



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 un incremento de 3,4 puntos en el mes de agosto. En esta oportunidad, las variables coyunturales y las variables de expectativas experimentaron percepciones opuestas. Las primeras experimentaron un aumento de optimismo, que más que compensó la caída de optimismo de las variables de expectativas.

POSITIVOS RESULTADOS DE EMPLEO Y SITUACIÓN ECONÓMICA UBICAN LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR EN EL MEJOR NIVEL DEL AÑO

CONSEJO ASESOR

Pedro Arriagada

Hernán Büchi

Carlos Cáceres

Roberto Darrigrandi

William Díaz

Julio Salas

DIRECTORA

Catalina Lamarca

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 en el mes de agosto. Desde un registro de 120,3 puntos en julio, el indicador aumentó a 123,7 puntos en el mes de agosto, lo que significa también un aumento de 30,3 puntos en relación al mismo periodo del año anterior. Es así, como el IpeCo se mantiene en el rango optimista y en el nivel más alto del año 2010.

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 18,5 puntos respecto del mes de julio, logrando compensar la caída en el índice de expectativas que cayó 2,2 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 leve contracción exhibida por el de Expectativas. En términos generales, 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. La variable sobre la situación económica actual experimentó una leve caída de optimismo, en cambio la variable sobre el desempleo actual (gráfico N°2) experimentó un fuerte avance, que más que compensó la caída de optimismo de la otra variable coyuntural. En la variable sobre la situación económica actual, aumentó la participación de consumidores que manifestaron que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, desde un 15,5% en la medición anterior a un 21,2% en la medición de agosto. En el otro extremo, la proporción de encuestados que manifestó que

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 21 y 22 de agosto 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 (13,1%), C2 (48,2%), C3 (25,9%), D (10,4%), E (1,2%) y 1,2% que no fue posible clasificar.

la situación económica actual es mejor que hace un año atrás fue de 32%, al compararlo con la medición anterior, nos encontramos con una leve caída de optimismo, debido a que en julio exhibió un 33,9% de adhesión.

La otra variable coyuntural que se vio afectada, pero positivamente, fue la percepción de los consumidores respecto del desempleo actual, la

cual exhibió un fuerte aumento de optimismo en el mes de agosto. Un 26% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, preferencia que en la medición anterior fue de 14,3%. Por otro lado, la proporción de consumidores que manifestó una percepción pesimista de esta variable cayó desde 55% en julio a 34,4% de adhesión en el mes de agosto.

Las variables de expectativas, es decir, la percepción acerca de la situación económica futura, el desempleo futuro y los ingresos futuros, presentaron efectos opuestos. Por un lado la variable sobre la situación económica futura y la variable sobre el ingreso futuro experimentaron caídas de optimismo, en cambio la variable sobre el desempleo futuro experimentó un aumento de optimismo que no logró compensar la caída de optimismo de las otras dos variables de expectativas. Los consumidores que percibieron que la situación económica será peor en los próximos meses aumentaron desde 6% en julio a 7,2% en agosto. En el otro extremo, los encuestados que manifestaron una percepción positiva frente a esta variable, cayó su optimismo desde 61,4% en la medición anterior a 54,4% en la presente medición.

En lo relativo a las expectativas de ingresos futuros (gráfico N°3), un 11,2% de los consumidores piensa que estos serán menores, comparado con el 6,4% del mes anterior. En el caso optimista, donde los ingresos futuros serán mayores, un 54% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 55,4% de la medición del mes de julio.

