

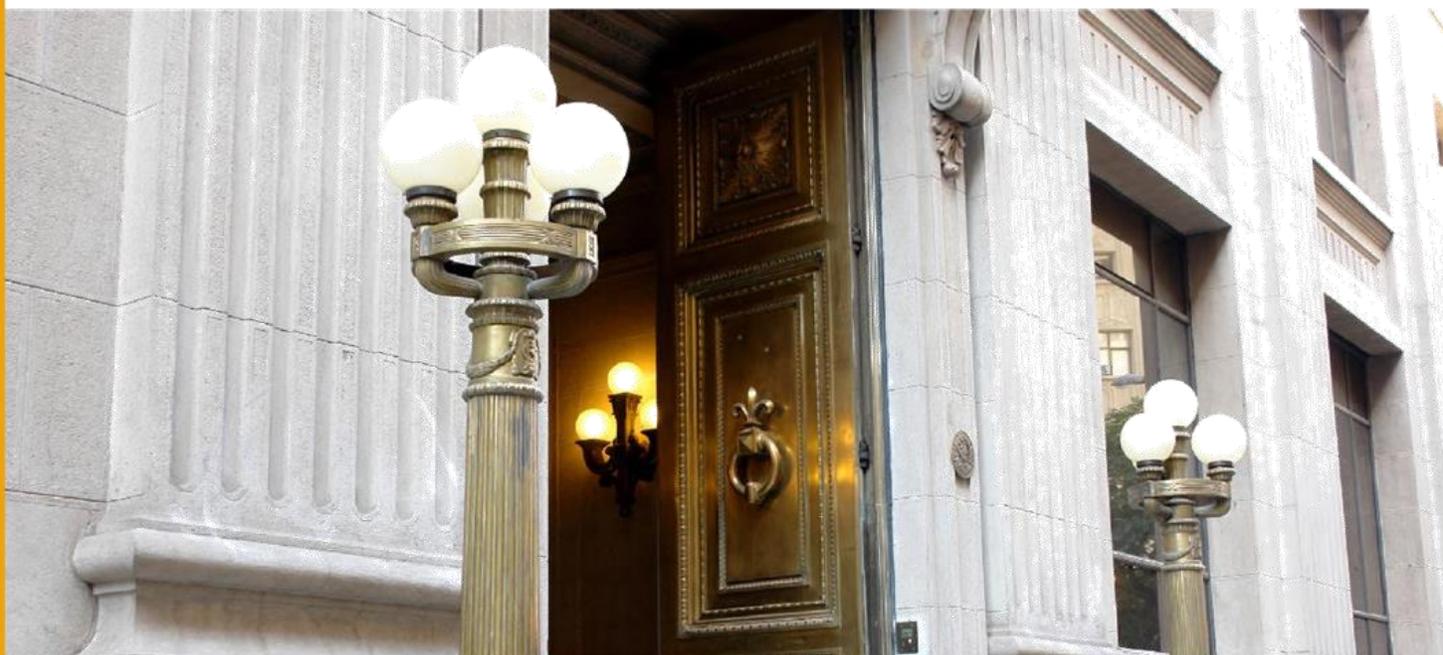
DOCUMENTOS DE TRABAJO

Relatos de inflación: percepción y expectativas de los hogares chilenos durante la pandemia de Covid-19

Ignacio Zapata
Daniel Pérez
Karlla Muñoz
Valentina Cortés

N° 947 Marzo 2022

BANCO CENTRAL DE CHILE





La serie Documentos de Trabajo es una publicación del Banco Central de Chile que divulga los trabajos de investigación económica realizados por profesionales de esta institución o encargados por ella a terceros. El objetivo de la serie es aportar al debate temas relevantes y presentar nuevos enfoques en el análisis de los mismos. La difusión de los Documentos de Trabajo sólo intenta facilitar el intercambio de ideas y dar a conocer investigaciones, con carácter preliminar, para su discusión y comentarios.

La publicación de los Documentos de Trabajo no está sujeta a la aprobación previa de los miembros del Consejo del Banco Central de Chile. Tanto el contenido de los Documentos de Trabajo como también los análisis y conclusiones que de ellos se deriven, son de exclusiva responsabilidad de su o sus autores y no reflejan necesariamente la opinión del Banco Central de Chile o de sus Consejeros.

The Working Papers series of the Central Bank of Chile disseminates economic research conducted by Central Bank staff or third parties under the sponsorship of the Bank. The purpose of the series is to contribute to the discussion of relevant issues and develop new analytical or empirical approaches in their analyses. The only aim of the Working Papers is to disseminate preliminary research for its discussion and comments.

Publication of Working Papers is not subject to previous approval by the members of the Board of the Central Bank. The views and conclusions presented in the papers are exclusively those of the author(s) and do not necessarily reflect the position of the Central Bank of Chile or of the Board members.

