



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, luego de sucesivas alzas, experimentó un retroceso de 6,7 puntos en la medición de enero, en donde el componente de Expectativas tuvo un retroceso levemente mayor que el Coyuntural. En la caída en el índice de percepción de los consumidores en enero del presente año en comparación al último mes del año pasado, es un elemento relevante la alta base de comparación. En efecto, la actividad económica creció en diciembre pasado bastante más de lo proyectado, gracias al impulso de elementos que no se repetirán en los siguientes meses, como es el mayor gasto de las fiestas de fin de año, junto con el impulso generado por el ciclo electoral. De esta manera, luego de dicho incremento, vemos que las expectativas, tanto coyunturales como las de mediano plazo, tuvieron un ajuste a la baja.

41,1% MEJORAN LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR RESPECTO DEL AÑO ANTERIOR

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 caída en el mes de enero. Desde un registro de 117,5 puntos en diciembre, el indicador retrocedió a 110,8 puntos en enero, a pesar de esto mejoró en 25,7 puntos en relación al mismo período del año anterior. Es así, como el IpeCo comenzó el año 2010 con una pérdida de optimismo.

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, la contracción experimentada por el indicador de percepción general es explicada tanto por la caída en el indicador de expectativas, el cual retrocedió 4,7 puntos respecto del mes de diciembre, como por el indicador coyuntural que disminuyó 3,2 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 contracción 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.

Para entender la leve caída en el Indicador Coyuntural debemos observar qué sucedió con las variables que componen este índice. La variable sobre la percepción de los consumidores respecto de la situación económica actual experimentó una caída en su optimismo en el mes de enero. Un 25,2% de los consumidores manifestó que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 17,1% de adhesión en la medición anterior y estamos levemente mejor que hace un año atrás, donde la preferencia fue de 27,9%. Por otro

CONSEJO ASESOR

Pedro Arriagada

Hernán Büchi

Carlos Cáceres

Roberto Darrigrandi

William Díaz

Tomás Flores

Cristián Larroulet

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 15 y 16 de enero 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 (17,4%), C2 (41,5%), C3 (26,4%), D (10,9%), E (3,1%) y 0,8% que no fue posible clasificar.

lado, la proporción de consumidores que manifestó una percepción optimista de esta variable se mantuvo sin variación, con un 25,2% de adhesión, al igual que en la medición de diciembre.

La otra variable coyuntural, que es el desempleo

actual (gráfico N°2), experimentó un leve aumento de optimismo que no alcanzó a compensar la caída de optimismo de la otra variable coyuntural. Cayó la participación de consumidores que manifestó que el desempleo actual es mayor que hace un año atrás,

desde un 46,5% en la medición anterior a un 46,1% en la medición de enero, y fue menor el pesimismo que hace un año atrás donde un 50,8% de los consumidores manifestó adhesión por esta alternativa. En el otro extremo, la proporción de encuestados que manifestó que el desempleo es menor que hace un año atrás fue de 20,5%, al compararlo con la medición anterior, nos encontramos con un aumento marginal de optimismo, debido a que en diciembre exhibió un 20,2% de adhesión.

Las variables de expectativas, es decir, la percepción acerca de la situación económica futura, el desempleo futuro y los ingresos futuros, presentaron en dos de sus tres variables efectos contractivos que resultaron mayores que en el caso de las variables coyunturales.

Los consumidores que percibieron que la situación económica será peor en los próximos meses, aumentó desde 8,1% en diciembre a 10,1% en enero. Por otro lado, los encuestados que manifestaron una percepción positiva frente a esta variable, cayó desde 50,4% en la medición anterior a 49,6% en la presente medición.

En lo relativo a la variable sobre la percepción de los consumidores respecto del desempleo futuro, ésta variable registró una leve caída, donde un 24,8% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser mayor en el futuro, alternativa que exhibió un 17,1% en la medición de diciembre, en el extremo optimista, un 39,9% de los consumidores manifestó que el desempleo va a ser menor en el futuro, en comparación al 42,6% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

Por último, la variable sobre las expectativas de ingresos futuros (gráfico N°3), fue la única variable de expectativa que experimentó un leve aumento de optimismo, que no logró compensar la caída de optimismo de las otras dos variables de expectativas. Un 47,7% de los consumidores piensa que los ingresos serán mayores en el futuro, comparado al 41,1% de adhesión de esta alternativa en el mes anterior. En la alternativa pesimista, donde los ingresos futuros serán menores, un 7% de los consumidores apoyó esta alternativa, comparado con el 7,8% de adhesión de esta alternativa en la medición anterior.

