

INFORME CEEN - Abril 2011

Índice de Percepción del Consumidor Marzo 2011

Directora CEEN: Carola Moreno (*)

Resumen Ejecutivo

- El Índice de Percepción del Consumidor (IPeCo) de marzo registró una importante caída con respecto a febrero (-12,24 puntos). Sin embargo, en doce meses ha mostrado un incremento de 6,6 puntos.
- Repitiendo el fenómeno observado el mes pasado, el **Índice Coyuntural anota un descenso con respecto al sondeo anterior**, alcanzando los 145,8 puntos. De todas formas, este nivel es 23,2 puntos superior al de marzo de 2010.
- En esta oportunidad, **también el Índice de Expectativas se debilitó**, cayendo 10,3 con respecto a febrero, alcanzando un nivel de 113,6 puntos, casi sin variación en doce meses.
- Llama la atención la **caída generalizada en los niveles de confianza**, lo que se traduce en un empeoramiento de todas las variables que conforman el índice.
- Durante marzo, **las expectativas de inflación continúan al alza**. El mismo Banco Central corrige en más de un punto al alza la proyección de inflación para fin de año (hasta 4,3%) con respecto a lo estimado un trimestre atrás.
- Se puede adjudicar a las mayores expectativas de inflación la caída en la

confianza medida a través de la situación económica actual y futura, ya que por el lado de la actividad real, sólo hay buenas noticias. De hecho el estudio de las expectativas de crecimiento económico para el próximo año ha sido revisada al alza no solo por el Banco Central, sino por la mayoría de los analistas.

- **Por estratos socioeconómicos, sin duda es el sector D el que registró la mayor caída en los niveles de confianza**, al empeorar en todas las variables en cuestión. Incluso más, los cambios en cuanto a las variables de coyuntura son tan fuertes, que para este estrato tanto en la percepción de la situación económica actual, como en desempleo actual, la proporción de pesimistas casi duplica la de optimistas.
- A nivel regional, al comparar con los resultados de febrero, **la Octava región comparte el menor optimismo observado en promedio** para toda la muestra, tanto en la visión actual, como a un año plazo. El IPeCo en esta región cae hasta 133,1 puntos (versus 142,7 en febrero), pero muy por encima de los 101,5 puntos exhibidos en marzo de 2010.
- En cambio los consumidores de **La Serena se muestran levemente más optimistas que en febrero** en el día a día, aun cuando la percepción a un año plazo es más negativa que el mes pasado. Con todo, el IPeCo en La Serena, aumenta levemente a 121,1 (desde 119,2 en febrero), pero todavía se ubica en un nivel inferior al de un año atrás.

* Este informe fue preparado por Carola Moreno con la asistencia de Stephanie Alfaro.

Confianza de consumidores sufre importante descenso en marzo 2011

En marzo de 2011, el Índice de Percepción del Consumidor (IpeCo)¹ que elabora mensualmente el Centro de Estudios en Economía y Negocios (CEEN) de la Universidad del Desarrollo (UDD), en conjunto con Mall Plaza², registró un descenso de 12,2 puntos con respecto a la medición de febrero. Como resultado, el IpeCo alcanza los 122,0 puntos (ver Cuadro 1).

Cuadro 1
Índice de Percepción de Consumidores
(Base Dic.2001=100)

Mes	IpeCo	Índice Coyuntural	Índice Expectativas
mar-10	115.4	122.7	113.1
abr-10	118.5	137.9	111.8
may-10	111.4	115.4	110.3
jun-10	119.1	125.8	116.9
jul-10	120.3	118.7	121.2
ago-10	123.7	137.3	119.0
sep-10	125.2	154.6	114.8
oct-10	135.7	175.8	121.5
nov-10	130.0	160.6	119.2
dic-10	130.0	158.0	120.1
ene-11	132.1	171.0	118.2
feb-11	134.3	163.5	123.9
mar-11	122.0	145.9	113.6

