



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 incremento en el optimismo del consumidor el mes de julio. Éste se ubicó en 120,3 puntos, lo cual significa una expansión de 1,2 puntos en términos mensuales, además de un aumento de 20,6 puntos en doce meses. Esta circunstancia se explica por un aumento del subíndice de expectativas, que logró más que compensar la caída que experimentó el subíndice coyuntural.

PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EXHIBE UN LEVE AUMENTO EN JULIO

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 1,2 puntos en julio, situándose en 120,3 puntos, lo que significa un aumento de 20,6 puntos en relación al mismo periodo del año anterior. Es así, como el IpeCo se ubica en el mejor nivel desde febrero 2008.

En el cuadro N° 1 es posible observar que el aumento experimentado por el Índice de Percepción del Consumidor es explicado por uno de los subíndices que componen el IpeCo, es decir, el Índice de Expectativas. En este caso el Índice Coyuntural experimentó una caída respecto al mes anterior, en cambio el Índice de Expectativas registró un incremento de optimismo respecto a la medición de junio.

El gráfico N° 1 muestra el nivel y la trayectoria que han experimentado los indicadores señalados. Se puede apreciar que el Índice de Percepción del Consumidor se encuentra en el mejor nivel del último tiempo

El índice coyuntural cayó 7 puntos respecto

del mes anterior, mientras que el índice de expectativas avanzó 4,3 puntos en el mismo periodo. Sin embargo, respecto al mismo periodo del año del año anterior, el coyuntural aumentó 39,5 puntos y el de expectativas avanzó en 13,8 puntos. Al observar los resultados anteriores se puede señalar, que a pesar de que los consumidores se vislumbran levemente más optimista que el mes anterior, la actividad económica y las condiciones de empleo son mucho mejores que hace un año atrás.

Dentro de las variables que componen el indicador de expectativas, 2 de las 3 variables exhibieron aumentos, siendo la percepción sobre ingresos futuros (gráfico N°2) la variable que experimentó un mayor avance en términos mensuales. Un 55,4% de los consumidores piensa que estos serán mayores, comparado al 53,5% del mes anterior. En el caso pesimista, donde los ingresos futuros serán menores, un 6,4% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 13,2% de la medición del mes de junio.

Las expectativas para la situación económica futura también experimentaron avances respecto

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 17 y 18 de julio 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 (13,9%), C2 (47%), C3 (27,9%), D (10%) y E (1,2%).

al mes anterior. Un 61,4% de los consumidores espera que la situación económica sea mejor en los próximos doce meses, comparado con el 55% de adhesión que tuvo esta alternativa en la medición de junio y sólo un 6% de los consumidores cree que la situación económica empeorará, alternativa que exhibió un 7,4% de adhesión el mes pasado.

En lo relativo al desempleo futuro, fue la única variable de expectativa que exhibió una leve caída de optimismo, donde un 41% de los entrevistados proyectan que el desempleo será mayor en el futuro, en junio pasado un 47,3% de los consumidores apoyaba esta categoría. En la alternativa opuesta de esta variable, un 17,9% de los entrevistados proyectaron un

desempleo menor en los próximos doce meses, alternativa que exhibió un 17,4% de adhesión en la medición anterior.

Las variables coyunturales, es decir, la percepción acerca de la situación económica y del desempleo actual, presentaron efectos opuestos, por un lado la variable sobre el desempleo actual exhibió una caída de optimismo, en cambios la variable sobre la situación económica actual mostró un leve aumento de optimismo que no logró compensar la caída de la otra variable coyuntural. Un 55% los consumidores perciben que el desempleo actual es mayor que hace doce meses, siendo superior al 47,7% de participación que exhibió esta alternativa en la medición anterior (gráfico N° 3). En la alternativa optimista, un 14,3% de los consumidores manifestaron que el desempleo es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 17,4% de adhesión en la medición de junio.