Relatos de inflación: percepción y expectativas de los hogares chilenos durante la pandemia de Covid-19

Ignacio Zapata Banco
Central de Chile

Daniel Pérez
Banco Central de Chile

Karlla Muñoz
Banco Central de Chile

Valentina Cortés
Banco Central de Chile

Abstract

This article investigates the effects that the inflationary cycle of the Chilean economy has had on households perception, expectations and behavior changes during the year 2021. The results presented are based on a qualitative study that considers the testimonies of 36 household expenditure managers, who were selected considering socio-demographic and territorial diversity criteria. The main findings of the study are organized on three levels: First, there is evidence of a generalized perception of price increases above the usual variation rate, which in turn indicates the existence of an anchored perception to a normal or usual variation of prices. Secondly, in the face of rising prices, households have incorporated various strategies to protect themselves from inflation, highlighting that bringing forward purchases is not as prevalent as might be expected in the face of a potential increase in inflation expectations. The third finding is related to the fact that households expect a normalization of the speed of price increases in one or two years, with no expectations of future modifications in their economic behavior, beyond those already made. The latter is an indication that households' expectations are anchored, notwithstanding the fact that they have high levels of uncertainty about future events that could continue to affect prices, mainly associated with the evolution of the health crisis and the national political scenario.

Resumen

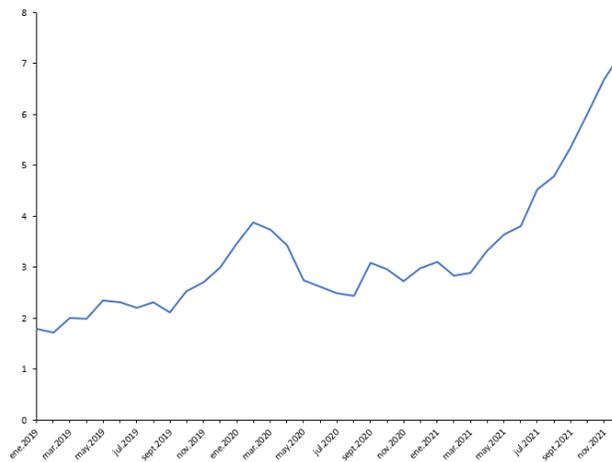
El presente artículo indaga en los efectos que ha tenido el ciclo inflacionario de la economía chilena sobre la percepción, expectativas y cambios en el comportamiento de los hogares durante el año 2021. Los resultados expuestos se basan en un estudio cualitativo que considera los testimonios de 36 administradores de gasto del hogar, los que fueron seleccionados considerando criterios de diversidad sociodemográfica y territorial. Los principales hallazgos del estudio se organizan en tres niveles: En primer lugar, se evidencia una percepción generalizada del aumento de precios por sobre la velocidad habitual de variación, lo que a su vez indica la existencia de una percepción anclada a una variación normal o habitual de los precios. En segundo lugar, que, frente al aumento de precios, los hogares han incorporado diversas estrategias para protegerse de la inflación, destacando que el adelanto de compras no resulta tan prevalente como podría esperarse, ante un potencial aumento de las expectativas de inflación. El tercer hallazgo, dice relación con que los hogares esperan una normalización de la velocidad de aumento de precios en uno o dos años, no presentando expectativas de futuras modificaciones en su comportamiento económico, más allá de las ya realizadas. Esto último se constituye como un indicio de anclaje de expectativas de los hogares, sin perjuicio de que los mismos presentan altos niveles de incertidumbre sobre acontecimientos futuros que podrían continuar afectando los precios, principalmente asociados al devenir de la crisis sanitaria y del escenario político nacional.

Introducción

Motivación y relevancia

Durante el año 2021 la economía chilena ha experimentado un aumento considerable en los niveles de inflación, los de mayor magnitud en más de una década. Entre las causas de este fenómeno podemos encontrar factores externos, como los problemas en las cadenas de suministro global; así como también internos, relacionados con las ingentes inyecciones de liquidez durante la crisis provocada por la pandemia global.

Gráfico 1: Índice de Precios al Consumidor (variación anual, porcentaje)



Fuente: Banco central e INE

De manera simultánea, las expectativas de inflación de los hogares también han experimentado alzas considerables. Estimadas a través del Índice de Percepción de la Economía (IPEC) es posible apreciar un aumento de las expectativas de inflación de los consumidores a 12 meses, donde el porcentaje de consumidores que esperan que la inflación suba “mucho” se alza hasta alrededor un 70% de los entrevistados (Gfk Adimark, 2021).

Gráfico 2: Expectativas de inflación a 12 meses
(porcentaje de personas que cree que los precios subirán “Mucho”)



Fuente: IPEC Adimark, enero 2021

Esta percepción de los consumidores no solo ha aumentado de forma importante en el último tiempo, sino que se aprecia como especialmente problemática por los mismos. Datos arrojados por un estudio realizado por CADEM, durante septiembre del 2021, indican que los chilenos perciben que la inflación es el principal problema económico que enfrenta el país. Con un 54% de las menciones, la inflación aparece muy por encima del siguiente desafío mencionado, el desempleo, que obtuvo solo un 18% de las menciones (CADEM, 2021).

Cabe preguntarse si el ciclo inflacionario del 2021 ha tenido como consecuencia un aumento persistente en las expectativas de inflación de los hogares chilenos, y si los consumidores se encuentran exhibiendo cambios en su comportamiento económico que pudieran indicar signos de desanclaje de sus expectativas.

En orden de responder estas interrogantes resulta necesario levantar información empírica acerca de las percepciones y expectativas de los consumidores chilenos, entendiendo que ellas estarán moduladas por la coyuntura económica y social que el país atraviesa en la actualidad, las que probablemente tendrán un efecto significativo en cómo los hogares perciben la situación económica y sus posibles trayectorias.

Antecedentes en la literatura

Diversos autores (Ranyard, Del Missier, Bonini, Duxbury, & Summers, 2008) (Candia, Coibion, & Gorodnichenko, 2020) han señalado la importancia de analizar las percepciones y expectativas de inflación de los distintos agentes económicos, ya que éstas influyen significativamente su comportamiento económico presente y futuro.

