



Resumen: El Índice de Percepción del Consumidor (IpeCo) que elabora el Centro de Investigación en Empresas y Negocios (CIEN) de la Universidad del Desarrollo (UDD), en conjunto con Mall Plaza experimentó una leve alza de 1,5 puntos durante septiembre pasado. Este incremento fue mucho más significativo en relación a la percepción sobre la situación coyuntural, lo que se explica probablemente por el dinamismo que sigue manteniendo la economía y la consiguiente generación de nuevos puestos de trabajo. En cambio, la percepción sobre el mediano plazo es algo menos optimista que la observada en agosto, pero aún en un nivel bastante significativo.

PERCEPCIÓN DE CONSUMIDORES EXPERIMENTÓ NUEVAMENTE UNA LEVE ALZA DE OPTIMISMO

El Índice de Percepción del Consumidor (IpeCo)¹ que elabora mensualmente el Centro de Investigación en Empresas y Negocios (CIEN) de la Universidad del Desarrollo (UDD), en conjunto con Mall Plaza² exhibió un leve aumento de optimismo en la medición de septiembre. Desde un registro de 123,7 puntos en agosto, el indicador aumentó a 125,2 puntos en septiembre, lo que significa también un aumento de 17,2 puntos en relación al mismo período del año anterior. Es así, como el IpeCo se encuentra en el mejor nivel de los últimos dos años y medio.

En el cuadro N° 1 se puede apreciar los niveles registrados en el Índice de Percepción del Consumidor, así como los índices asociados. En esta oportunidad, el leve aumento experimentado por el indicador de percepción general es explicada por un aumento en el indicador coyuntural, el cual aumentó 17,3 puntos respecto del mes de agosto, que no logró ser compensado por la leve caída en el índice de expectativas, que cayó 4,2 puntos en igual período.

El gráfico N° 1 muestra el nivel y trayectoria que

han experimentado los indicadores de percepción a lo largo del tiempo. Es posible observar con mayor claridad la expansión experimentada por el Índice Coyuntural y la contracción marginal exhibida por el de Expectativas. En términos de nivel, se puede observar, que el Índice de Expectativas presenta, a lo largo del tiempo, un comportamiento más estable que el índice coyuntural.

Para entender el aumento en el Indicador Coyuntural debemos observar qué sucedió con las variables que componen este índice. Tanto la variable sobre la situación económica actual, como la variable sobre el desempleo actual (gráfico N°2) experimentaron avances, siendo la variable sobre la situación económica actual la que exhibió el mayor aumento de optimismo. En la variable sobre la situación económica actual, cayó la participación de consumidores que manifestaron que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, desde un 21,2% en la medición anterior a un 17,1% en la medición de septiembre. En el otro extremo, la proporción de encuestados que manifestó que la situación económica actual es mejor que hace

CONSEJO ASESOR

Pedro Arriagada

Hernán Büchi

Carlos Cáceres

Roberto Darrigrandi

William Díaz

Julio Salas

DIRECTORA

Catalina Lamarca

1.- Para ver metodología ver informe CIEN N° 1.

2.- La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 11 y 12 de septiembre de 2010, en siete, de los once centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 251 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (11,6%), C2 (46,6%), C3 (29,1%), D (9,6%) y E (3,2).

un año atrás fue de 37,1%, al compararlo con la medición anterior, nos encontramos con un aumento de optimismo, debido a que en agosto exhibió un 32% de adhesión en esta alternativa.

La otra variable coyuntural que se vio afectada, aunque en menor magnitud, fue la percepción de los consumidores respecto del desempleo actual, la cual exhibió un leve aumento de optimismo en el

mes de septiembre. Un 33,5% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, preferencia que en la medición anterior fue de 34,4% de los encuestados. Por otro lado, la proporción de consumidores que manifestó una percepción optimista de esta variable aumentó desde 26% en agosto a 30,7% de adhesión en el mes de septiembre.

