



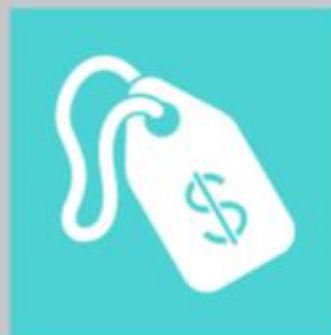
Universidad del Desarrollo
Facultad de Economía y Negocios

N° 137
JULIO 2015

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 mantuvo pesimista

CUADRO 1 Índice de Percepción de Consumidores Base dic-2001 = 100			
Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
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
feb-15	103,5	99,2	105,3
mar-15	109,5	125,3	104,0
abr-15	98,8	96,0	100,0
may-15	103,9	106,8	103,1
jun-15	98,7	93,9	100,6
jul-15	99,0	109,9	95,3
var. m/m	0,3	16,1	-5,4
var. a/a	-24,8	-43,3	-18,1

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

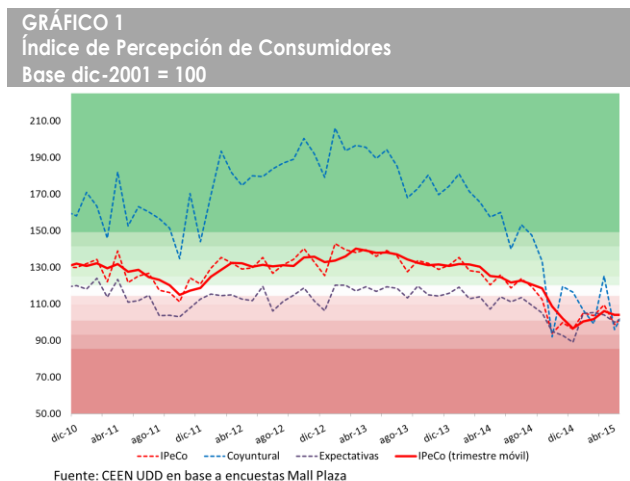
Durante julio la confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel pesimista por cuarto mes consecutivo y por quinta vez en el año. El índice prácticamente no varió respecto de junio (-0,3 puntos), y en doce meses ha disminuido en 24,8 puntos.

El IPeCo no tuvo variaciones significativas durante el mes. Por otro lado, la confianza en la actualidad (índice coyuntural), aumentó en 16,1 puntos, manteniéndose en un nivel pesimista, mientras que la confianza en el futuro (índice de expectativas), disminuyó en 5,4 puntos, alcanzado un nivel pesimista.

Las visiones de estabilidad de la confianza disminuyeron levemente, principalmente debido a un aumento en las visiones de estabilidad de la actualidad, mientras que las visiones de estabilidad de la situación futura disminuyeron marginalmente.

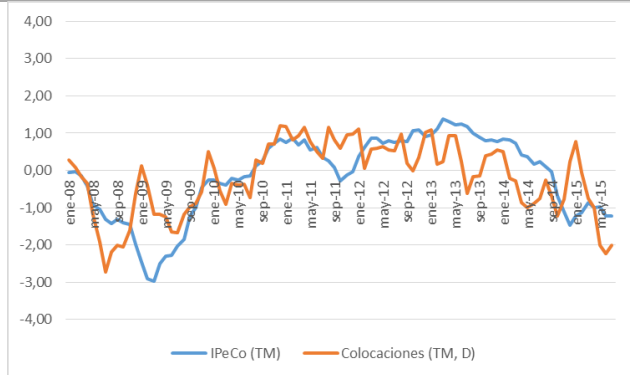
Según estrato socioeconómico, la confianza aumentó en el ABC1 y D, desde un nivel pesimista a un nivel moderadamente pesimista, mientras que en el C2 y E disminuyó desde un nivel moderadamente pesimista a un nivel pesimista. En el C3 se mantuvo en un nivel pesimista.

A nivel regional, la confianza de los consumidores no cambió. En la Región Metropolitana se mantuvo en un nivel muy pesimista, mientras que en la Región del Bío Bío se mantuvo moderadamente pesimista.



