



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 caída de optimismo del consumidor el mes de noviembre. Éste se ubicó en 130 puntos, lo cual significa una contracción de 5,7 puntos en términos mensuales, a pesar de eso exhibió un avance de 12,6 puntos en doce meses. Esta circunstancia se explica por una fuerte caída de optimismo de las variables coyunturales, principalmente en la variable sobre la situación económica actual y por una disminución menor de optimismo en dos de las tres variables de expectativas.

PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES SE MANTIENE EN LOS NIVELES MÁS ALTOS REGISTRADOS

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 una contracción mensual de 5,7 puntos en noviembre, situándose en 130 puntos, lo que significa un avance de 12,6 puntos en relación al mismo periodo del año anterior.

Este retroceso en la confianza del consumidor durante noviembre pasado en comparación con lo observado en octubre, se explica por una baja más significativa en la evaluación de la situación coyuntural, mientras que en el componente de expectativas el retroceso fue más moderado. Es posible que la corrección a la baja de las proyecciones económicas para el presente año junto con la caída de la producción minera en octubre pasado y el leve alza en la producción industrial expliquen parte de este retroceso en el índice.

En el cuadro N° 1 es posible observar que la variación experimentada por el Índice de

Percepción del Consumidor es explicada por los dos subíndices que componen el IpeCo, es decir, el Índice Coyuntural y el Índice de Expectativas. En este caso tanto el Índice Coyuntural como el Índice de Expectativas experimentaron una caída respecto al mes anterior, pero la caída del Indicador Coyuntural fue bastante mayor que la del Indicador de Expectativas.

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 contracción experimentada por el Índice Coyuntural. En términos de nivel, se puede observar, que el Índice de Expectativas presenta, a lo largo del tiempo, un comportamiento más estable.

Para entender la caída 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 caídas. En la variable sobre la situación económica

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 20 y 21 de noviembre de 2010, en siete, de los once centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 243 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (12,8%), C2 (50,2%), C3 (27,2%), D (9,1%) y E (0,8%).

actual, aumentó la participación de consumidores que manifestaron que ésta es peor que hace un año atrás, desde un 9,7% en la medición anterior a un 14,8% en la medición de noviembre. En el otro extremo, la proporción de encuestados que manifestaron que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás fue de 31,3%, al compararlo con la medición anterior nos

encontramos con una caída de optimismo, debido a que en octubre exhibió un 35,5% de adhesión esta alternativa.

La otra variable coyuntural que se vio afectada, aunque en menor medida, fue la percepción de los consumidores respecto del desempleo actual, la cual exhibió una leve caída de optimismo en el mes de noviembre. Un 34,2% de los consumidores

manifestó que éste es menor que hace un año atrás, preferencia que en la medición anterior fue de 35,5% de los encuestados, por otro lado, disminuyó la proporción de consumidores que manifestó que el empleo va a ser mayor que hace un año atrás, desde 30,8% en octubre a 30,5% de adhesión en el mes de noviembre.

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, sólo una de las tres variables de expectativas experimentó un aumento de optimismo, que no logró compensar los peores resultados de las otras dos variables de expectativas. Los consumidores que percibieron que la situación económica será peor en los próximos meses aumentó desde 6,9% en octubre a 8,6% en noviembre. En el otro extremo, los encuestados que manifestaron una percepción positiva frente a esta variable, disminuyó su optimismo desde 62,5% en la medición anterior a 58,4% en la presente medición.

En lo relativo a las expectativas de ingresos futuros (gráfico N°3), un 10,7% de los consumidores piensa que éstos serán menores, comparado con el 8,5% del mes anterior. En el caso optimista, donde los ingresos futuros serán mayores, un 52,3% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 56% de la medición del mes de octubre.

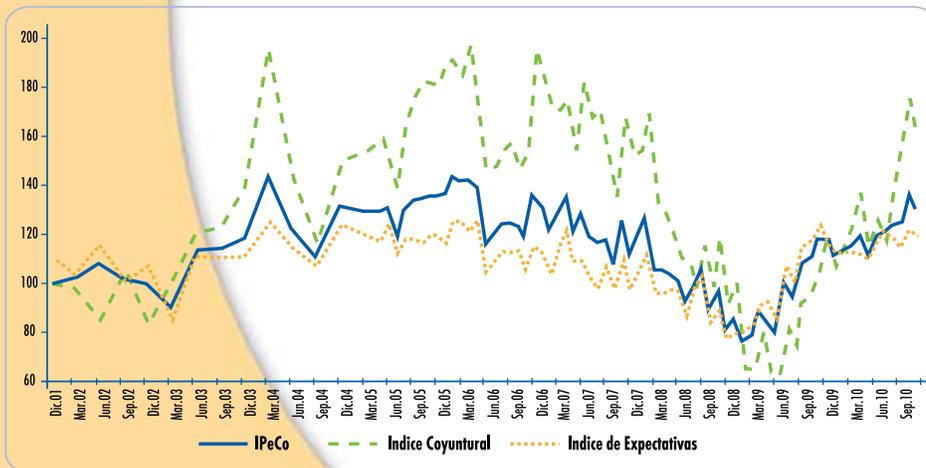
Por último, la percepción de los consumidores respecto del desempleo futuro fue la única variable de expectativas que registró un leve aumento en su optimismo, donde un 15,2% de los consumidores manifestaron que va a aumentar el desempleo en los próximos meses, alternativa que exhibió un 17,4% de adhesión en la medición del mes de octubre. En el extremo optimista, un 48,6% de los consumidores manifestó que va a ser menor el desempleo en los próximos meses, en comparación al 49,8% 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
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
Octubre 2010	135,7	175,7	121,5
Noviembre 2010	130,0	160,5	119,2

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), la mayor caída 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 12,9% los consumidores del sector ABC1 manifestó

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

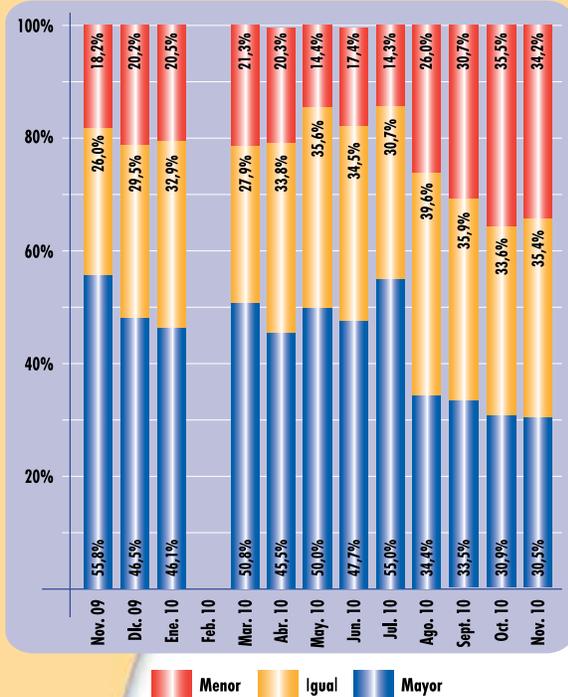
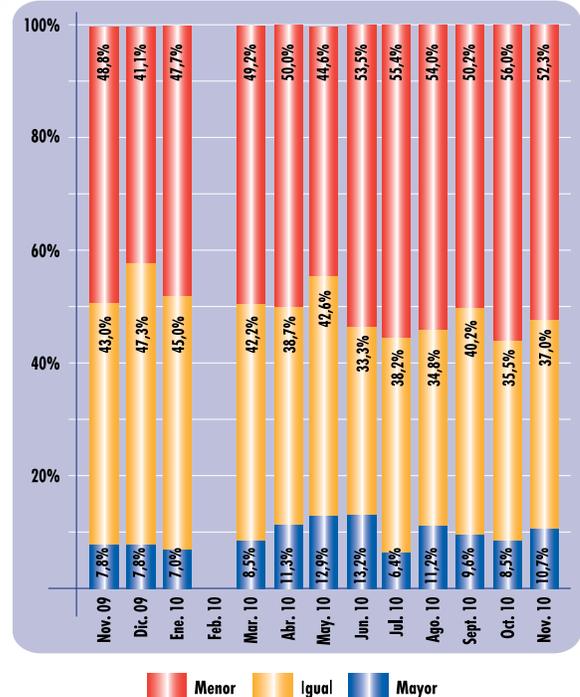


Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



que la situación económica actual es peor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 2,8% de adhesión en la medición de octubre. En la alternativa optimista de esta variable, un 29% de los encuestados del estrato ABC1 percibió que la situación económica actual es mejor que hace un año, alternativa que exhibió un 38,9% de adhesión en la medición anterior.

En el otro extremo, el sector C2 fue el sector que experimentó la menor caída de optimismo en comparación a la medición anterior. En el caso de la variable sobre la situación económica actual, un 32,8% de los consumidores del sector C2 manifestó que ésta es mejor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 35% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa pesimista, un 10,7% de los consumidores del estrato C2 percibió que la situación económica es peor que hace un año atrás, comparado con el 9,2% de adhesión en la medición de octubre.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 0% de los consumidores del sector E manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, comparado con el 33,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en el mes

de octubre. En la alternativa opuesta, un 50% de los consumidores del estrato E manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, alternativa que exhibió el mismo 50% de adhesión en la medición anterior.

El estrato C2 fue el más optimista en el caso de la variable sobre el desempleo actual, donde un 40,2% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 35,8% de adhesión en la medición anterior. Por otro lado, un 26,2% de los consumidores del sector C2 manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, en comparación al 29,2% de adhesión de la medición de octubre.

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 el sector E fue el más pesimista con respecto a la medición anterior, donde un 50% de los consumidores del estrato E espera que la situación económica sea peor en los próximos meses, en comparación al 16,7% de adhesión que exhibió en la medición del mes de octubre. En la alternativa optimista un 50% de los consumidores

del sector E manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió el mismo 50% de adhesión en la medición anterior.

En el extremo más optimista, un 59,1% de los consumidores del estrato C3 manifestó que la situación económica futura será mejor en los próximos meses, comparado con el 54,4% de adhesión que exhibió en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 4,5% de los encuestados del sector C3 manifestó que la situación económica será peor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 10,1% de adhesión en la medición de octubre.

Respecto al desempleo futuro, un 48,4% de los consumidores del estrato ABC1 espera que el desempleo sea menor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 66,7% de adhesión en la medición del mes de octubre. En la alternativa opuesta un 19,4% de los consumidores del sector ABC1 manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, en comparación al 8,3% de adhesión que mostró en la medición anterior.

El sector D fue el sector que experimentó el mayor avance de optimismo en comparación a la medición

anterior, donde un 45,5% de los consumidores de este sector espera que el desempleo sea menor en los próximos meses, comparado con el 44,4% de adhesión que exhibió en el mes anterior. En la alternativa pesimista, un 18,2% de los consumidores del sector D manifestó que el desempleo va a ser mayor en los próximos meses, en comparación al 27,8% de adhesión en la medición del mes de octubre.

