



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 leve aumento de 3,1 puntos durante abril pasado, en donde la mayor mejoría se produjo en la visión que tienen las personas sobre la evolución de la situación actual de la economía, mientras que en la visión hacia el futuro hay un leve retroceso, probablemente explicado por la percepción más concreta del esfuerzo que se requerirá para la reconstrucción nacional.

PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES SE UBICA EN EL MEJOR NIVEL DE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS

CONSEJO ASESOR

Pedro Arriagada
Hernán Büchi
Carlos Cáceres
Roberto Darrigrandi
William Díaz
Tomás Flores
Cristián Larroulet
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 de optimismo en la medición de abril. Desde un registro de 115,4 puntos en marzo, el indicador aumentó a 118,5 puntos en abril, lo que significa también un aumento de 29,9 puntos en relación al mismo periodo del año anterior. Es así, como el IpeCo se encuentra en el mejor nivel de los últimos 2 años.

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 17,2 puntos respecto del mes de marzo, que no logró ser afectado por la caída marginal en el índice de expectativas, que cayó 1,3 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. En la variable sobre la situación económica actual, cayó la participación de consumidores que manifestó que ésta es peor que hace un año atrás, desde un 16,7% en la medición anterior a un 14% en la medición de abril. En el otro extremo, la proporción de encuestados que manifestaron que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás fue de 37,4%, al compararlo con la medición anterior, nos encontramos con un aumento de optimismo, debido a que en marzo exhibió un 27,9% de adhesión esta alternativa.

La otra variable coyuntural que se vio afectada, aunque en menor magnitud, fue la percepción de los consumidores respecto del desempleo actual,

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 17 y 18 de abril de 2010, en siete, de los once centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 222 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (17,1%), C2 (45%), C3 (25,7%), D (9,9%) y E (2,3).

la cual exhibió un leve aumento de optimismo en el mes de abril. Un 45,4% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, preferencia que en la medición anterior fue de 50,8% de los encuestados, por otro lado, la proporción de consumidores que manifestó

una percepción optimista de esta variable cayó marginalmente desde 21,3% en marzo a 20,3% de adhesión en el mes de abril.

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 que fueron más que compensados con los mejores resultados de las variables coyunturales. Los consumidores que percibieron que la situación económica será peor en los próximos meses aumentó desde 8,1% en marzo a 14% en abril. En el otro extremo, los encuestados que manifestaron una percepción positiva frente a esta variable, aumentó su optimismo desde 53,1% en la medición anterior a 55,9% en la presente medición.

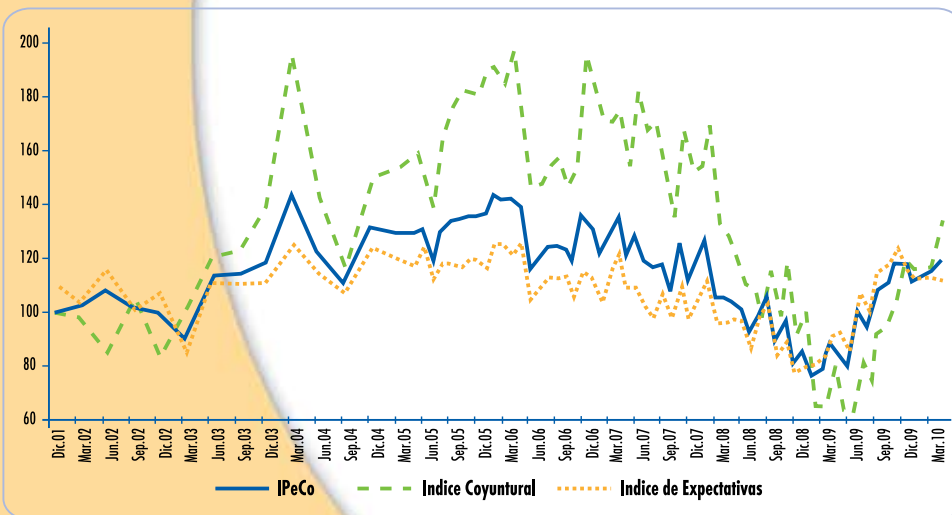
En lo relativo a las expectativas de ingresos futuros (gráfico N°3), un 11,3% de los consumidores piensa que estos serán menores, comparado con el 8,5% del mes anterior. En el caso optimista, donde los ingresos futuros serán mayores, un 50% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 49,2% de la medición del mes de marzo.

