

IPSOS CCI
CONSUMER CONFIDENCE INDEX



Informe mensual – Enero 2024



IPSOS CCI: CONSUMER CONFIDENCE INDEX

El índice de Confianza del Consumidor (Ipsos CCI), desplegado en 29 países, mide el nivel de optimismo de los consumidores sobre el estado de la economía a través de las actitudes actuales y expectativas futuras de las economías locales, las finanzas personales, los ahorros y la confianza para invertir. Este índice está compuesto por 4 subíndices y 10 preguntas. Para conocer el detalle del cálculo, ver sección “Metodología de cálculo”.



10 preguntas

- Economía local actual
- Futuro de la economía local
- Sit. financiera personal actual
- Sit. 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

Nota importante

Ipsos a nivel global ha tomado 2 decisiones en torno al Ipsos CCI, estas son los siguientes:

- Incluir dentro del **promedio global** a todas las economías medidas (29) y no solo los “países heredados” que lo conformaban desde un comienzo. Esto ha implicado recalculer el promedio global.
- Relevar el índice **mensual** (de mayor variabilidad) en desmedro del trimestre móvil que se seguirá publicando.

LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES CHILENOS ALCANZA MÁXIMO DE DOS AÑOS Y MANTIENE TENDENCIA ALCISTA

Crece la confianza de los consumidores chilenos en enero en comparación al mes anterior, alcanzando 43,8 puntos (+3,9). Se trata del puntaje más alto obtenido en dos años, desde enero 2022. Este positivo resultado consolida la leve tendencia positiva que se ha venido observando a lo largo del año 2023. Consiste en una tendencia positiva tenue, pero que apunta en la dirección de un crecimiento de confianza que podría continuar durante este 2024 de mantenerse la situación económica actual de baja inflación y mayor dinamismo. Este resultado de enero fue apalancado principalmente por los subíndices de “Inversiones” (+4,9) y “Situación actual” (+4,6), siendo especialmente relevante el primero que ha tenido el mayor crecimiento en los últimos doce meses (+6,2) y apunta a una mayor capacidad de ahorro y de compra de bienes importantes para el hogar.

A pesar del aumento de confianza de enero 2024, Chile continúa como uno de los países con menor confianza en la economía a nivel internacional. En el ranking mundial de este mes, Chile se ubica en la posición 25° entre las 29 economías medidas. El trabajo de campo se desarrolló entre el 22 de diciembre de 2023 y el 5 de enero de 2024, periodo que estuvo marcado por la publicación del IMACEC de noviembre que tuvo un crecimiento de 1,2% en comparación con la misma fecha del 2022 y la variación mensual de -0,5% del IPC que significó una inflación anual de 3,9% dentro de la meta del Banco Central.

En el mundo, la confianza de los consumidores sube fuertemente en enero (+1,6 puntos), acumulando un crecimiento de 2,1 puntos en los últimos dos meses y superando el estancamiento observado durante el segundo semestre de 2023 (+0,3). Este nivel de confianza alcanzado a nivel mundial es el más alto desde febrero de 2019, hace casi 5 años. Al analizar los resultados por macrozona, destaca el incremento de Europa (+2,5), liderado por Gran Bretaña (+6,0) y, al revisar por países, se resalta el repunte de Argentina que ha subido 7,7 puntos en dos meses, dejando a Chile en el último lugar de los seis países latinoamericanos que son medidos.

Finalmente, cabe señalar que India lidera el ranking internacional, mientras que Turquía ocupa el último lugar.



*Jorge López
Presidente, Ipsos
Chile*

CONTEXTO NOTICIOSO



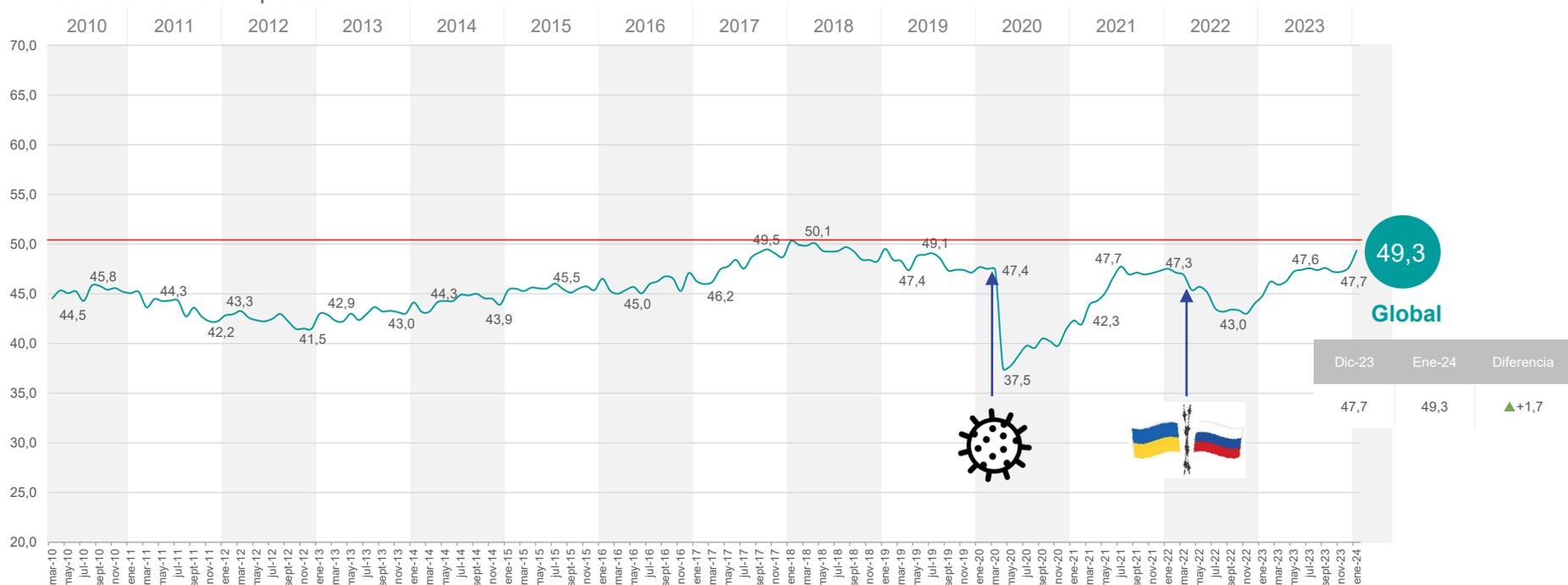
CCI GLOBAL

RESULTADOS MENSUALES

CCI GLOBAL

Marzo 2010 - Enero 2024

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)

6 – © Ipsos | Consumer Confidence Index Enero 2024

El promedio global incluye las siguientes 29 economías: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Hungría, India, Italia, Japón, México, Polonia, Suecia, Sudáfrica, Turquía, Israel (desde 2015), Chile*, Colombia*, Indonesia*, Malasia*, Países Bajos*, Perú*, Singapur* y Tailandia*.