Las variables de expectativas, es decir, la percepción acerca de la situación económica futura, el desempleo futuro y los ingresos futuros, presentaron efectos más bien contractivos, a pesar de que una de ellas exhibió un leve aumento de optimismo. Los consumidores que percibieron que la situación económica será peor en los próximos meses aumentó desde 7,2% en agosto a 7,6% en septiembre. En el otro extremo, los encuestados que manifestaron una percepción positiva frente a esta variable, cayó marginalmente su optimismo desde 54,4% en la medición anterior a 54,2% en la presente medición.

En lo relativo a las expectativas de ingresos futuros (gráfico N°3), ésta fue la única variable de expectativa que exhibió una marginal disminución de pesimismo, donde un 9,6% de los consumidores piensa que estos serán menores, comparado con el 11,2% del mes anterior. En el caso optimista, donde los ingresos futuros serán mayores, un 50,2% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 54% de la medición del mes de agosto.

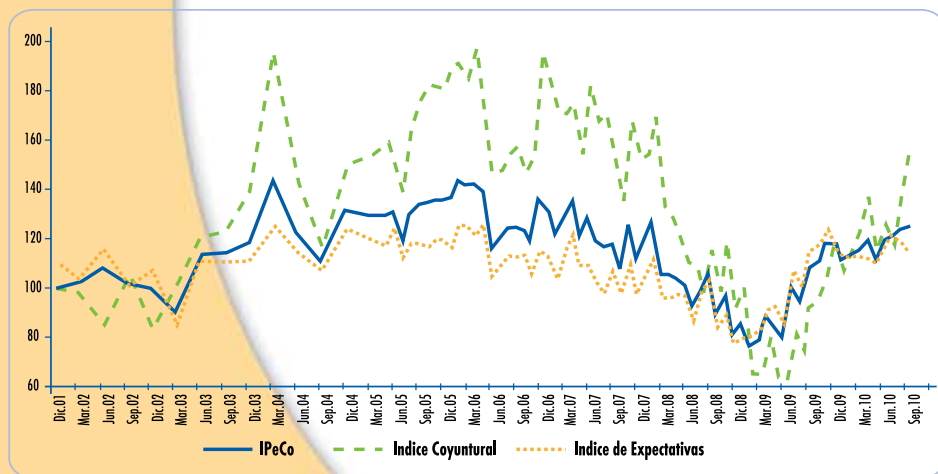
Por último, en la percepción de los consumidores respecto del desempleo futuro, un 24,7% de los consumidores manifestaron que va a aumentar el desempleo en los próximos meses, alternativa que exhibió un 17,2% de adhesión en la medición del mes de agosto. En el extremo optimista, un 46,6% de los consumidores manifestó que va a ser menor el desempleo en los próximos meses, en comparación al 50,8% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

Cuadro N° 1
ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR (IPeCo)

Base Dic. 2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Septiembre 2009	108,0	92,1	114,1
Octubre 2009	110,4	94,0	116,7
Noviembre 2009	117,4	104,2	122,5
Diciembre 2009	117,5	119,5	117,0
Enero 2010	110,8	116,3	112,3
Febrero 2010	n/d	n/d	n/d
Marzo 2010	115,4	122,6	113,1
Abril 2010	118,5	137,8	111,8
Mayo 2010	111,4	115,3	110,3
Junio 2010	119,1	125,7	116,9
Julio 2010	120,3	118,7	121,2
Agosto 2010	123,7	137,2	119,0
Septiembre 2010	125,2	154,5	114,8

Gráfico N° 1
ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR
(Base Dic. 2001=100)



SITUACIÓN POR ESTRATOS:

A continuación se examinará cada una de las variables que componen los indicadores de percepción, según el estrato socioeconómico de los consumidores.

Al revisar lo sucedido con las variables coyunturales (cuadro N°2), el mayor avance respecto a la medición anterior, fue aportado por el estrato E en la variable sobre la situación económica actual, y por el sector D en la variable sobre la percepción del desempleo actual.

