

**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 aumento en el mes de junio. Éste se ubicó en 119,1 puntos, lo cual significa un ascenso de 7,7 puntos en términos mensuales. Este resultado fue impulsado, principalmente por mejoras en las variables coyunturales, aunque las variables de expectativas también exhibieron avances que fueron de menor magnitud que los de las variables coyunturales.

### PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR SE UBICA EN EL MEJOR NIVEL DEL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2010

El Índice de Percepción del Consumidor (IpeCo)<sup>1</sup> que elabora mensualmente el Centro de Investigación en Empresas y Negocios (CIEN) de la Universidad del Desarrollo (UDD), en conjunto con Mall Plaza<sup>2</sup>, avanzó desde 111,4 de la medición de mayo a 119,1 puntos en junio. Además del avance mensual experimentado por el indicador, éste exhibió un significativo aumento de 39,5 puntos respecto de doce meses atrás.

Los subíndices que componen este indicador (cuadro N° 1) mostraron cambios positivos. Por una parte, el Índice Coyuntural, que mide las percepciones de los consumidores sobre la situación económica y el empleo, mostró un alza de 10,4 puntos en relación con la medición anterior, lo cual finalmente lo ubicó en 125,7 puntos. El Índice de Expectativas por su parte, el cual mide proyecciones sobre la economía, el empleo y los ingresos futuros en los próximos doce meses, experimentó una mejoría de 6,6 puntos en relación con el mes anterior.

Como se puede apreciar en el cuadro N° 1, el alza del IpeCo obedece principalmente al impulso de las variables coyunturales, aunque las variables de expectativas también experimentaron avances, pero en menor magnitud.

El gráfico N° 1 muestra el nivel y la trayectoria

que han experimentado los indicadores señalados. Es posible observar con mayor claridad la expansión experimentada por el Índice Coyuntural y 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.

Al examinar las variables que componen el indicador coyuntural, se puede observar que el avance que experimentó dicho indicador se explica por el aumento de ambas variable, aunque la percepción sobre el desempleo actual experimentó un aumento mayor por parte de los consumidores (gráfico N°2). En la presente medición, un 17,4% de los consumidores señaló que el desempleo actual es menor, comparada con el 14,4% del mes de mayo. Respecto a si el desempleo actual es mayor que hace doce meses, tuvo un 47,7% de adhesión esta alternativa en junio, comparada con el 50% de la medición anterior.

Al observar la percepción del consumidor en relación a la situación económica actual, el escenario es más optimista en comparación al mes anterior. Disminuyó la participación de consumidores que manifestaron que esta variable es peor que hace un año atrás, desde un 18,3% en mayo a un 15,5% en la medición de junio. En

#### 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 19 y 20 de junio de 2010, en siete, de los once centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 258 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (12,4%), C2 (50,8%), C3 (30,2%), D (5,4%) y E (1,2%).

el otro extremo, la proporción de encuestados que manifestó que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás fue de 32,6%, lo que significa una disminución marginal de optimismo en esta variable, debido a que en mayo tuvo un 33,2% de adhesión.

En el caso de las variables de expectativas, el mix de resultados reveló lo siguiente: los consumidores aumentaron su optimismo en comparación con el

mes anterior en las 3 variables de expectativas: situación económica futura, desempleo futuro e ingresos futuros.

La variable sobre situación económica futura, fue la variable que se mostró más optimista, donde un 55% de los consumidores manifestó que ésta va a ser mejor en el futuro, comparado con el 51% de adhesión en la medición anterior. Las perspectivas pesimistas sobre la situación económica futura

decaeron desde 13,4% de adhesión en mayo a 7,4% de adhesión en junio.

Respecto a la variable sobre el desempleo futuro, ésta también experimentó un avance de optimismo respecto al mes anterior, donde un 47,3% de los consumidores esperan que el desempleo futuro sea menor, comparado con el 46% de adhesión de esta alternativa en el mes de mayo. En el caso de la alternativa pesimista, se produjo una caída marginal de pesimismo respecto a la medición anterior, donde un 17,4% de los consumidores espera que el desempleo futuro sea mayor, comparado con el 18,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