Por último, la percepción de los consumidores respecto del desempleo futuro fue la única variable de expectativas que registró un leve incremento en su optimismo, donde un 20,7% de los consumidores manifestaron que va a aumentar el desempleo en los próximos meses, alternativa que exhibió un 24,8% de adhesión en la medición del mes de marzo. En el extremo optimista, un 46,8% de los consumidores manifestaron que va a ser menor el desempleo en los próximos meses, en comparación al 39,9% 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
Abril 2009	88,7	81,0	91,6
Mayo 2009	84,8	63,2	92,9
Junio 2009	79,6	62,2	86,0
Julio 2009	99,7	79,2	107,4
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
Marzo 2010	115,4	116,8	113,1
Abril 2010	118,5	134,0	111,8

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 C3 en la variable sobre la situación económica actual, y por el sector ABC1 en la variable sobre la percepción del desempleo actual.

Un 28,1% de los consumidores del sector C3 manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 22,4% de adhesión en la medición de marzo. En la alternativa pesimista, un 8,8% de los encuestados del estrato C3 percibió que la situación económica actual es peor que hace un año, alternativa que exhibió un 20,9% de adhesión en la medición anterior.

En el otro extremo, el sector ABC1 fue el menos optimista en el caso de la variable sobre la situación económica actual, donde un 7,9% de los consumidores manifestó que ésta es peor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió

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

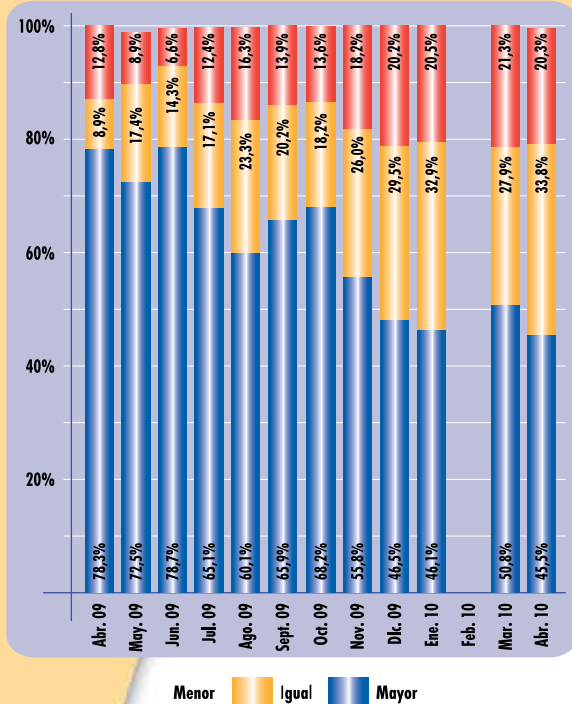
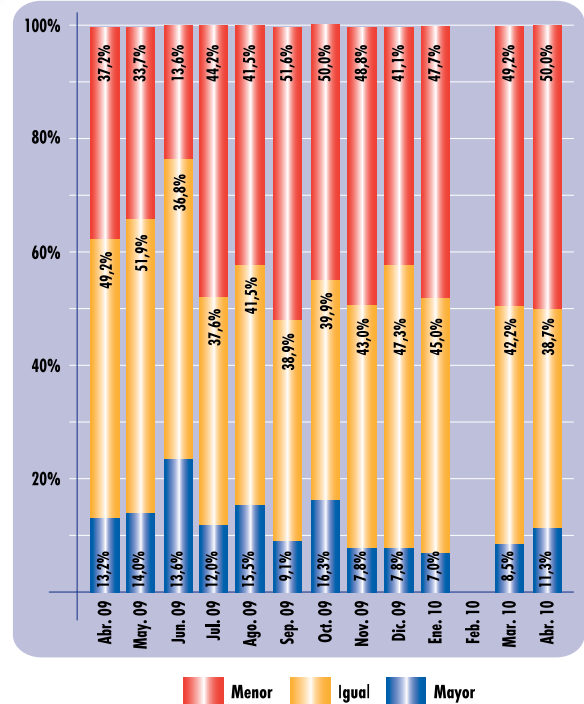


Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



un 5,9% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista de esta variable, un 47,4% de los consumidores percibieron que la situación económica es mejor que hace un año atrás, comparado con el 41,2% de adhesión de esta alternativa en la medición del mes de marzo.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 34,2% de los consumidores del sector ABC1 manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, comparado con el 20,6% de adhesión que exhibió esta alternativa en marzo. En el caso opuesto, un 39,5% de adhesión exhibieron los consumidores del sector ABC1 en la alternativa sobre un mayor desempleo actual en la presente medición, alternativa que exhibió un 50% de adhesión en la medición anterior.

El estrato E fue el sector que exhibió un menor optimismo en la variable sobre el desempleo actual, en relación a la medición anterior, un 0% de los consumidores manifestó que éste es menor que hace un año atrás, comparado con el 11,8% de adhesión que percibió esta alternativa en la medición anterior. Por otro lado, un 40% de los consumidores del sector E manifestó que el desempleo actual es mayor que

hace doce meses, alternativa que exhibió un 47,1% de adhesión en la medición de marzo.

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 7,9% de los consumidores del estrato ABC1 espera que la situación económica sea peor en los próximos meses, en comparación al 5,9% de adhesión de esta alternativa en la medición del mes de marzo. En la alternativa optimista de esta variable, un 65,8% de los consumidores manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 73,5% de adhesión en la medición de anterior.

En el extremo menos optimista, un 22,8% de los consumidores del estrato C3 manifestó que la situación económica será peor en los próximos meses, comparado con el 10,4% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 45,6% de los encuestados manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 46,3% de adhesión en

la medición del mes de marzo.

Respecto al desempleo futuro, un 52% de los consumidores del estrato C2 espera que el desempleo sea menor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 38,9% de adhesión en la medición de marzo. En la alternativa opuesta un 17% de los consumidores manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 23% 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 20% de los consumidores del sector E esperan que el desempleo sea mayor en los próximos meses, comparado con el 16,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 20% de los consumidores del sector E manifestaron que el desempleo va a ser menor en los próximos meses, en comparación al 50% de adhesión de esta alternativa en la medición de marzo.

En el caso de los ingresos futuros, el sector C3 fue el más optimista en comparación a la medición anterior, donde un 49,1% de los consumidores

del estrato C3 esperan que sus ingresos sean mayores en los próximos meses, en comparación al 38,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de marzo. En la alternativa pesimista, un 14% de los encuestados del estrato C3 manifestó que los ingresos futuros serán menores en los próximos meses, en comparación al 11,9% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Por último, el sector D exhibió un menor optimismo en la alternativa sobre el ingreso futuro, donde un 22,7% de los consumidores del sector D esperan que éstos sean menores en los próximos meses, comparado con el 12% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 31,8% de los consumidores del sector D manifestó que los ingresos futuros van a ser mayores, en comparación al 28% de adhesión en la medición del mes de marzo.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la Octava Región experimentó una fuerte caída. Este se situó en 78,5 puntos, es decir, 22,9 puntos bajo el indicador del mes de marzo, traspasando al rango pesimista. La razón de esta caída es explicada mayormente por la fuerte caída en el indicador coyuntural, el cual cayó 49 puntos respecto del mes anterior. El índice de expectativas también experimentó una caída de optimismo, pero de menor magnitud que la exhibida por el indicador coyuntural, cayendo 14,5 puntos en igual periodo. El índice coyuntural pasó desde 120,1 puntos en la medición de marzo a 71,1 puntos en abril. El indicador de expectativas de la Octava Región bajó desde 95,4 puntos en la medición anterior a 80,9 puntos en la presente medición (ver cuadro N°3).