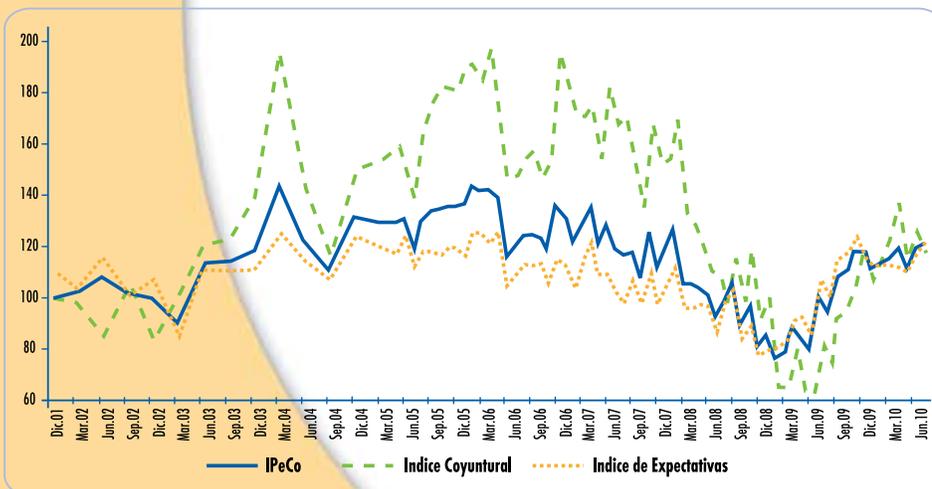
Respecto a la situación económica actual, un 33,9% de los consumidores perciben una situación económica mejor y un 15,5% cree que la situación económica es peor que hace doce meses atrás. En junio, un 32,6% de los consumidores percibió que la situación económica era mejor y el mismo 15,5% creía que la situación económica era mejor que hace un año atrás.

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

Base Dic. 2001=100

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
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
Julio 2010	120,3	118,7	121,2

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



SITUACIÓN POR ESTRATOS

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

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

Un 36% de los consumidores del estrato D señaló que la situación económica actual es mejor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 21,4% de adhesión en la medición de junio. En la alternativa opuesta, un 20% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 28,6% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

El estrato que exhibió el menor optimismo

Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN ACERCA DEL DESEMPEÑO ACTUAL
(% de respuestas)

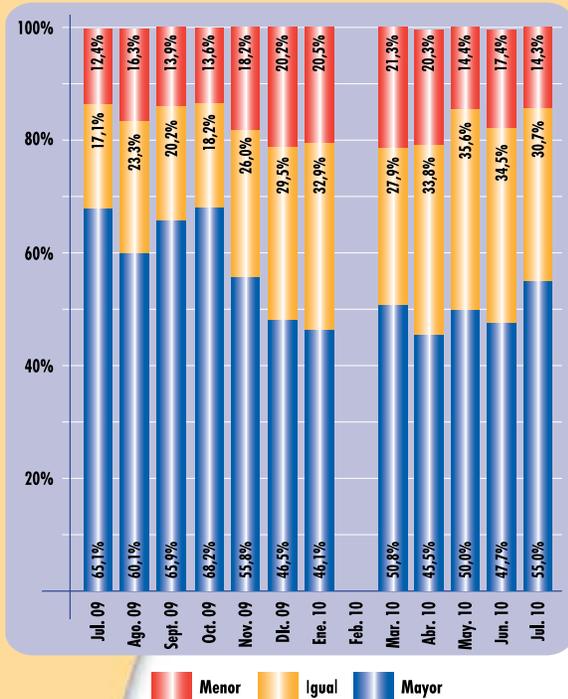
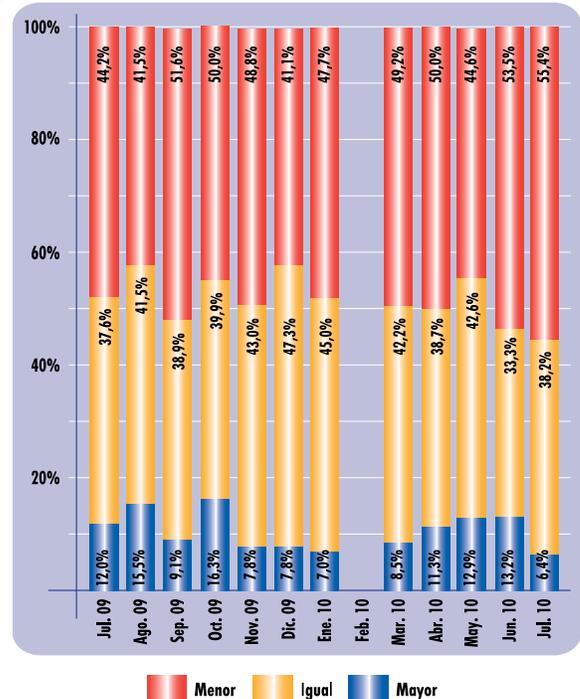