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 de las colocaciones de consumo



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variable en diferencias
 Fuente: CEEN y Banco Central

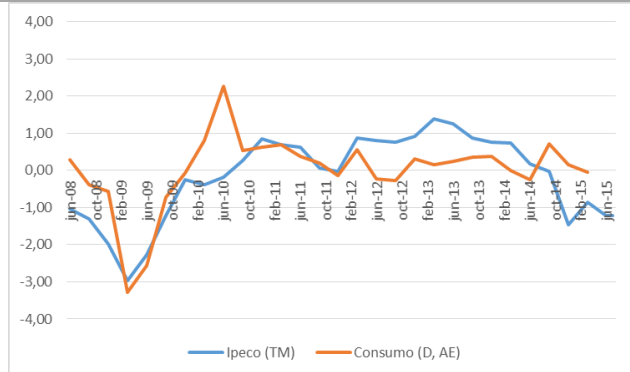
La confianza de los consumidores se mantuvo en un nivel pesimista

En julio, la confianza de los consumidores no varió respecto de su nivel de junio, manteniéndose en un nivel pesimista desde abril.

El promedio móvil trimestral del IPeCo tampoco cambió significativamente respecto de julio, indicando que la confianza se estaría estabilizando en torno a los niveles actuales. En una perspectiva anual, el promedio móvil trimestral del índice ha disminuido 22,3 puntos, principalmente debido al retroceso de la confianza en la actualidad.

Durante el último mes se han conocido tanto noticias negativas como positivas para la economía y la confianza de los consumidores. El crecimiento del Imacec de junio fue de 2,7%, superior a las expectativas del mercado, mientras que la tasa de desempleo disminuyó a un 6,5% en el trimestre abril-mayo- junio. La inflación de julio fue de 0,4%, en línea con las expectativas, con lo que la inflación alcanzó un 4,6% en doce meses, por sobre el rango meta del Banco Central. Simultáneamente, la Dirección de Presupuestos anunció que la estimación del crecimiento del PIB tendencial se redujo a un 3,6%, lo que implica una disminución de la brecha de producto, limitando el espacio para realizar una política monetaria expansiva, y limitando el aumento del gasto fiscal del próximo año, por lo que tampoco habría mucho espacio para ejecutar una política fiscal contracíclica.

GRÁFICO 3
IPeCo y Crecimiento del consumo total (serie trimestral)



Variables estandarizadas; TM = trimestre móvil; D = variables en diferencias; AE = ajustado estacionalmente
 Fuente: CEEN y Banco Central

Complementando este escenario, la tasa de crecimiento de las colocaciones de consumo aumentó levemente, en un 0,39%, luego de dos caídas consecutivas. En doce meses las colocaciones han aumentado en un magro 1,17%, a pesar del bajo costo del crédito (Gráfico 2). Por otro lado, el retroceso de la confianza del consumidor también sugiere que este trimestre la tasa de crecimiento del consumo privado se podría haber estancado o disminuido (Gráfico 3).

CUADRO 2
Índice de Percepción de Consumidores y Visiones
 (% de respuestas)
 Base Dic2001 = 100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas	Situación Económica Actual	Desempleo Actual	Situación Económica Futura	Desempleo Futuro	Ingreso Futuro
jul-14	123,79	153,21	113,38	130,38	204,78	109,86	124,65	109,66
ago-14	119,33	147,62	109,32	139,10	169,27	111,77	109,72	106,63
sep-14	112,44	133,32	105,11	136,16	130,95	114,17	83,95	109,70
oct-14	93,94	92,02	94,86	99,36	79,21	98,62	84,55	97,72
nov-14	99,82	119,55	92,88	125,61	110,12	106,51	67,82	95,42
dic-14	96,24	116,44	89,11	139,84	70,87	95,41	74,24	92,40
ene-15	105,13	106,40	104,91	111,15	99,36	105,52	98,91	108,15
feb-15	103,47	99,21	105,27	99,36	101,54	105,20	114,32	99,53
mar-15	109,51	125,34	104,01	119,46	140,89	106,50	102,86	102,29
abr-15	98,79	96,03	100,03	95,77	99,14	98,27	88,00	109,47
may-15	103,91	106,77	103,12	108,39	106,24	112,74	85,41	104,92
jun-15	98,67	93,89	100,64	108,03	66,98	110,15	74,91	107,69
jul-15	99,00	109,95	95,25	107,29	118,40	95,36	89,59	98,77
var. m/m	0,3	16,1	-5,4	-0,7	51,4	-14,8	14,7	-8,9
var. a/a	-24,8	-43,3	-18,1	-23,1	-86,4	-14,5	-35,1	-10,9