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

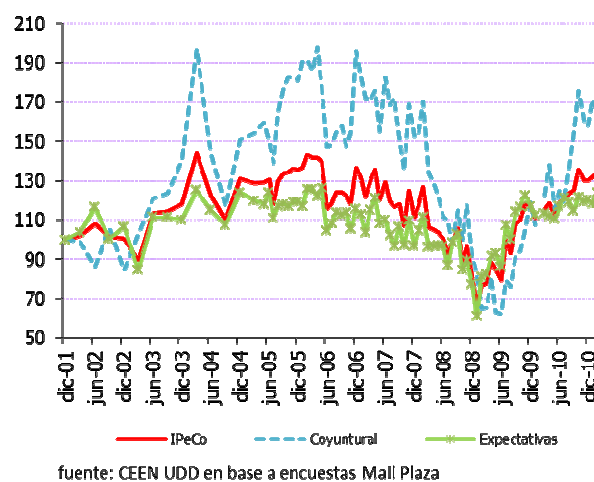
Esta variación, ubica al índice casi 7 puntos por encima del registro de igual mes de 2010, siendo éste uno de los menores crecimientos en doce meses observados desde octubre de 2009.

¹ Para ver otros informes del CEEN: (<http://negocios.udd.cl/investigacion/informes-mensuales/>)

² La encuesta que sirvió de base para la elaboración de los índices se tomó los días 19 y 20 de marzo de 2011, en siete, de los once centros comerciales que posee Mall Plaza a lo largo del país. Se encuestaron 270 consumidores, representantes de los estratos ABC1 (13,3%), C2 (45,6%), C3 (22,2%), D (16,3%) y E (2,6%).

En esta oportunidad, tanto el Índice Coyuntural como el de Expectativas mostraron retrocesos, de 17,6 y 10,3 puntos, respectivamente, en relación a los registros del mes de febrero. Con respecto al mismo mes del año 2010, éstos se ubican 23 y 0,5 puntos por encima, respectivamente, lo cual, de nuevo, es una variación anual bastante más pequeña que la observada en meses anteriores.

Gráfico 1
Índice de Percepción de Consumidores
(Base Dic. 2001=100)



Los cambios observados en el IpeCo del mes de marzo, con respecto a febrero, se deben a un empeoramiento generalizado en todas las variables que comprende el índice. Es decir, en cada una de las variables se observa un aumento del porcentaje de pesimistas (aquellos que piensan que la situación económica actual es peor que hace un año atrás, aquellos que estiman que el desempleo es más alto, etc.), así como una caída en la proporción de optimistas (aquellos que opinan que la situación actual es mejor, que el desempleo es menor, etc.).

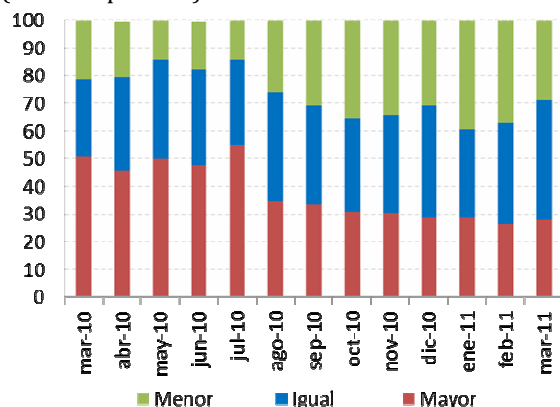
Este comportamiento obviamente esconde diferencias a nivel regional, así como a

nivel de estratos socioeconómicos, como se verá más adelante.

Sorprende caída en confianza de situación económica actual

En cuanto a las variables que conforman el Índice Coyuntural, se observa por primera vez en varios meses un retroceso en los niveles de optimismo, cayendo hasta 28,9% la participación de aquellos que consideran que el desempleo actual es menor (barra verde en Gráfico 2). Por razones de estacionalidad es de esperar que el desempleo efectivo comience a subir, por lo que no es particularmente sorprendente este resultado.

Gráfico 2
Percepción del desempleo actual
(% de respuestas)



Sí resulta llamativo que se observe un menor nivel de optimismo en cuanto al desempeño actual de la economía, ya que las noticias en cuanto al comportamiento de la actividad económica, en particular comercio, son bastante alentadoras. El IMACEC del mes de febrero anotó un alza de 7,2%, las ventas minoristas un incremento de 16,8% y las de supermercados un 10,7% (todas

variaciones reales, con respecto a igual mes de 2010).