En el caso de los ingresos futuros, el estrato C2 fue el sector que exhibió la mayor caída de optimismo en comparación a la medición anterior, donde un 10,7% de los consumidores de este estrato espera que sus ingresos sean menores en los próximos meses, en comparación al 6,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en octubre. En la alternativa opuesta, un 50,8% de los encuestados del estrato C2 manifestó que los ingresos futuros serán mayores en los próximos meses, en comparación al 61,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Por último, el sector E exhibió el mayor avance de optimismo en la alternativa sobre el ingreso futuro en comparación a la medición anterior, donde un 100% de los consumidores de este estrato espera que los ingresos futuros sean mayores en los próximos meses, comparado con el 50% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 0% de los consumidores del estrato E manifestó que los ingresos van a ser menores en el futuro, alternativa que exhibió un 16,7% de adhesión en la medición de octubre.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la Octava Región experimentó una fuerte caída. Éste se situó en 94,3 puntos, es decir, 32 puntos bajo el indicador del mes de octubre, traspasando al rango pesimista. La razón de esta caída es explicada mayormente por la fuerte caída en el indicador coyuntural, el cual cayó 86,8 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 14,2 puntos en igual periodo. El índice coyuntural pasó desde 142,8 puntos en la medición de octubre a 56 puntos en octubre. El indicador de expectativas, en tanto, cayó desde 120,9 puntos en la medición anterior a 106,7 puntos en la presente medición (ver cuadro N°4).

La contracción en el indicador coyuntural se debe principalmente a una peor percepción en

torno a la situación económica actual. Un 26,3% de los consumidores de la Octava Región piensa que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, comparado con el 14,8% que manifestaron los encuestados en esta alternativa en la medición de octubre. En el extremo optimista, un 7,9% de los consumidores manifestaron que la situación económica es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 20,4% de adhesión en la medición anterior.

En relación al desempleo actual, un 57,9% de los consumidores de la Octava Región perciben que éste es mayor que hace doce meses atrás, adhesión mayor que el 48,1% de la medición anterior. En la alternativa opuesta un 7,9% de los encuestados se mostró optimista respecto al desempleo actual,

en comparación al 22,2% de adhesión a esta alternativa en la medición del mes de octubre.

Dos de las variables de expectativas experimentaron un leve avance de optimismo en comparación a la medición de octubre, sólo la variable de expectativa sobre los ingresos futuros experimentó una caída de optimismo en comparación a la medición anterior. La proyección de una peor situación económica en los próximos meses aumentó desde 9,3% en octubre a 10,5% en noviembre. La percepción de que el desempleo va a ser mayor en los próximos meses disminuyó desde 14,8% en la medición anterior a 13,2% en la presente medición. Por último, la proyección de que los ingresos futuros serán menores en el futuro aumentó desde 18,5% en la medición del mes de octubre a 39,5% en la

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

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
ABC1	12,9	58,1	29,0	25,8	48,4	25,8
C2	10,7	56,6	32,8	26,2	33,6	40,2
C3	16,7	54,5	28,8	36,4	34,8	28,8
D	31,8	31,8	36,4	40,9	27,3	31,8
E	50,0	50,0	0,0	50,0	50,0	0,0

Cuadro N° 4
ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR - 8° REGIÓN
Base Dic. 2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
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
Octubre 2010	126,3	142,8	120,9
Noviembre 2010	94,3	56,0	106,7

medición del mes de noviembre.

En la alternativa optimista de las variables de expectativas, un 68,4% de los consumidores esperan que la situación sea mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 59,3% de adhesión en el mes de octubre. La percepción sobre un menor desempleo en los próximos meses exhibió una caída de optimismo desde 55,6% en la medición anterior a 52,6% en la presente medición. Por último, en la variable sobre los ingresos, un 26,3% de los consumidores manifestó que van a ser mayores los ingresos en el futuro, alternativa que exhibió un 40,7% de adhesión en la medición del mes de octubre.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena al igual que el Índice General presentó una leve caída de optimismo, disminuyendo 10,5 puntos en términos mensuales, para ubicarse en el mes de noviembre en 119,5 puntos. Los subíndices Coyunturales y de Expectativas mostraron comportamientos similares, ambos exhibieron caídas de optimismo, siendo la caída del subíndice de expectativas levemente mayor. El subíndice coyuntural exhibió una caída de 8,9 puntos

respecto a la medición de octubre y el subíndice de expectativas exhibió una caída de 11,2 puntos en relación a la medición anterior.