Independiente de las cifras oficiales de inflación, las percepciones y expectativas pueden influir en la confianza y el sentimiento de los consumidores, lo que tiene efectos en el comportamiento económico individual y familiar respecto del gasto, ahorro, inversión, demandas salariales, entre otras (Del Missier, Ranyard, & Bonini, 2016). Estos efectos son relevantes ya que pueden impactar significativamente en la macroeconomía, considerando además que el comportamiento de los agentes puede ser consistente o no con la teoría económica, por lo que las estrategias utilizadas para protegerse de la inflación pueden variar de individuo a individuo.

Al igual que gran parte de los fenómenos económicos, la percepción de los cambios de precios e inflación está influenciada por diversos factores personales y del entorno socioeconómico de los consumidores. Una parte importante de los factores personales dice relación con la experiencia directa de los cambios de precios, vinculada a la frecuencia y la proximidad temporal de las compras, junto a las diferentes magnitudes y direccionalidades en los cambios de precios observados. (Ranyard, Del Missier, Bonini, Duxbury, & Summers, 2008). Resulta necesario considerar además que la percepción de la inflación, y como ésta se genera, influye fuertemente en la formación de expectativas de la misma, sobre todo en aquellas definidas en el corto plazo (Rowe, 2016).

Asimismo, existe evidencia que indica que las expectativas de inflación son heterogéneas en distintos grupos sociodemográficos, por lo que cualquier investigación empírica al respecto deberá considerar esta heterogeneidad en su muestra. Bruine de Bruin y otros (2010) evidencian que algunos grupos de menores ingresos y nivel educacional presentan una expectativa sistemáticamente mayor a lo que se podría esperar acorde al contexto en el que están sumergidos.

Adicionalmente, resulta relevante señalar que las expectativas suelen modificarse en contextos de mayor inflación. De acuerdo a Koskimaki (2005) en periodos inflacionarios las expectativas de precios pueden tener un sesgo adicional. Los consumidores pueden creer que el precio de un producto específico aumentó, aunque actualmente no haya cambiado, porque los movimientos generales de la economía hacen esperar ese resultado (Ranyard, Del Missier, Bonini, Duxbury, & Summers, 2008).

En lo que refiere al contexto actual, investigaciones recientes en Estados Unidos indican que ante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19 se ha generado un aumento importante en la expectativa de inflación en el corto plazo y uno más moderado en las de mediano plazo. También se ha evidenciado una mayor incertidumbre en las expectativas de inflación, donde, a diferencia de la situación previa a la pandemia, la incertidumbre a corto plazo es mayor que la de mediano plazo. (Armantier, y otros, 2020). Esta mayor incertidumbre también genera efectos en el comportamiento económico ya que existe evidencia de que una variación exógena de la incertidumbre que perciben los hogares afecta en sus decisiones de gasto e inversión (Coibion, Georgarakos, Gorodnichenko, Kenny, & Weber, 2021).

Una mayor incertidumbre a corto plazo puede relacionarse con lo que los consumidores perciben como causas de la inflación reciente. De acuerdo a Andre, Haaland, Roth, & Wohlfart (2021), las personas estadounidenses consideran distintas causas, como los estímulos fiscales, restricciones de oferta y la pandemia en general (sin mencionar un canal específico). Además, a diferencia de expertos, los consumidores mencionan factores que no suelen considerarse en los modelos económicos, como un manejo deficiente del gobierno y el alza de precios por parte de las empresas

para recuperar o incrementar sus márgenes de ganancias o “corporate greed and price gouging” como definen los autores.

Los autores concluyen que factores como la reducción en la tasa de interés, los estímulos fiscales y la menor oferta laboral se relacionan con las expectativas de inflación a corto plazo, pero no con las de largo plazo, lo que daría cuenta de una percepción de transitoriedad de estos fenómenos, y por ende, del aumento de la inflación (Andre, Haaland, Roth, & Wohlfart, 2021).

Dada la relación existente entre las expectativas de inflación, el comportamiento de los agentes y la inflación observada, el manejo de las expectativas de los agentes resulta clave para el control de la inflación. Tener expectativas de inflación bien ancladas es fundamental para mantener la estabilidad económica en el corto plazo (Armantier, Bruine de Bruin, Topa, Van der Klaauw, & Zafar, 2015). Para ello, los bancos centrales, explicitan sus metas de inflación como una herramienta para facilitar la política monetaria (Castelnuovo, Nicoletti-Altimari, & Rodríguez-Palenzuela, 2003) por lo que se entiende que el “anclaje de expectativas de inflación” se define como la cercanía de las expectativas de los agentes económicos a la meta explícita del Banco Central especialmente a un horizonte de mediano y largo plazo (Mehrotra & Yetman, 2014). Si bien existe esta definición general de anclaje de expectativas, diversos autores proponen modelos que incorporan shocks y elementos característicos de distintos países, para determinar de manera más sofisticada si las expectativas efectivamente están desancladas o son variaciones de la percepción económica transitoria. (Castelnuovo, Nicoletti-Altimari, & Rodríguez-Palenzuela, 2003) (Mehrotra & Yetman, 2014) (Strohsal & Winkelmann, 2015).