Gráfico N° 2
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



respecto a la medición anterior, en la variable sobre la situación económica actual fue el sector E, donde un 0% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce meses, comparado con el 33,3% 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 meses se mantuvo en 33,3% de adhesión al igual que en la medición de junio.

Al examinar la variable desempleo actual, la percepción de un menor desempleo actual del sector D avanzó desde 0% en la medición de anterior a 28% de adhesión en la presente medición. En la alternativa pesimista de esta variable, un 48% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió 78,6% de adhesión de la medición anterior.

En el extremo menos optimista de esta variable, el estrato que exhibió un menor optimismo mensual respecto de la variable desempleo actual fue el estrato E, donde un 0% de los

consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, comparado con el 66,7% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. La alternativa opuesta, mostró un aumento de pesimismo, desde 33,3% de adhesión en la medición de junio a 66,7% de adhesión en la presente medición.

En relación a las variables de expectativas, nos encontramos que en la variable sobre la situación económica futura, el estrato ABC1 es el sector que presentó un mayor avance de optimismo respecto a la medición anterior, donde un 80% de los consumidores del sector ABC1 manifestó que la situación económica futura va a ser mejor, en comparación al 65,6% 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 un 3,1% de adhesión en la medición de junio.

En el caso del estrato que exhibió un menor optimismo respecto al mes anterior, nos encontramos que el sector C3 exhibió un menor optimismo en la variable de expectativa sobre

la situación económica futura, donde un 57,1% de los consumidores manifestaron que ésta será mejor, alternativa que exhibió un 59% de adhesión en la medición del mes de junio. En la alternativa opuesta, un 8,6% de los consumidores manifestó que la situación económica futura será peor, alternativa que exhibió un 7,7% de adhesión en la medición anterior.

Respecto a la variable sobre expectativas del desempleo futuro, el estrato D fue el que mostró un mayor avance, un 40% de los consumidores de este sector manifestó que el desempleo va a ser menor en el futuro, alternativa que exhibió un 28,6% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 32% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser mayor en el futuro, comparado con el 35,7% de adhesión de esta alternativa en la medición de junio.

Por otro lado, el sector E fue el estrato que experimentó un menor optimismo mensual en la variable sobre el desempleo futuro, donde un 0% de los consumidores manifestó que el desempleo será menor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 33,3% de

adhesión en la medición del mes de junio. En la alternativa opuesta, un 66,7% de los consumidores manifestó que el desempleo será mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió el mismo 66,7% de adhesión en la medición anterior.

En la variable de expectativas sobre el ingreso futuro, nos encontramos que el estrato D fue el sector que exhibió un mayor aumento de optimismo mensual, donde un 48% de los consumidores del sector D manifestó que van a ser mayores los ingresos en el futuro, comparado con el 21,4% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior. En el extremo opuesto, un 8% de los consumidores del sector D manifestó que los ingresos futuros van a ser menores, alternativa que exhibió un 21,4% de adhesión en la medición del mes de junio.