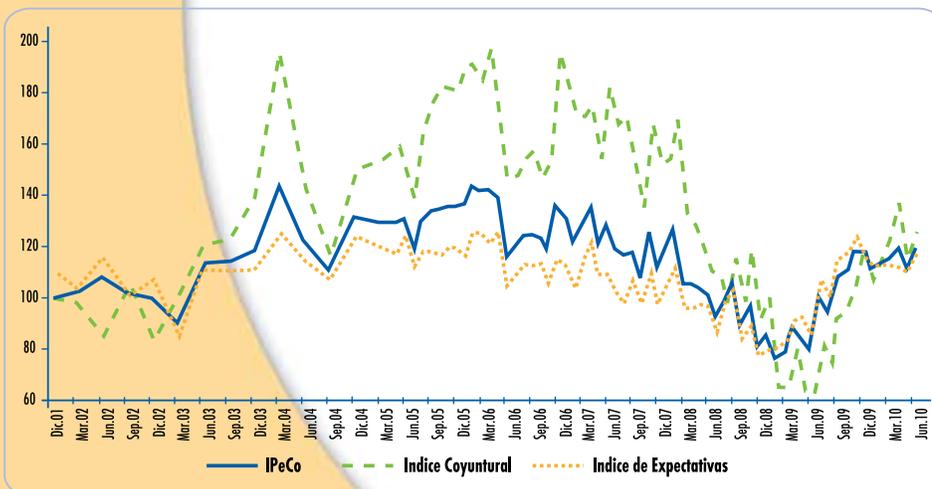
Por último, a la variable sobre los ingresos futuros (gráfico N°3) un 53,5% de los consumidores esperan que estos sean mayores, comparado con el 44,6% de adhesión del mes anterior. En el otro extremo la alternativa pesimista experimentó un aumento marginal en su pesimismo, donde un 13,2% de los consumidores manifestó que los ingresos futuros serán menores, comparado con el 12,9% de adhesión que tenía 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
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
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

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



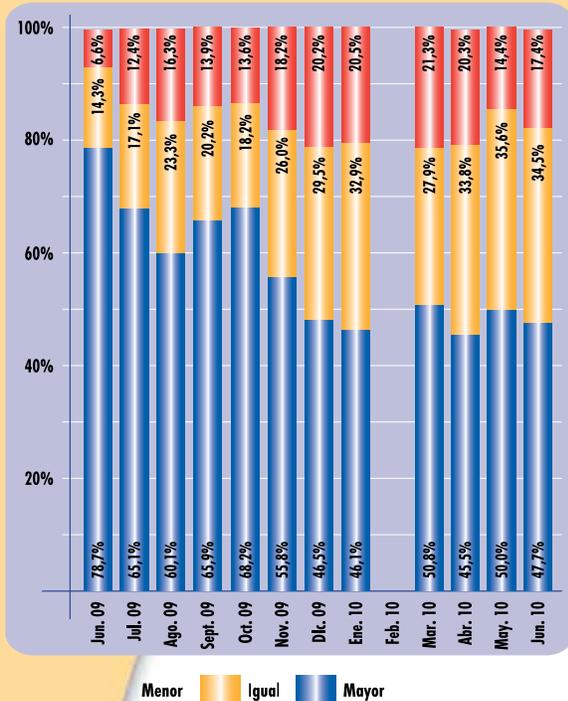
## SITUACIÓN POR ESTRATOS

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

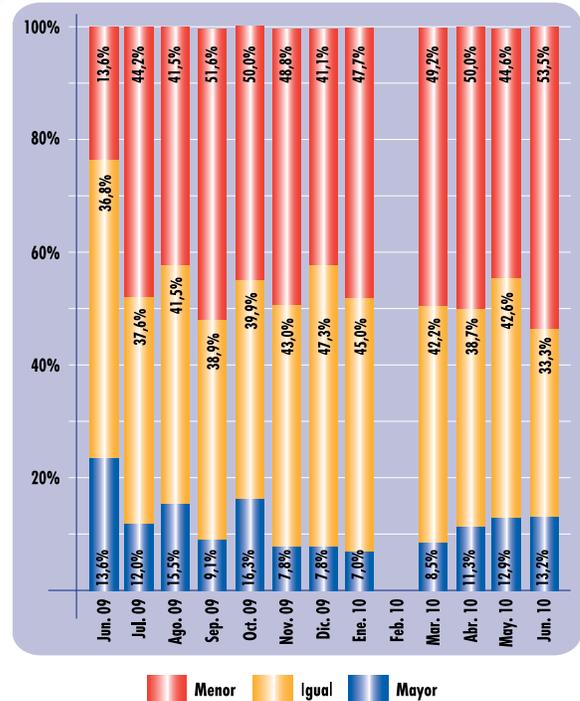
Al revisar lo sucedido con las variables coyunturales (cuadro N°2), el mayor avance respecto a la medición anterior, fue aportado por el estrato E, tanto en la variable sobre la situación económica actual, como en la variable sobre la percepción del desempleo actual.