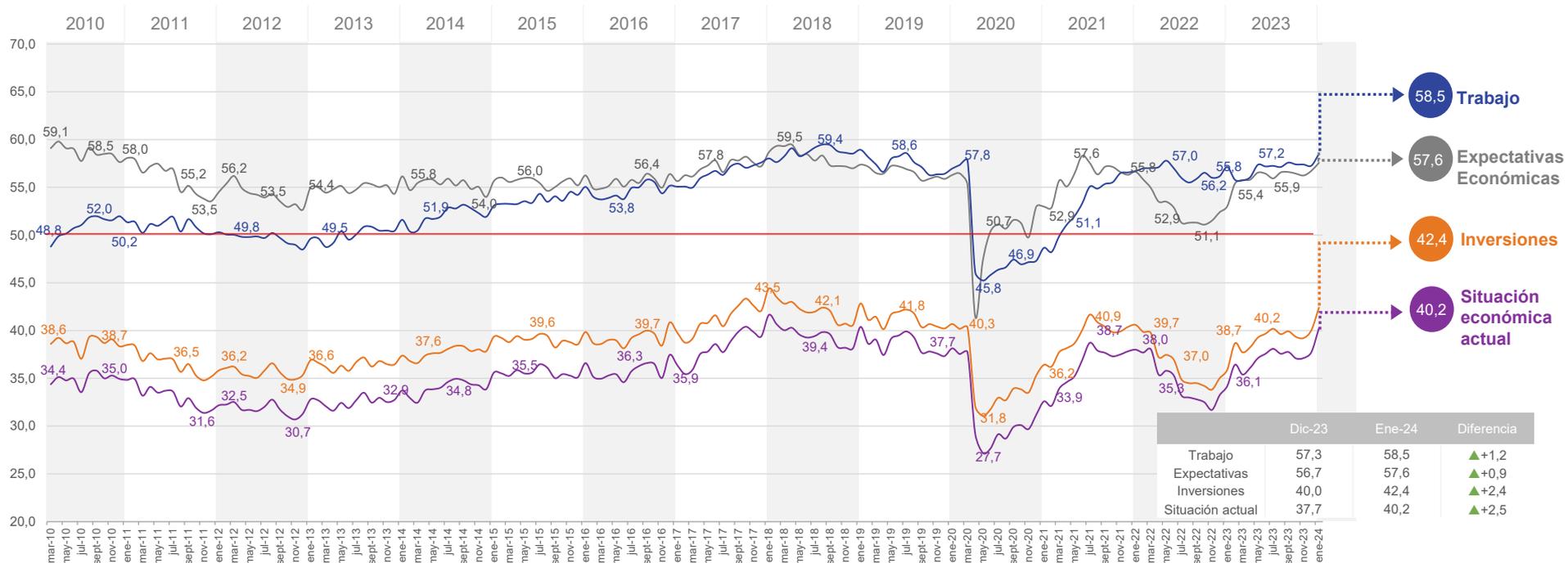
(* Incluidos en el promedio global desde febrero 2023)



CCI GLOBAL: SUBÍNDICES

Marzo 2010 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*

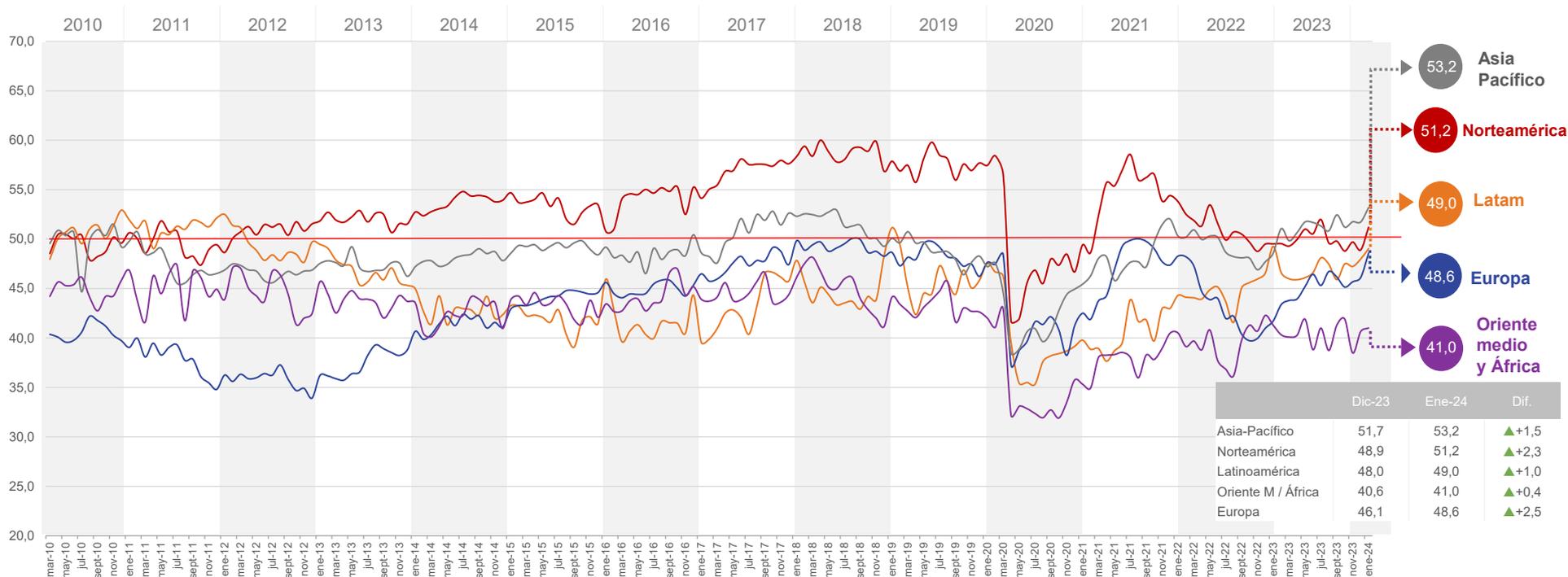


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

CCI GLOBAL: MACROZONA

Marzo 2010 - Enero 2024

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 Enero 2024

Norteamérica: Canadá y EE.UU.

Asia Pacífico: Australia, Corea del Sur, India, Indonesia (*), Japón, Malasia (*), Singapur (*) y Tailandia (*).

Oriente medio y África: Israel, Sudáfrica y Turquía.

Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile (*), Colombia (*), México y Perú (*).

Europa: Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Hungría, Italia, Países Bajos (*), Polonia y Suecia.