Por último, el sector que exhibió un menor optimismo respecto al mes anterior en esta variable fue el estrato C3, donde un 50% de los consumidores manifestó que los ingresos serán mayores en el futuro, alternativa que exhibió un 52,5% en la medición de junio. En la alternativa opuesta, un 10% de los consumidores manifestó que los ingresos serán menores en el futuro, comparado con el 16,7% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la Octava Región experimentó una caída en julio en relación al mes anterior. Este pasó de 117,2 puntos en junio pasado a 109 puntos en julio. Como se puede ver en el cuadro N° 4, el Indicador Coyuntural retrocedió 57,1 puntos, mientras que el de expectativas avanzó 7,6 puntos.

La caída en el Indicador Coyuntural se debe a una peor percepción en torno a la situación económica actual. Aunque en menor medida, la variable sobre el desempleo actual también contribuyó a la caída en el indicador coyuntural. En relación a la situación económica actual, un 29,6% de consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 14,8% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista de esta variable, un 11,1% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es mejor que hace doce

meses, alternativa que exhibió un 24,1% de adhesión en la medición del mes de junio.

Por su parte, la variable que mide la percepción sobre el desempleo actual, exhibió una leve caída de optimismo, donde un 75,9% de los consumidores manifestó que el éste es mayor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 66,7% de adhesión en la medición de junio. La alternativa opuesta de esta variable se mantuvo sin variación, con un 7,4% de adhesión, al igual que en la medición anterior.

Respecto a las variables de expectativas, dos de las variables experimentaron una leve caída de optimismo y una variable experimentó un aumento de optimismo que logró más que compensar la caída de las otras variables de expectativas. La variable sobre los ingresos futuros fue la variable que experimentó un aumento de optimismo, un

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

Estratos	Situación Económica Actual			Desempleo Actual		
	Peor	Igual	Mejor	Mayor	Igual	Menor
ABC1	8,6	57,1	34,3	48,6	22,9	28,6
C2	14,4	48,3	37,3	53,4	32,2	14,4
C3	18,6	52,9	28,6	62,9	34,3	2,9
D	20,0	44,0	36,0	48,0	24,0	28,0
E	33,3	66,7	0,0	66,7	33,3	0,0

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

Mes	IPeCo	Indice Coyuntural	Indice de Expectativas
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
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

13% de los consumidores manifestó que estos serán menores, en comparación al 13,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en junio. La alternativa opuesta se mantuvo sin variación, con un 40,7% de adhesión al igual que en la medición anterior.

En relación a las proyecciones de desempleo, un 50% de los entrevistados espera que el desempleo sea menor, alternativa que exhibió un 55,6% de adhesión en la medición anterior. En el otro extremo, se mantuvo sin variación con un 14,8% de adhesión.

En el caso de la variable sobre la situación económica futura, un 7,4% de los consumidores manifestó que va a ser peor la situación económica en el futuro, alternativa que exhibió un 3,7% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 68,5% de los

consumidores manifestó que va a mejorar la situación económica en el futuro, en comparación al 50% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La Serena experimentó un aumento de optimismo, desde 107,8 puntos en la medición de junio, a 122,8 en la presente medición.

Los índices Coyunturales y de Expectativas tienen efectos contrarios, por un lado el índice coyuntural presenta una caída desde 128,6 puntos en la medición anterior hasta 107,7 puntos en la medición de julio, en cambio el índice de expectativas avanza desde 99,7 puntos en la medición de junio hasta 128,6 puntos en la presente medición.

En relación al Índice de Expectativas, un 70% de los consumidores espera que la situación

económica futura sea mejor, alternativa que exhibió un 43,3% en la medición anterior. En la alternativa pesimista, un 3,3% de los consumidores manifestó que la situación económica sea peor, alternativa que exhibió un 13,3% de adhesión en la medición del mes de junio.

Respecto al desempleo futuro, un 33,3% de los consumidores percibió que el desempleo será menor en el futuro, en comparación con al 50% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior. En la alternativa opuesta, un 6,7% de los consumidores cree que será mayor el desempleo en el futuro, comparado con el 23,3% de adhesión de esta alternativa en la medición de junio.