La expansión en el Indicador Coyuntural se debe principalmente a una peor percepción en torno a la situación económica actual, un 27,8% de los consumidores de la Octava Región piensa que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, comparada con el 22,2% que manifestaron los encuestados en esta alternativa en la medición de marzo. En el extremo optimista, un 14,8% de los consumidores manifestó que la situación económica es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 24,1% de adhesión en la medición anterior.

En relación al desempleo actual, un 68,5% de los consumidores de la Octava Región perciben que éste es mayor que hace doce meses atrás, adhesión mayor que el 61,1% de la medición

anterior. En la alternativa opuesta un 7,4% de los encuestados de la Octava Región está optimista respecto al desempleo actual, en comparación al 18,5% de adhesión a esta alternativa en la medición del mes de marzo.

Dos de las variables de expectativas experimentaron una caída de optimismo en comparación a la medición de marzo, sólo la variable de expectativa sobre el desempleo futuro experimentó un aumento de optimismo en comparación a la medición anterior. La proyección de una peor situación económica en los próximos meses aumentó desde 13% en marzo a 35,2% en abril, la percepción de que el desempleo va a ser mayor en los próximos disminuyó desde 37% en la medición anterior a 20,4% en la presente medición y la proyección de que los ingresos futuros serán menores en el futuro aumentó desde 20,4% en la medición del mes de marzo a 35,2% en la medición

del mes de abril.

En el caso optimista de las variables de expectativas, un 33,3% de los consumidores esperan que la situación sea mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 42,6% de adhesión en el mes de marzo. La percepción sobre un menor desempleo en los próximos meses exhibió un aumento de optimismo desde 33,3% en la medición anterior a 38,9% en la presente medición. Por último, en la variable sobre los ingresos, un 25,9% de los consumidores manifestó que van a ser mayores los ingresos en el futuro, alternativa que exhibió un 31,5% de adhesión en la medición del mes de marzo.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena, al igual que el Índice General presentó un leve aumento de optimismo, creciendo 3 puntos en

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

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
ABC1	7,9	44,7	47,4	39,5	26,3	34,2
C2	13,0	44,0	43,0	41,0	37,0	22,0
C3	8,8	63,2	28,1	54,4	33,3	10,5
D	36,4	36,4	27,3	54,5	27,3	18,2
E	40,0	60,0	0,0	40,0	60,0	0,0

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Abril 2009	55,6	50,5	57,3
Mayo 2009	60,8	31,9	70,1
Junio 2009	77,0	69,2	79,6
Julio 2009	64,0	30,4	74,9
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
Marzo 2010	101,4	120,1	95,4
Abril 2010	78,5	71,1	80,9

términos mensuales, para ubicarse en el mes de abril en 129,7 puntos. Los subíndices Coyunturales y de Expectativas mostraron comportamientos similares, mientras el aumento del subíndice de expectativas fue marginal, de 0,5 puntos respecto a la medición de marzo, el subíndice coyuntural exhibió un avance de 9,4 puntos respecto a la medición anterior.

El subíndice de coyuntural mostró un aumento de optimismo, que se explica por un incremento de optimismo en la variable sobre la situación económica actual, respecto a la medición de marzo, donde un 43,3% de los consumidores de La Serena manifestó que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 26,7% de adhesión en la medición anterior. En el extremo opuesto, se mantuvo sin variación en 10% de adhesión, al igual que la medición del mes de marzo.

En relación al desempleo actual, éste exhibió una caída en su optimismo, donde un 16,7% de los consumidores manifestaron que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 20% de adhesión en el mes anterior. En la alternativa pesimista, un 43,3% de los consumidores

manifestaron que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 50% de adhesión en la medición anterior.

