

IPSOS CCI
CONSUMER CONFIDENCE INDEX



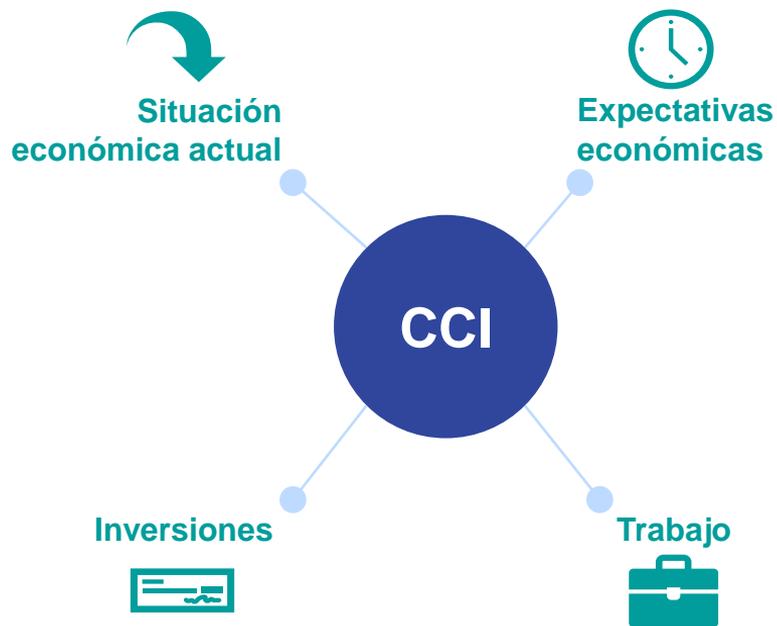
Informe mensual – Noviembre 2023



IPSOS CCI: CONSUMER CONFIDENCE INDEX

El índice Ipsos de confianza del consumidor, desplegado en 31 países, mide el nivel de optimismo de los consumidores sobre el estado de la economía a través de las actitudes del estado actual y futuro de las economías locales, las finanzas personales, los ahorros y la confianza para realizar inversiones.

Consumer Confidence Index (CCI) está compuesto por 4 subíndices y 10 preguntas. Para conocer el detalle del cálculo ver “Metodología de cálculo”, al final de este documento.



- | | 10 preguntas |
|--|--------------|
| ■ Economía local actual | |
| ■ Futuro de la economía local | |
| ■ Situación financiera personal actual | |
| ■ Situación financiera personal futura | |
| ■ Compra de bienes importantes (casa o auto) | |
| ■ Compras para el hogar | |
| ■ Estabilidad laboral | |
| ■ Capacidad de ahorro e inversión | |
| ■ Pérdida de empleo | |
| ■ Expectativa de perder empleo | |

LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES CHILENOS SE INCREMENTA POR TERCER MES CONSECUTIVO

En noviembre, la confianza de los consumidores chilenos muestra un alza respecto a octubre, alcanzando 42,5 puntos (+1,0). Si bien, este puntaje todavía refleja que el país se encuentra en una situación de pesimismo sobre la economía (inferior a los 50 puntos), se trata del tercer incremento consecutivo y el máximo alcanzado desde marzo 2022, lo que consolida la tendencia positiva que se ha venido observando desde noviembre 2022, que fue el momento más crítico de la inflación en el país. Esta tendencia positiva, está siendo apalancada por el incremento de la percepción de tener mayor capacidad de ahorro e inversión (+6,4 puntos en el último año), como también por la percepción de tener en un mejor presente en relación a los últimos seis meses (+5,8 del subíndice durante el año). Por contraparte, las personas también perciben que estamos en un periodo con dificultades en el ámbito laboral, en efecto, el subíndice “Trabajo” que mide las percepciones asociadas a esto, ha sido el de menor crecimiento en el año (+1,4), lo que es consistente con los indicadores de desocupación publicados mensualmente por el INE. En síntesis, el índice de confianza expone una tendencia alcista que se estaría explicando por la retirada definitiva de la inflación y una sensación de mayor poder adquisitivo que se ve frenado por las dificultades percibidas en el ámbito laboral, lo que entrega la señal que el consumo en el último mes del año probablemente será mayor que el observado en 2023.

En el ranking mundial de este mes, Chile se ubica en la posición 21° entre las 31 economías medidas. El trabajo de campo se desarrolló entre el 20 de octubre y el 3 de noviembre, periodo que estuvo marcado, en lo político, por las repercusiones en torno a la guerra en medio oriente y, en lo económico, por la disminución de la Tasa de Política Monetaria (TPM).

En el mundo, la confianza de los consumidores se ha mantenido en el mismo nivel respecto a octubre y muestra gran estabilidad en los últimos 5 meses. Al analizar los resultados por macrozona, este mes destaca la caída de la confianza en Oriente Medio y África (-0,1), impactado fuertemente por el resultado de Israel. Finalmente, cabe señalar que China, Arabia Saudita e Indonesia se mantienen como los tres países que lideran el ranking internacional.



*Jorge López
Gerente, Ipsos Chile*

CONTEXTO NOTICIOSO

24 oct

El presidente del Banco Mundial, Ajay Banga, declaró que las tensiones geopolíticas agravadas por el conflicto de Oriente Medio constituyen la mayor amenaza para la economía mundial.

26 oct

El Banco Central contrajo la Tasa de Política Monetaria (TPM) en 50 puntos base, ubicándose en 9,5.

31 oct

Presidente Boric llamó a consulta al embajador de Chile en Israel, ante los bombardeos que el gobierno israelí ha llevado a cabo contra civiles en Israel.

2 nov

El ministro de Economía, Nicolás Grau, en el seminario "Una permisología que favorezca el crecimiento" adelantó detalles del proyecto de reforma al sistema de permisos sectoriales, el cual busca reducir en un 30% los plazos para autorización de proyectos.

20 oct

Inicio del trabajo de campo

31 oct

El Índice de Producción Industrial (IPI) en Chile elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) registró un alza de 1,5% en septiembre, comparado con el mismo mes del año anterior. Esta es la segunda alza consecutiva y la mayor subida en casi dos años.

3 nov

Término del trabajo de campo

20 oct – 5 nov

Se desarrolla por primera vez en Chile la 19ª edición de los Juegos Panamericanos, el mayor evento deportivo multidisciplinario de las Américas.

25 oct

El ministro de Hacienda, Mario Marcel, retoma reuniones con partidos políticos para abordar el pacto fiscal, en el que presentó un paquete de 30 medidas con énfasis en estimular la economía e inversión.

30 oct

Último informe de Commodity Markets Outlook (Perspectivas de los mercados de productos básicos) del Banco Mundial, afirma que una escalada del conflicto en Oriente Medio podría empujar a los mercados mundiales de productos básicos hacia terrenos desconocidos.

1 nov

Presidente Boric inicia su primera visita oficial a Estados Unidos, en el marco de la Cumbre de Líderes APEP (Alianza para la Prosperidad Económica de las Américas), en la que sostiene reuniones bilaterales con el presidente Biden, Petro y el presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

3 nov

El Imacec de septiembre del Banco Central tuvo una expansión nula (0%), mejor que las expectativas del mercado, que apuntaban a una caída de entre 0,6% y 0,5%. Con esto, el trimestre creció 0,2% en término interanual, siendo la primera alza después de tres trimestres seguidos de contracciones.

