



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 en el optimismo del consumidor el mes de marzo. El Índice Coyuntural y el Índice de Expectativas registraron aumentos marginales en términos mensuales. Esta leve mejoría parece algo controversial debido a que entre ambas encuestas nuestro país fue afectado por el terremoto, pero la actividad económica que se genera a partir de la reconstrucción ha generado la expectativa de nuevos empleos en el transcurso del presente año. De esta manera, a pesar de la destrucción de capital, las expectativas se mantienen estables con sesgo al alza.

PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES DE LA OCTAVA REGIÓN REGISTRA FUERTE CAÍDA EN MARZO TRAS EL TERREMOTO

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 aumento mensual de 4,6 puntos en marzo, situándose en 115,4 puntos, lo que significa un avance de 37,5 puntos en relación al mismo periodo del año anterior. Es así, como el IpeCo se mantiene en el rango optimista desde septiembre de 2009, con una leve alza en el mes de marzo.

En el cuadro N° 1 es posible observar que el aumento experimentado por el Índice de Percepción del Consumidor es explicado 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 leves incrementos respecto al mes anterior.

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.

El Índice Coyuntural avanzó 0,5 puntos respecto del mes anterior, mientras que el Índice de Expectativas lo hizo en 0,8 puntos. Sin embargo, respecto al mismo periodo del año anterior, el coyuntural aumentó 51,2 puntos y el de expectativas aumentó en 30,6 puntos.

Para entender el aumento marginal en el Indicador Coyuntural debemos observar qué sucedió con las variables que componen este índice. La percepción de los consumidores respecto de la situación económica actual aumentó su optimismo en el mes de marzo. Un 27,9% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 25,2% de adhesión en la medición anterior. Por otro lado, un 16,7% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, preferencia que en la medición anterior exhibió un 25,2% de adhesión.

La otra variable coyuntural, que es el desempleo

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 marzo 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 (14,3%), C2 (51,2%), C3 (24,8%), D (6,6%), E (2,7%) y 0,4% que no fue posible clasificar.

actual (gráfico N°2), al contrario que la variable sobre la situación económica actual, experimentó una caída marginal de optimismo. Un 50,8% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 46,1% de adhesión en la medición de enero. En el otro extremo, la proporción de encuestados

que declaró que el desempleo es menor que hace un año atrás fue de 21,3%, al compararlo con la medición anterior, nos encontramos con un leve aumento de optimismo, debido a que en enero exhibió un 20,5% de adhesión.

Dentro de las variables de expectativas, es decir, la percepción acerca de la situación económica

futura, el desempleo futuro y los ingresos futuros, se exhibieron resultados opuestos, donde la variable sobre la situación económica futura experimentó un leve aumento de optimismo y la variable sobre los ingresos futuros exhibió una caída de optimismo respecto a la medición anterior, en cambio la variable sobre el desempleo futuro se mantuvo sin variación respecto a la medición de enero. Finalmente el Índice de Expectativas exhibió un pequeño aumento de optimismo en la presente medición, que además resultó marginalmente mayor que en el caso del indicador coyuntural.

En lo relativo a las expectativas de ingresos futuros (gráfico N°3), un 8,5% de los consumidores piensa que éstos serán menores, comparado al 7% de adhesión de la medición anterior. En la alternativa optimista, donde los ingresos futuros serán mayores, un 49,2% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 47,7% de adhesión en la medición del mes de enero.