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Por el lado de los ingresos de los hogares, el desempleo disminuyó levemente, desde un 6,6% a un 6,5% en el trimestre terminado en junio, mientras que las remuneraciones reales disminuyeron por tercer mes consecutivo, aunque en doce meses han crecido un 1,8%. Por el lado del consumo efectivo, el Índice de Ventas del Comercio Minorista (IVCM) disminuyó en un 5,6% mensual en junio, lo que implica un aumento de 4,1% en doce meses.

Con estos antecedentes, se podría esperar que en los próximos meses la confianza de los consumidores se mantenga en torno a un nivel pesimista o que aumente levemente dentro del rango pesimista, ya que si bien se han observado algunos indicadores positivos en el corto plazo, a más largo plazo las expectativas económicas no han mostrado signos de recuperación.

La confianza en la actualidad se mantuvo pesimista

La **confianza en la actualidad** (índice coyuntural) mostró un aumento de 16,1 puntos en julio, compensando la disminución de 12,9 puntos del mes previo. Sin embargo, ésta se mantuvo en un nivel pesimista. Al analizar las percepciones que componen el índice, se observa que la caída se debe principalmente a una mejora en la percepción del **desempleo actual**, que aumentó en 51,4 puntos, alcanzando un nivel moderadamente pesimista (desde un nivel muy pesimista observado en junio), lo que se debió a una disminución de las visiones pesimistas y a un aumento de las visiones neutrales y optimistas. Por otro lado, la percepción de la **situación económica actual** prácticamente no varió (-0,7 puntos), y se mantuvo en un nivel moderadamente pesimista, luego de aumentos equivalentes de las visiones pesimistas y optimistas. En los últimos doce meses la confianza en la actualidad ha caído en forma significativa (-43,3 puntos) (Cuadros 2 y 3).

Cabe destacar que desde el segundo semestre del año pasado, la percepción del desempleo declarada por los consumidores ha crecido muy por sobre el desempleo efectivo, que se ha mantenido bajo. Sin embargo, a partir del primer semestre de este año el cambio en la percepción del desempleo ha seguido más de cerca el cambio de la tasa de desempleo efectivo, aunque la brecha entre ambos indicadores se mantiene (Gráfico 4).

GRÁFICO 4
Desempleo y Percepción sobre desempleo actual



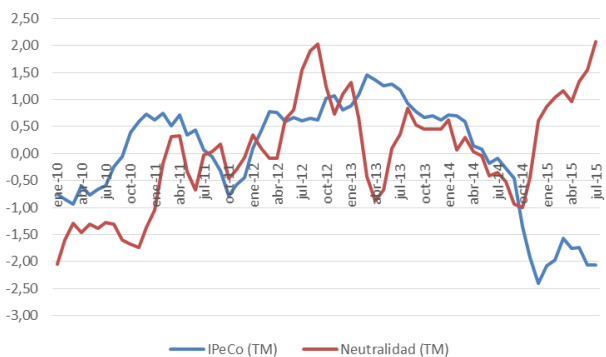
Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

CUADRO 3
Cambio en las Visiones de los Consumidores

	Pesimistas	Neutrales	Optimistas
Situación Económica Actual	1,74	-3,39	1,65
Desempleo Actual	-11,86	6,42	5,44
Situación Económica Futura	8,38	-9,00	0,62
Desempleo Futuro	-1,49	-3,69	5,18
Ingreso Futuro	3,72	0,54	-4,26

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

GRÁFICO 5
Neutralidad y Percepción de los Consumidores



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

La confianza en el futuro disminuyó a un nivel pesimista

La **confianza en el futuro** (índice de expectativas) de los consumidores disminuyó en 5,4 puntos, alcanzando un nivel pesimista. Esto fue resultado de una disminución de las percepciones de la situación económica futura y de los ingresos futuros, mientras que la percepción sobre el desempleo futuro mejoró.