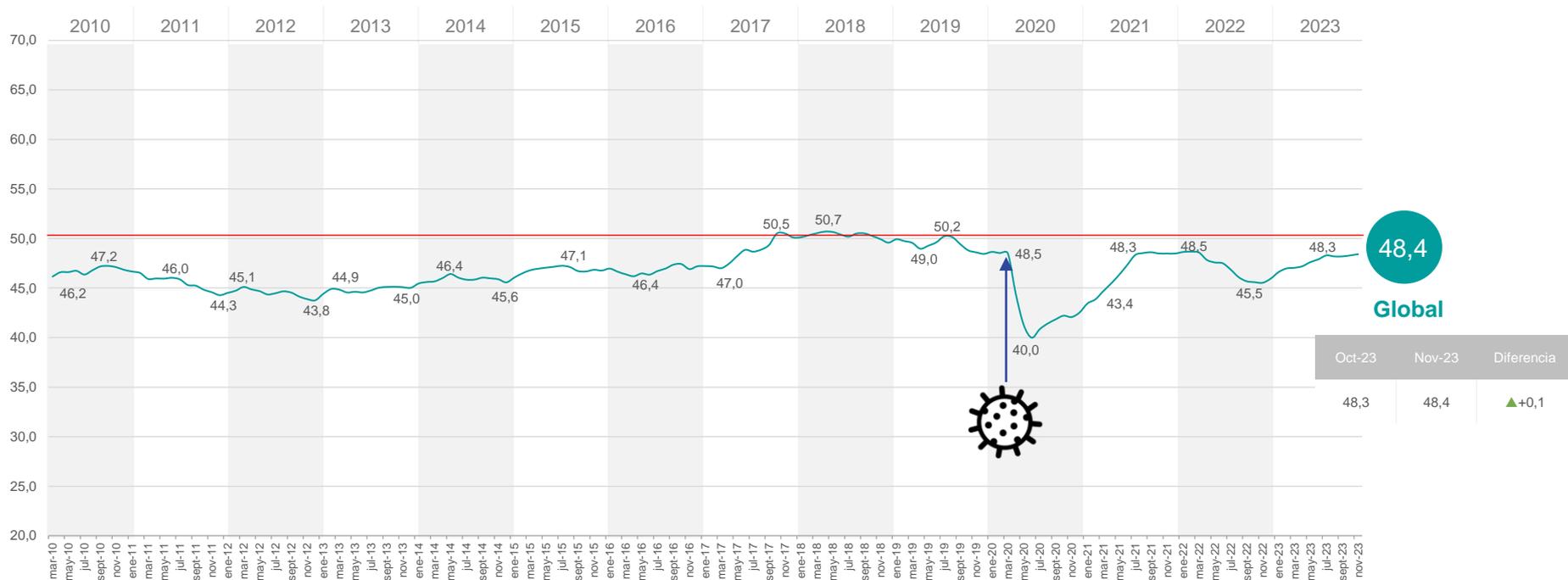
CCI GLOBAL

TRIMESTRE MÓVIL

CCI GLOBAL

Marzo 2010 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



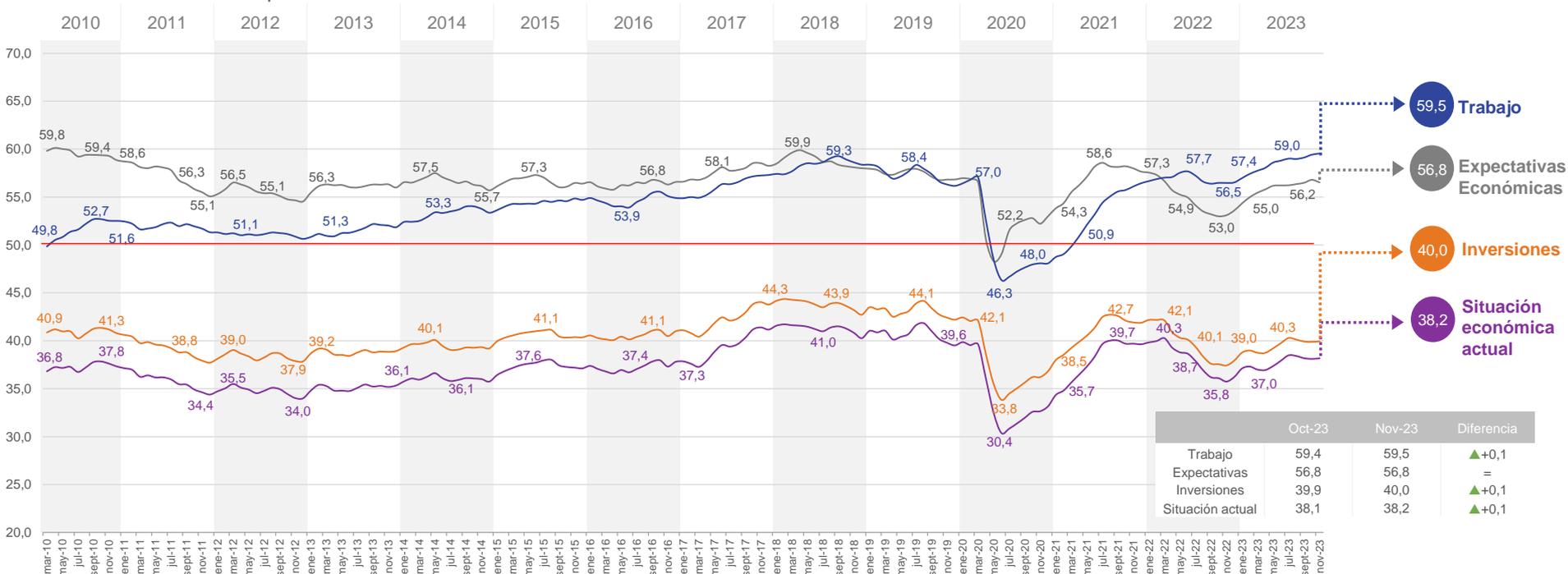
(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

El promedio global incluye las 24 economías que se han medido desde marzo 2010: Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Israel, Italia, Japón, México, Polonia, Rusia, Suecia, Sudáfrica y Turquía.

CCI GLOBAL: SUBÍNDICES

Marzo 2010 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



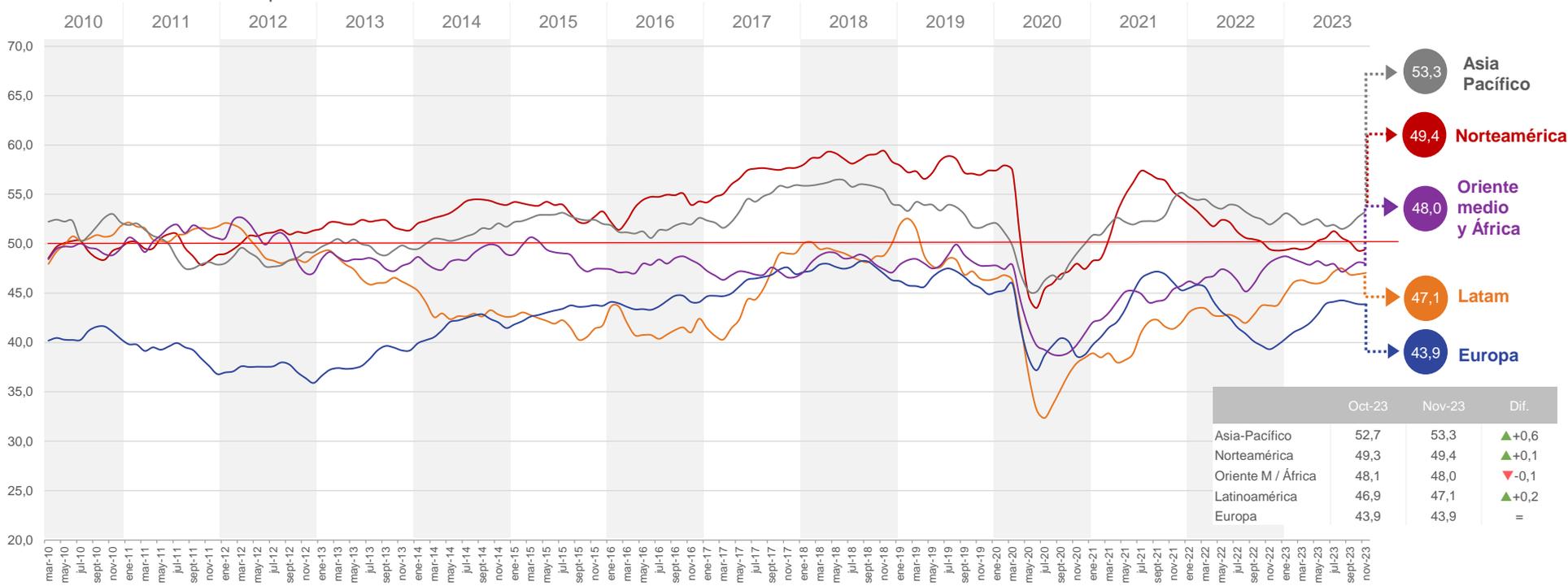
	Oct-23	Nov-23	Diferencia
Trabajo	59,4	59,5	▲+0,1
Expectativas Económicas	56,8	56,8	=
Inversiones	39,9	40,0	▲+0,1
Situación actual	38,1	38,2	▲+0,1

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

CCI GLOBAL: MACROZONA

Marzo 2010 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

8 - © Ipsos | Consumer Confidence Index Noviembre 2023

Norteamérica: Canadá y EE.UU.