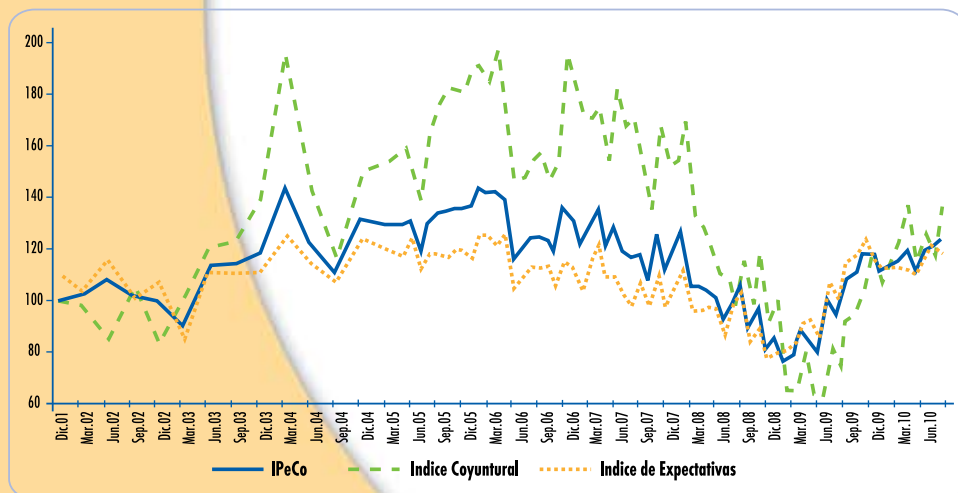
Por último, la percepción de los consumidores respecto del desempleo futuro registró un aumento en su optimismo desde un 41% en julio a un 50,8% en agosto y una caída marginal en la participación de respuestas pesimistas desde un 17,9% en el mes anterior a un 17,2% en la presente medición.

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

Base Dic. 2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Agosto 2009	93,4	76,1	99,9
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

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 ABC1 en la variable sobre la situación económica actual, y por el sector E en la variable sobre la percepción del desempleo actual.

Un 42,4% de los consumidores del sector ABC1 manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 34,3% de adhesión en la medición de julio. En la alternativa pesimista, un 9,1% de los encuestados del estrato ABC1 percibió que la situación económica actual es peor que hace un año, alternativa que exhibió un 8,6% de adhesión en la medición anterior.

En el otro extremo, el sector D fue el menos optimista en el caso de la variable sobre la situación económica actual, donde un 50% de los

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

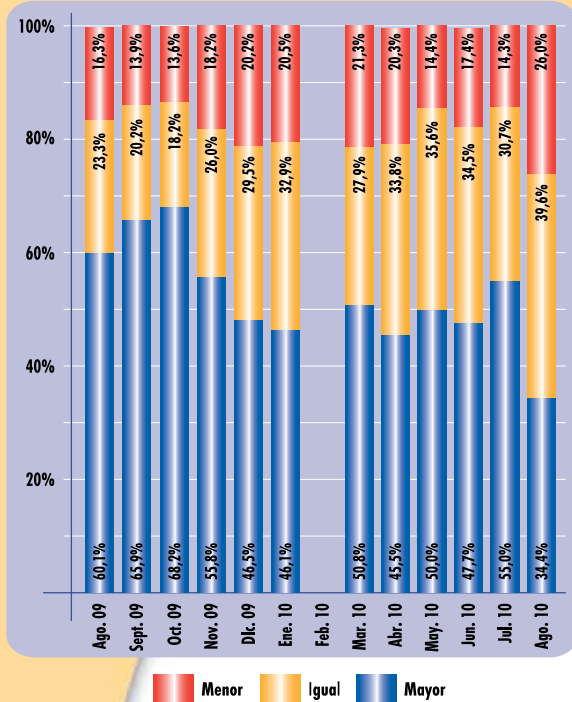
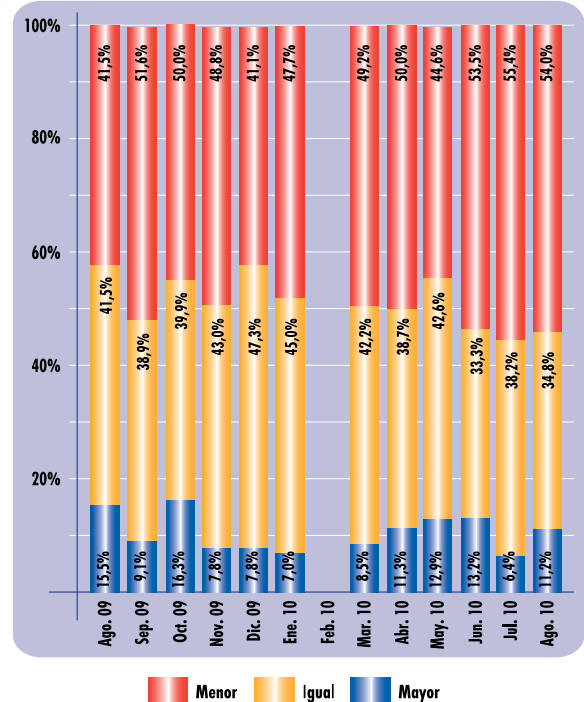


Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



consumidores manifestó que ésta es peor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 20% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 11,5% de los consumidores percibió que la situación económica es mejor que hace un año atrás, comparado con el 26% de adhesión en la medición del mes de julio.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 33,3% de los consumidores del sector E manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, comparado con la nula adhesión que exhibió esta alternativa en el mes de julio. En el caso opuesto, un 33,3% de adhesión exhibieron los consumidores del sector E en la alternativa sobre un mayor desempleo actual en la medición de agosto, alternativa que exhibió un 66,7% de adhesión en la medición anterior.

El estrato D fue el sector que exhibió un menor optimismo en la variable sobre el desempleo actual, en relación a la medición anterior, un 15,4% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, comparado con el 28% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. Por otro lado, un 46,2% de los consumidores del sector D manifestó que el

desempleo actual es mayor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 48% de adhesión en la medición de julio.

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, un 7,7% de los consumidores del estrato C3 espera que la situación económica sea peor en los próximos meses, en comparación al 8,6% de adhesión de esta alternativa en la medición del mes de julio. En la alternativa optimista un 49,2% de los consumidores manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 57,1% de adhesión en la medición anterior.

En el extremo más pesimista, un 33,3% de los consumidores del estrato E manifestó que la situación económica será peor en los próximos meses, comparado con la nula adhesión que exhibió en la medición del mes anterior. En la alternativa opuesta, un 33,3% de los encuestados manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 66,7% de adhesión

en la medición del mes de julio.

Respecto al desempleo futuro, un 33,3% de los consumidores del estrato E espera que el desempleo sea mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 66,7% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista de esta variable, un 66,7% de los consumidores manifestó que el desempleo será menor en los próximos meses, alternativa que exhibió una nula adhesión en la medición anterior.

El sector C2 fue el sector menos optimista de los 5 sectores en comparación a la medición anterior, donde un 36,4% de los consumidores de este sector espera que el desempleo sea mayor en los próximos meses, comparado con el 53,4% de adhesión que exhibió en el mes anterior. En la alternativa optimista, un 20,7% de los consumidores del sector C2 manifestó que el desempleo va a ser menor en los próximos meses, en comparación al 14,4% de adhesión en la medición de julio.

En el caso de los ingresos futuros, el sector C3 fue el más optimista en comparación a la medición anterior, donde un 53,8% de los consumidores del estrato C3 espera que sus ingresos sean mayores en los próximos meses, en comparación al 50% de

adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de julio. En la alternativa pesimista, un 7,7% de los encuestados del estrato C3 manifestó que los ingresos futuros serán menores en los próximos meses, en comparación al 10% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Por último, el sector D exhibió un mayor pesimismo en la alternativa sobre el ingreso futuro, donde un 30,8% de los consumidores del sector D espera que los ingresos futuros sean menores en los próximos meses, comparado con el 8% de adhesión que exhibió en el mes anterior. En la alternativa optimista, un 30,8% de los consumidores del sector D manifestó que los ingresos futuros van a ser mayores, en comparación al 48% de adhesión en la medición del mes de julio.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la octava región experimentó una caída de optimismo en el mes de agosto. Este se situó en 102 puntos, 7 puntos bajo el indicador del mes de julio. La razón de esta caída es explicada mayormente por la caída en el indicador de expectativas, el cual cayó 13,9 puntos respecto del mes de anterior, mientras que el indicador coyuntural aumentó 14,4 puntos en igual periodo. El índice coyuntural pasó desde 57,7 puntos en la medición de julio a 72,1 puntos en agosto. El indicador de expectativas de la octava región cayó desde 125,6 puntos en la medición anterior a 111,7 puntos en la presente medición (ver cuadro N°3).