Un 33,3% de los consumidores del estrato E señaló que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió una nula adhesión en la medición de mayo. En la alternativa opuesta, un 33,3% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, alternativa que también exhibió un 33,3% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior. El estrato que exhibió el menor optimismo respecto a la medición anterior, en la variable sobre la situación económica actual fue el sector D, donde un 21,4% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce meses, comparado con el 28,6% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En el otro extremo, el porcentaje de consumidores que manifestó que la situación económica actual es peor que hace doce

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



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



meses se mantuvo en 28,6% de adhesión al igual que en la medición de mayo.

Al examinar la variable desempleo actual, la percepción del sector E avanzó desde 0% en la medición de anterior a 66,7% en la presente medición. En la alternativa pesimista, un 33,3% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió el mismo 33,3% de adhesión de la medición de mayo. En el otro extremo, el estrato que mostró un menor optimismo mensual respecto de la variable desempleo actual fue el estrato D, donde un 0% de los consumidores manifestó que éste es menor que hace doce meses, comparado con el 23,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. La alternativa opuesta, mostró un aumento de pesimismo, desde 42,9% de adhesión en mayo a 78,6% en la presente medición.

En relación a las variables de expectativas, nos encontramos que en la variable sobre la situación económica futura, el estrato E es el sector que presentó un mayor avance de optimismo respecto a la medición anterior, donde un 66,7% de los consumidores del sector E manifestó que

la situación económica futura va a ser mejor, en comparación a la nula adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En el otro extremo, los consumidores que manifestaron que la situación económica futura va a ser peor, fue de 0%, alternativa que exhibió la misma nula adhesión en la medición de mayo. El estrato que exhibió un menor optimismo respecto al mes anterior fue el sector C2, donde un 51,9% de los consumidores manifestó que la situación económica futura será mejor, alternativa que exhibió un 57,6% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 9,2% de los consumidores manifestó que la situación económica futura será peor, alternativa que exhibió un 13,1% de adhesión en la medición de mayo.

Respecto a la variable sobre expectativas del desempleo futuro, el estrato C3 fue el que mostró un mayor avance, un 41% de los consumidores del sector C3 manifestaron que éste va a ser menor en el futuro, alternativa que exhibió un 38% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 20,5% de los consumidores manifestaron que el desempleo va a ser mayor en el futuro, comparado con el 26% de adhesión de esta alternativa en la

medición anterior. Por otro lado, el sector E fue el estrato que experimentó un menor optimismo mensual en la variable sobre el desempleo futuro, donde un 66,7% de los consumidores manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió una nula adhesión en la medición de mayo, en la alternativa opuesta, un 33,3% de los consumidores manifestó que el desempleo será menor en los próximos meses, alternativa que exhibió el mismo 33,3% de adhesión en la medición anterior.

Al examinar las expectativas sobre el ingreso futuro, nos encontramos que el estrato E fue el sector que exhibió un mayor aumento de optimismo mensual, donde un 33,3% de los consumidores del sector E manifestó que van a ser mayores los ingresos en el futuro, comparado con la nula adhesión de esta alternativa en la medición anterior. En el extremo opuesto, un 0% de los consumidores del sector E manifestó que los ingresos futuros van a ser menores, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión en la medición de mayo. El sector que exhibió un menor optimismo respecto al mes anterior en esta variable fue el estrato E, donde un 21,4% de los consumidores manifestó que los

ingresos serán menores en el futuro, alternativa que exhibió un 9,5% en la medición de anterior. En la alternativa opuesta, un 21,4% de los consumidores manifestó que los ingresos serán mayores en el futuro, comparado con el 28,6% de adhesión de esta alternativa en la medición del mes de mayo.

## CONSUMIDORES DE REGIONES

### Octava Región:

Un aumento de optimismo experimentó el Índice de Percepción de los Consumidores de la Octava Región, alcanzando en el mes de junio los 112,2 puntos, 11,5 puntos sobre la medición del mes anterior. El motivo de esta expansión se puede explicar principalmente por el fuerte aumento experimentado por el índice coyuntural. El indicador coyuntural exhibió un aumento de 26,5 puntos, pasando de 88,3 puntos en mayo a 114,8 puntos en la medición de junio. En el caso del indicador de expectativas, éste experimentó un leve aumento de optimismo, avanzando desde 104,8 puntos en la medición anterior a 111,4 puntos en la presente medición (cuadro N°3).