Según los resultados del IPeCo, un 20,5% de los consumidores encuestados considera que la situación económica actual es peor que hace un año (versus 17,8% en febrero) y un 29,1% la percibe mejor (versus 31,9% en febrero). Este resultado de todas maneras se compara positivamente con marzo de 2010, cuando la proporción de pesimistas y optimistas era 16,7 y 27,9%, respectivamente.

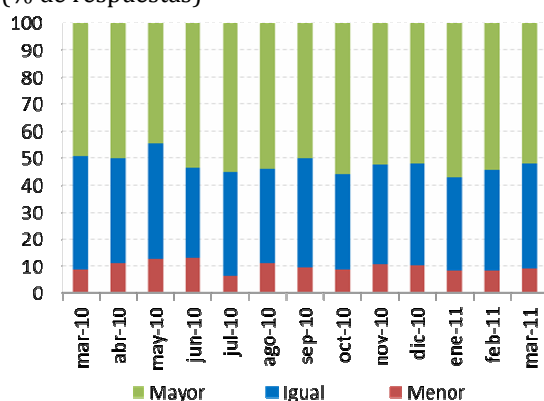
Confianza a un año plazo también se deteriora en marzo

Luego de que el mes pasado la proporción de pesimistas, que esperan un mayor desempleo en un año más, cayera de forma importante, en marzo se observa nuevamente un aumento, hasta alcanzar un 18,8%. Esto, sumado a la caída de la proporción de quienes esperan un desempleo menor (40,6%) lleva a una caída importante en los niveles de confianza asociados a esta variable. Aún así, se compara favorablemente con los resultados de la encuesta hace un año, ya que en marzo de 2010 la proporción de pesimistas era un 24,8% y la de optimistas apenas un 39,9%.

Vuelve a llamar la atención la caída en la percepción de la situación económica, esta vez mirando al futuro en un horizonte de un año. La proporción de pesimistas aumentó desde 5,8% en febrero, a 11,7% en marzo, al mismo tiempo que cae a 50% la proporción que espera una mejor situación económica a futuro. Sin duda que los altos registros de inflación, así como las perspectivas de mayor inflación a futuro están interviniendo en esta variable, porque por el lado de la actividad real sólo hay buenas noticias.

Asimismo, se puede adjudicar a las mayores expectativas de inflación la caída en la confianza acerca de los ingresos futuros. La participación de aquellos que opinan que éstos serán menores sube a 9% (desde 8,3% en febrero), y la de quienes esperan mayores ingresos cae a 52,1% (desde 54,3%), como se observa en el Gráfico 3.

Gráfico 3
Percepción de los ingresos futuros
(% de respuestas)



fuernte: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Estrato socioeconómico D es el que sufre la mayor merma en confianza

Tal vez uno de los resultados más destacados es que los consumidores del estrato D replican el comportamiento de la muestra total, al exhibir una caída generalizada en los niveles de confianza. Los otros estratos se muestran menos optimistas en ciertos aspectos, pero más en otros.

Por el contrario, el estrato C3 se manifiesta más optimista que el resto en cuanto a las variables coyunturales, y aún cuando en todas las variables de expectativas la proporción de optimistas aumenta, el

resultado final se ve opacado por el alza de la proporción de pesimistas.

A continuación revisamos los resultados por variable.

La variable de coyuntura que captura la percepción de la economía actual, versus un año atrás, muestra una caída con respecto a la medición de febrero en términos agregados, lo cual es un reflejo del menor optimismo en casi todos los estratos socioeconómicos. La excepción es el estrato C2, que muestra un repunte tanto en la proporción de optimistas (30,1% considera que la situación actual es mejor, versus 24,8% en febrero), como una caída en la proporción de pesimistas (13,8%, versus 18,4% en febrero).