En base a las definiciones anteriores y extrapolándola a los hogares, existe evidencia de que las personas tienden a desconocer la función del Banco Central, por lo que un proxy de la transmisión de su misión y el anclaje de expectativas es una percepción de la población de una estabilidad en la evolución de los precios (Deutsche Bundesbank, 2019). Lo anterior hace necesario estudiar las percepciones de hogares en Chile para no solo evaluar el impacto del ciclo inflacionario, sino que también para contar con un proxy de un supuesto anclaje o desanclaje en sus expectativas de inflación.

Objetivos

En este contexto se realizó un estudio cualitativo con el siguiente objetivo general:

“Indagar el impacto del cambio de precios sobre la percepción, comportamiento y expectativas de los hogares chilenos”

En cuanto a los objetivos específicos, estos fueron:

1. Conocer los mecanismos de conformación de percepciones de precios.
2. Indagar el impacto de los cambios de precios en los patrones de ahorro/consumo de los hogares.
3. Explorar los patrones esperados de ahorro/consumo de los hogares en el marco de sus expectativas de inflación.
4. Evaluar el conocimiento acerca del Banco Central y su rol sobre el control de la inflación.

Debido a la cantidad de información recolectada, el presente artículo indagará de manera más exhausta los resultados que explican el segundo y tercer objetivo del estudio en cuestión, dejando los objetivos 1 y 4 para otra publicación.

Metodología

La metodología cualitativa

La metodología cualitativa es una técnica de investigación que recolecta información no numérica, basada en estudios de casos que levanten la experiencia de personas con ciertas características, con la finalidad de obtener una base teórica, lo que podría orientar una siguiente etapa de recolección de datos numéricos.

El proceso de investigación cualitativo se diferencia de uno cuantitativo en que este último busca resultados en terreno sobre un cuerpo teórico y de datos anteriormente armado (lógica deductiva de investigación). La investigación cualitativa, en cambio, busca generar elementos teóricos o hipótesis de posible sistematización futura a través de la información que se recoge desde el terreno (lógica inductiva de investigación). (Corbetta, 2007) (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Esta técnica se centra en comprender la perspectiva de los sujetos acerca de los fenómenos que los rodean, a partir de sus propias experiencias, percepciones, expectativas y sentimientos, alcanzando un nivel de profundidad mucho mayor del que se obtiene de otras fuentes como encuestas o registros administrativos.

Para ello, los instrumentos a utilizar (entrevistas en profundidad, historias de vida, observaciones, *focus group*, etc.) responden a pautas abiertas o semi estructuradas en donde se busca generar hipótesis durante el proceso de recolección de datos mediante una sistematización a posteriori de los elementos observados. (Corbetta, 2007).

En las investigaciones cuantitativas, el criterio de validez está dado por su representatividad, esto es, la capacidad de una muestra de representar los parámetros de una población con un error muestral conocido. Por su parte, en la investigación cualitativa no existen parámetros definidos para establecer un tamaño muestral. De todos modos, este se determina en base a tres factores: 1. La capacidad operativa y recursos disponibles, 2. Posibilidad de entender el fenómeno o responder a las preguntas de investigación (saturación) y 3. La naturaleza del fenómeno (frecuencia y accesibilidad a los casos). (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010) (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010).

En línea con lo anterior, la “representación” en términos cualitativos guarda relación con el principio de saturación, que es cuando la adición de nuevas unidades no aporta nueva información o, en otras palabras, el valor marginal de una nueva unidad de información es cercano a cero. Por lo tanto, la muestra final en este tipo de estudios se determina cuando se alcanza el punto de saturación. (Canales, 2006) (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Uso de información cualitativa en los bancos centrales

Si bien las decisiones de política monetaria se basan predominantemente en el análisis cuantitativo a partir de estadísticas oficiales y modelos macroeconómicos, diversos bancos centrales han

adoptado un enfoque mixto que combina el análisis estadístico tradicional con información obtenida a través de metodologías cualitativas.

Contar con información relevante, creíble y confiable acerca de las percepciones de los agentes económicos puede ayudar a interpretar adecuadamente la situación económica con la información estadística disponible (D'Souza & Voll, 2021). En este sentido, la incorporación del análisis cualitativo en el quehacer de los bancos centrales permite confirmar, complementar y elaborar diagnósticos de diversos temas asociados al estado de la economía.

Los resultados de investigaciones cualitativas suelen ser usados para comprobar los diagnósticos de la situación económica elaborados a partir de las estadísticas oficiales, lo que se conoce como “*reality check*”. También ayudan a reducir brechas de información cuando la información estadística es volátil o contradictoria, cuando aún no se encuentra disponible o simplemente no existe.

Además, los estudios cualitativos permiten descubrir o confirmar sospechas del desarrollo de nuevas dinámicas macroeconómicas que aún no se reflejan en las estadísticas oficiales. Del mismo modo, es posible analizar fenómenos económicos enmarcados en perspectivas teóricas no tradicionales.

Características del estudio

Para este estudio se realizaron entrevistas en profundidad, una técnica cualitativa abierta y flexible que busca establecer una relación particular con la persona entrevistada, para acceder a información profunda, asociada a valoraciones, motivaciones, deseos, creencias y esquemas de interpretación que existan previamente y las que se desarrollen durante la interacción de entrevista (Canales, 2006).

Se utilizó una pauta semiestructurada, que permitió ahondar en temáticas específicas de acuerdo con el relato de la persona entrevistada. Los temas abordados fueron la percepción sobre la evolución de los precios, los cambios en el comportamiento económico actual, las expectativas a futuro sobre los precios y el posible impacto en el consumo, además de la percepción y el conocimiento acerca de la inflación y el Banco Central^{1/}.