Un 37,5% de los consumidores del sector E manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió una nula adhesión en la medición de agosto. En la alternativa pesimista, un 50% de los encuestados del estrato E percibió que la situación económica actual es peor que hace un año, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión en la medición anterior.

En el otro extremo, el sector C2 fue el estrato que

Gráfico N° 2
PERCEPCIÓN ACERCA DEL DESEMPEÑO ACTUAL
(% de respuestas)

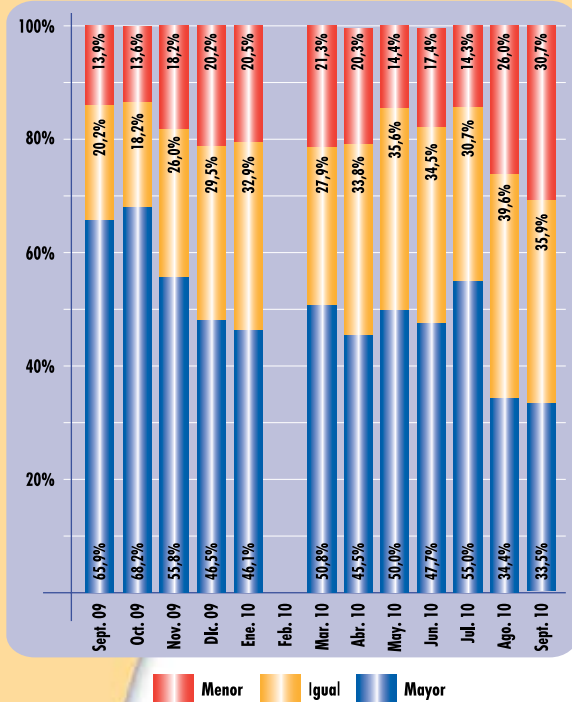
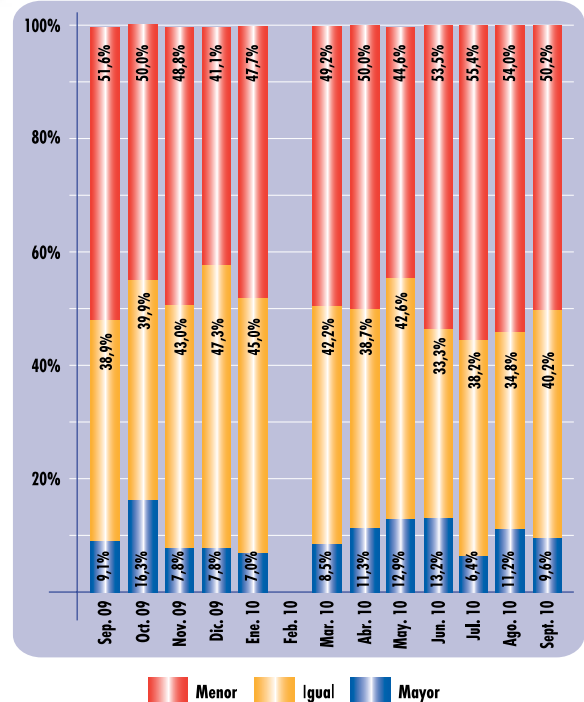


Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



exhibió un menor aumento de optimismo, en el caso de la variable sobre la situación económica actual, donde un 13,7% de los consumidores manifestaron que ésta es peor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 15,7% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista de esta variable, un 41% de los consumidores percibieron que la situación económica es mejor que hace un año atrás, comparado con el 38% de adhesión de esta alternativa en la medición del mes de agosto.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 33,3% de los consumidores del sector D manifestaron que éste es menor que hace doce meses, comparado con el 15,4% de adhesión que exhibió esta alternativa en agosto. En el caso opuesto, un 33,3% de adhesión exhibieron los consumidores del sector D en la alternativa sobre un mayor desempleo actual en la presente medición, alternativa que exhibió un 46,2% de adhesión en la medición anterior.