Asia Pacífico: Australia, China, Corea del Sur, India y Japón.

Oriente medio y África: Israel, Arabia Saudita, Sudáfrica y Turquía.

Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia (**), México y Perú. (**) Ingresó en noviembre 2022.

Europa: Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Polonia, Suecia y Turquía.

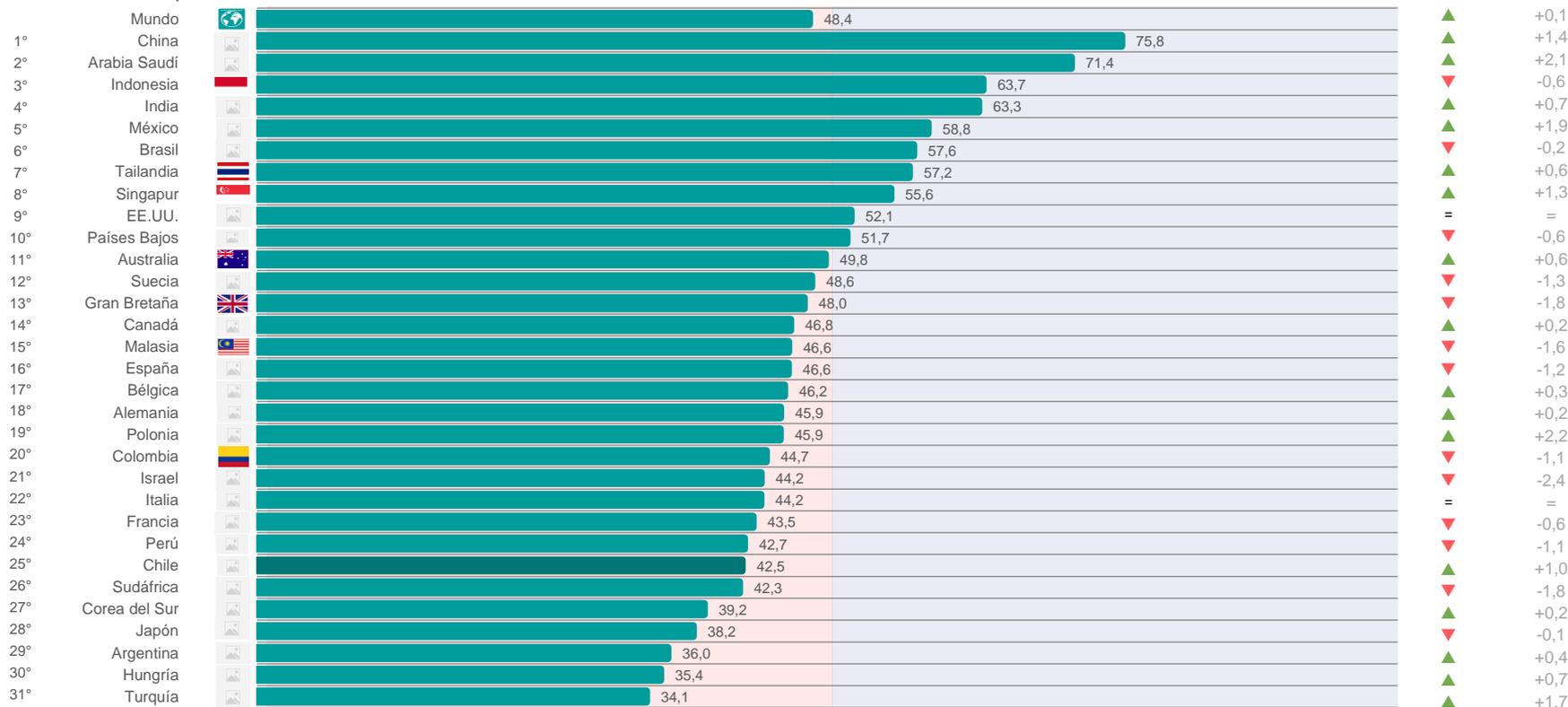


CCI GLOBAL: PAÍSES

Diferencia con mes previo

Oct 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