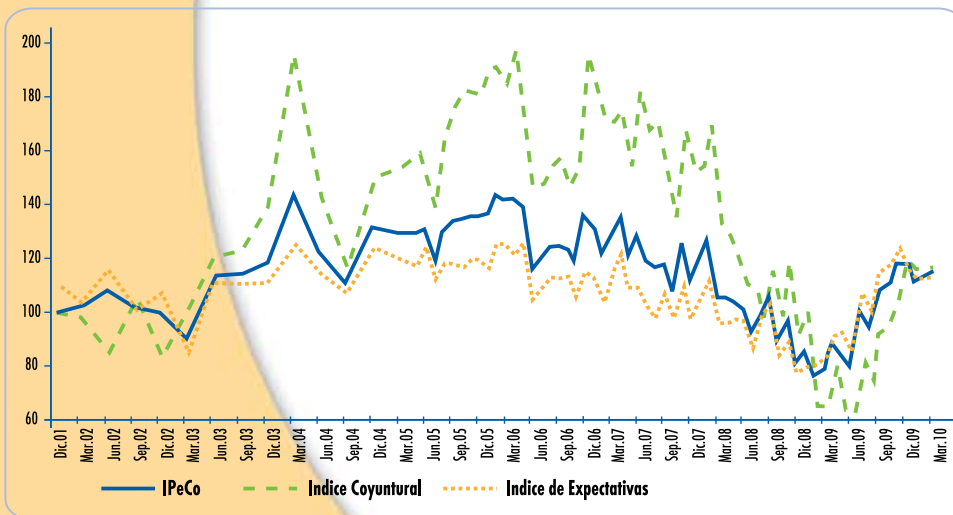
Un 53,1% de los consumidores percibieron que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 49,6% de adhesión en la medición anterior. Por otro lado, los encuestados que manifestaron una percepción pesimista frente a esta variable, cayó levemente su pesimismo, desde 10,1% en la medición anterior a 8,1% en la presente medición. Por último, la percepción de los consumidores respecto del desempleo futuro, se mantuvo sin variación respecto a la medición anterior, donde un 24,8% de los encuestado, al igual que en la medición de enero manifestó que el desempleo va a ser mayor en el futuro y un 39,1% de los consumidores declaró que éste va a ser menor en el futuro, alternativa que exhibió un 39,9% en la medición anterior.

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

Base Dic. 2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Marzo 2009	77,9	65,6	82,5
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

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



SITUACIÓN POR ESTRATOS

En esta sección se desglosarán las variables de expectativas y variables coyunturales según los estratos socioeconómicos.

Al observar las variables coyunturales (cuadro N°2) y de expectativas, según los estratos socioeconómicos, en comparación a la medición anterior, nos encontramos que en las variables coyunturales, que miden la percepción respecto de la situación económica actual y del desempleo actual, el sector D fue el más optimista en ambas variables. En el caso de las variables de expectativas el sector E fue el estrato más optimista en todas las variables respecto a la medición de enero.

Un 32% de los consumidores del sector D manifestó que la situación económica actual es peor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 46,4% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista de esta variable, un 24%

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

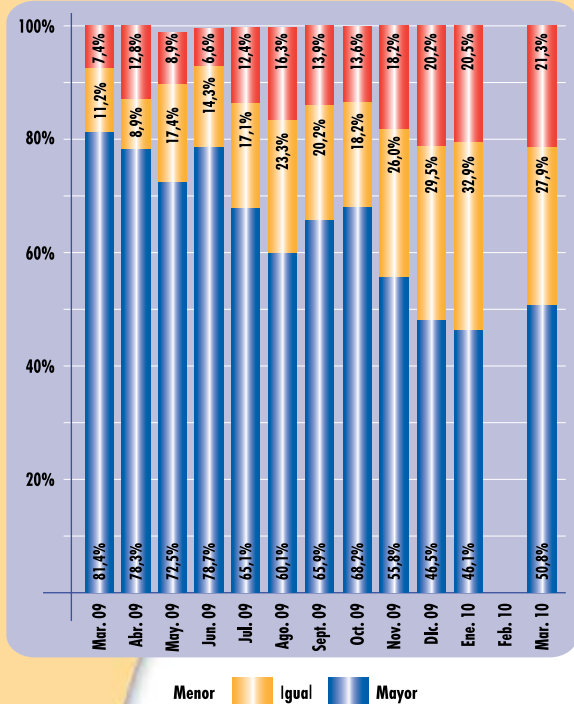
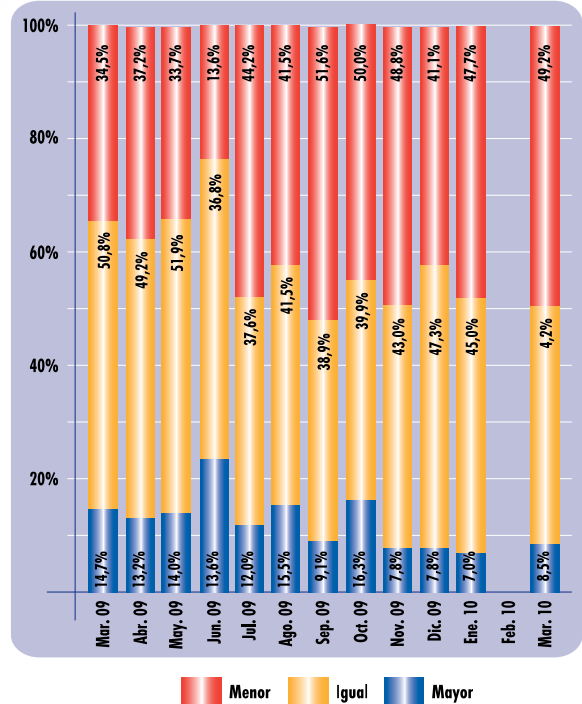


Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



de los encuestados del estrato D percibió que la situación económica actual es mejor que hace un año, alternativa que exhibió un 36% de adhesión en la medición del mes de enero.

En el otro extremo, el sector E fue el estrato más pesimista en la variable sobre la situación económica actual, en comparación a la medición anterior, donde un 0% de los consumidores del sector E manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 12,5% de adhesión en la medición del mes de enero. En la alternativa pesimista, un 50% de los consumidores del sector E percibió que la situación económica es peor que hace un año atrás, comparado con el 37,5% de adhesión del estrato E en la medición anterior.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 32% de los consumidores del sector D manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, comparado con el 14,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en el mes anterior. En el caso opuesto, un 68% de adhesión exhibieron los consumidores del estrato D en la alternativa sobre un mayor desempleo actual en la medición de marzo, alternativa que exhibió un 53,6% de adhesión en la medición del mes de enero.

El estrato ABC1 fue el sector que exhibió un mayor pesimismo en la variable sobre el desempleo actual, en relación a la medición anterior, un 50% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, comparado con el 42,2% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de enero. Por otro lado, un 20,6% de adhesión exhibió el sector ABC1 en la alternativa sobre un menor desempleo, opción que exhibió un 26,7% de adhesión en la medición anterior.

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 46,7% de los consumidores del estrato E espera que la situación económica sea mejor en los próximos meses, en comparación al 37,5% de adhesión que exhibió en la medición del mes anterior. En la alternativa pesimista, un 0% de los consumidores del sector E manifestó que la situación económica será peor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 12,5% de adhesión en la medición del mes enero.

En el extremo menos optimista, un 16% de los consumidores del estrato D manifestó que la situación económica futura será peor en los próximos meses,

alternativa que exhibió un 17,9% de adhesión en la medición del mes de enero. En la alternativa optimista, un 40% de los encuestados del estrato D manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 35,7% de adhesión en la medición anterior.

Respecto al desempleo futuro, un 50% de los consumidores del estrato E espera que el desempleo sea menor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 12,5% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa opuesta un 16,7% de los consumidores del sector E manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, en comparación al 25% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de enero.

El sector C3 fue el sector menos optimista en comparación a la medición anterior, donde un 20,9% de los consumidores de este sector espera que el desempleo sea mayor en los próximos meses, comparado con el 27,9% de adhesión que exhibió en el mes de enero. En la alternativa optimista, un 34,3% de los consumidores del sector C3 manifestó que el desempleo va a ser menor en los próximos meses, en comparación al 26,5% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

En la variable sobre los ingresos futuros, el estrato E fue el más optimista en comparación a la medición anterior, donde un 0% de los consumidores de este estrato esperan que sus ingresos sean menores en los próximos meses, en comparación al 12,5% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 33,3% de los encuestadores del estrato E manifestó que los ingresos futuros serán mayores en los próximos meses, en comparación al 37,5% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de enero.

Por último, el sector D exhibió un menor optimismo en la alternativa sobre el ingreso futuro en comparación a la medición anterior, donde un 12% de los consumidores de este estrato espera que los ingresos futuros sean menores en los próximos meses, alternativa que exhibió un 17,9% de adhesión en la medición del mes de enero. En la alternativa optimista, un 28% de adhesión exhibió el sector D en la alternativa sobre mayores ingresos en los próximos meses, en comparación al 25% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la Octava Región experimentó una fuerte caída de optimismo en el mes de marzo en relación a la medición anterior. El Indicador pasó de 134,6 puntos en enero a 101,4 puntos en marzo. Como se puede ver en el Cuadro N° 3, el Indicador Coyuntural aumentó 8,4 puntos, mientras que el de Expectativas experimentó una fuerte caída de 46,7 puntos.