Respecto del indicador coyuntural, las dos variables que lo componen experimentaron efectos opuestos, debido a que la variable sobre la situación económica actual exhibió un fuerte aumento de optimismo que más que compensó la leve disminución de optimismo de la variable sobre el desempleo actual, respecto a la medición anterior. Un 24,1% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es mejor, alternativa que exhibió un 20,4% de adhesión en la medición de mayo. En el caso de la alternativa opuesta, un 14,8% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión el mes anterior.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 7,4% de los consumidores manifestó que éste es menor, alternativa que exhibió un 14,8% de adhesión en la medición de anterior. En la alternativa opuesta, un 66,7% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor, comparado con el 70,4% de adhesión de esta alternativa en la medición de mayo.

Las tres variables que componen el indicador de expectativas mostraron mejores resultados en la presente medición en comparación a la medición anterior. En la variable sobre la percepción de la situación económica futura, un 3,7% de los consumidores manifestó que va a ser peor la situación económica en el futuro, alternativa que exhibió un 11,1% de adhesión en la medición de mayo, en la

alternativa opuesta, un 50% de los consumidores manifestaron que va a ser mejor la situación económica en el futuro, alternativa que exhibió un 61,1% de adhesión en la medición anterior.

En el caso de la variable sobre el desempleo futuro, el porcentaje de entrevistados que señaló que el desempleo será menor en los próximos doce meses fue de 55,6% de los consumidores, comparado con el 40,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa opuesta, la percepción de un mayor desempleo futuro cayó desde 20,4% en la medición de mayo a un 14,8% de en la presente medición.

Respecto a las expectativas sobre los ingresos futuros, un 40,7% de los consumidores manifestó que estos serán mayores en los próximos meses, alternativa que exhibió un 29,6% de adhesión

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

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
<b>ABC1</b>	9,4	43,8	46,9	37,5	46,9	15,6
<b>C2</b>	13,0	58,0	29,0	48,1	38,9	13,0
<b>C3</b>	19,2	46,2	34,6	46,2	26,9	26,9
<b>D</b>	28,6	50,0	21,4	78,6	14,3	0,0
<b>E</b>	33,3	33,3	33,3	33,3	0,0	66,7

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
<b>Junio 2009</b>	77,0	69,2	79,6
<b>Julio 2009</b>	64,0	30,4	74,9
<b>Agosto 2009</b>	76,2	46,9	85,7
<b>Septiembre 2009</b>	100,7	86,9	105,2
<b>Octubre 2009</b>	125,6	129,0	124,5
<b>Noviembre 2009</b>	119,0	91,8	127,8
<b>Diciembre 2009</b>	132,7	131,3	133,1
<b>Enero 2010</b>	134,6	111,7	142,1
<b>Febrero 2010</b>	n/d	n/d	n/d
<b>Marzo 2010</b>	101,4	120,1	95,4
<b>Abril 2010</b>	78,5	71,1	80,9
<b>Mayo 2010</b>	100,7	88,3	104,8
<b>Junio 2010</b>	112,2	114,8	111,4

en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 31,5% de los consumidores manifestó que los ingresos futuros serán menores en los próximos meses, comparado con el 27,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de mayo.

### Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena cayó en el mes de junio en comparación a la medición de abril<sup>3</sup>, situándose en 107,8 puntos en la presente medición, 21,9 puntos menos que en la medición de abril. Los subíndices coyunturales y de expectativas mostraron caídas respecto a la medición anterior. Mientras el subíndice de expectativas exhibió una fuerte baja de 29,1 puntos respecto a la medición del mes de abril, el subíndice coyuntural registró una caída de sólo 3,6 puntos.

Dentro del indicador coyuntural, sus variables

experimentaron comportamientos opuestos. La variable sobre la situación económica actual exhibió un aumento de optimismo, en cambio la variable sobre el desempleo actual experimentó una caída, que más que compensó el aumento de optimismo de la otra variable coyuntural. En la variable sobre la situación económica actual, la percepción sobre una peor situación económica actual cayó desde 10% en abril a 6,7% en el mes de junio. En el otro extremo, un 33,3% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, comparado con el 43,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición en abril.

En la variable sobre el desempleo actual, un 56,7% de los consumidores manifestó que éste es mayor que hace doce meses, comparado con el

43,3% del mes de abril. En el caso de la alternativa optimista, un 16,7% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que se mantuvo sin variación respecto a la medición anterior.