El subíndice de coyuntural mostró una caída de optimismo, que se explica por una caída de optimismo en la variable sobre el desempleo actual que no pudo ser compensado con el aumento marginal de la variable sobre la situación económica actual. Un 6,7% de los consumidores de La Serena manifestó que ésta es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 10% de adhesión en la medición anterior. En el extremo opuesto, se mantuvo sin variación en 40% de adhesión, al igual que la medición del mes de octubre.

En relación al desempleo actual, éste exhibió una caída en su optimismo, donde un 36,7% de los consumidores manifestaron que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 46,7% de adhesión en el mes anterior. En la alternativa pesimista, un 40% de los consumidores manifestaron que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 30% de adhesión en la medición anterior.

En relación al subíndice de expectativas es posible señalar que todas las variables que lo componen

experimentaron una caída de optimismo. En el caso de la situación económica futura, un 63,3% de los consumidores manifestaron que la situación económica va a ser mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 70% de adhesión en la medición anterior, la alternativa opuesta de esta variable, experimento un aumento de pesimismo desde 10% de adhesión en octubre a 13,3% de adhesión en la medición de noviembre.

En la variable sobre los ingresos futuros, un 50% de los consumidores manifestaron que los ingresos serán mayores en los próximos meses, comparado con el 53,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de octubre. En la alternativa pesimista, un 13,3% de los consumidores manifestó que los ingresos van a ser menores en el futuro, alternativa que exhibió un 10% de adhesión en la medición anterior.

Un 40% de los consumidores manifestó que el desempleo será menor en los próximos meses, comparado con el 56,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. El extremo pesimista, un 30% de los consumidores manifestaron que el desempleo será mayor en el futuro, alternativa que exhibió un 10% de adhesión en la medición de octubre.

CONCLUSIONES

El Índice de Percepción del Consumidor se ubicó en el mes de noviembre en 130 puntos, 5,7 puntos menos optimistas que el mes anterior. Una leve caída se observa en el IPeCo de noviembre pasado en comparación con el mes previo. Esta caída se explica por un retroceso más significativo en la evaluación de la situación coyuntural, mientras que en el componente de expectativas el retroceso fue más moderado. Es posible que la corrección a la baja de las proyecciones económicas para el presente año junto con la caída de la producción minera en octubre pasado y la leve alza en la producción industrial explique parte de este retroceso en el índice.

A nivel de estrato socioeconómico, el estrato ABC1 manifestó un menor optimismo en la variable sobre la situación económica actual y en la variable sobre el desempleo futuro en comparación a la medición de octubre. En el caso de la variable sobre el desempleo actual y la variable sobre la situación económica futura, el sector E exhibió un menor optimismo en relación a la medición anterior. Finalmente en la variable sobre los ingresos futuros el estrato C2 fue el sector menos optimista en estas variables en comparación a la medición anterior. Por otro lado, dentro de los estratos más optimista en las diferentes variables nos encontramos que en las de situación económica actual y sobre el desempleo actual el sector C2 fue el estrato más optimista en comparación a la medición anterior, el estrato C3 fue sector más optimista en las variables sobre la situación económica futura respecto a la medición de octubre. En la variable sobre el desempleo futuro el sector D fue el estrato más optimista respecto a la medición anterior. Por último, en la variable sobre los ingresos futuros el sector E fue el estrato más optimista en esta variable respecto a la medición anterior.

En la Octava Región el retroceso también fue observado, siendo la caída en la situación coyuntural la más significativa. En donde la caída de la actividad económica, -3,2% en el tercer trimestre, la segunda mayor en Chile, probablemente explica esta evolución desfavorable. En la visión de mediano plazo también hay un retroceso, pero de magnitud mucho más moderada.

Por último, en la Cuarta Región hubo leves retrocesos en ambos componentes, coyuntural y de expectativas, donde la visión sobre el desempleo presente y futuro empeoró en comparación con la encuesta anterior.

BIBLIOGRAFÍA

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