(*) Incluidos en el promedio desde febrero 2023.

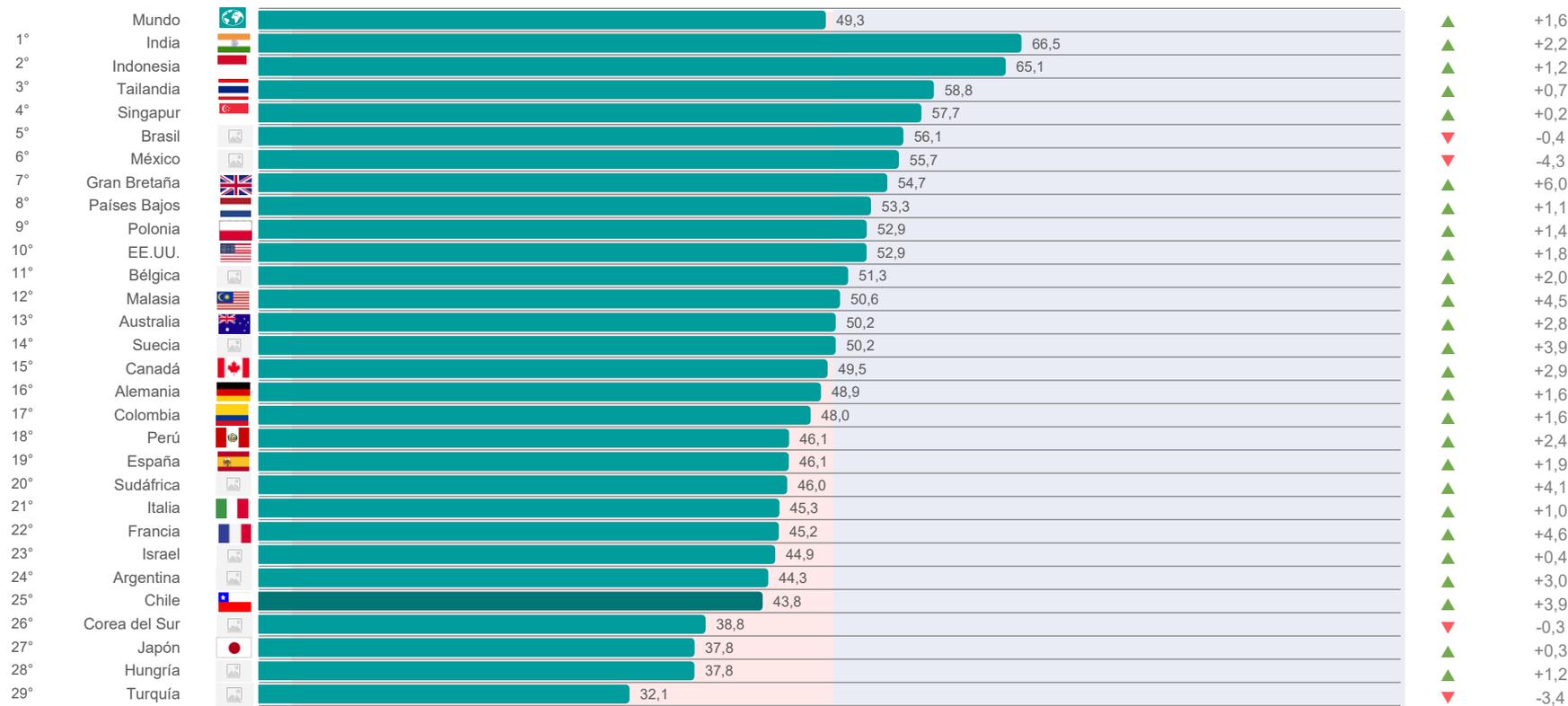


CCI GLOBAL: PAÍSES

Índice va de 0 a 100 puntos*

Diferencia con mes previo

Dic 2023



(*) 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

RESULTADOS MENSUALES

CCI CHILE

Enero 2018 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



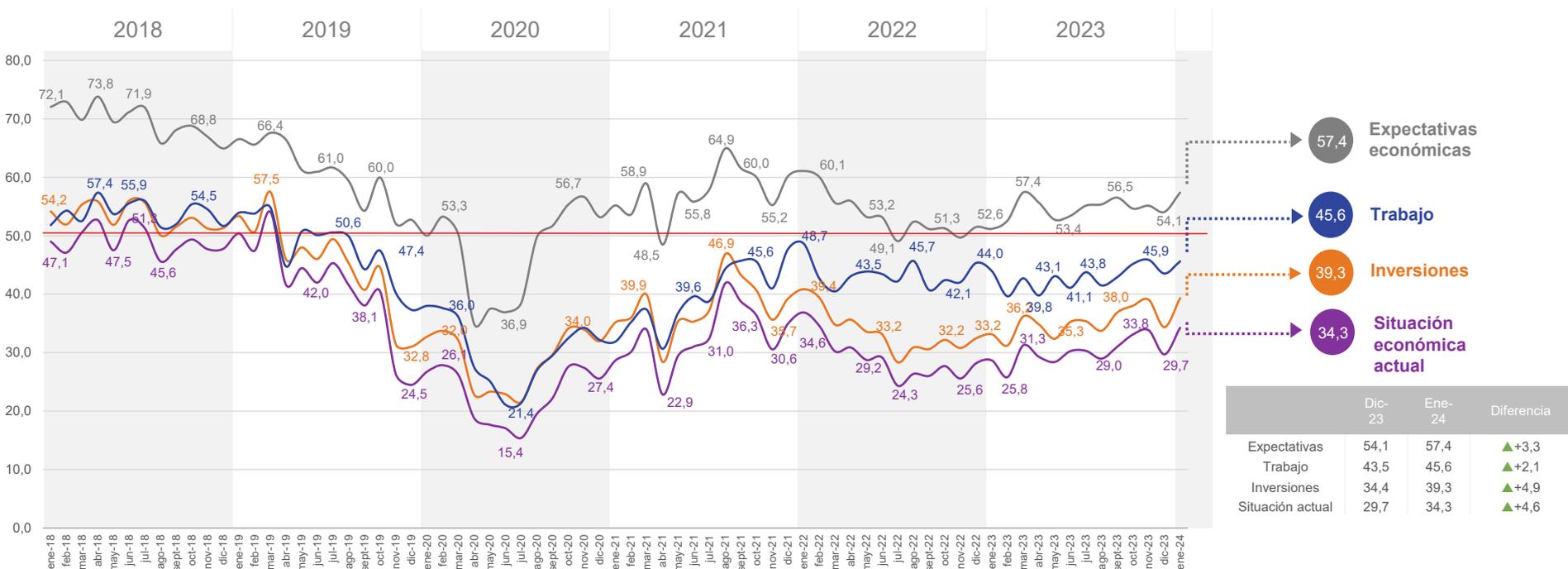
Dic-23	Ene-24	Diferencia
39,9	43,8	▲+3,9