La población objetivo corresponde a administradores de gastos del hogar, personas mayores de edad que regularmente realizan las compras, pagan las cuentas y organizan los gastos del hogar. La unidad de análisis corresponde al hogar, ya que los entrevistados responden por su situación personal y la de los demás miembros del hogar.

Las personas entrevistadas se distribuyeron a partir de algunas variables sociodemográficas, para identificar situaciones diversas. Para ello se utilizaron las variables de sexo: hombre o mujer, nivel educacional, dividida en tres grupos: educación hasta enseñanza básica completa, enseñanza media completa y enseñanza superior completa (técnica o profesional). Por edad se consideraron tres tramos: 18 a 30 años, 31 a 60 años y 61 años y más^{2/}.

Se realizaron 36 entrevistas entre el 15 y 19 de octubre, de manera remota a través de llamadas telefónicas o de video. Éstas fueron grabadas, previa autorización de los entrevistados. Es

^{1/} Pauta de entrevista disponible en Anexo.

^{2/} La distribución por sexo se realizó según la distribución a nivel poblacional. La distribución por nivel educacional y edad se realizó considerando la composición de los administradores de gasto identificados en la Encuesta CASEN 2020.

importante mencionar que el trabajo de terreno se desarrolló en un contexto noticioso marcado por un alza de precios y el posicionamiento de la inflación como una realidad nacional e internacional.

Los audios de las entrevistas fueron transcritos y luego procesados en el software NVivo, mediante un método de codificación que estructura el posterior análisis. En este software se cargaron las entrevistas como “casos” y se identificaron las temáticas o “códigos” con los cuales se realizó el análisis. Los códigos se organizan en forma de “nodos”, que se definen como estructuras para almacenar información codificada para que asuma diferentes significados, según el enfoque metodológico utilizado en la investigación. Estos nodos, a su vez se organizaron en “árboles de nodos”, que son grupos de nodos creados producto de encontrar jerarquía o similitudes, los que se organizan de acuerdo con su relación.

Resultados

Los siguientes resultados se desglosarán en cuatro aspectos principales que permitan dar un relato de temporalidad a los hallazgos.

El primer punto analiza la percepción del proceso de inflación inusual del país, identificando desde cuándo comienza a percibirse, la instancias en las que se percibe esta situación y los productos en los que consumidores ven afectados sus precios. El segundo, ahonda en las razones o causas que los entrevistados atribuyen al proceso inflacionario. El tercer foco de análisis se centra en las acciones que han tenido que tomar los hogares para enfrentar el presente proceso inflacionario. Como último punto, se presentan los resultados sobre las trayectorias de precios esperadas por los hogares, las condiciones que requeriría para que la inflación se estabilice a niveles previos y las expectativas de modificación de consumo a futuro.

Percepción de inflación: transversalidad en la percepción

La percepción de que los precios siempre suben y es extraño que bajen salvo algunos productos estacionales, es un tema transversal e instalado en la gran mayoría de los entrevistados. Teniendo ese punto común, también emerge la percepción de que los precios de los bienes y servicios que consumen han aumentado más rápido de lo habitual entre el último año o año y medio.

“Yo veo que esto es como desde que empezó la pandemia, unos tres meses después de que estuvimos como encerrados, ese invierno que venía después de marzo que declararon la cuarentena.” (Mujer, 31 a 60 años, educación media).

Mayoritariamente, la primera experiencia en que las personas entrevistadas han percibido el fenómeno es debido a que el presupuesto o monto asociado a los gastos cotidianos ya no es suficiente, junto con la percepción de que ciertos productos, de consumo más regular, iban aumentando el precio de manera más rápida de lo acostumbrado.

“Por ejemplo, si yo antes pagaba equis monto yo sabía lo que compraba, ahora tengo gastar equis y un poco más” (Hombre, 31 a 60 años, educación superior).

“Cuando uno compraba un producto y después lo vuelve a ir a comprar ya tiene otro...es variable el precio, entonces por eso le digo, subió ya, porque se ha elevado mucho los precios de los que uno

consume, aparte de los materiales que uno compra para la construcción” (Hombre, 31 a 60 años, educación básica).

Debido a que la percepción de aumento de precios se releva principalmente por la experiencia de compra cotidiana, es decir en supermercados y ferias, es que los productos que más se mencionan son aquellos relacionados con alimentación y productos de uso cotidiano del hogar, en otras palabras, bienes no durables.

“Hoy en día, tu vas a la feria con 10.000 pesos y te traes menos de la mitad de lo que te traías un año atrás” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“Eh... porque, bueno, yo, eh... como que tengo un monto más fijo de lo que apporto al hogar, entonces yo era la que estaba como totalmente destinando mi dinero a comida, o a los servicios justamente. Entonces, al notar que ya no me estaba alcanzando, fue como, pucha, ya, estamos gastando más en esto” (Mujer, 18 a 30 años, educación superior).

Al consultar sobre los productos que se identifican como los de mayor alza, predomina la expresión “todo en general” seguido por alimentos, bienes no durables, cuentas básicas y combustibles. Al momento de indagar en más productos aparecen otro tipo de bienes como automóviles, medicamentos, ropa, materiales de construcción y electrodomésticos entre otros con menor mención. Por lo tanto, si bien el aumento percibido es en los bienes no durables de uso cotidiano, existe la percepción de un alza relativamente generalizada dentro del espacio de consumo que posee cada hogar.