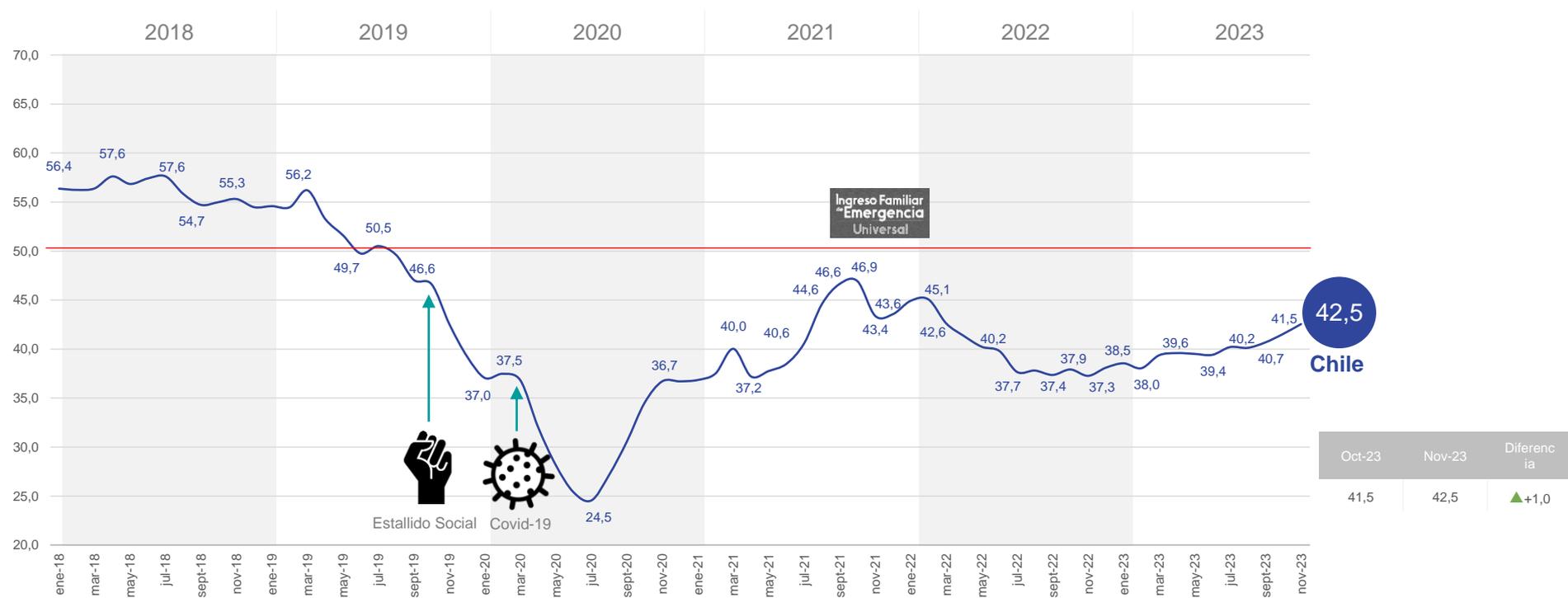
CCI CHILE

TRIMESTRE MÓVIL

CCI CHILE

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*

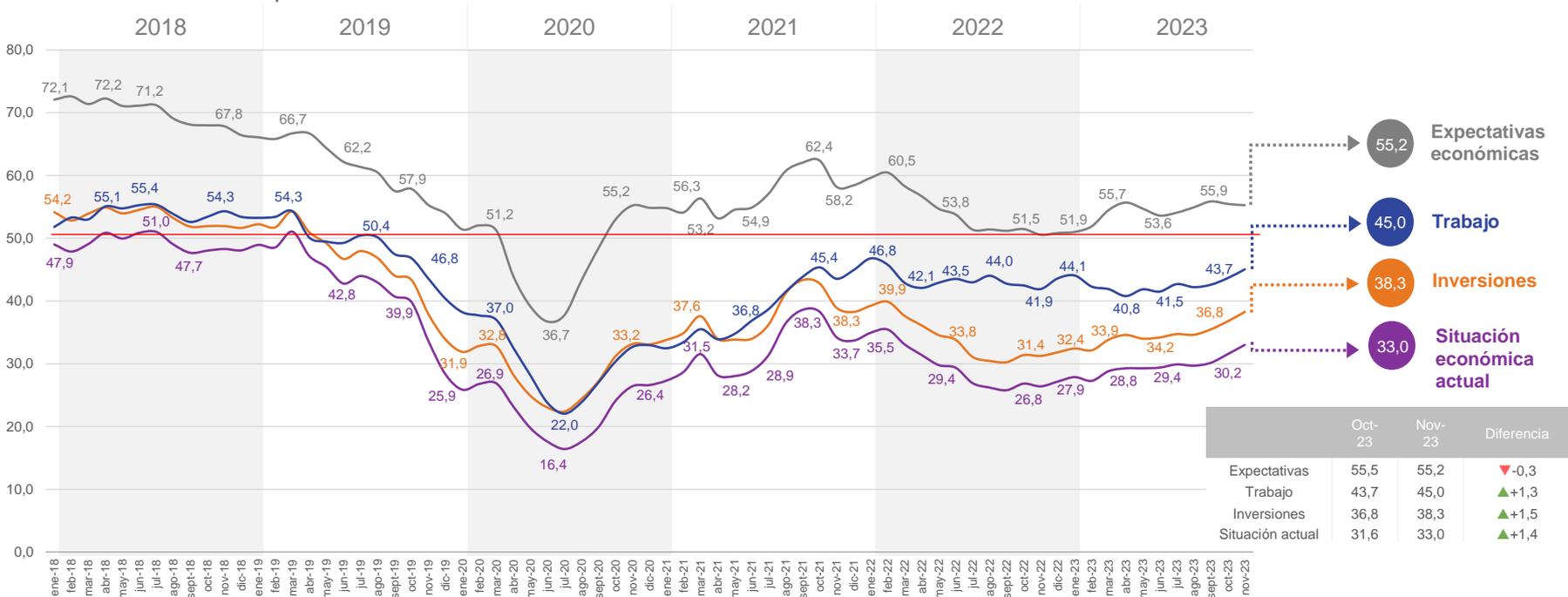


(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

CCI: SUBÍNDICES CHILE

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



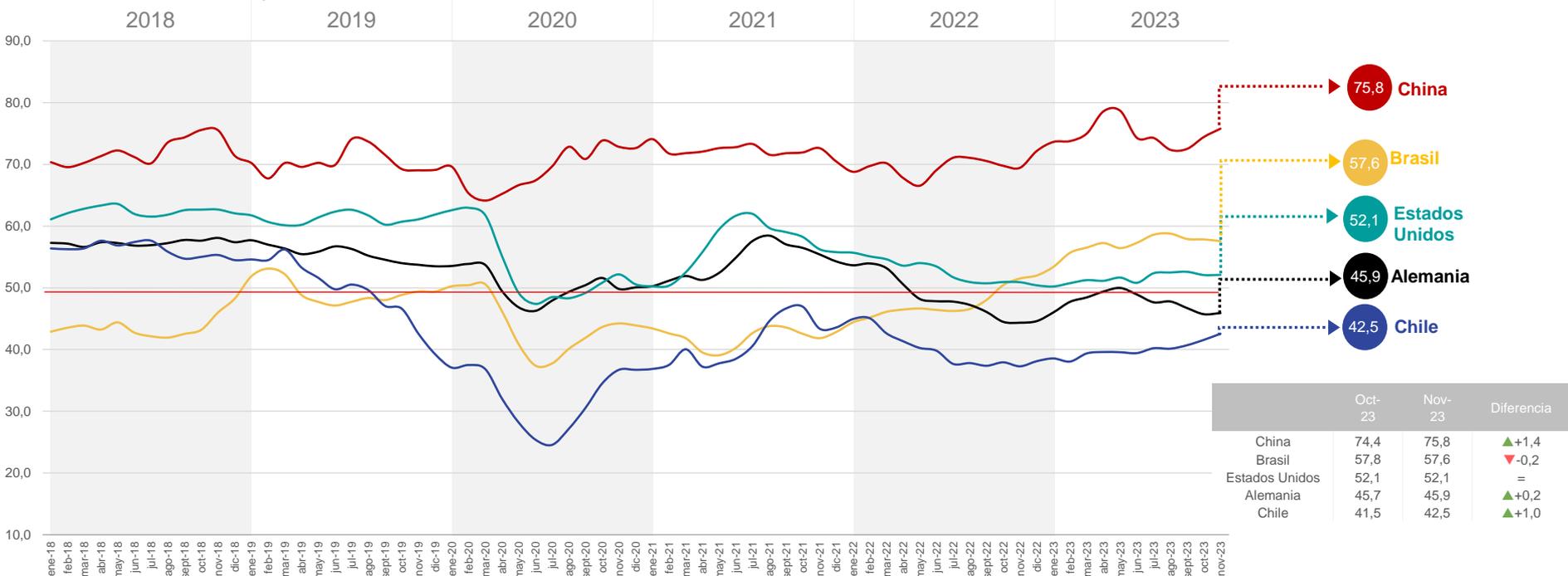
	Oct-23	Nov-23	Diferencia
Expectativas	55,5	55,2	▼-0,3
Trabajo	43,7	45,0	▲+1,3
Inversiones	36,8	38,3	▲+1,5
Situación actual	31,6	33,0	▲+1,4