(* 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 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



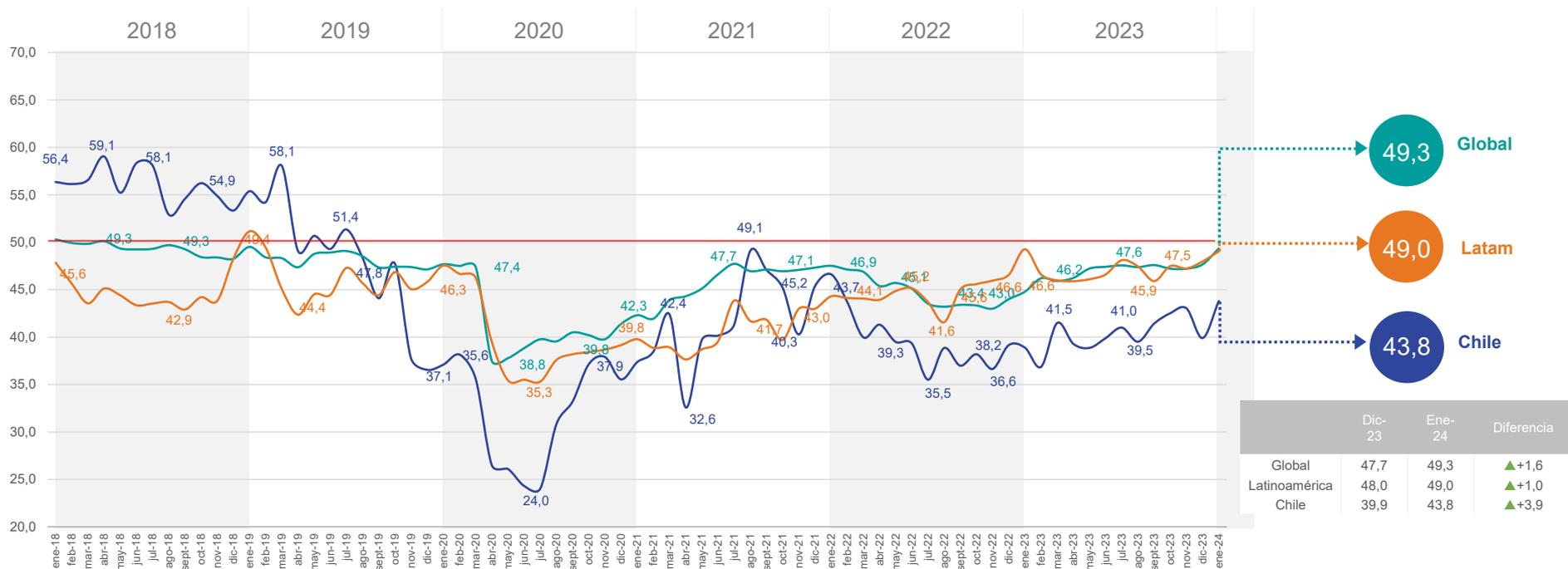
	Dic-23	Ene-24	Diferencia
Expectativas	54,1	57,4	▲+3,3
Trabajo	43,5	45,6	▲+2,1
Inversiones	34,4	39,3	▲+4,9
Situación actual	29,7	34,3	▲+4,6

(* 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 EL MUNDO

Enero 2018 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



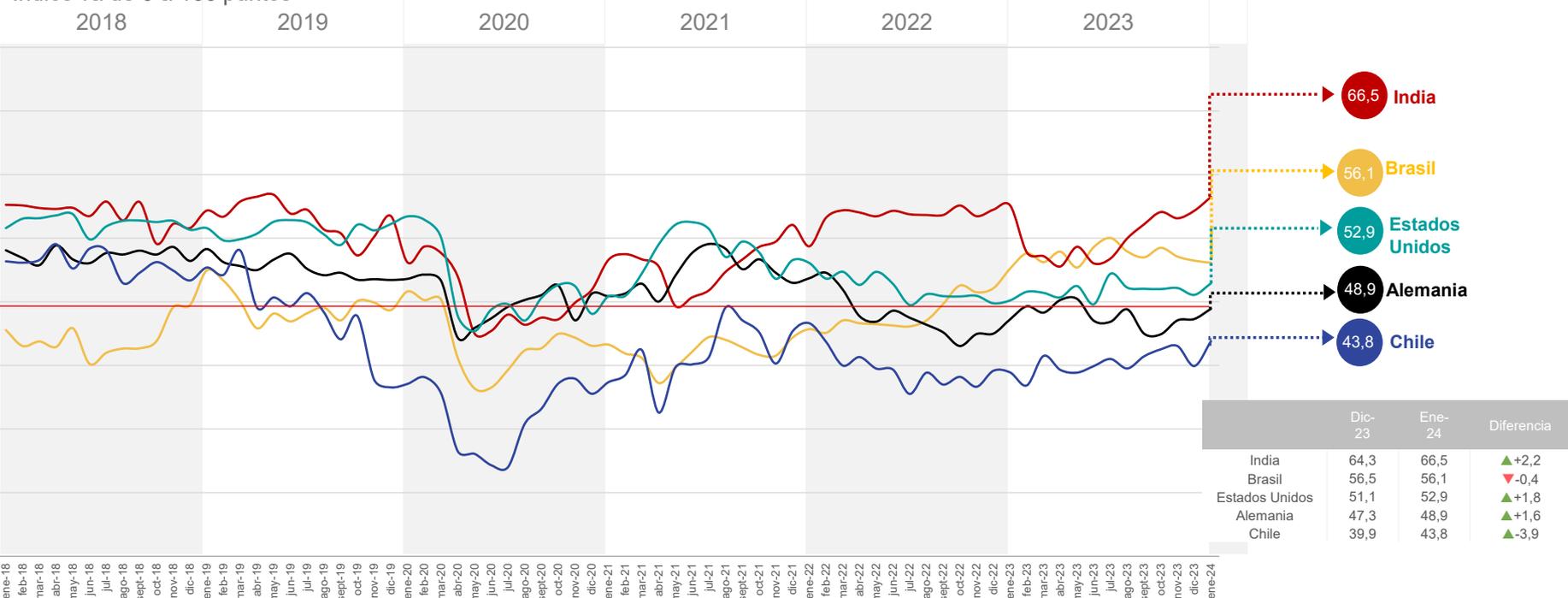
	Dic-23	Ene-24	Diferencia
Global	47,7	49,3	▲+1,6
Latinoamérica	48,0	49,0	▲+1,0
Chile	39,9	43,8	▲+3,9

(* 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 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*