El aumento en el Indicador Coyuntural se debe a una mejor percepción en ambas variables, tanto en la situación económica actual como en el desempleo actual, aunque el aumento es mejor en el caso de la variable sobre el desempleo actual.

En relación a la variable sobre la situación económica actual, aumentó la participación de consumidores optimista desde 20,4% en el registro anterior a 24,1% en la presente medición. En el extremo pesimista, un 22,2% de los consumidores piensan que la situación económica actual es peor que hace doce meses, en comparación al 20,4% de adhesión de esta alternativa en la medición de enero.

Por su parte, la variable que mide la percepción del desempleo actual, un 18,5% de los consumidores de la Octava Región manifestó que éste es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 11,1% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa pesimista, un 61,1% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace doce meses, comparado con el 44,4% de adhesión de

esta alternativa en la medición anterior.

Respecto a las variables de expectativas, todas exhibieron una caída de optimismo, donde la variable sobre el desempleo futuro fue la que experimentó la mayor caída de en relación a la medición anterior, seguida por la variable sobre los ingresos futuros y en menor magnitud la variable sobre la situación económica futura. Toda esta caída de optimismo en las variables de expectativas hizo que cayera fuertemente el optimismo del Indicador de Expectativas de la Octava Región, incluso éste se traspasó al rango pesimista.

Un 37% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser mayor en el futuro, alternativa que exhibió un 11,1% de adhesión en la medición de enero. En el extremo optimista, un 33,3% de los consumidores manifestó que el desempleo futuro va a ser menor, en comparación al 64,8% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

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

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
ABC1	5,9	5,9	41,2	50,0	29,4	20,6
C2	12,7	57,9	29,4	46,0	33,3	20,6
C3	20,9	56,7	22,4	52,2	23,9	23,9
D	32,0	44,0	24,0	68,0	16,0	32,0
E	50,0	50,0	0,0	47,1	41,2	11,8

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Marzo 2009	58,3	47,4	61,8
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

En relación a las proyecciones sobre los ingresos futuros, un 20,4% de los consumidores espera que éstos sean menores, alternativa que exhibió un 3,7% de adhesión en enero. Por otro lado, en la alternativa optimista de esta variable, un 31,5% de los consumidores manifestó que los ingresos van a ser mayores en el futuro, alternativa que exhibió un 46,3% de adhesión en la medición anterior. Respecto a la variable sobre la situación económica futura, un 13% de los consumidores manifestó que la situación económica va a ser peor en los próximos meses, en la alternativa opuesta, un 42,6% de los consumidores espera que la situación económica futura sea mejor, alternativa que exhibió un 63% de adhesión en la medición del mes de enero.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena experimentó una expansión marginal

de optimismo, desde 126 puntos en la medición anterior a 126,7 puntos en la presente medición. A pesar de que el Índice de Percepción de La Serena prácticamente se mantuvo sin cambios, los Índices Coyunturales y de Expectativas experimentaron fuertes cambios, pero en sentido opuestos, por lo que se compensaron los efectos y mantuvieron al Índice General de La Serena con un aumento marginal de 0,7 puntos de optimismo. El Índice Coyuntural experimentó una fuerte caída de optimismo desde 146,7 puntos en enero hasta 122,8 puntos en marzo, el Índice de Expectativas avanzó desde 118 puntos en la medición anterior hasta 128,2 puntos en la medición de marzo.

Dentro del Índice Coyuntural, la variable sobre la situación económica actual experimentó una caída de optimismo, donde un 10% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 13,3% de adhesión en la medición anterior. En el extremo optimista, un 26,7% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es

mejor que hace un año atrás, comparado con el 36,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de enero.

Respecto a la variable sobre el desempleo actual, ésta exhibió una caída de optimismo, debido a que un 50% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás, en comparación al 36,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de enero. En la alternativa opuesta de esta variable, un 20% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, en comparación al 33,3% de adhesión que exhibió esta variable en la medición anterior.

En relación al Indicador de Expectativas, la percepción sobre los ingresos futuros fue la única variable de expectativa que experimentó una caída de optimismo. Un 3,3% de los entrevistados esperan que los ingresos sean menores en los próximos meses, alternativa que exhibió una nula adhesión en la medición de anterior. En la alternativa optimista, un 43,3% de los consumidores manifestó que los

ingresos van a ser mayores en los próximos meses, alternativa que exhibió un 70% de adhesión en la medición de enero.