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

CCI: CHILE Y POTENCIAS

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*

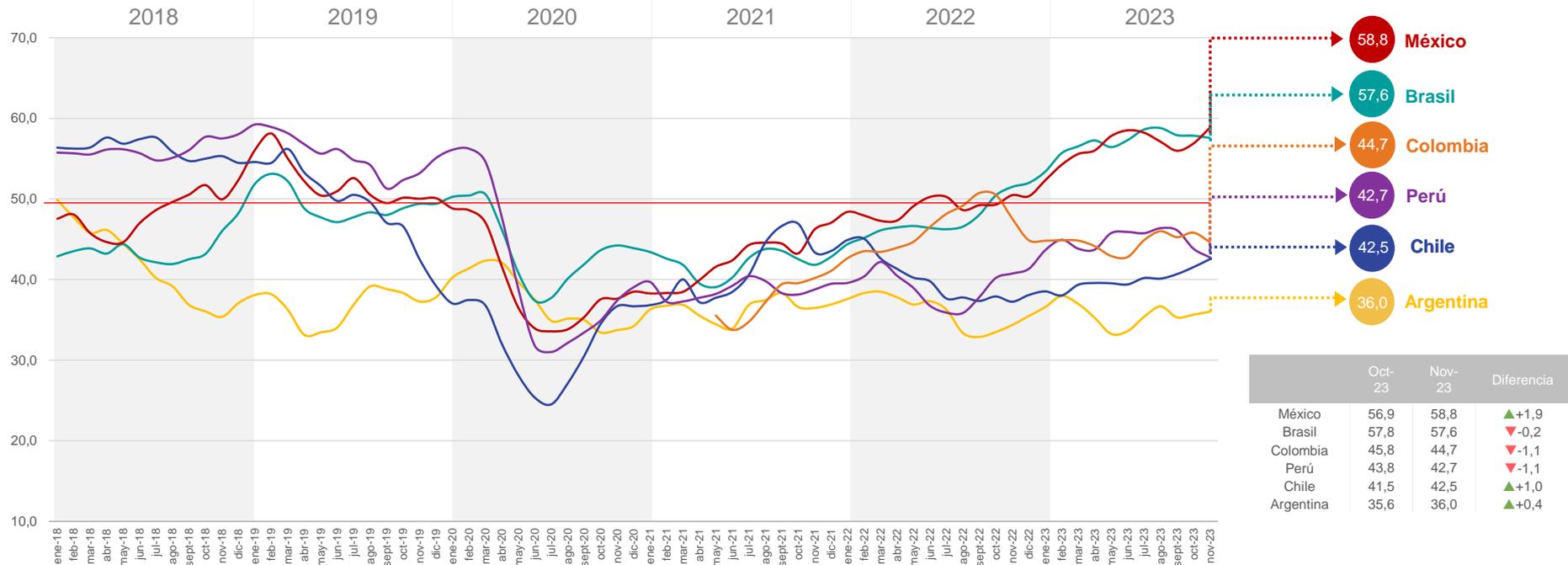


(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

CCI: CHILE Y LATAM

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

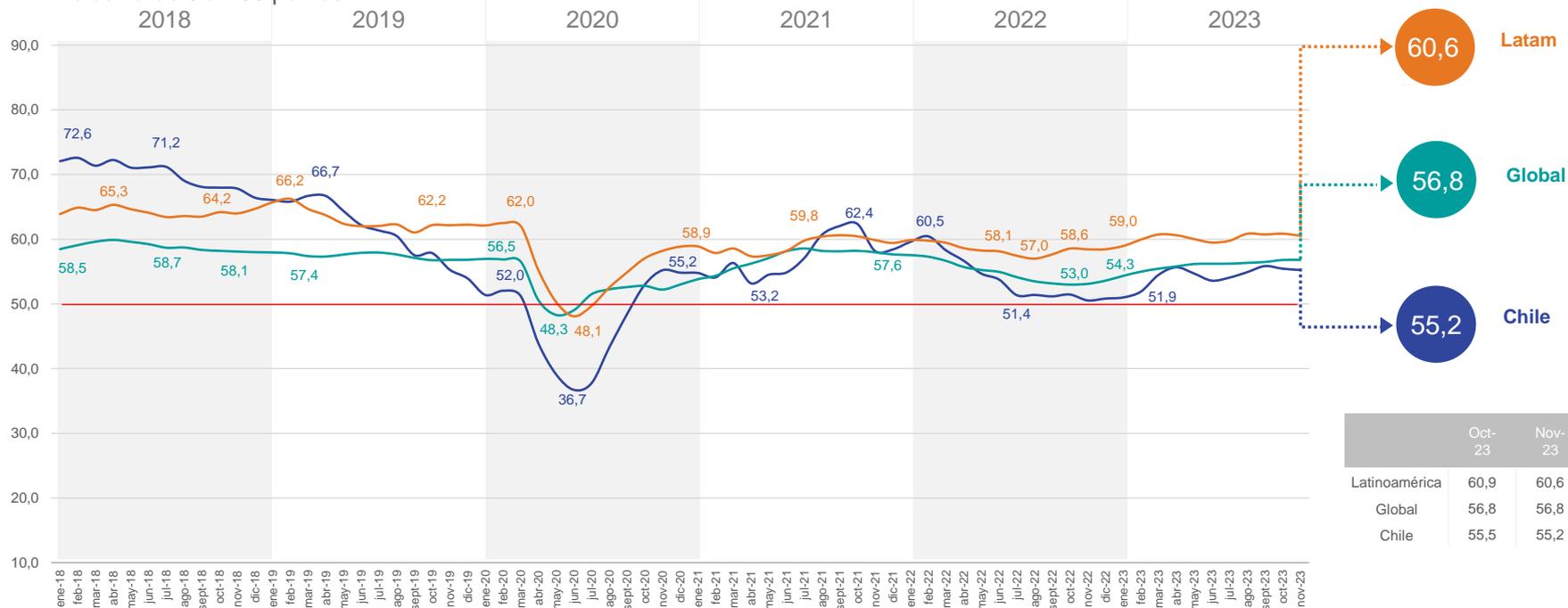
SUBÍNDICES CCI

TRIMESTRE MÓVIL

SUBÍNDICE: EXPECTATIVAS ECONÓMICAS

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*

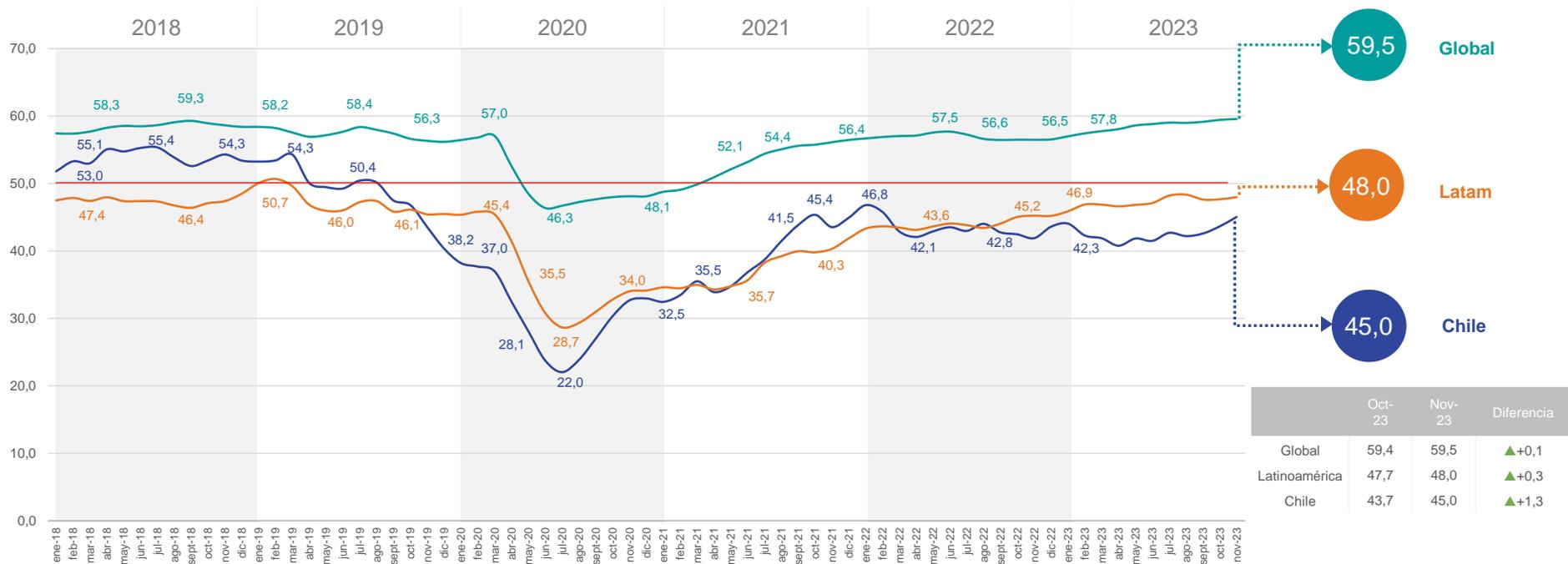


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

SUBÍNDICE: TRABAJO

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



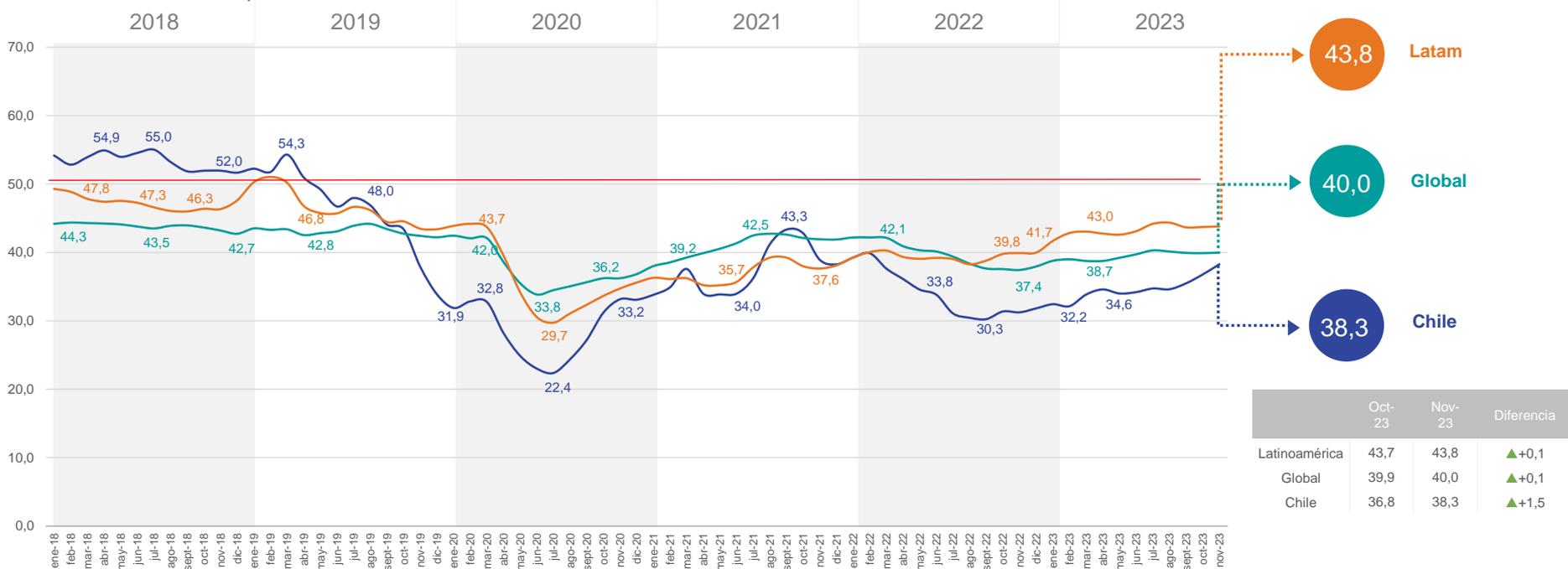
	Oct-23	Nov-23	Diferencia
Global	59,4	59,5	▲+0,1
Latinoamérica	47,7	48,0	▲+0,3
Chile	43,7	45,0	▲+1,3

(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

SUBÍNDICE: INVERSIONES

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



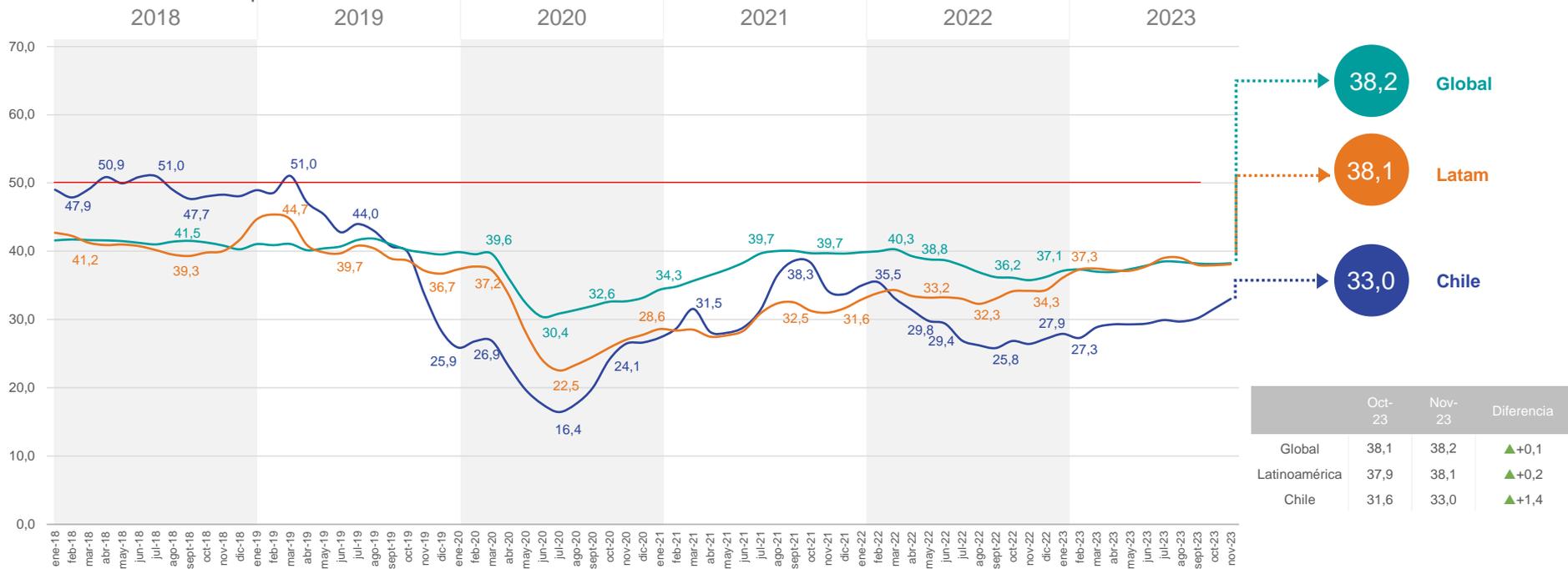
	Oct-23	Nov-23	Diferencia
Latinoamérica	43,7	43,8	▲+0,1
Global	39,9	40,0	▲+0,1
Chile	36,8	38,3	▲+1,5

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

SUBÍNDICE: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



	Oct-23	Nov-23	Diferencia
Global	38,1	38,2	▲+0,1
Latinoamérica	37,9	38,1	▲+0,2
Chile	31,6	33,0	▲+1,4

(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

CCI

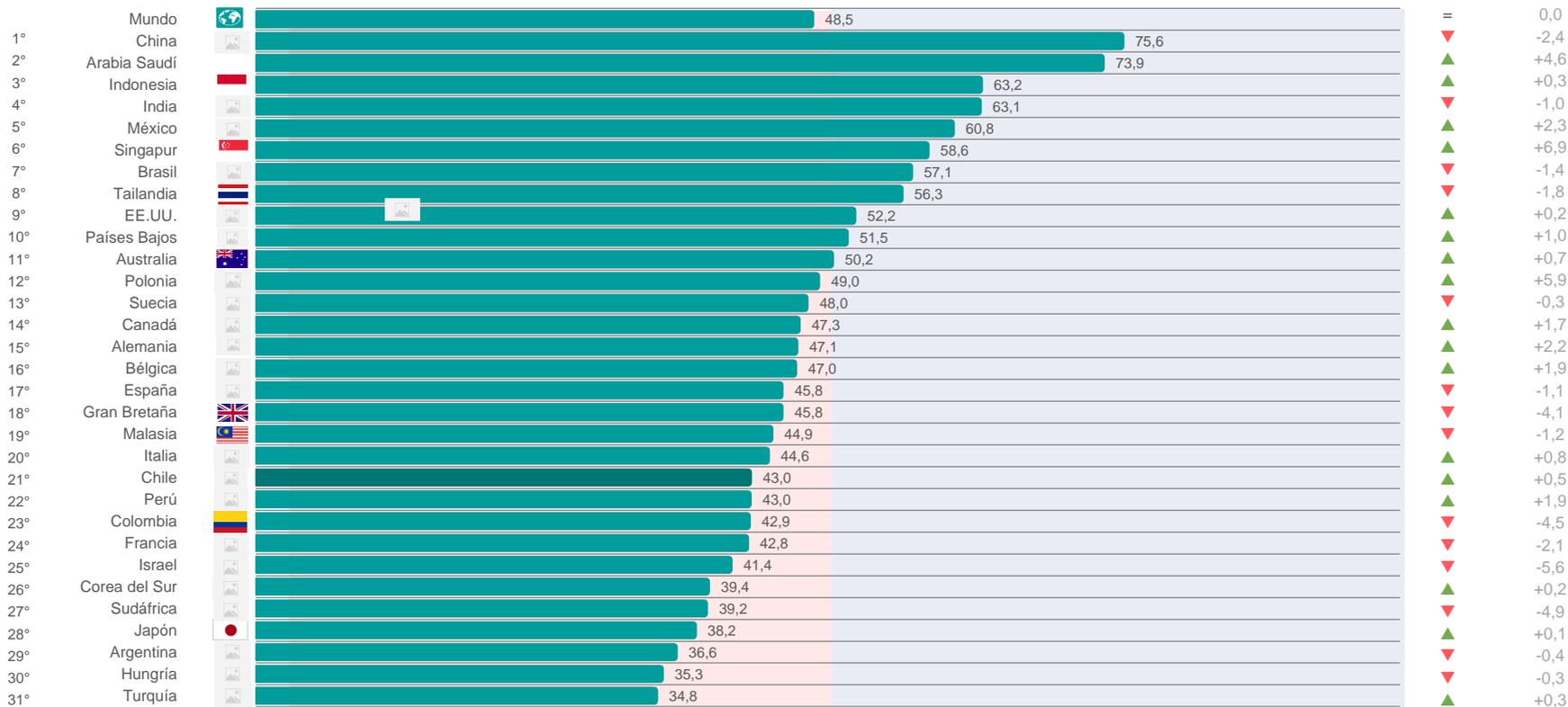
RESULTADOS MENSUALES

CCI GLOBAL: PAÍSES (MENSUAL)