Cuadro 2
Variables de coyuntura, por estratos
(% de participación)

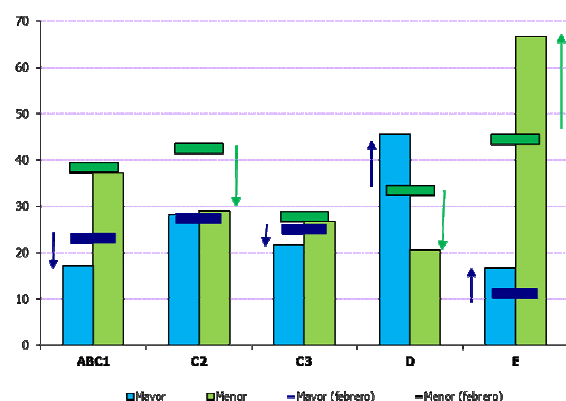
	Situación Económica Actual		Desempleo Actual	
	Peor	Mejor	Mayor	Menor
ABC1	17.1	40.0	17.1	37.1
C2	13.8	30.1	28.1	28.9
C3	20.0	31.7	21.7	26.7
D	38.6	15.9	45.5	20.5
E	50.0	16.7	16.7	66.7
Total	20.5	29.1	27.8	28.9

La percepción de consumidores en relación al desempleo actual (ver Gráfico 4), da cuenta de un mayor pesimismo, siendo éste más notorio en el estrato D. Por un lado, la proporción que estima que el desempleo actual es mayor que hace un año (visión pesimista/barras azules) se mantiene más o menos estable en el segmento C2, cayendo levemente en el ABC1 y C3, mientras que en los segmentos D y E se observan alzas, hasta 45,5 y 16,7%, respectivamente.

Por otro lado, a excepción del notorio repunte en el estrato E, la proporción de personas que percibe un menor

desempleo (visión optimista/barras verdes) cae (C2 y D) o se mantiene constante (ABC1 y C3). De esta manera, es el estrato D donde el efecto es mayor ya que la proporción de pesimistas aumenta, y la de optimistas cae.

Gráfico 4
Desempleo actual por estratos: marzo versus febrero
(% de respuestas)



fuentes: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

A futuro, un año plazo, la confianza cae en todos los estratos

En el presente informe, la mayoría de los estratos socioeconómicos empeoran la confianza en las tres variables que conforman el índice de expectativas, aun cuando se debe a distintas razones.

La merma en la percepción de la situación económica futura en el estrato ABC1 se debe a un alza en la proporción de pesimistas de 8,8 puntos porcentuales, que acompaña a una caída de los optimistas. En cambio en los estratos C2 y C3 se observa un incremento de la proporción de optimistas, pero que no alcanza a compensar el alza de los pesimistas. Estos últimos, por ende, determinan el resultado.

Lo mismo ocurre en relación al desempleo futuro: el estrato ABC1, y por cierto también el D, muestran un deterioro por ambos lados (aumentan pesimistas, y decrecen los optimistas), mientras que en los estratos C2 y C3 la mayor proporción de optimistas se ve opacada por el aumento del grupo que piensa que el desempleo será mayor.

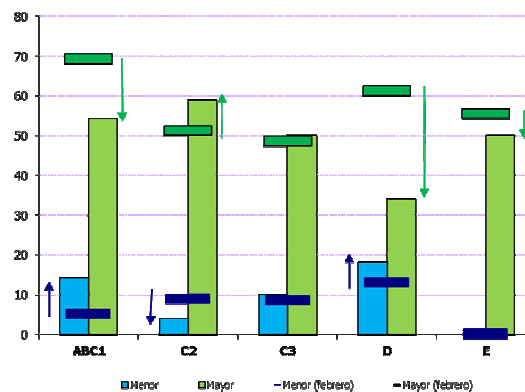
Cuadro 3
Variables de expectativas, por estratos
(% de participación)

	Situación Económica		Desempleo Futuro		Ingreso futuro	
	Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
ABC1	8.8	44.1	8.6	42.9	54.3	14.3
C2	8.1	57.7	13.9	44.3	59.0	4.1
C3	11.9	54.2	23.7	39.0	50.0	10.0
D	25.0	29.5	31.8	34.1	34.1	18.2
E	0.0	33.3	33.3	16.7	50.0	0.0
Total	11.7	50.0	18.8	40.6	52.1	9.0

fuentes: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

Por último, en la percepción del ingreso familiar futuro, se observan fuertes caídas en la proporción de optimistas en los estratos ABC1 y D, seguidos del E, pequeños cambios en el C3, y por el contrario, una mejora en el estrato C2 (barras verdes, Gráfico 5).