La expansión en el Indicador Coyuntural se debe tanto a una mejor percepción en la variable sobre la situación económica actual como de la variable sobre el desempleo actual, aunque el aumento en la variable sobre el desempleo actual es mayor que el aumento en la variable sobre la situación económica actual, donde un 11,3% de los consumidores de la octava región piensa que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, comparada con el 11% de adhesión de esta alternativa en la medición de julio. En el extremo pesimista, un 26,4% de los consumidores manifestó que la situación económica es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 29,6% de adhesión en la medición anterior.

En relación al desempleo actual, un 9,4% de los consumidores de la octava región percibe que el desempleo actual es menor que hace doce meses atrás, adhesión mayor que el 7,4% de la medición anterior. En la alternativa opuesta un 52,8% de los

encuestados de la octava región está pesimista respecto al desempleo actual, en comparación al 75,9% de adhesión a esta alternativa en la medición del mes de julio.

Todas las variables de expectativas experimentaron una caída de optimismo en comparación a la medición de julio. La proyección de una peor situación económica en los próximos meses aumentó desde 7,4% de adhesión en julio a 9,4% de adhesión en la presente medición. En la alternativa optimista de esta variable, un 62,3% de los consumidores manifestó que va a ser mejor la situación económica en los próximos meses, alternativa que exhibió un 68,5% de adhesión en la medición anterior.

En la percepción sobre la variable sobre el desempleo futuro, un 18,9% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser mayor en

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

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
ABC1	9,1	48,5	42,4	24,2	36,4	39,4
C2	15,7	46,3	38,0	36,4	43,0	20,7
C3	24,6	49,2	26,2	30,8	35,4	33,8
D	50,0	38,5	11,5	46,2	38,5	15,4
E	33,3	66,7	0,0	33,3	33,3	33,3

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Agosto 2009	76,2	46,9	85,7
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

los próximos meses, alternativa que exhibió un 14,8% de adhesión en la medición anterior. En el extremo optimista de esta variable, un 54,7% de los consumidores manifestó que va a ser menor el desempleo en el futuro, alternativa que exhibió un 50% de adhesión en la medición de julio.

En el caso de la variable sobre el ingreso futuro, un 24,5% de los consumidores manifestó que van a ser menores los ingresos en el futuro, alternativa que exhibió un 13% de adhesión en la medición del mes de julio. En el extremo optimista, un 30,2% de los consumidores manifestó que van a ser mayores los ingresos en el futuro, en comparación al 40,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de

La Serena al igual que el Índice General y al contrario del Índice de la Octava Región presentó un aumento marginal de optimismo en la medición de agosto, aumentando 1,2 puntos en términos mensuales, para ubicarse en 124 puntos en la presente medición. Los subíndices Coyunturales y de Expectativas mostraron comportamientos opuestos, el subíndice de expectativas experimentó una caída de optimismo, que fue más que compensado con el aumento de optimismo del subíndice coyuntural. El subíndice de expectativas experimentó una caída de 11,6 puntos respecto a la medición de julio, en cambio el subíndice coyuntural exhibió un fuerte avance de 34 puntos respecto a la medición de julio.

El subíndice coyuntural exhibió un fuerte aumento de optimismo, que se explica por un aumento de optimismo en la variable sobre el desempleo actual, donde un 16,7% de los consumidores manifestaron que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 13,3% 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 un 63,3% de adhesión en la medición anterior.

