nivel pesimista a uno muy pesimista, como resultado de una disminución de 39,3 p.p. (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 empeoran a muy pesimistas por primera vez en cinco años**

Este mes se alcanzó por primera vez en los últimos cinco años el nivel muy pesimista para las **expectativas** de los consumidores, con una caída de 3,8 puntos en el índice correspondiente. Esto fue el resultado en gran medida de un empeoramiento en las proporciones optimistas y pesimistas en la visión de la situación económica futura.

Sólo la visión de la **situación económica futura** empeoró respecto del mes anterior pasando a un nivel pesimista, en tanto las visiones de **ingresos futuros** y **desempleo futuro** se mantuvieron en sus niveles pesimista y extraordinariamente pesimista respectivamente, siendo este último el peor resultado desde marzo de 2009.

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

		Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor
RM	hace un año	12.5	40.7	18.1	46.0
	hace un mes	17.5	36.5	45.8	19.3
	actual	21.5	26.2	57.6	13.1
BIO BIO	hace un año	11.5	30.0	39.2	11.5
	hace un mes	20.8	23.1	41.5	10.0
	actual	12.3	29.2	44.6	9.2

		Situación Económica Futura		Desempleo Futuro		Ingreso Futuro	
		Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
RM	hace un año	4.2	60.0	19.9	41.7	2.8	60.3
	hace un mes	9.9	50.0	34.8	23.6	11.5	46.0
	actual	15.2	46.6	25.8	36.3	9.5	44.7
BIO BIO	hace un año	10.8	54.6	26.2	27.7	16.2	45.4
	hace un mes	10.0	44.6	43.1	11.5	23.8	48.5
	actual	13.1	37.7	36.2	21.5	19.2	50.8

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 a pesar de la caída en la confianza*

Los consumidores declararon en diciembre que un 43,1% de sus visiones reflejan estabilidad en su nivel de confianza, lo que representa un aumento en el trimestre móvil contrario al movimiento observado para el IPeCo (Gráfico 4).

Los consumidores también declararon una mayor proporción de visiones estables respecto de la situación actual, la que aumentó a un 52,3% desde un 44,5% este mes. Este aumento se debió principalmente a que una mayor proporción de las visiones indican que la situación económica no cambiará. En todas las visiones de expectativas en tanto, hubo disminuciones en la proporción que declaró que permanecerían estables.

Estos resultados, en el contexto de la marcada 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 empeoró en la mayoría de los estratos socioeconómicos*

La confianza de los consumidores del estrato **ABC1** fue la única que se mantuvo en un nivel pesimista. Los estratos **C2** y **E**, en tanto, mejoraron a niveles moderadamente pesimista y levemente pesimista respectivamente, después de ser pesimistas el mes pasado. Finalmente, los estratos **C3** y **D** empeoraron a niveles pesimista y muy pesimista respectivamente (Cuadro 2).<sup>2</sup>

### *La confianza mantuvo su nivel en la RM pero mejoró en el Biobío*

En la **Región Metropolitana**, la confianza de los consumidores empeoró 2,2 p.p. en el mes debido al aumento del desempleo futuro, pero se mantuvo en un nivel extraordinariamente pesimista. En el **Biobío** en tanto, la confianza de los consumidores cayó en 5,9 p.p. debido a un aumento de 10 p.p. en la proporción de optimistas respecto del desempleo futuro,

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>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.

mejorando a un nivel de confianza moderadamente pesimista.

**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
dic-13	131.2	174.3	115.8	149.3	231.0	115.3	123.4	111.4
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
var. m/m	- 3.6	- 3.1	- 3.8	14.2	- 39.3	- 11.1	6.4	- 3.0
var. a/a	- 34.9	- 57.9	- 26.7	- 9.5	- 160.2	- 19.8	- 49.2	- 19.0

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza