

INDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR



ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR¹

La confianza de los consumidores avanzó al nivel pesimista.

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
jun-20	63,0	30,1	75,2
jul-20	62,0	32,7	72,8
ago-20	75,0	50,9	83,9
sept-20	71,2	50,6	78,9
oct-20	76,3	58,1	83,1
nov-20	79,0	68,4	83,1
dic-20	67,0	65,1	67,8
ene-21	70,9	71,2	71,0
feb-21	86,9	91,9	85,3
mar-21	80,6	77,6	81,8
abr-21	52,2	46,2	54,6
may-21	76,3	83,2	73,9
jun-21	78,9	79,4	78,9
var. m/m	2,6	-3,8	4,9
var. a/a	15,9	49,4	3,7

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

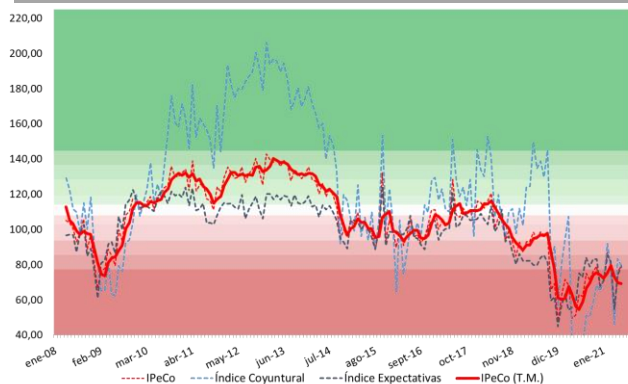
En junio la confianza de los consumidores aumentó marginalmente (2,6 puntos), pasando del nivel muy pesimista a pesimista. En los últimos doce meses la confianza ha aumentado 15,9 puntos.

La tendencia de mediano plazo, medida a través del promedio móvil trimestral, disminuyó marginalmente, pasando de muy pesimista a extraordinariamente pesimista.

La confianza en la actualidad (índice coyuntural) registró una caída marginal (3,8 puntos), aunque se mantuvo pesimista. Por su parte, la confianza en el futuro (índice de expectativas) aumentó gradualmente (4,9 puntos), pasando de muy pesimista a pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron de forma gradual, debido a una marcada caída de las visiones neutrales del futuro, que fue compensada parcialmente por un incremento marginal de las visiones neutrales de la actualidad.

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



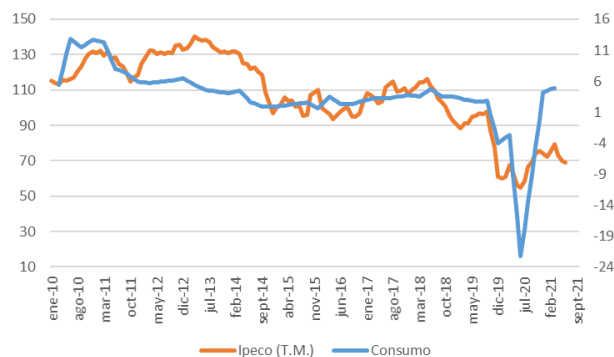
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato ABC1 la confianza aumentó a pesimista. En el C2 mejoró a moderadamente pesimista. En el C3 retrocedió a pesimista. En el D disminuyó a extraordinariamente pesimista. En el E retrocedió a muy pesimista.

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. La confianza retrocedió a muy pesimista en la Región Metropolitana, mientras que avanzó a moderadamente pesimista en la Región del Bío-Bío.

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 descargar los informes y datos del CEEN: <http://ceen.udd.cl> y <https://repositorio.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

La confianza aumentó marginalmente

En junio la confianza de los consumidores aumentó marginalmente, pasando del nivel muy pesimista a pesimista.

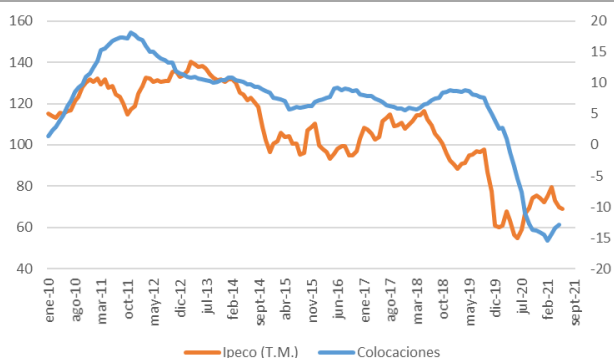
El promedio móvil trimestral del IPeCo, que muestra de mejor forma la tendencia a mediano plazo, disminuyó marginalmente, pasando del nivel muy pesimista a extraordinariamente pesimista.

Las noticias económicas vigentes durante el mes fueron mayormente positivas para la confianza de los consumidores. El IMACEC de abril aumentó un 14,1% en doce meses. El IPC de mayo aumentó un 0,3%, acumulando un crecimiento de 3,6% en doce meses. Por otro lado, el Índice de Actividad del Comercio (IAC) aumentó un 18,1% en mayo, con lo que sumó un aumento de 47,6% en doce meses.

Entre los factores que determinan los ingresos de los hogares, la tasa de desempleo retrocedió a 10,0% en el trimestre terminado en mayo, mientras que el índice real de remuneraciones de abril disminuyó un 0,3% durante el mes, acumulando un crecimiento de 2,4% en un año.

El consumo privado aumentó un 4,9% entre el primer trimestre de 2020 y 2021 (Gráfico 2). Por su parte, las colocaciones de consumo disminuyeron en un 1,5% en mayo, acumulando una caída de 13,0% en 12 meses (Gráfico 3).

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento anual de las colocaciones de consumo



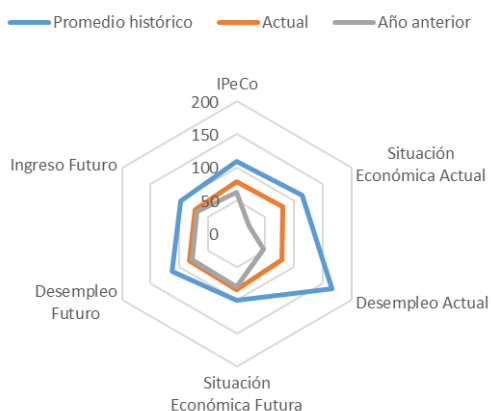
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza y Banco Central

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-20	63,0	30,1	75,2	22,2	47,3	80,6	77,6	68,2
jul-20	62,0	32,7	72,8	23,8	52,2	82,3	74,9	62,0
ago-20	75,0	50,9	83,9	42,1	70,4	94,2	88,7	70,7
sept-20	71,2	50,6	78,9	42,3	69,1	81,8	91,1	68,1
oct-20	76,3	58,1	83,1	53,5	69,1	79,9	102,8	73,7
nov-20	79,0	68,4	83,1	61,4	84,6	84,3	94,5	74,5
dic-20	67,0	65,1	67,8	58,7	80,1	66,0	82,4	60,3
ene-21	70,9	71,2	71,0	56,3	104,0	78,5	76,1	60,3
feb-21	86,9	91,9	85,3	71,0	137,8	87,8	105,5	69,8
mar-21	80,6	77,6	81,8	51,9	133,2	82,5	105,5	65,9
abr-21	52,2	46,2	54,6	35,6	69,7	54,5	63,6	48,8
may-21	76,3	83,2	73,9	74,2	104,2	78,9	84,6	62,2
jun-21	78,9	79,4	78,9	80,5	79,3	83,7	82,1	71,9
var. m/m	2,6	-3,8	4,9	6,3	-24,9	4,9	-2,5	9,7
var. a/a	15,9	49,4	3,7	58,4	32,0	3,1	4,5	3,8

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

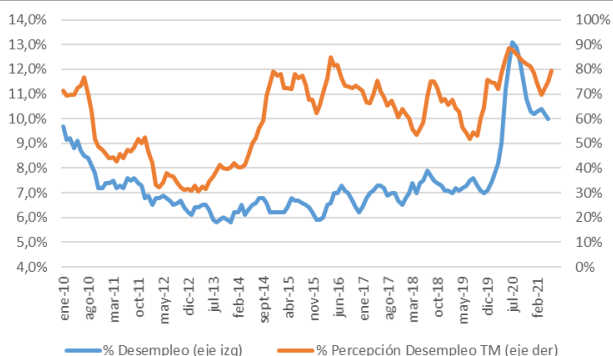
La confianza en la actualidad se mantuvo pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) disminuyó marginalmente en junio (3,8 puntos), aunque se mantuvo en el nivel pesimista. Esto se debió a una caída gradual en la percepción del desempleo actual, que fue compensada parcialmente por una mejora marginal en la percepción de la situación económica actual.

La percepción de la **situación económica actual** aumentó 6,3 puntos durante junio, aunque se mantuvo pesimista, lo que se explica por una caída de las visiones pesimistas y un aumento de las visiones neutrales. Por otra parte, la percepción del **desempleo actual** disminuyó 24,9 puntos, pasando de moderadamente pesimista a pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y un retroceso de las visiones neutrales y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha aumentado 49,4 puntos, debido a la mejora en la percepción de la situación económica actual (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

Durante junio el pesimismo respecto al desempleo declarado por los consumidores aumentó respecto al mes anterior, en contraste con la caída marginal en la tasa de desempleo del INE durante el trimestre terminado en mayo (Gráfico 5).

GRÁFICO 5
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



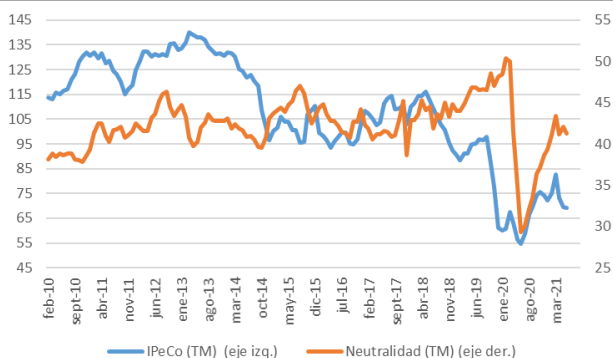
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las visiones de los consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	-4,16	4,33	-0,17
Desempleo Actual	5,37	-1,30	-4,07
Situación Económica Futura	-1,33	-1,66	3,00
Desempleo Futuro	8,11	-12,62	4,51
Ingreso Futuro	-3,20	-1,32	4,52

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 gradualmente

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores mejoró de forma gradual (4,9 puntos), subiendo del nivel muy pesimista a pesimista. Esto se debió a una marcada mejora en la percepción de los ingresos futuros, sumada a un avance gradual de la percepción de la situación económica futura. En contraste, la percepción del desempleo futuro disminuyó marginalmente.

La percepción de la **situación económica futura** aumentó 4,9 puntos, aunque se mantuvo pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las visiones pesimistas y neutrales y un aumento de las visiones optimistas. La percepción del **desempleo futuro** retrocedió 2,5 puntos, no obstante, se mantuvo pesimista, debido a un aumento de las visiones pesimistas y una caída de las visiones neutrales. Finalmente, la percepción de los **ingresos futuros** aumentó 9,7 puntos, pasando de extraordinariamente pesimista a muy pesimista. Esto se debió a una disminución de las visiones pesimistas y neutrales, y un incremento de las visiones optimistas (Cuadros 2 y 3, Gráfico 4).

En los últimos doce meses, la confianza en el futuro ha aumentado 3,7 puntos, principalmente por la mejora en la percepción de los ingresos futuros (Gráfico 4).

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron gradualmente

Durante junio las visiones de estabilidad en las percepciones registraron una caída gradual, alcanzando un 41,9% del total de respuestas de la encuesta. Este resultado se explicó por una marcada caída de las visiones neutrales del futuro, que fue compensada parcialmente por un aumento de las visiones neutrales de la actualidad. Por su parte, la media móvil trimestral de las visiones de estabilidad disminuyó gradualmente, ubicándose en un 41,3% del total (Gráfico 6).

CUADRO 4 IPeCo por estrato socioeconómico Base dic2001 = 100						
Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E	
jun-20	49,2	68,1	72,2	65,2	57,1	
jul-20	53,7	47,1	72,6	71,4	69,2	
ago-20	68,3	71,3	80,7	81,0	66,3	
sept-20	63,3	67,9	76,1	83,8	31,7	
oct-20	66,8	73,6	76,9	91,0	78,3	
nov-20	69,6	80,8	84,6	76,8	78,2	
dic-20	70,8	68,8	68,2	68,5	38,6	
ene-21	61,5	75,0	81,2	65,8	10,3	
feb-21	90,3	86,4	87,8	83,4	85,7	
mar-21	72,4	82,6	82,2	84,2	102,8	
abr-21	46,3	55,6	63,1	51,4	15,7	
may-21	62,2	69,9	96,6	72,8	60,5	
jun-21	78,0	87,9	79,4	50,8	20,6	
var. m/m	15,8	18,0	-17,3	-22,0	-40,0	
var. a/a	28,8	19,8	7,2	-14,4	-36,6	

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas en Mall Plaza

Los estratos socioeconómicos registraron variaciones mixtas

En los estratos socioeconómicos se observaron resultados mixtos. En el estrato **ABC1** la confianza aumentó a pesimista. En el **C2** mejoró a moderadamente pesimista. En el **C3** retrocedió a pesimista. En el **D** disminuyó a extraordinariamente pesimista. En el **E** retrocedió a muy pesimista.²

En las regiones se registraron resultados mixtos

A nivel regional, los cambios en la confianza fueron mixtos. La confianza retrocedió a muy pesimista en la **Región Metropolitana**, mientras que avanzó a moderadamente pesimista en la **Región del Bío-Bío** (Cuadro 5).

CUADRO 5 IPeCo por región Base dic2001 = 100		
Mes	Bío Bío	RM
jun-20	80,8	58,9
jul-20	68,1	67,3
ago-20	71,3	87,6
sept-20	57,3	87,2
oct-20	64,0	93,4
nov-20	73,2	96,8
dic-20	56,4	92,1
ene-21	71,1	72,6
feb-21	87,8	97,9
mar-21	74,8	109,4
abr-21	53,6	51,1
may-21	88,6	73,7
jun-21	94,2	69,3
var. m/m	5,6	-4,4
var. a/a	13,4	10,4

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.