En relación al subíndice de expectativas es posible señalar que dos de las variables que lo componen experimentaron un aumento de optimismo. En el caso de la situación económica futura, un 73,3% de los consumidores manifestó que ésta va a ser mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 50% de adhesión en la medición anterior, la alternativa opuesta de esta variable, se mantuvo sin variación, con un 3,3% de adhesión al igual que la medición de marzo.

En la variable sobre los ingresos futuros, un 56,7% de los consumidores manifestó que los ingresos serán mayores en los próximos meses, comparado con el 43,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de marzo. La alternativa pesimista se mantuvo sin variación con un 3,3% de adhesión.

La única variable de expectativas que exhibió una caída de optimismo fue la variable sobre el desempleo futuro, donde un 50% de los consumidores manifestó que el desempleo será

menor en los próximos meses, comparado con el 60% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. El extremo pesimista se mantuvo sin variación, con un 10% de adhesión al igual que en la medición anterior.

La Serena con la Octava Región tienen percepciones opuestas en el caso de la variable coyuntural sobre la situación económica actual, pero apreciaciones similares en la variable coyuntural sobre el desempleo actual, de hecho en ambas regiones el desempleo actual experimentó una caída de optimismo, aunque ésta fue mayor en la Octava Región que en La Serena. En relación a las variables de expectativas, los comportamientos fueron totalmente opuestos en las diferentes regiones, en la Octava Región disminuyó el optimismo de las variables sobre la situación económica futura y la variable sobre el ingreso futuro, y aumentó el optimismo en la variable sobre el desempleo futuro. En La Serena, en cambio cayó el optimismo en la variable sobre el desempleo futuro y aumentó en la variable sobre la situación económica futura y sobre los ingresos futuros, todo esto en comparación a la medición de marzo.

CONCLUSIONES

Una leve alza experimentó el Índice de Confianza del Consumidor durante abril pasado, en donde la mayor mejoría se produjo en la visión que tienen las personas sobre la evolución de la situación actual de la economía, mientras que en la visión hacia el futuro hay un leve retroceso, probablemente explicado por la percepción más concreta del esfuerzo que se requerirá para la reconstrucción nacional.

El indicador general se ubicó en 118,5 puntos en el mes de abril, 3,1 puntos más optimista que el mes anterior. El indicador coyuntural experimentó un aumento de 17,2 puntos, ubicándose en 134 puntos en la presente medición. El indicador de expectativas exhibió una caída marginal de 1,3 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. La variable de expectativas sobre el desempleo futuro fue la única 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 marzo, el estrato C3 manifestó un mayor optimismo en la variable coyuntural sobre la situación económica actual y un mayor optimismo en la variable de expectativas sobre los ingresos futuros. El sector ABC1 fue el más optimista en la otra variable coyuntural, sobre el desempleo actual y el estrato más optimista en la variable sobre la situación económica futura. En el caso de la variable de expectativa sobre el desempleo futuro, el estrato C2 fue el más optimista.

Por otro lado, los estratos menos optimistas en las diferentes variables, en relación a la medición anterior, fueron el ABC1 en la variable coyuntural sobre la situación económica actual. El estrato E fue el menos optimista en la variable coyuntural sobre el desempleo actual y también el menos optimista en la variable de expectativas sobre el desempleo futuro. En el caso de las variables sobre la situación económica futura, fue el estrato C3 el menos optimista y por último, en la variable sobre los ingresos futuros el estrato D fue el menos optimista.

En la Octava Región se observa un severo retroceso del índice en comparación con el reporte de marzo, en donde la caída más severa se observa en la percepción sobre la situación actual de las personas, dada la destrucción sufrida y el invierno que se acerca. En relación a las expectativas, también hubo un retroceso importante, ya que en la medida que se agrega más información existe mayor claridad sobre la extensión del plazo requerido para volver a reconstruir la infraestructura perdida. En La Serena, en cambio, el optimismo sigue subiendo ya que la bonanza del precio de los metales, los nuevos proyectos de inversión y la mejoría en el sector agroindustrial generan las condiciones para que mejore el indicador coyuntural y en menor medida el de expectativas.

BIBLIOGRAFÍA