En el caso de la variable sobre el desempleo futuro, un 60% de los consumidores manifestó que el desempleo va ser menor en los próximos meses, en comparación al 36,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de enero. En el extremo pesimista, un 10% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser mayor en los próximos meses, alternativa que registró un 23,3% de adhesión en la medición anterior.

Por último, en la variable sobre la situación económica futura, un 3,3% de los consumidores espera que la situación económica sea peor en el futuro, alternativa que exhibió un 6,7% de adhesión en la medición anterior, en el caso de la alternativa optimista de esta variable, un 50% de los consumidores manifestó que la situación económica va a ser mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 56,7% de adhesión en la medición del mes de enero.

CONCLUSIONES

El Índice de Percepción del Consumidor experimentó un leve aumento de optimismo en la medición del mes de marzo en relación a la medición anterior. Tanto el Indicador Coyuntural como el Indicador de Expectativas registraron aumentos marginales de optimismo en términos mensuales, y los resultados respecto a igual periodo del año anterior resultaron ser mejores. Esta leve mejoría parece algo controversial debido a que entre ambas encuestas nuestro país fue afectado por un terremoto, pero la actividad económica que se genera a partir de la reconstrucción ha generado la expectativa de nuevos empleos en el transcurso del presente año. De esta manera, a pesar de la destrucción de capital, las expectativas se mantienen estables con sesgo al alza.

A nivel de estrato socioeconómico, el estrato D manifestó un mayor optimismo en las variables coyunturales (la variable sobre la situación económica actual, y la variable en la variable sobre el desempleo actual) respecto a la medición anterior, y el estrato E fue el sector más optimista en todas las variables de expectativas respecto a la medición de enero. En el extremo menos optimista, el estrato E manifestó un menor optimismo en la variable coyuntural sobre la situación económica actual, en relación a la medición anterior. En la otra variable coyuntural, es decir, la variable sobre el desempleo actual, fue el sector ABC1 el estrato menos optimista en esta variable en relación a la medición anterior. El estrato D fue el sector menos optimista en dos de las tres variables de expectativas. En relación a la medición anterior, fue el menos optimista en las variables sobre la situación económica futura y también sobre los ingresos futuros. Por último, el sector C3 fue el estrato menos optimista en la variable de expectativa, sobre el desempleo futuro, en relación a la medición del mes de enero.

A nivel regional, el IPeCo de la Octava Región y el IPeCo de La Serena experimentaron resultados opuestos, el IPeCo de la Octava Región exhibió una fuerte caída de optimismo en relación a la medición anterior, en cambio el IPeCo de La Serena prácticamente se mantuvo sin variación, con un aumento marginal de optimismo respecto a la medición anterior. El IPeCo de la Octava Región experimentó una fuerte caída de optimismo desde 134,6 puntos en enero a 101,4 puntos en la presente medición. Esta fuerte caída de optimismo se debe principalmente a la fuerte caída de optimismo del Indicador de Expectativas que incluso cayó al rango optimista. El Indicador Coyuntural, en cambio, exhibió un leve aumento de optimismo, que no logró compensar la fuerte caída del Indicador de Expectativas. La destrucción de capital producto del terremoto es sustancialmente superior en el caso de la Octava Región, lo que explica el fuerte retroceso de la confianza de los consumidores, en particular en relación a la visión del mediano plazo, en donde se requerirá de mucha inversión para retomar la normalidad vigente el 26 de febrero. En este caso, la mayor actividad de la reconstrucción no es suficiente para compensar los empleos y negocios perdidos por el terremoto y posterior saqueo que sufrió Concepción.

En el caso del IPeCo de La Serena el Indicador Coyuntural exhibió una fuerte caída de optimismo en la medición de marzo, que fue compensado con el aumento de optimismo experimentado por el Indicador de Expectativas que finalmente hizo que el Indicador de Percepción del Consumidor de La Serena se mantuviera prácticamente sin variación, con un aumento marginal de 0,7 puntos de optimismo en la presente medición respecto a la medición anterior. La principal variable que explica el empeoramiento en la visión coyuntural, es el desempleo creciente. A pesar de esto, la visión de mediano plazo es optimista debido al excelente momento por el cual atraviesa la industria de la minería.

BIBLIOGRAFÍA