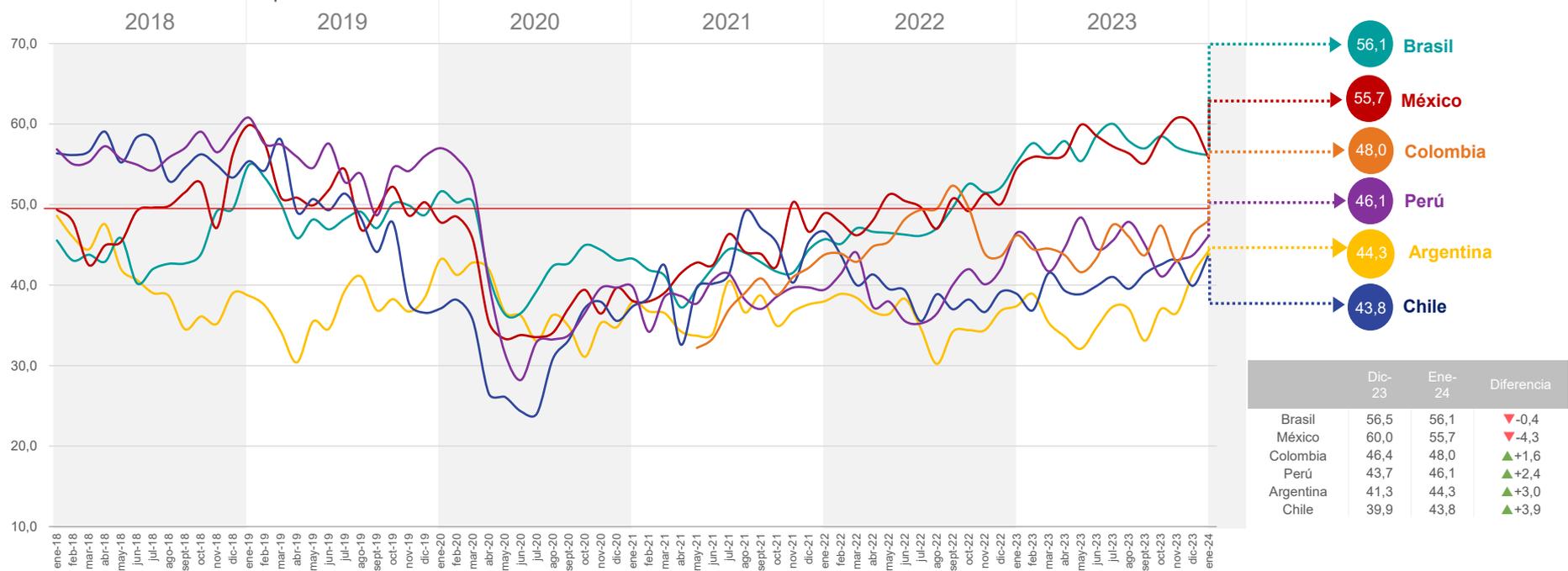


(* El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes)

CCI: CHILE Y LATAM

Enero 2018 - Enero 2024

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

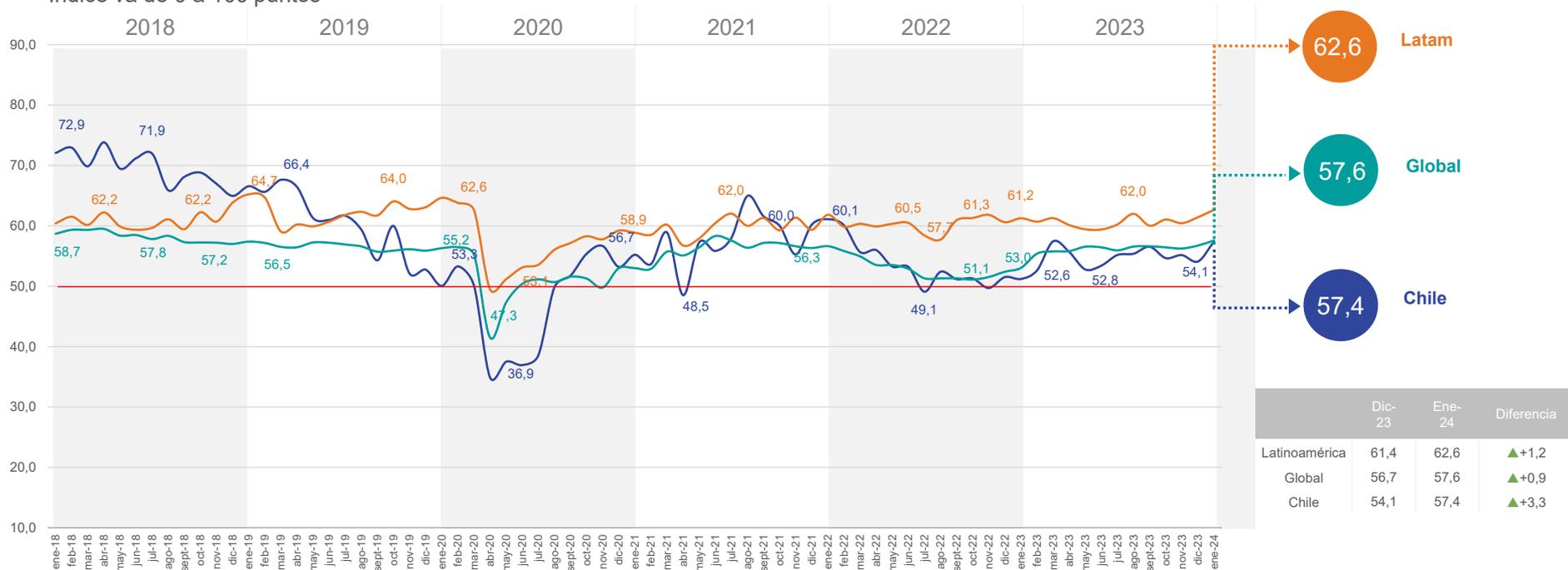
SUBÍNDICES CCI

RESULTADOS MENSUALES

SUBÍNDICE: EXPECTATIVAS ECONÓMICAS

Enero 2018 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



	Dic-23	Ene-24	Diferencia
Latinoamérica	61,4	62,6	▲+1,2
Global	56,7	57,6	▲+0,9
Chile	54,1	57,4	▲+3,3