SITUACIÓN POR ESTRATOS

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 pesimista en la variable sobre la situación económica actual y el estrato C3 fue el más pesimista en relación a la variable sobre

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

Mes	IPeCo	Indice Coyuntural	Indice de Expectativas
Enero 2009	85,1	100,6	79,6
Febrero 2009	76,5	65,2	80,7
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

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

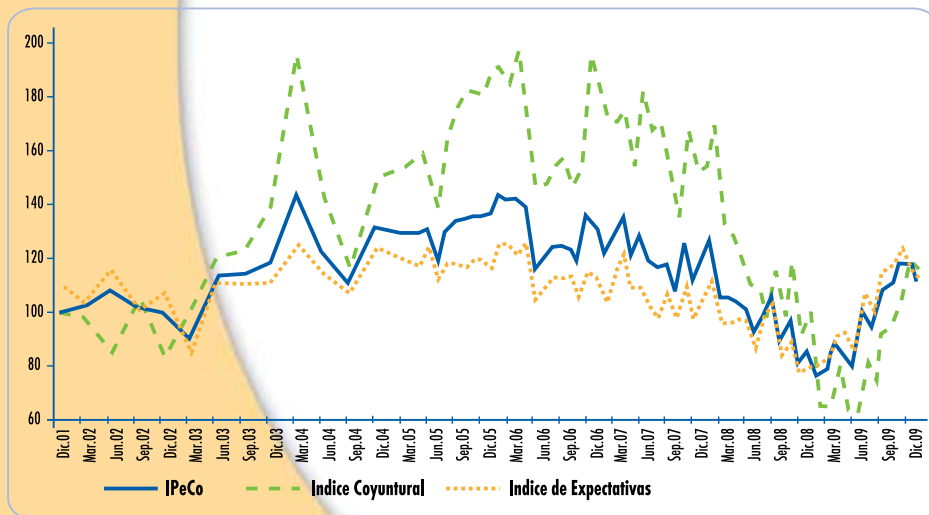


Gráfico N° 2
PERCEPCIÓN ACERCA DEL DESEMPEÑO ACTUAL
(% de respuestas)

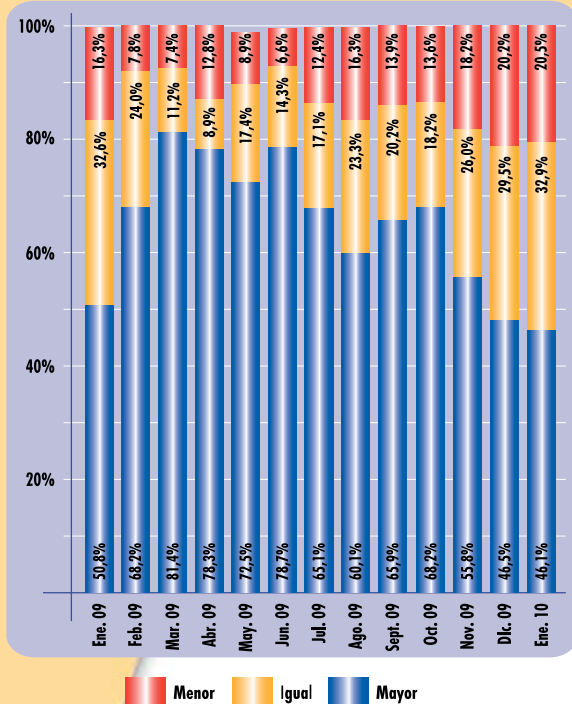
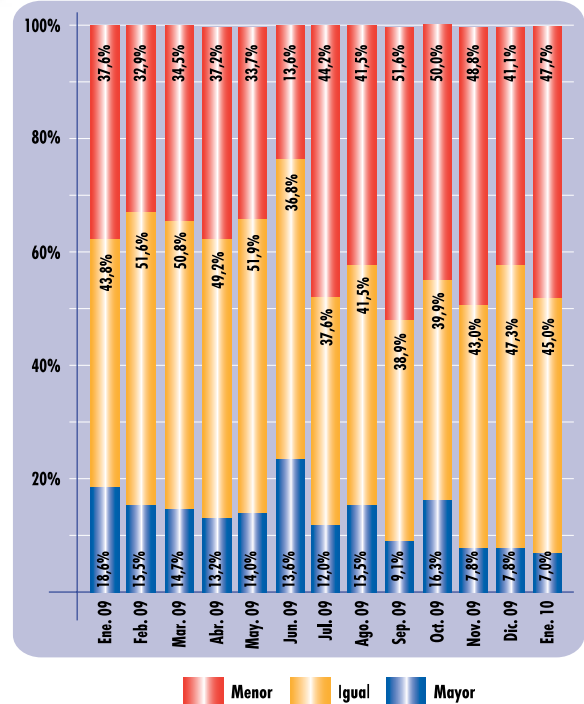