En relación a la situación económica actual, respecto a la medición de julio, un 50% de los consumidores de La Serena manifestó que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión en la medición anterior. En el extremo opuesto, se produjo un aumento de pesimismo, en julio un 13,3% de los consumidores percibía que la situación económica actual era peor que hace doce meses, en cambio en agosto un 20% de los consumidores manifestó que la situación económica es peor que hace un año atrás.

En relación al subíndice de expectativas es posible señalar que las 3 variables que lo componen experimentaron una caída de optimismo. En el caso de la situación económica futura, un 6,7% de los consumidores manifestó que la situación económica va a ser peor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 3,3%

de adhesión en la medición anterior. En el caso opuesto, un 53,3% de los consumidores manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, bastante menor que el 70% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de julio.

Un 16,7% de los consumidores manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, comparado con el 6,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de julio. En el extremo optimista, un 43,3% de los consumidores espera que el desempleo futuro sea menor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión en la medición del mes anterior.

Por último, en la variable sobre los ingresos futuros, un 10% de los consumidores manifestó que los ingresos serán menores en los próximos meses, comparado al 3,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 56,7% de los consumidores manifestó que los ingresos serán mayores en los próximos meses, alternativa que exhibió un 70% de adhesión en la medición del mes de julio.

CONCLUSIONES

Una leve mejoría experimentó el Índice de Percepción del Consumidor durante agosto pasado en comparación con el mes previo, sin embargo hubo un cambio en la composición en donde mejoró significativamente la evaluación de la situación actual o coyuntural motivada probablemente por los positivos resultados en el empleo y la actividad económica. En el sentido inverso, aunque en menor proporción, se movió el indicador de expectativas debido a que, a pesar de esperarse una positiva evolución del mercado del trabajo, hubo un leve retroceso en la visión futura de la situación económica general.

Desde un registro de 120,3 puntos en julio, el Índice de Percepción del Consumidor aumentó a 123,7 puntos en el mes de agosto, lo que significa también un aumento de 30,3 puntos en relación al mismo periodo del año anterior. El leve aumento experimentado por el indicador de percepción general es explicado por un aumento en el indicador coyuntural, el cual aumentó 18,5 puntos respecto del mes de julio, logrando compensar la caída en el índice de expectativas que cayó 2,2 puntos en igual periodo.

A nivel de estrato socioeconómico, el estrato ABC1 manifestó un mayor optimismo en la variable coyuntural sobre la situación económica actual y el sector E exhibió el mayor optimismo en la variable coyuntural sobre el desempleo actual, en comparación a la medición anterior. En el caso de las variables de expectativas, el sector C3 fue el más optimista en las variables sobre la situación económica futura, el estrato E fue el sector más optimista en las variables de expectativas sobre el desempleo futuro y el estrato C3 fue el sector más optimista en la variable sobre el ingreso futuro en comparación a la medición de julio. Por otro lado, los estratos menos optimistas en las diferentes variables, en relación a la medición anterior fueron: el estrato D en las variables sobre la situación económica actual, la variable sobre el desempleo actual y la variable sobre los ingresos futuros, el sector E en la variable sobre la situación económica futura y el sector C2 en el caso de la variable sobre el desempleo futuro.

A nivel regional, el IPeCo de la octava región y el de La Serena experimentaron comportamientos opuestos. En la Octava región se observó una caída en el optimismo de los consumidores, a pesar de esto, mejoró la percepción sobre la situación actual gracias a la normalización paulatina de la actividad productiva, pero hubo una baja en la visión futura, motivada probablemente por el tiempo que tomará reconstruir parte importante de la infraestructura dañada.

En La Serena, por último, el optimismo sigue creciendo y en la visión coyuntural las respuestas muestran un gran optimismo sobre la situación actual, aunque al igual como ocurrió en otras zonas del país, hay una baja en el optimismo futuro, que a pesar de que sigue siendo positivo, lo es en menor grado de lo observado en la medición anterior.

BIBLIOGRAFÍA