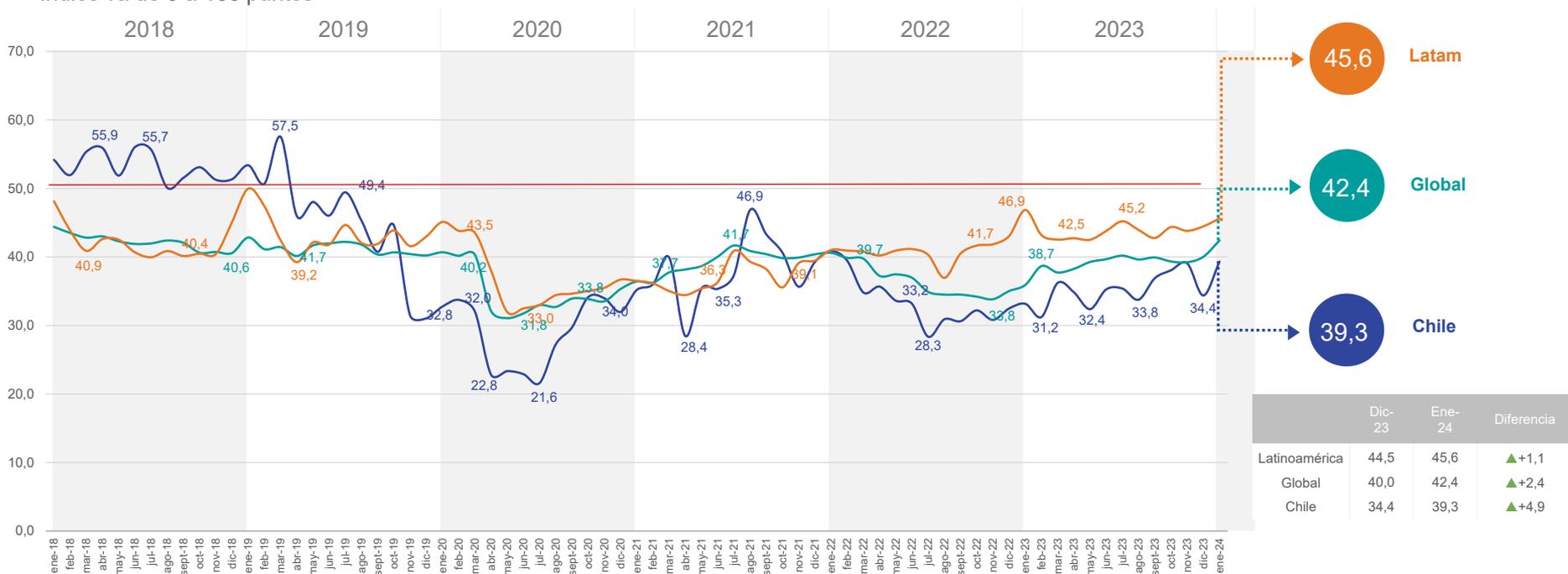
(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes



SUBÍNDICE: INVERSIONES

Enero 2018 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*

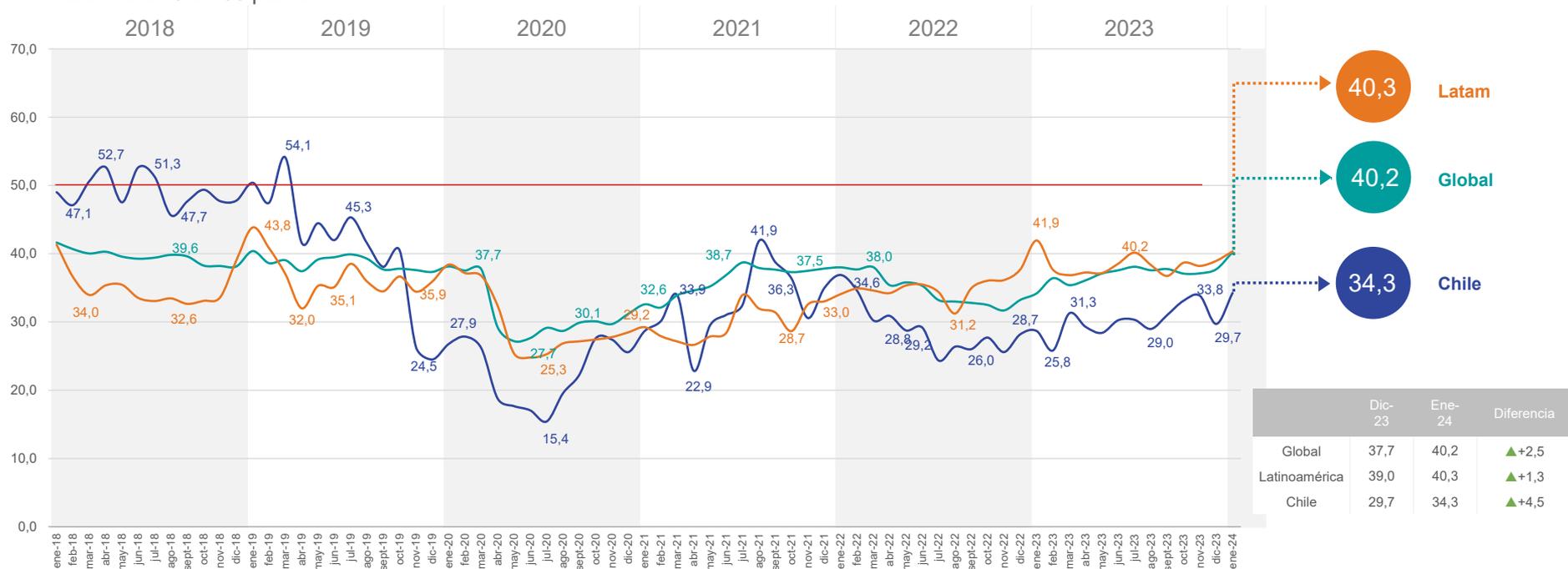


(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes

SUBÍNDICE: SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL

Enero 2018 - Enero 2024

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

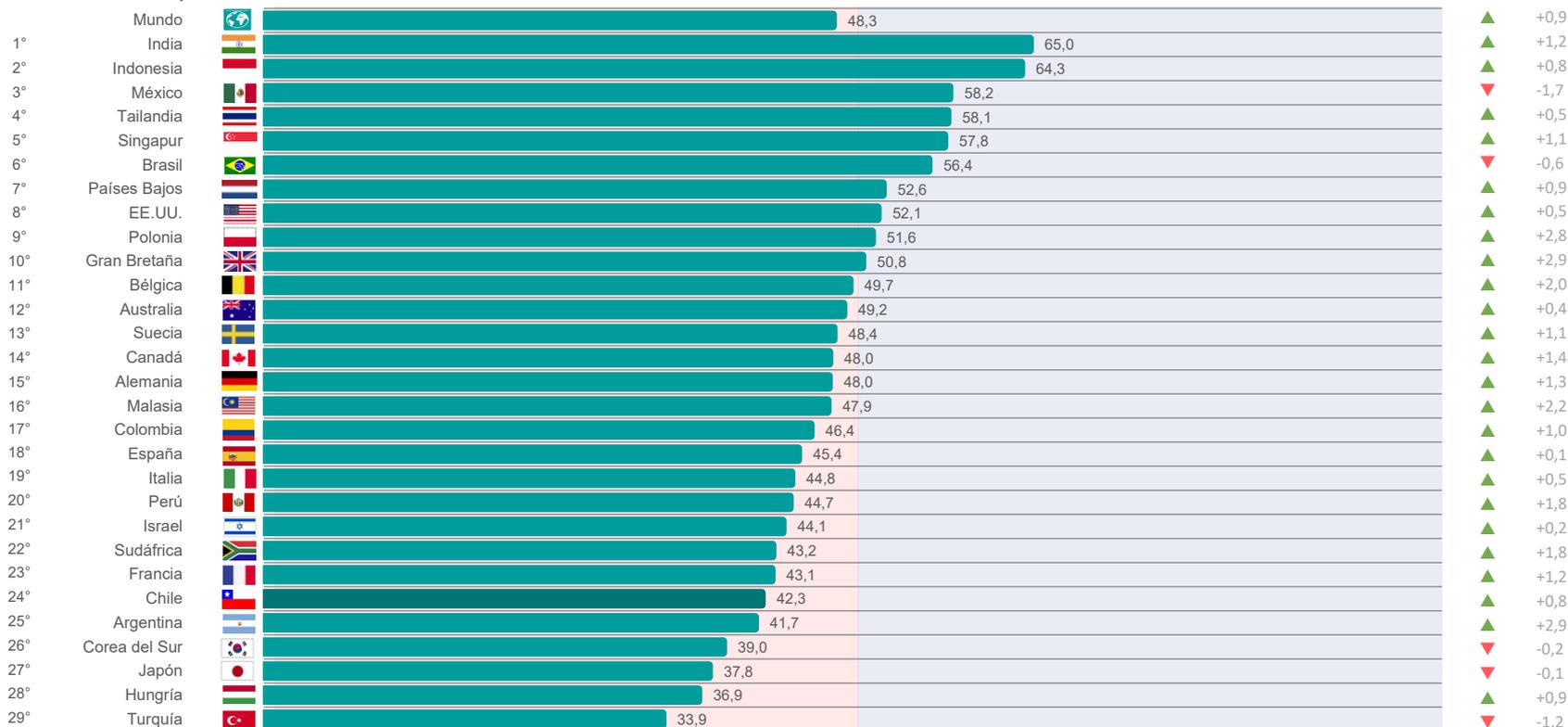
TRIMESTRE MÓVIL

CCI GLOBAL: PAÍSES (TRIMESTRE MÓVIL)

Diferencia con mes previo

Dic 2023

Índice va de 0 a 100 puntos*



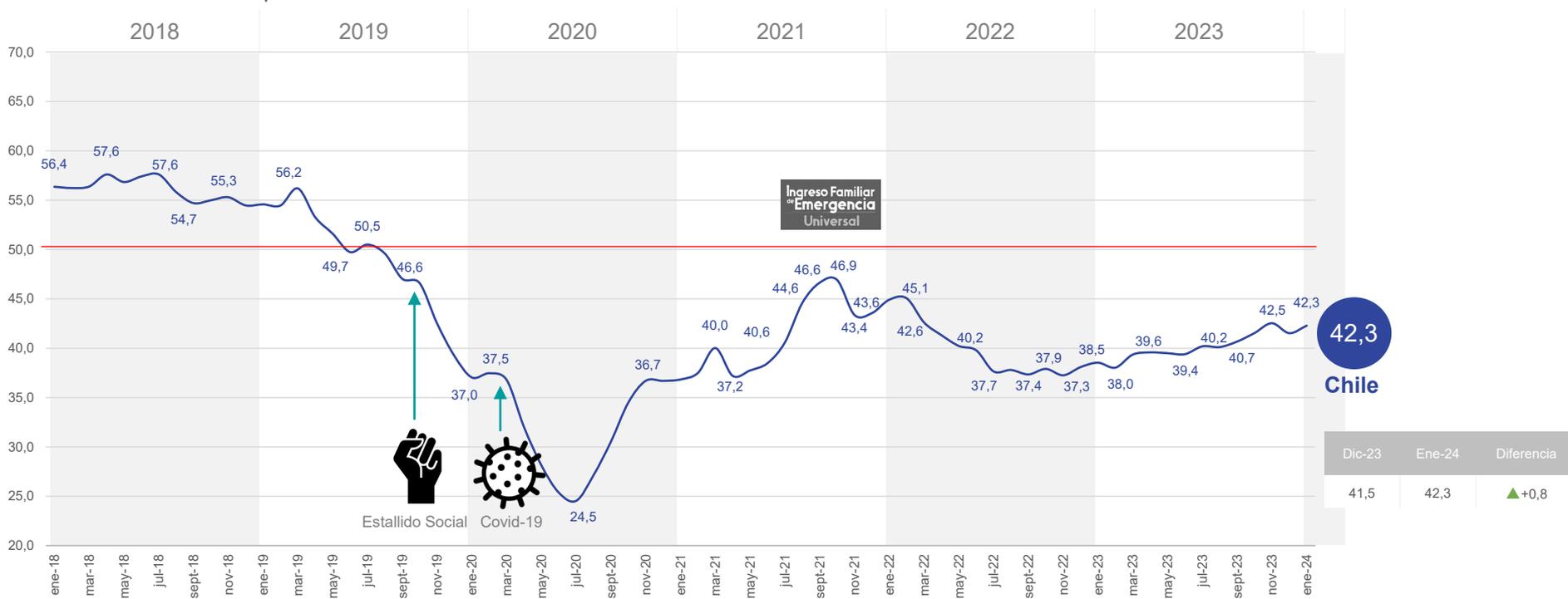
Índice basado en datos de los tres meses más recientes para cada mes

(*) 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)

Enero 2018 - Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



42,3
Chile

Dic-23	Ene-24	Diferencia
41,5	42,3	▲ +0,8

Índice basado en datos de los tres meses más recientes para cada mes desde enero de 2018