Gráfico N° 3
PERCEPCIÓN DE LOS INGRESOS FUTUROS
(% de respuestas)



el desempleo actual. Un 46,4% de los consumidores del sector D manifestó que la situación económica actual es peor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 28,6% de adhesión en la medición de diciembre. En la alternativa optimista de esta variable, un 3,6% de los encuestados del estrato D percibió que la situación económica actual es mejor que hace un año, alternativa que exhibió un 38,1% de adhesión en la medición anterior.

En el otro extremo, el sector C2 fue el más optimista en comparación a la medición anterior, en el caso de la variable sobre la situación económica actual, donde un 32,7% de los consumidores del sector E manifestaron que ésta es mejor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 25,8% de adhesión en el sector C2 en la medición anterior. En la alternativa pesimista de esta variable, un 19,6% de los consumidores del sector C2 percibió que la situación económica es peor que hace un año atrás, comparado con el 16,9% de adhesión del sector C2 en la medición de diciembre.

En el caso de la variable sobre el desempleo actual, un 51,5% de los consumidores del sector C3 manifestó que el desempleo actual es mayor que hace doce meses, comparado con el 42,9% de adhesión

que exhibió esta alternativa en el mes de diciembre. En el caso opuesto, un 17,6% de los consumidores del estrato C3 manifestó que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, alternativa que exhibió un 25,7% de adhesión en la medición anterior.

El estrato E fue el sector que exhibió un mayor optimismo en la variable sobre el desempleo actual, en relación a la medición anterior, un 12,5% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, comparado con la nula adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior. Por otro lado, un 37,5% de los consumidores del sector E manifestó que el desempleo actual es mayor que hace doce meses atrás, alternativa que exhibió un 83,3% de adhesión en la medición de diciembre.

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 20,6% de los consumidores del estrato C3 espera que la situación económica sea peor en los próximos meses, en comparación al 7,1% de adhesión que exhibió en la medición del mes de diciembre. En la alternativa optimista un 35,3% de los consumidores del sector C3

manifestó que la situación económica será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 51,4% de adhesión en la medición anterior.

En el extremo más optimista, un 37,5% de los consumidores del estrato E manifestó que la situación económica futura será mejor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 16,7% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista, un 12,5% de los encuestados del estrato E manifestó que la situación económica será peor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 50% de adhesión en la medición de diciembre.

Respecto al desempleo futuro, un 27,9% de los consumidores del estrato C3 espera que el desempleo sea mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 20% de adhesión en la medición del mes de diciembre. En la alternativa opuesta un 26,5% de los consumidores del sector C3 manifestó que el desempleo será menor en los próximos meses, en comparación al 34,3% de adhesión que exhibió en la medición anterior.

El sector ABC1 fue el sector más optimista en esta variable, en comparación a la medición anterior, donde un 15,6% de los consumidores de este sector espera que el desempleo sea mayor en los próximos

meses, comparado con el 17,9% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición pasada. En la alternativa optimista, un 57,8% de los consumidores del sector ABC1 manifestó que el desempleo va a ser menor en los próximos meses, en comparación al 60,7% de adhesión que exhibió ésta alternativa en la medición del mes de diciembre.

En el caso de los ingresos futuros, el estrato D fue el más pesimista en comparación a la medición anterior, donde un 17,9% de los consumidores de este estrato esperan que sus ingresos sean menores en los próximos meses, en comparación al 4,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición de diciembre. En la alternativa opuesta, un 25% de los encuestados del estrato D manifestó que los ingresos futuros serán mayores en los próximos meses, en comparación al 23,8% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición anterior.

Por último, el sector E exhibió un mayor optimismo en la alternativa sobre el ingreso futuro en comparación a la medición anterior, donde un 37,5% de los consumidores de éste estrato espera que los ingresos futuros sean mayores en los próximos meses, alternativa que exhibió una nula adhesión en la medición anterior. En la alternativa pesimista, un 12,5% de adhesión exhibió el sector E en la alternativa sobre menores ingresos en los próximos meses, en comparación al 50% de adhesión que exhibió esta alternativa en la medición del mes de diciembre.