El indicador de expectativas mostró una caída de optimismo en las tres variables que componen dicho indicador. Tanto la variable sobre la situación económica futura, la variable sobre el desempleo futuro y la variable sobre los ingresos futuros experimentaron caídas de optimismo. La percepción sobre una mejor situación económica futura cayó desde 73,3% en abril a 43,3% en junio, en el caso opuesto, un 13,3% de los consumidores manifestó que la situación económica va a ser peor en el futuro, alternativa que exhibió un 3,3% en la medición del mes de abril.

En el caso de la percepción sobre el desempleo futuro, aumentó la participación de consumidores que esperan que éste sea mayor en el futuro, desde 10% en la medición de abril a 23,3% de adhesión en la presente medición. En la alternativa opuesta, un 50% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser menor en el futuro, alternativa que exhibió el mismo 50% de adhesión en la medición anterior.

Por último, en la variable sobre los ingresos futuros, un 33,3% de los consumidores esperan que los ingresos sean mayores en el futuro, alternativa que exhibió un 56,7% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 13,3% de los consumidores manifestó que los ingresos serán menores en el futuro, opción que exhibió un 3,3% de adhesión en la medición de abril.

## CONCLUSIONES

El Índice de Percepción del Consumidor del mes de junio, exhibió un avance de optimismo que lo ubicó sobre el índice del mes anterior y sobre el índice de junio del año 2009, situándose en 119,1 puntos, lo cual implica un aumento de 7,7 puntos respecto a la medición de mayo. Este avance se explica principalmente por el avance en las variables coyunturales, aunque las variables de expectativas también exhibieron avances, que fueron de menor magnitud que los de las variables coyunturales.

Una paulatina mejoría ha experimentado el IPeCo en su último reporte, tanto por la mejoría en la percepción que tienen los consumidores sobre su situación coyuntural como en la mirada hacia el futuro. Es probable que esta nueva mejoría sea alimentada por las buenas cifras económicas que han surgido de varios sectores, así como de la corrección al alza de las proyecciones para los próximos meses.

Al analizar los resultados según grupos socioeconómicos respecto a la medición anterior, destacó el optimismo del estrato E en las variables coyunturales, tanto en la variable sobre la situación económica actual y la variable sobre el desempleo actual. En el extremo menos optimista, el sector D fue el menos optimista en ambas variables coyunturales, en relación a la medición anterior. En las variables de expectativas, tales como la situación económica futura, desempleo futuro e ingresos futuros; fue el estrato E el que manifestó un mayor optimismo en la variables sobre la situación económica futura y en la variable sobre los ingresos futuros, y el estrato C3 fue el que exhibió un mayor avance de optimismo en la variable sobre el desempleo futuro.

Respecto a los sectores con menor avance mensual o caída de optimismo en cada variable de expectativa, nos encontramos que el sector E fue el menos optimista en las variables sobre el desempleo futuro y el sector D el menos optimista en la variable sobre los ingresos futuros, y el sector C2 el estrato menos optimista en la variable sobre la situación económica futura en relación a la medición de mayo.

Los consumidores de regiones presentaron resultados opuestos. Mientras el indicador de percepción avanzó hacia un mayor optimismo en la Octava Región, La Serena exhibió una disminución de optimismo respecto a la medición anterior. El avance de 11,5 puntos en el Índice de Percepción del Consumidor de la Octava Región, que lo situó en 112,2 puntos en junio, se explica principalmente por el fuerte aumento de optimismo en la variable coyuntural sobre la situación económica actual, las variables de expectativas también experimentaron avances pero de menor magnitud. La caída de 21,9 puntos del índice de La Serena, situándose en 107,8 puntos en la medición de junio, se debe principalmente a la baja de las variables de expectativas.

Efectos opuestos presentaron las variables coyunturales de La Serena, donde la caída de la variable sobre el desempleo actual más que compensó el avance de optimismo de la otra variable coyuntural sobre la situación económica actual.

En la Octava Región, esta mejoría ha sido muy significativa luego del derrumbe de la confianza como consecuencia del terremoto. De hecho, la mejoría en la percepción de la situación coyuntural es mucho mayor, lo que da cuenta de la normalización de los procesos en esta región. En la Serena, en cambio se observa un retroceso de los indicadores, sobre todo del de expectativas, lo que podría responder a los negativos resultados sectoriales que se han reportado en dicha región y que se tradujo en la caída del Inacer en el primer trimestre del presente año.

## BIBLIOGRAFÍA

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

3.- No hay disponibles información sobre el mes de mayo de 2010 en La Serena.