En la presente medición, la percepción de que el ingreso futuro será mejor tuvo un 56,7% de adhesión, alternativa que exhibió un 33,3% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa pesimista, un 3,3% de los consumidores manifestó

que van a ser menores los ingresos en el futuro, en comparación al 13,3% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de junio.

En el caso de las variables coyunturales, un 63,3% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es mayor que hace doce meses, comparado con el 56,7% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior. En el caso opuesto, un 13,3% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 16,7% de adhesión en junio.

En lo relativo a la situación económica actual, se mantuvo sin variación la alternativa optimista, con un 33,3% de adhesión al igual que en la medición del mes de junio. En la alternativa opuesta, un 13,3% de los consumidores manifestó que es peor la situación económica en la actualidad, alternativa que exhibió un 6,7% de adhesión en la medición anterior.

CONCLUSIONES

El Índice de Percepción del Consumidor observado durante julio pasado arroja un resultado global muy similar al registrado el mes previo, con un leve sesgo al alza, alcanzando 120,3 puntos en la medición de julio, que corresponde a un aumento de 1,2 puntos de optimismo respecto la medición anterior. Sin perjuicio de lo anterior, el indicador coyuntural sufre un retroceso debido a la percepción algo más negativa del mercado laboral. El indicador de expectativas en cambio, tuvo una mejoría significativa gracias a la positiva percepción sobre la evolución futura de la economía, donde la variable sobre ingreso futuro tuvo un impacto mayor en el resultado.

A nivel de estrato socioeconómico, nos encontramos con que el sector D exhibió el mayor aumento de optimismo respecto a la medición anterior en la mayoría de las variables, tanto coyunturales como en las de expectativas, de hecho fue el estrato que exhibió el mayor aumento de optimismo mensual en la variable sobre la situación económica actual, en la variable sobre el desempleo actual, en la variable sobre el desempleo futuro y en la variable sobre los ingresos futuros. En la única variable en que no experimentó el mayor aumento mensual fue en la sobre la situación económica futura, donde el sector C3 fue el estrato que exhibió el mayor aumento mensual en la variable sobre la situación económica futura. En el extremo opuesto, el sector E fue el estrato que experimentó el menor aumento de optimismo respecto a la medición anterior, en las dos variables coyunturales (situación económica actual y desempleo actual) y además, el estrato E exhibió el menor aumento de optimismo mensual en la variable de expectativa sobre el desempleo futuro. El sector C3 fue el estrato que exhibió un menor aumento mensual en la variable sobre la situación económica futura y en la variable sobre el ingreso futuro.

A nivel regional, en la Octava Región, el IPeCo tuvo un leve retroceso, explicado fundamentalmente por una caída severa de la visión actual, mientras que al mismo tiempo la mirada hacia el futuro se hace cada vez más positiva. El Índice de Percepción del Consumidor de la Octava Región, pasó de 117,2 puntos en junio pasado a 109 puntos en julio, el Indicador Coyuntural retrocedió 57,1 puntos, mientras que el de expectativas avanzó 7,6 puntos. Sin duda, las consecuencias del terremoto y sus efectos sobre la vida diaria de los consumidores aún se hacen sentir. En el caso de La Serena, por su parte, el IPeCo sigue mejorando, explicado fundamentalmente por la positiva mirada hacia el futuro, sin perjuicio que la percepción actual es algo más negativa que la registrada en el mes anterior, de hecho el Índice de Percepción del Consumidor de La Serena en el mes de julio experimentó un aumento de optimismo de 15 puntos de optimismo respecto de la medición anterior, donde el índice coyuntural exhibió una caída de 20,9 puntos de optimismo, mientras que el índice de expectativas avanzó 28,9 puntos respecto a la medición anterior y logró más que compensar la caída del índice coyuntural.

En conclusión, todas las mediciones coinciden en una mirada hacia el futuro cada vez más positiva, sin perjuicio de que la mirada actual es más negativa que la observada el mes de junio.

BIBLIOGRAFÍA

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