CONSUMIDORES DE REGIONES

Octava Región:

El Índice de Percepción de la Octava Región a diferencia del índice general experimentó una expansión de optimismo. Éste se situó en 134,6 puntos en enero, 1,9 puntos sobre el del mes de diciembre. La razón de esta expansión se puede explicar por el avance experimentado por el indicador de expectativas, que logró más que compensar la caída del indicador coyuntural. El índice coyuntural pasó desde 131,3 puntos en la medición del mes de diciembre a 111,7 puntos en la medición de enero. El indicador de expectativas de la Octava Región aumentó 9 puntos respecto a la medición anterior (ver cuadro N°3).

La contracción en el Indicador Coyuntural se debe principalmente a una peor percepción en torno al desempleo actual, un 11,1% de los consumidores de la Octava Región piensa que el desempleo actual es menor que hace un año atrás, comparado con el 16,7% de adhesión que exhibieron los encuestados en la medición de diciembre. En la alternativa pesimista, se mantuvo sin variación, manteniendo el 44,4% 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	15,6	44,4	40,0	42,2	28,9	26,7
C2	19,6	47,7	32,7	43,9	34,6	21,5
C3	29,4	57,4	13,2	51,5	30,9	17,6
D	46,4	50,0	3,6	53,6	32,1	14,3
E	-37,5	-50,0	-12,5	37,5	50,0	12,5

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

Mes	IPeCo	Índice Coyuntural	Índice de Expectativas
Enero 2009	63,4	63,4	63,4
Febrero 2009	84,5	78,2	86,5
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

En relación a la situación económica actual, un 20,4% de los consumidores de la Octava Región percibe que la situación económica actual es peor que hace doce meses atrás, adhesión mayor al 16,7% de la medición anterior. En la alternativa opuesta, se mantuvo sin variación la alternativa sobre una mejor situación económica actual, manteniéndose el 20,4% de adhesión de ésta alternativa en la medición de diciembre.

Las variables de expectativas muestran, a diferencia de las variables coyunturales, un aumento de optimismo en comparación a la medición de diciembre. La proyección de una mejor situación económica en los próximos meses aumentó desde 55,6% en diciembre a 63% en enero, la percepción de que el desempleo va a ser menor en los próximos meses aumentó desde 59,3% en la medición

anterior, a 64,8% en la presente medición. Por último, la proyección de que los ingresos futuros serán mayores aumentó desde 46,3% en la medición de diciembre a 33,3% en la del mes de enero. En la alternativa pesimista, la proyección de que la situación económica será peor en el futuro disminuyó su pesimismo desde 9,3% en la medición anterior a 1,9% en la presente medición. La percepción de que el desempleo en los próximos meses será mayor cayó su pesimismo desde 13% en la medición de diciembre a 11,1% en la medición de enero y la proyección de que ingresos futuros serán menores se mantuvo sin variación, manteniéndose el 3,7% de adhesión de ésta alternativa en la medición anterior.

Cuarta Región: La Serena

El Índice de Percepción del Consumidor de La

Serena al igual que el Índice de la Octava Región y a diferencia del Índice General presentó un aumento de optimismo, aumentando 12,2 puntos en términos mensuales, para ubicarse en el mes de enero en 126 puntos. Los subíndices Coyunturales y de Expectativas mostraron comportamientos similares, el subíndice Coyuntural experimentó una expansión en términos mensuales, al igual que el subíndice de Expectativas que exhibió una expansión de optimismo levemente mayor que el subíndice Coyuntural. El coyuntural experimentó una expansión de 8,7 puntos respecto a la medición de diciembre y el subíndice de Expectativas exhibió un aumento de 13,6 puntos respecto a la medición anterior.

En cuanto a las variables coyunturales, se puede señalar que en el caso de la situación económica actual, en diciembre un 10% de los consumidores de La Serena percibía que la situación económica actual era peor que hace doce meses atrás y en la medición de enero un 13,3% de los encuestados manifestó que la situación económica actual es peor. En el extremo opuesto se produjo un aumento de optimismo, en la medición anterior un 33,3% de los consumidores percibía que la situación económica

actual era mejor que hace doce meses, en cambio en la presente medición un 36,7% de los consumidores manifestó que la situación económica es mejor que hace un año atrás. En relación al desempleo actual, un 33,3% de los consumidores manifestó que el desempleo actual es menor que hace doce meses, alternativa que exhibió un 23,3% de adhesión en el mes anterior. La alternativa pesimista mejoró desde un 40% de adhesión en diciembre a 36,7% de adhesión en la medición de enero.