El estrato C3 fue el sector que exhibió un menor optimismo en la variable sobre el desempleo actual, en relación a la medición anterior, un 24,7% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, comparado con

el 33,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. Por otro lado, un 39,7% de los consumidores del sector C3 manifestaron que el desempleo actual es mayor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 30,8% de adhesión en la medición de agosto.

Entre las variables de expectativas, se encuentra la situación económica futura, el desempleo futuro y los ingresos futuros. En el caso de la situación económica futura, en comparación a la medición anterior, el sector C2 fue el estrato más optimista en esta variable, donde un 4,3% de los consumidores del sector C2 espera que la situación económica sea peor en los próximos meses, en comparación al 5,8% de adhesión de esta alternativa en la medición del mes de agosto. En la alternativa optimista de esta variable, un 60,7% de los consumidores manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 53,7% de adhesión en la medición anterior.

En el extremo menos optimista, un 25% de los consumidores del estrato E manifestaron que la situación económica será peor en los próximos meses, comparado con el 33,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En

la alternativa opuesta, un 12,5% de los encuestados manifestaron que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión en la medición del mes de agosto.

Respecto al desempleo futuro, un 53% de los consumidores del estrato C2 espera que el desempleo sea menor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 53,7% de adhesión en la medición de agosto. En la alternativa opuesta un 16,2% de los consumidores manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 16,5% de adhesión en la medición anterior.

El sector E fue el sector menos optimista en la variable sobre el desempleo futuro en comparación a la medición anterior, donde un 50% de los consumidores del sector E esperan que el desempleo sea mayor en los próximos meses, comparado con el 33,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 25% de los consumidores del sector E manifestaron que el desempleo va a ser menor en los próximos meses, en comparación al 66,7% de adhesión de esta alternativa en la

medición de agosto.

En el caso de los ingresos futuros, el sector D fue el más optimista en comparación a la medición anterior, donde un 29,2% de los consumidores del estrato D esperan que sus ingresos sean mayores en los próximos meses, en comparación al 30,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de agosto. En la alternativa pesimista, un 16,7% de los encuestados del estrato D manifestó que los ingresos futuros serán menores en los próximos meses, en comparación al 30,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Por último, el sector E exhibió un menor optimismo en la alternativa sobre el ingreso futuro, donde un 62,5% de los consumidores del sector E esperan que los ingresos futuros sean menores en los próximos meses, comparado con el 33,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 0% de los consumidores del sector E manifestaron que los ingresos futuros van a ser mayores, en comparación al 66,7% de adhesión en la medición del mes de agosto.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la Octava Región experimentó un aumento de optimismo. Éste se situó en 112 puntos, es decir, 10 puntos sobre el indicador del mes de agosto. La razón de este aumento es explicada mayormente por el fuerte aumento en el indicador coyuntural, el cual aumentó 37,9 puntos respecto del mes anterior. El índice de expectativas también experimentó un aumento de optimismo, pero este aumento fue marginal de sólo un punto respecto a igual período. El índice coyuntural pasó desde 102 puntos en la medición de agosto a 112 puntos en septiembre. El indicador de expectativas de la Octava Región aumentó desde 111,7 puntos en la medición anterior a 112,7 puntos en la presente medición (ver cuadro N°3).

La expansión en el Indicador Coyuntural se debe principalmente a una mejor percepción en torno a la situación económica actual. Un 22,2% de los consumidores de la Octava Región piensa que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, comparada con el 11,3% que manifestada en la medición de agosto. En el extremo pesimista, un 22,2% de los consumidores manifestaron que la situación económica es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 26,4% de adhesión en la medición anterior.