Gráfico 5
Ingreso familiar futuro: marzo versus febrero
(% de respuestas)



fuentes: CEEN UDD en base a encuestas Mall Plaza

Menor optimismo en horizonte a un año se observa en todas las regiones encuestadas.

En esta oportunidad, la Octava región registró una caída en el índice de confianza, tanto en la visión actual, como a futuro. El IPeCo de esta región alcanzó 133,1 puntos, nivel inferior en 9,6 puntos al registrado en febrero, pero 31,6 puntos superior al de un año atrás.

En cambio en La Serena los indicadores de coyuntura muestran, en promedio, una mejoría, no así la visión a un año plazo, donde la caída es generalizada. Con todo, en La Serena el IPeCo aumenta a 121,1, desde 119,2 en febrero, pero todavía se sitúa 5,6 puntos por debajo del nivel observado en marzo de 2010.

Cuadro 4
IPeCo, por regiones
(Base Dic.2001=100)

	IPeCo	Coyuntural	Expectativas
La Serena	121.1	179.9	98.2
Octava Región	133.1	134.1	132.8
Total	122.0	145.8	113.6

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

En la Octava región, el empeoramiento de las variables coyunturales tiene que ver tanto con una menor proporción de optimistas, como un aumento de los pesimistas. Por ejemplo, en relación a desempleo actual la percepción de que éste es menor cae desde 26,1 en febrero a 21,4% en marzo. Asimismo, la proporción de quienes lo perciben como mayor aumenta a 47,1% (desde 36,2% en febrero).

En cambio, las variables que capturan expectativas a un año plazo muestran resultados mixtos. Por una parte, si bien la

proporción de optimistas se incrementa al consultar acerca de la situación económica futura, se ven más que compensados por un alza de los pesimistas. Esto contrasta con un mayor nivel de confianza en cuanto al mercado laboral, al mismo tiempo que se esperan menores ingresos familiares. Una vez más se puede deducir que esta aparente contradicción tiene que ver con las mayores expectativas de inflación que el consumidor ha ido incorporando.

Cuadro 5
Variables de coyuntura y expectativas,
por regiones
(% participación)

	Situación				Desempleo Actual	
	Económica Actual		Desempleo Actual			
	Peor	Mejor	Mayor	Menor		
La Serena	13.8	37.9	10.3	31.0		
Octava Región	24.3	27.1	47.1	21.4		
Región Metropolitana	20.1	28.4	22.8	31.7		
Total	20.5	29.1	27.8	28.9		

	Situación		Desempleo		Ingreso Futuro	
	Económica Futuro		Futuro			
	Peor	Mejor	Mayor	Menor	Menor	Mayor
La Serena	24.1	31.0	13.8	27.6	6.9	41.4
Octava Región	5.7	60.0	5.7	61.4	12.9	37.1
Región Metropolitana	12.0	49.1	25.1	34.1	7.7	60.1
Total	11.7	50.0	18.8	40.6	9.0	52.1

fuelle: CEEN UDD, en base a encuestas Mall Plaza

En La Serena el resultado más destacable tiene que ver con desempleo. Tanto en la medición coyuntural, como en la expectativa a un año, los consumidores se muestran más confiados que en febrero, esperando niveles de desempleo menor. La proporción de pesimistas cae desde 36,7% en febrero a 10,3% en desempleo actual, y desde 23,3% a 13,8% en desempleo futuro. Por el lado optimista, la proporción que espera un menor desempleo hoy aumenta desde 26,7 a 31%, y aquellos que esperan un menor desempleo en un año más desde 26,7 a 27,6%.

Referencias: Informe CEEN, varios números, UDD.
<http://negocios.udd.cl/investigacion/informes-mensuales/>