En relación al subíndice de Expectativas es posible señalar que en caso de la situación económica futura, un 6,7% de los consumidores manifestó que la situación económica será peor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 13,3% de adhesión en la medición anterior. En la alternativa optimista de la variable sobre la situación económica futura, un 36,7% de los consumidores manifestaron que la situación económica va a mejorar en los próximos meses, alternativa que se mantuvo sin variación en comparación a la medición anterior.

En la variable sobre el desempleo futuro, un 36,7% de los consumidores manifestó que el desempleo será menor en los próximos meses, comparado con el 50% de adhesión que exhibió esta alternativa en

la medición anterior. Por otro lado, un 23,3% de los consumidores espera que el desempleo futuro sea mayor en los próximos meses, alternativa que exhibió un 16,7% de adhesión en la medición de diciembre. Un 70% de los consumidores manifestó que los ingresos serán mayores en los próximos meses, comparado al 36,7% de adhesión que manifestó esta alternativa en la medición anterior. La alternativa pesimista exhibió una nula adhesión en la presente medición, en comparación con el 13,3% de adhesión que exhibió en la medición anterior.

Tanto La Serena como la Octava Región tienen percepciones pesimistas en el caso de la variable coyuntural sobre la situación económica actual y percepciones optimistas en dos de las tres variables de expectativas. Sólo tienen percepciones opuestas en la variable coyuntural sobre el desempleo actual y la variable de expectativas sobre el desempleo futuro, debido a que la Octava Región es optimista en la variable sobre el desempleo futuro, en cambio La Serena es más pesimista en la misma variable. En el caso de la variable sobre el desempleo actual, la Octava Región es pesimista, en cambio La Serena es optimista.

CONCLUSIONES

El Índice de Percepción del Consumidor luego de sucesivas alzas, experimentó un retroceso desde un registro de 117,5 puntos en diciembre a 110,8 puntos en enero, en donde el componente de Expectativas tuvo un retroceso levemente mayor que el indicador Coyuntural. En la caída en el índice de percepción de los consumidores en enero del presente año en comparación al último mes del año pasado, es un elemento relevante la alta base de comparación. En efecto, la actividad económica creció en diciembre pasado bastante más de lo proyectado, gracias al impulso de elementos que no se repetirán en los siguientes meses, como es el mayor gasto de las fiestas de fin de año, junto con el impulso generado por el ciclo electoral. De esta manera, luego de dicho incremento, vemos que las expectativas, tanto coyunturales como las de mediano plazo, tuvieron un ajuste a la baja.

A nivel de estrato socioeconómico, el estrato C3 manifestó un mayor pesimismo en las variables sobre el desempleo actual, la variable sobre la situación económica futura y la variable sobre el desempleo futuro en comparación a la medición del mes de diciembre. En el caso de las variables sobre la situación económica actual y la variable sobre los ingresos futuros el sector C2 fue el que exhibió un mayor pesimismo en esta variable en relación a la medición anterior. En el extremo optimista, el estrato E manifestó un mayor optimismo en las variables sobre el desempleo actual, la variable sobre la situación económica futura y la variable sobre los ingresos futuros en relación a la medición anterior, el sector C2 fue el más optimista en la variable sobre la situación económica actual en relación a la medición de diciembre, por último, el sector ABC1 fue el estrato más optimista en la variable sobre el desempleo futuro, en relación a la medición anterior.

A nivel regional, la Octava Región y La Serena experimentaron comportamientos opuestos al IpeCo General. En el caso de la Octava Región, donde este índice estuvo bastante deprimido por varios meses, en esta última encuesta sigue la tendencia hacia un mayor optimismo. El nivel del indicador de la octava región, se ubicó - a diferencia del IpeCo general - en 1,9 puntos sobre la medición del mes de diciembre. La explicación para este aumento de optimismo está dada por una mejor percepción de los consumidores de las variables de expectativas, que lograron compensar la caída de las variables coyunturales. El mismo fenómeno que explica la caída del Índice General se replica en la Octava Región para las expectativas coyunturales, mientras que para las de mediano plazo hay un nuevo incremento sustancial, el cual se explica por el significativo mejoramiento de los precios de las principales exportaciones de la región del Bio Bio.

En Cuarta Región, se mantiene el repunte que se inició hace algunas encuestas atrás gracias a la persistencia de los altos precios de los minerales como de una temporada turística mejor de lo esperado. El IpeCo de La Serena mejoró en 12,2 puntos respecto a la medición anterior, donde el subíndice de coyuntural también exhibió un aumento de optimismo al igual que el subíndice de expectativas.

BIBLIOGRAFÍA