En julio, la percepción de la **situación económica futura** disminuyó en 14,8 puntos, con lo que retrocedió desde un levemente optimista a un nivel pesimista. Esto se debió a un aumento en las visiones pesimistas, y una disminución en las visiones neutrales, mientras que las visiones optimistas se mantuvieron prácticamente sin cambios. La percepción del **desempleo futuro** aumentó en 14,7 puntos, desde un nivel muy pesimista a uno pesimista, debido a una caída en las visiones pesimistas y neutrales, y un aumento de las visiones optimistas. La percepción sobre los **ingresos futuros** disminuyó en 8,9 puntos, alcanzado un nivel moderadamente pesimista desde el nivel levemente optimista registrado en junio. Esto fue el resultado de un aumento en las visiones pesimistas y una caída en las visiones optimistas, mientras que las visiones neutrales no cambiaron.

Las visiones neutrales se mantienen altas

Durante julio, las visiones neutrales disminuyeron a un 45,7%, desde el 47,5% declarado en junio, lo que se debe a una disminución de las visiones neutrales de la confianza en el futuro, que fue superior a un aumento en las visiones neutrales declaradas de la confianza en la actualidad. Sin embargo, la media móvil trimestral de la confianza mantiene su tendencia al alza (Gráfico 5).

La alta proporción de visiones neutrales, junto a la estabilización de la confianza de los consumidores en un nivel pesimista durante los últimos cuatro meses, sugiere que en el corto plazo ésta permanecería en torno a los niveles actuales.

CUADRO 4

IPeCo por estrato socioeconómico
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	ABC1	C2	C3	D	E
jul-14	117,2	111,2	128,5	137,6	152,9
ago-14	117,2	111,5	134,2	95,8	96,0
sep-14	122,6	108,6	115,1	95,2	25,7
oct-14	111,2	91,7	93,8	85,7	48,0
nov-14	105,7	93,4	108,8	81,6	56,2
dic-14	105,3	105,0	98,5	71,1	90,5
ene-15	100,7	105,1	107,7	90,1	54,4
feb-15	96,9	100,5	111,4	98,3	53,7
mar-15	102,6	106,3	110,0	117,1	89,1
abr-15	85,1	91,8	101,3	115,4	134,4
may-15	112,6	102,5	112,1	72,9	54,8
jun-15	101,6	101,0	101,1	86,6	68,6
jul-15	110,2	93,6	103,5	97,2	47,1
var. m/m	8,6	-7,4	2,4	10,6	-21,5
var. a/a	-7,0	-17,7	-24,9	-40,4	-105,8

Fuente: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

La confianza disminuyó en la mayoría de los estratos

La confianza de los consumidores aumentó en los estratos **ABC1** y **D**, desde un nivel pesimista a un nivel moderadamente pesimista, mientras que en el **C2** y **E** disminuyó desde un nivel moderadamente pesimista a un nivel pesimista. En el estrato **E**, la confianza se mantuvo en un nivel pesimista (Cuadro 4).²

El nivel de confianza se mantuvo a nivel regional

A nivel regional, la confianza de los consumidores se mantuvo sin cambios significativos respecto del mes anterior. En la **Región Metropolitana** se mantuvo en un nivel muy pesimista, mientras que en la **Región del Bío Bío** se mantuvo moderadamente pesimista (Cuadro 5).

CUADRO 5

IPeCo por región
Base dic2001 = 100

Mes \ IPeCo	Bío Bío	RM
jul-14	115,6	146,7
ago-14	102,5	144,6
sep-14	110,9	131,0
oct-14	99,3	105,6
nov-14	94,4	117,5
dic-14	106,0	113,1
ene-15	104,2	122,8
feb-15	109,4	116,7
mar-15	113,6	125,7
abr-15	128,1	106,1
may-15	106,0	117,1
jun-15	102,5	114,8
jul-15	100,3	113,5
var. m/m	-2,2	-1,3
var. a/a	-15,3	-33,2

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

M. Carolina Grünwald N., Investigadora

m.grunwald@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