En relación al desempleo actual, un 13% de los

Cuadro N° 2
VARIABLES COYUNTURALES SEGÚN ESTRATO
(% de participación)

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
ABC1	6,9	34,5	58,6	31,0	37,9	31,0
C2	13,7	45,3	41,0	30,8	35,9	33,3
C3	19,2	54,8	26,0	39,7	35,6	24,7
D	29,2	45,8	25,0	33,3	33,3	33,3
E	50,0	12,5	37,5	25,0	37,5	37,5

Cuadro N° 3
ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR - 8° REGIÓN
Base Dic. 2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Septiembre 2009	100,7	86,9	105,2
Octubre 2009	125,6	129,0	124,5
Noviembre 2009	119,0	91,8	127,8
Diciembre 2009	132,7	131,3	133,1
Enero 2010	134,6	111,7	142,1
Febrero 2010	n/d	n/d	n/d
Marzo 2010	101,4	120,1	95,4
Abril 2010	78,5	71,1	80,9
Mayo 2010	100,7	88,3	104,8
Junio 2010	117,2	114,8	118,0
Julio 2010	109,0	57,7	125,6
Agosto 2010	102,0	72,1	111,7
Septiembre 2010	112,0	110,0	112,7

consumidores de la Octava Región perciben que éste es menor que hace doce meses atrás, adhesión mayor que el 9,4% de registrado en la medición anterior. En la alternativa opuesta un 55,6% de los encuestados de la Octava Región está pesimista respecto al desempleo actual, en comparación al 52,8% de adhesión a esta alternativa en la medición del mes de agosto.

Dos de las variables de expectativas experimentaron una expansión de optimismo en comparación a la medición de agosto, sólo la variable de expectativa sobre el desempleo futuro experimentó una caída de optimismo en comparación a la medición anterior. La proyección de una peor situación económica en los próximos meses cayó desde 9,3% en agosto a 5,6% en septiembre. La percepción de que el desempleo va a ser mayor en los próximos meses aumentó

desde 18,9% en la medición anterior a 25,9% en la presente medición y la proyección de que los ingresos futuros serán menores en el futuro cayó desde 24,5% en la medición del mes de agosto a 16,7% en la medición del mes de septiembre.

En el caso optimista de las variables de expectativas, un 53,7% de los consumidores esperan que la situación sea mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 62,3% de adhesión en el mes de agosto. La percepción sobre un menor desempleo en los próximos meses exhibió una caída de optimismo desde 54,7% en la medición anterior a 42,6% en la presente medición. Por último, en la variable sobre los ingresos, un 31,5% de los consumidores manifestó que van a ser mayores los ingresos en el futuro, alternativa que exhibió un 30,2% de adhesión en la medición del mes de agosto.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena al igual que el Índice General y el de la Octava Región, presentó un aumento de optimismo, aumentando 7,2 puntos en términos mensuales, para ubicarse en el mes de septiembre en 131,2 puntos. Los subíndices coyunturales y de expectativas mostraron comportamientos opuestos, dado que el subíndice coyuntural experimentó un fuerte aumento de optimismo, en cambio el subíndice de expectativas exhibió una leve caída en la medición del mes de septiembre. El aumento del subíndice coyuntural fue de 40,9 puntos respecto a la medición de agosto, en cambio el subíndice de expectativas exhibió una caída de 5,8 puntos respecto a la medición anterior.

El subíndice de coyuntural mostró un aumento de optimismo, que se explica por un aumento de optimismo principalmente en la variable sobre el desempleo actual, donde un 50% de los consumidores manifestaron que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa

que exhibió un 16,7% de adhesión en el mes anterior. En la alternativa pesimista, un 20% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, alternativa que exhibió el mismo 20% de adhesión en la medición del mes de agosto.

En relación a la variable sobre la situación económica actual, un 63,3% de los consumidores de La Serena manifestó que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 50% de adhesión en la medición anterior. En el extremo opuesto, un 16,7% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, en comparación al 20% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

En relación al subíndice de expectativas es posible señalar que dos de las variables que lo componen experimentaron una caída de optimismo. En el caso de la situación económica futura, esta fue la única variable que experimentó un leve aumento de optimismo, donde un 56,7%

de los consumidores manifestaron que la situación económica va a ser mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 53,3% de adhesión en la medición anterior, la alternativa opuesta de esta variable, se mantuvo sin variación con un 6,7% de adhesión al igual que la medición de agosto

En la variable sobre el desempleo futuro, un 36,7% de los consumidores manifestaron que el desempleo será menor en los próximos meses, comparado con el 43,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

En el extremo pesimista, un 23,3% de los consumidores manifestaron que será mayor el desempleo en el futuro, alternativa que exhibió un 16,7% de adhesión en la medición anterior.

Por último, en la variable sobre los ingresos futuros, un 60% de los consumidores manifestaron que los ingresos serán mayores en los próximos meses, comparado con el 70% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de agosto. La alternativa pesimista se mantuvo sin variación con un 10% de adhesión.

CONCLUSIONES

Una leve alza experimentó el IPeCo durante septiembre pasado en relación al mes previo. Este incremento fue mucho más significativo en relación a la percepción sobre la situación coyuntural, lo que se explica probablemente por el dinamismo que sigue manteniendo la economía y la consiguiente generación de nuevos puestos de trabajo. En cambio, la percepción sobre el mediano plazo es algo menos optimista que la observada en agosto, pero aún en un nivel bastante significativo.

El indicador general se ubicó en 125,2 puntos en el mes de agosto, 1,5 puntos más optimista que el mes anterior. El indicador coyuntural experimentó un aumento de 17,3 puntos, ubicándose en 154,5 puntos en la presente medición, y el indicador de expectativas exhibió una leve caída de 4,2 puntos respecto a la medición anterior. Ambas variables coyunturales experimentaron un mayor optimismo en la presente medición respecto a la anterior y en las variables de expectativas, dos de estas variables exhibieron una caída de optimismo y la variable sobre el ingreso futuro fue la única variable de expectativas que experimentó un aumento de optimismo que no logró compensar por completo la caída de optimismo de las otras dos variables de expectativas.

A nivel de estrato socioeconómico, en comparación a la medición del mes de agosto, el estrato E manifestó un mayor optimismo en la variable coyuntural sobre la situación económica actual y un menor optimismo en todas las variables de expectativas. El sector D fue el más optimista en la otra variable coyuntural, sobre el desempleo actual y también en la variable de expectativas sobre el ingreso futuro. El estrato C3 fue el sector menos optimista en la variable coyuntural sobre el desempleo actual y el sector C2 el menos optimista en la otra variable coyuntural sobre la situación económica futura, pero fue el estrato C2 fue el más optimista en las variables de expectativas sobre la situación económica futura y la variable sobre el desempleo futuro

En la Octava Región se registró un avance significativo en donde la mejoría de la percepción de la situación actual es muy importante, dando cuenta de una región que va dejando atrás la catástrofe del 27 de febrero. En la mirada de mediano plazo hay una ligera mejoría, situándose el resultado aún por debajo de lo observado en otras regiones del país. El Índice de Percepción de la Octava Región se situó en 112 puntos, es decir, 10 puntos sobre el indicador del mes de agosto, el indicador coyuntural aumentó 37,9 puntos respecto del mes anterior, en cambio el índice de expectativas sólo aumentó un punto en igual periodo.

En La Serena, por último, se observa el mayor nivel de optimismo, debido a la inmejorable situación por la cual están atravesando las regiones mineras, gracias a los altos precios de los metales. Así, el índice coyuntural se encuentra en niveles record, aunque las expectativas de mediano plazo exhiben un leve retroceso probablemente explicado por la percepción de que esta nueva bonanza de los términos de intercambio no es permanente.

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena aumentó 7,2 puntos en términos mensuales, para ubicarse en el mes de septiembre en 131,2 puntos. El aumento del subíndice coyuntural fue de 40,9 puntos respecto a la medición de agosto, en cambio el subíndice de expectativas exhibió una caída de 5,8 puntos respecto a la medición anterior.

BIBLIOGRAFÍA

Informe CIEN, varios números, UDD. <http://www.udd.cl/cien>