“Si, yo antes me compraba unas pastillas que me costaban \$7000 por mi enfermedad y ahora cuestan casi 18,000 hasta \$20,000. He visto mucha variedad en el medicamento, porque ha subido tanto y las cadenas de farmacias lo suben mucho.” (Hombre, 31 a 60 años, educación básica).

“Empezando... el pan. Aquí en este barrio está a 1350 el kilo de pan. Y subió mucho, en casi en un mes subió los 350, es mucho para nosotros” (Mujer, 61 años o más, educación básica).

“Yo por mi trabajo igual veo todo lo que es materiales y los materiales de construcción se dispararon” (Hombre, 31 a 60 años, educación superior).

“En la bencina es muy notorio, nosotros echamos harta bencina, ocupamos harto el auto, entonces, y vamos una semana, y a la semana siguiente como que está más caro, y está más caro, y bueno ahora ya está súper cara, está 900 y tantos pesos en todos lados. Entonces ahí es muy notorio” (Hombre, 18 a 30 años, educación superior).

Causas del cuadro inflacionario: multicausal

Con respecto a las causas que se atribuyen al aumento de precios, existe una mirada transversal en las personas entrevistadas de que el reciente fenómeno inflacionario se debe a una situación multicausal, encontrando en casi todos los relatos más de una causa para poder entender este fenómeno.

“No es solamente a nivel nacional, sino que esto es...a nivel mundial todo este problema que ocasionó justamente la pandemia y, recordemos también que acá hubo un estallido social que de

ahí en adelante se marcó y se incrementó con el asunto de la pandemia, todos los valores y bueno servicios que uno...que uno está recibiendo.” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“Una cantidad de elementos que tienen que ver con el mercado en general, la situación de repercusión que estamos teniendo en Chile y a nivel mundial ¡por supuesto! Tú sabes cómo están los mercados internacionales, todas las dificultades que se han producido a propósito de la pandemia, los traslados de productos, desde los países que nos importan a nosotros y también digamos elementos que tienen que ver con la situación actual del país. No es menor lo que ha pasado con todos los cambios, en términos de los retiros, el aumento de la inflación, son una cantidad de factores que están muy a la vista” (mujer, 61 años y más, educación superior).

De las distintas causas nombradas, estas se pueden agrupar en 4 grandes razones, pero además destaca una quinta que, si bien no es una gran categoría como las otras 4 en cantidad de menciones, aparece como un tema de preocupación emergente, el cual es la sequía y el cambio climático.

Con respecto a las categorías, estas se expondrán ordenadas según la cantidad de menciones y referencias entre los entrevistados.

Situación mundial

Gran parte de las personas entrevistadas asocian el aumento de precios con las consecuencias económicas de la pandemia COVID-19 a nivel mundial, y que esta misma ha desencadenado procesos inflacionarios en todo el mundo.

“Yo creo que tiene que ver con la pandemia, tiene que ver que hay un costo social y económico, o sea la pandemia a nivel mundial generó muchas pérdidas humanas y también muchas alzas a nivel.” mundial. (Mujer 31 a 60 años, educación básica).

Este tema presenta diversos niveles de profundidad, mientras algunos lo mencionan como un tema en general, otros profundizan en el ciclo económico subyacente relacionado al retraso de la cadena productiva, impulsando el aumento de costos y el aumento del dólar.

Entre los grupos de análisis se encuentra una cantidad similar de menciones sobre la situación mundial como una de las causas del proceso inflacionario, pero la profundidad del análisis internacional mencionada anteriormente está ligeramente ligada al nivel de educación superior.

“...me da la sensación de que por el tema de la pandemia que estamos viviendo actualmente, que a lo mejor no hay mayor importación de productos y claro, el mercado se debe ver en la obligación de subir los precios porque en el fondo, es lo que les conviene a ellos, no sé. Me da esa sensación, por la escasez de poder adquirir cosas desde afuera.” (mujer, 31 a 60 años, educación superior).

“Otra razón, es que los alimentos, por lo que entiendo, si es que aumenta el precio del dólar, aumenta el precio del combustible, si es que aumenta el precio del combustible los alimentos van a aumentar de precio. Hay como una cosa en cadena. Yo creo que tiene que ver con lo mismo finalmente hacia todo.” (hombre, 18 a 30 años, educación superior).

Aumento en el consumo debido a estímulos monetarios

El segundo tema más mencionado por las personas entrevistadas refiere al aumento del consumo debido a los estímulos monetarios inyectados durante la pandemia³. Si bien existe una percepción de que éstos ayudaron a muchos hogares para poder mantener un consumo mínimo y/o pagar deudas, los informantes también perciben que existen otros hogares que los utilizan para consumir bienes no esenciales o como mecanismo para aumentar su inversión.

Al revisar las menciones por grupos de entrevistados, esta temática es mencionada con mayor fuerza por las personas pertenecientes al tramo etario mayor de 60 años. Adicionalmente, los retiros del 10% de los fondos previsionales es el estímulo monetario que mayor mención tiene para explicar la inflación.

“O sea yo conversando porque no entendemos por qué y todo el mundo lo comenta porque yo tengo varias amigas que están construyendo, ampliando casas... pienso que con el 10% aprovecharon, bueno todo aprovechamos de amononar la casita, forrarla mejor, de tener una mejor calidad de vida” (Mujer, 61 años o más, educación superior).