Diferencia con mes previo

Oct 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*

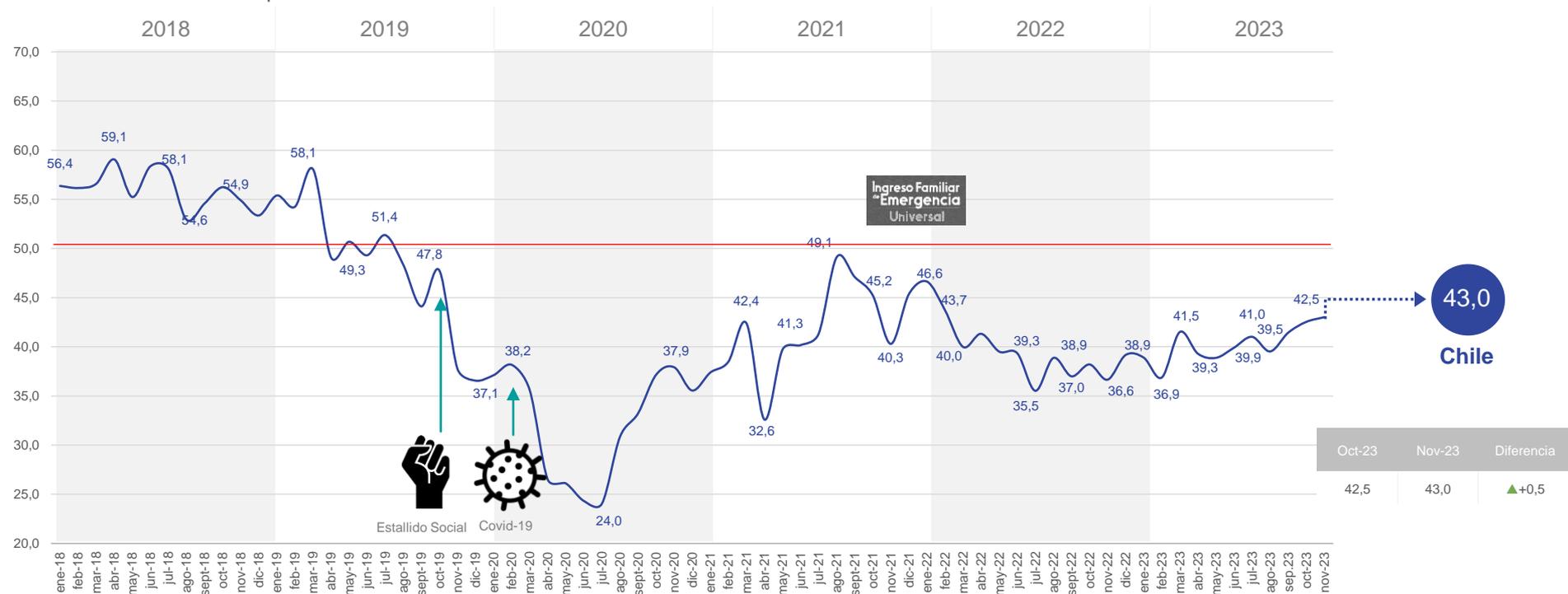


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

CCI: CHILE (MENSUAL)

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



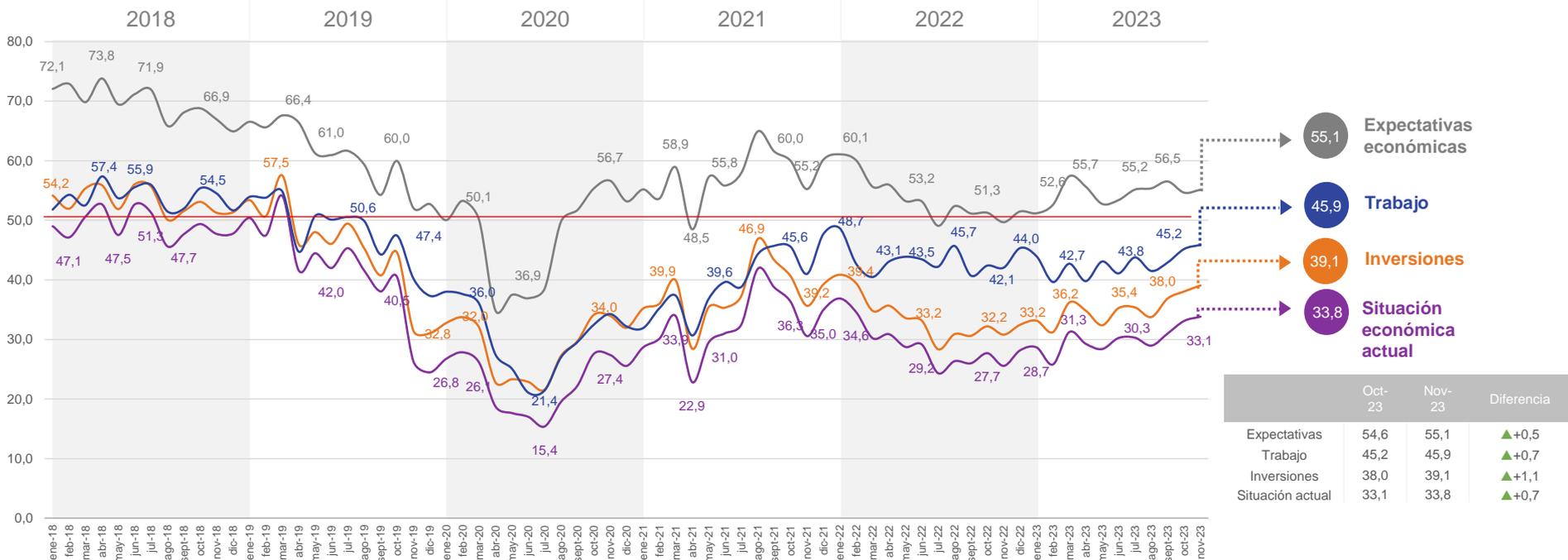
Índice basado en datos de un solo mes para todos los meses desde enero 2018

(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

CCI: SUBÍNDICES CHILE (MENSUAL)

Enero 2018 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



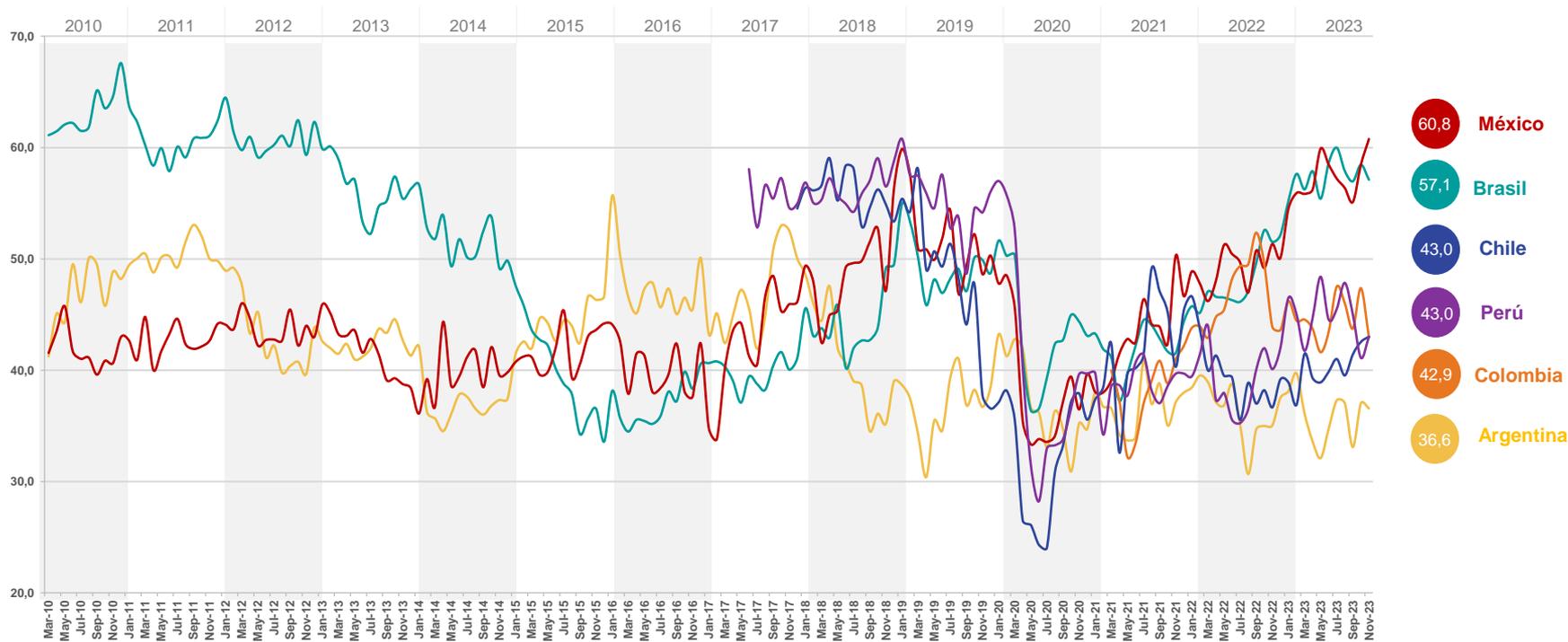
subíndices basados en datos de un solo mes para todos los meses desde enero 2018