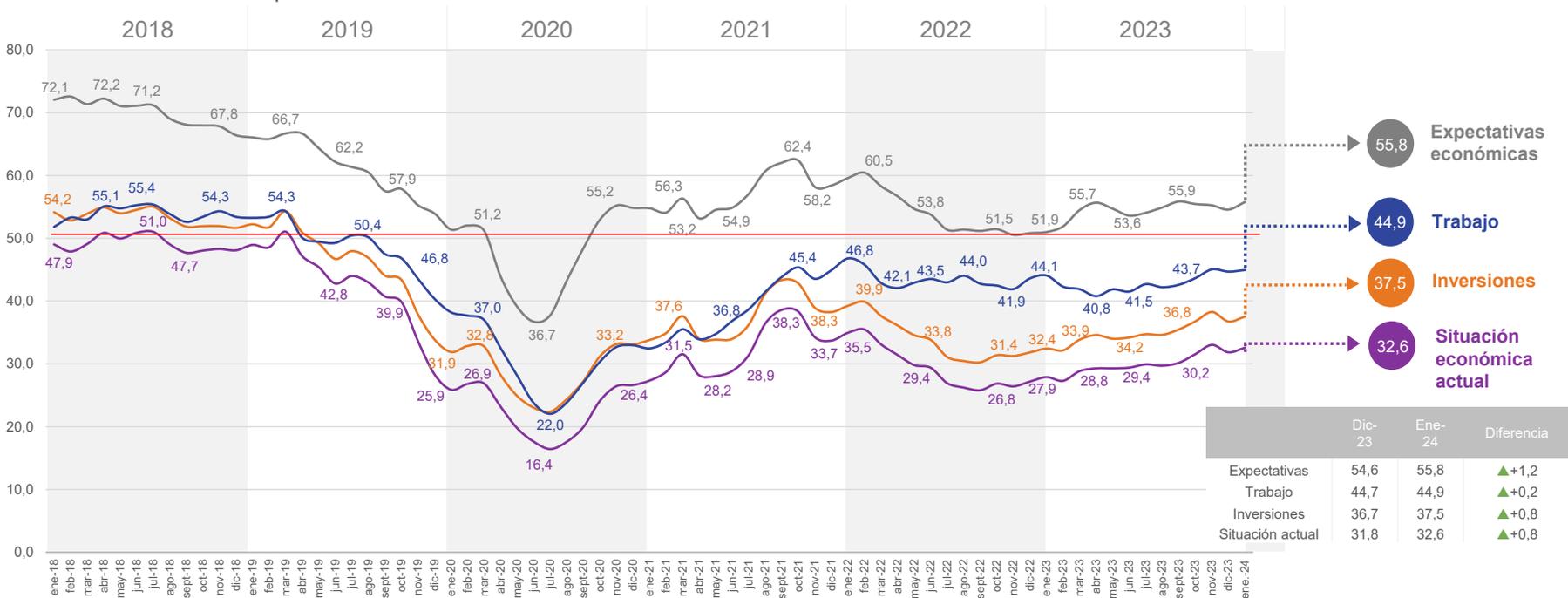
(*) El valor 0 indica el máximo de percepciones negativas y 100 el máximo de positivas. Por su parte, el valor 50 es el punto de equilibrio donde las percepciones positivas y negativas son equivalentes



CCI: SUBÍNDICES CHILE (TRIMESTRE MÓVIL)

Enero 2018 – Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



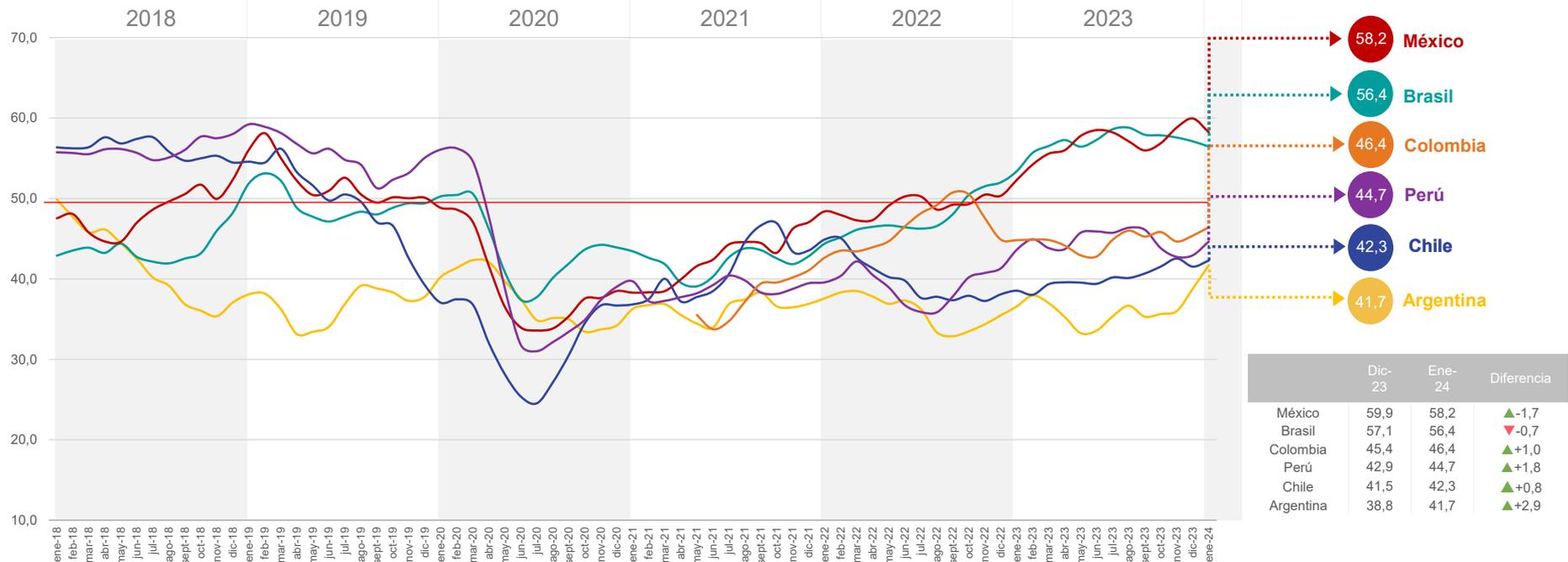
subíndices basados en datos de los tres meses más recientes para cada mes desde enero de 2018

(*) 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 (TRIMESTRE MÓVIL)

Enero 2018 – Enero 2024

Índice va de 0 a 100 puntos*



Índice basado en datos de los tres meses más recientes para cada mes desde enero de 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

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, 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 Shapley 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. En este informe se presenta el PCSI como CCI mensual.

Finalmente, el CCI trimestre móvil se obtiene mediante un promedio móvil ponderado de tres meses donde el último resultado mensual (PCSI) pesa un 45%, el mes previo un 35% y 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 29 países, a través de una plataforma de encuestas online.

La muestra mensual consta de más de 1.000 personas en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña, Italia y Japón, y más de 500 personas en Argentina, Bélgica, Chile, Colombia, Corea del Sur, Hungría, Indonesia, Israel, Malasia, México, Países Bajos, Perú, Polonia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia y Turquía. La muestra de la India consta de aproximadamente 2.200 personas, de las cuales 1.800 fueron entrevistadas cara a cara y 400 por Internet.

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 enero 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 – Enero 2024