“Y que suben, bueno, en este minuto también le han echado la culpa de que como hay mucho, con los retiros del 10%, con el IFE, hay mucho circulante, más circulante que el que había antes, entonces hay más demanda y por eso han subido los productos, también.” (hombre, 61 años o más, educación media).

Otro estímulo monetario mencionado por los hogares es el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), aunque en menor medida que los retiros de los fondos de pensiones. Esta diferencia en menciones con respecto a los retiros del 10% de las AFP se debería, en primer lugar, porque muchos entrevistados reconocen que ha sido una ayuda efectiva al hogar y, en segundo lugar, porque no todos reciben este estímulo. Debido a lo anterior es que este estímulo es mencionado en mayor medida por personas con educación superior que, al ser un *proxy* de nivel socioeconómico, no perciben subsidios estatales directamente.

Yo encuentro que, mire, una, es el IFE, que es la ayuda que está dando el gobierno, que hay mucha gente que no trabaja y está ocupando el IFE, pero también el comercio y todo eso se aprovecha de subir los precios por la ayuda que está llegando, y lo otro también, por lo de la AFP, los cuartos retiros, los retiros de la AFP. Yo encuentro que eso hace subir los precios de las cosas. (mujer, 31 a 60 años, educación media).

“Y eso es una cuestión generalizada de un proceso inflacionario. Y el origen de esto, la causa de eso, bueno la inyección de dinero al mercado tanto por los sobregiros como por los famosos IFE y esas cosas.” (Hombre, 61 años o más, educación superior).

³ Uno de los principales estímulos monetarios entregados en Chile durante la crisis por Covid-19 son los retiros de 10% de las cuentas individuales de fondos previsionales administrados por las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), que al 28 de enero de 2022 totalizaron US\$ 50.503 millones. A lo anterior se añaden las medidas de apoyo estatales a través de transferencias directas, en donde se han destinado US\$33.730 millones hasta noviembre 2021. Entre estas medidas, la más importante ha sido el Ingreso Familiar de Emergencia Universal (IFE) que se entregó al 90% de los hogares del país.

Incertidumbre en el escenario nacional

El tercer tema en cantidad de menciones es el escenario político del país, el cual genera una alta incertidumbre en las personas entrevistadas. Esta razón se menciona transversalmente en todos los grupos de estudio.

“yo lo veo esto demasiado político, señorita. Demasiado político.” (hombre, 31 a 60 años, educación media).

Los temas que se mencionan dentro de esta incertidumbre del escenario nacional parten desde los hechos ocurridos desde el 18 de octubre de 2019 o estallido social, pasando por la mención a hechos de violencia en algunas regiones del país, junto con el posible resultado de las elecciones presidenciales del 19 de diciembre del 2021 y el resultado del proceso de discusión constitucional. Si bien la temática asociada a la incertidumbre resulta transversal, existen distintas opiniones con respecto al mecanismo por el que la incertidumbre influye en el escenario económico, desde un elemento que afectaría la inversión hasta un proceso en que se albergaría una esperanza de algo positivo a futuro.

“Querida, está la gran incógnita por que vienen las elecciones y yo creo que los cambios que pretenden hacerse, no sé, no sé qué consecuencias irán a traer” (Mujer, 61 años o más, educación media).

“Pienso que sí. Siempre que, bueno en la novena región estamos complicados porque atacan los camiones, queman camiones, está la pura cantá acá nomás. Y a veces los camiones no quieren pasar pa acá. No quieren venir a dejar comida o que se yo, los fletes de los supermercados. Ojalá no pase nada.” (Mujer, 61 años o más, educación media).

“yo creo que tiene que ver más con la Convención Constitucional donde se disparan las balas de incertidumbre, aunque yo confío y espero que sea un momento importante para Chile y confío mucho con lo que vaya a ocurrir con la convención” (hombre, 31 a 60 años, educación superior).

Suspicias al proceso de ajustes de precios de las empresas

El último gran tema mencionado se relaciona con una percepción generalizada de que las empresas ajustan sus precios debido a intereses individuales y lejanos de una “perspectiva económica de ajuste de precios”, lo que se expresa en una desconfianza desde los consumidores hacia las empresas.

“Siento que los empresarios aprovechan, porque yo te creo que haya una subida de un 2%, 5% pero fíjate que el otro día fui a cotizar por ejemplo una aspiradora que se me rompió. Y ya había subido 30% y ahora para el próximo año van a subir más.” (Mujer, 31 a 60 años, educación básica).

Si bien la desconfianza se presenta de manera equitativa dentro de los grupos de estudio, las opiniones presentan matices o distintos grados de desconfianza. Los niveles más bajos se expresan en que las empresas deben subir los precios para recuperar las pérdidas generadas producto de la pandemia. Un nivel intermedio de desconfianza es el que se relaciona con que los precios son productos de una especulación sobre hechos y no de la cadena de generación de valor de los

productos. Por último, un nivel más alto refiere a aquellas personas entrevistadas que manifiestan una desconfianza profunda hablando abiertamente de colusión en las empresas.