(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

CCI: EVOLUTIVO LATAM (MENSUAL)

Marzo 2010 - Noviembre 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



Índice basado en datos de un solo mes para todos los meses desde marzo de 2010

© Ipsos | Consumer Confidence Index Noviembre 2023



METODOLOGÍA

METODOLOGÍA DE CÁLCULO (1/2)

Para el cálculo del Consumer Confidence Index (CCI) y los subíndices que lo componen, se utilizan los resultados obtenidos de las siguientes preguntas:

N°	Pregunta	Abreviación
1	En una escala del 1 al 7 donde 7 significa una economía muy fuerte en la actualidad y 1 significa una economía muy débil, califique el estado actual de la economía en su ciudad.	Economía local actual
2	Pensando en los próximos seis meses, ¿espera que la economía de su ciudad sea mucho más fuerte, un poco más fuerte, casi igual, un poco más débil o mucho más débil de lo que es ahora?	Futuro de la economía local
3	En una escala del 1 al 7, donde 7 significa que su situación financiera personal actual es muy fuerte y 1 significa que es muy débil, califique su situación financiera actual.	Situación financiera personal actual
4	Pensando en los próximos seis meses, ¿espera que su situación financiera personal sea mucho más fuerte, un poco más fuerte, igual, un poco más débil o mucho más débil de lo que es ahora?	Situación financiera personal futura
5	En comparación con seis meses atrás, ¿se encuentra usted actualmente más o menos seguro y confiado económicamente para realizar una compra importante como una casa o un auto?	Compra de bienes importantes (casa o auto)
6	En comparación con seis meses atrás, ¿se encuentra usted actualmente más o menos cómodo al realizar otros tipos de compras para el hogar?	Compras para el hogar
7	En comparación con seis meses atrás, ¿se encuentra usted actualmente más o menos seguro acerca de su estabilidad laboral, la de su familia y la de otras personas que conoce personalmente?	Estabilidad laboral
8	En comparación con seis meses atrás, ¿se siente usted actualmente más o menos seguro con respecto a su capacidad de invertir en el futuro, incluida su capacidad de ahorrar dinero para su jubilación o para la educación de sus hijos?	Capacidad de ahorro e inversión
9	Teniendo en cuenta los últimos seis meses, ¿han perdido su trabajo usted, algún miembro de su familia o alguna otra persona que conozca personalmente como resultado de la situación económica?	Pérdida de empleo
10	Ahora, piense en los próximos seis meses. ¿Cuáles son las probabilidades de que usted, algún miembro de su familia u otra persona que conozca personalmente pierdan su trabajo en los próximos seis meses como resultado de la situación económica?	Expectativa de perder empleo

Para el cálculo del CCI, cada una de las 10 preguntas identificadas se divide en 2 resultados agregados, por un lado, está el porcentaje de las actitudes positivas y, por otro, las negativas. Una vez que se realiza esta distinción por pregunta, se calcula la diferencia entre ambos valores (neto). De forma paralela, usando Shapely Value Analysis, se generan factores de importancia para cada pregunta con el propósito de calcular un promedio ponderado de netos. Posteriormente, a este promedio ponderado se le aplica una normalización para llevarlo a una escala de 0 a 100 y, con ello, se obtiene el PCSI o Primary Consumer Sentiment Index, que es el resultado mensual.

Finalmente, el CCI se obtiene mediante un promedio móvil ponderado de tres meses donde el último resultado mensual (PCSI) pesa un 45%, el CCI del mes previo un 35% y el CCI de hace dos meses un 20%.

METODOLOGÍA DE CÁLCULO (2/2)

Los subíndices se calculan mediante el mismo procedimiento que el descrito para el CCI, pero incluyendo un subconjunto de las 10 preguntas. En el siguiente cuadro se identifican con una “X” las preguntas que componen cada subíndice:

N°	Pregunta	Subíndices			
		Situación económica actual	Expectativas económicas	Inversiones	Trabajo
1	Economía local actual	X			
2	Futuro de la economía local		X		
3	Situación financiera personal actual	X		X	
4	Situación financiera personal futura		X	X	
5	Compra de bienes importantes (casa o auto)	X		X	
6	Compras para el hogar	X		X	
7	Estabilidad laboral	X			X
8	Capacidad de ahorro e inversión	X		X	
9	Pérdida de empleo				X
10	Expectativa de perder empleo		X		X

Contacto

Pablo Alvarado

Director de estudio – Ipsos Public Affairs

Pablo.Alvarado@ipsos.com

Nicolás Valenzuela

Comunicaciones – Ipsos Chile

Nicolas.Valenzuela@ipsos.com

GAME CHANGERS



Ipsos

IPSOS CCI: 4 SUBÍNDICES Y 10 PREGUNTAS

IPSOS CCI es un índice de confianza del consumidor creado por Ipsos que tiene el objetivo de medir el nivel de optimismo de los consumidores sobre el estado de la economía a través de las actitudes del estado actual y futuro de las economías locales, las finanzas personales, los ahorros y la confianza para realizar inversiones. Este índice existe a nivel global desde marzo de 2010 (en Estados Unidos desde 2002) y Chile fue incorporado de manera estable desde enero de 2018.

La información para la construcción del índice proviene de la encuesta Ipsos Global Advisor que se aplica mensualmente a más de 21.000 personas, hombres y mujeres con una edad inferior a 75 años, residentes de 31 países, a través de una plataforma de encuestas online.

La muestra mensual por países consta de más de 1000 personas en Australia, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, Italia, Japón, España, Gran Bretaña y Estados Unidos. Y más de 500 personas en Argentina, Arabia Saudita, Bélgica, Chile, Colombia, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos, Hungría, India, Indonesia, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Polonia, Perú, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía.

Los datos recopilados cada mes son ponderados para que la composición de la muestra refleje mejor el perfil demográfico de la población adulta. Para ello se ocupa información del censo más reciente de cada país.

El resultado del índice informado en cada medición se basa en los datos recopilados no solamente de ese mes, sino que también durante los dos meses anteriores, consistiendo en “promedios móviles” ponderados. Esta técnica permite triplicar el tamaño de la muestra para cada métrica y, por lo tanto, la muestra de cualquier país varía entre 1.500+ y 3.000+ casos aproximadamente. Para conocer la metodología de cálculo de los indicadores, ver Metodología de Cálculo.

La precisión de las encuestas online de Ipsos se mide utilizando un intervalo de credibilidad bayesiano. Esta encuesta tiene un intervalo de credibilidad de +/- 2,0 puntos para países donde la muestra de 3 meses es 3.000+ y +/- 2,9 puntos para países donde la muestra de 3 meses es 1.500+. Para obtener más información sobre el uso de Ipsos de los intervalos de credibilidad, visite https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-03/IpsosPA_CredibilityIntervals.pdf

ACERCA DE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercado más grande del mundo, está presente en 90 mercados y emplea a más de 18.000 personas.

Nuestros profesionales de investigación, analistas y científicos son especialistas que entregan valiosa información sobre acciones, opiniones y motivaciones de ciudadanos, consumidores, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones comerciales se basan en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas u observacionales.

“Game Changers” – nuestro lema – resume nuestra ambición de ayudar a nuestros 5.000 clientes a navegar más fácilmente en un mundo profundamente cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de noviembre de 1999. La empresa forma parte del índice SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Servicio de Liquidación Diferida (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En un mundo de rápidos cambios, la necesidad de información confiable para tomar decisiones confiables nunca ha sido mayor.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda producir información precisa y relevante y convertirla en una verdad accionable.

Es por eso que nuestros expertos no solo brindan la medición más precisa, sino que también le dan forma para brindar una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para hacer esto, utilizamos lo mejor de la ciencia, la tecnología y el conocimiento y aplicamos los principios de seguridad, simplicidad, velocidad y sustancia a todo lo que hacemos.

Para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz. En última instancia, el éxito se reduce a una simple verdad:

Actúas mejor cuando estás seguro.

IPSOS CCI

CONSUMER CONFIDENCE INDEX



Informe mensual – Noviembre 2023