“Porque... para mí, esto es todo político, eh... es todo político, o sea... la percepción mía es que la pandemia hizo perder mucho a los empresarios, la manera de... y la manera de recuperarse es subir los precios, nada más. No lo veo de otra forma.” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“Bueno, la fruta y la verdura es mucho tema de especulación también, porque cualquier cosa política que hay entre medio, suben. Llueve, ponte tú llueve hoy día, y ya mañana los precios están disparados. 'No, es que la lluvia', pero los productos ya estaban acá, en Santiago, ¿me entiende? No es que los fueran a cosechar el mismo día de la lluvia o a producir el mismo día de la lluvia, entonces encuentro que es mucha especulación” (Mujer 31 a 61 años, educación media).

“Por eso te digo que, yo creo que están como, no quiero hablar de coludidos, pero yo creo que algo hay ahí, porque los precios no varían mucho de una tienda a otra, o de un lugar a otro, están como todos el mismo...” (Hombre, 61 años o más, educación superior).

Sequía y cambio climático

Las menciones sobre sequía y cambio climático no alcanzan a insertarse dentro de una de las otras 4 agrupaciones de temas, pero reúne por sí mismo un número de menciones importantes.

“Lo más probable, como dicen que el agua, que no hay agua... que la capa de ozono y todo eso, entonces no vamos a tener verduras y como cuando hay escasez de cosas suben los precios” (Mujer 31 a 60 años, educación básica).

Algunos de los entrevistados empiezan a reconocer el fenómeno de la sequía actual y el cambio climático como una causa que ha contribuido a aumentar la escasez de los productos y que, por lo mismo, los precios de alimentos han ido aumentando.

Al analizar las menciones con respecto a grupos de estudio, se encuentra una diferencia de menciones entre el grupo etario de 61 años y más frente a los más jóvenes, donde estos últimos relevan más este problema como causa del proceso inflacionario.

“A esto agrégale los efectos del cambio climático que son muy rotundos, imagínate que no podían descargar barcos que traían fierros y clavos porque habían marejadas, y las marejadas son producto del cambio climático.” (hombre, 31 a 60 años, educación superior).

Cambios en los patrones de consumo: afectado por condición socioeconómica

El análisis de las entrevistas evidencia distintas estrategias para enfrentar el proceso inflacionario actual, las que se relacionan muy fuertemente con el nivel educativo y de ingresos de los hogares. En muchos casos los hogares aplican más de una estrategia, las cuales van desde dejar de consumir productos o servicios, de primera o segunda necesidad, hasta costear el aumento de los precios disminuyendo el ahorro, pasando por alternativas intermedias.

No presenta cambios en el consumo

Antes de presentar las estrategias en sí, se debe destacar que dentro de las personas entrevistadas existe un grupo que, si bien reconoce que existe un proceso inusual de inflación, este aún no ha afectado al consumo del hogar.

Este grupo está conformado casi exclusivamente por entrevistados con educación superior y/o que en algún momento declaran tener un buen ingreso del hogar y su preocupación se enfoca en mantener la calidad y cantidad de lo que consumen.

“He tenido que gastar más, pero algunas cosas me parece que son básicas digamos ya, como mantener cierto nivel de comodidad, de buena alimentación especialmente que es algo que a mi interesa mucho, desde siempre, desde que mis hijos eran bebés y para mí digamos y para la casa”
(Mujer, 61 años o más, educación superior).

“Si por ejemplo, queremos adquirir un producto que nosotros encontramos que sea de primera necesidad y para nosotros represente, por ejemplo, calidad, nosotros...ya si el producto subió de precio lo vamos a comprar igual” (Mujer, 31 a 60 años, educación superior).

En el caso de aplicar alguna estrategia de modificación de consumo como dejar de consumir, reemplazar productos o lugares de compras, es debido a aspectos vinculados a una conciencia ecológica o de experiencia de consumo.

“Mira, no por la pandemia ni la alza de productos, sino que por un tema de ser un poco más consciente y porque igual siempre es más conveniente a granel. Porque puedo regular mejor lo que compro y lo que necesito. Entonces he empezado a comprar más según lo que necesito yo (...) prefiero la compra así como que te van a dejar a la casa y te dan así como cantidades particulares.”
(Mujer, 31 a 60 años, educación superior).

Dejar de consumir o posponer consumo

La acción que tiene un mayor impacto en el bienestar de los hogares es dejar de consumir o posponer el consumo de ciertos bienes o servicios a futuro. El motivo para dejar de consumir productos varía dependiendo de las características etarias y educacionales de los grupos estudiados.

De manera separada, los grupos predominantes en mencionar esta estrategia se encuentra en aquellas personas entrevistadas con educación básica y también con el grupo de personas de 61 años y más. La disminución de consumo de estos hogares obedece en general a productos de primera necesidad debido a su aumento de precios y, en algunos casos, al efecto combinado de aumento de precios junto con disminución de recursos.

“Estamos disminuyendo todo un poco. Si antes me tomaba dos tazas de té, ahora me tomo 1. Yo comía dos panes en la mañana, me como 1, y 1 en la tarde. Eso es todo lo que... ahí nos damos cuenta que tenemos que apretar el presupuesto (...) El café también po'. El café, todos tomábamos café, ahora se compra un tarro de café para el caballero que más le gusta el café. Yo no tomo café ahora” (Mujer, 61 años o más, educación básica).

“Hoy en día ya se está comprando lo justo por lo mismo, porque los precios están más altos. Y así en general muchos productos, por decir, frutas también. Antes uno compraba el kilo de fruta y hoy en

día se está comprando casi lo justo para no perder, para no perder esos productos que te van sobrando” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“Antes compraba, yo iba al supermercado y llevaba 3-4 tarros, ahora, 1 tarro” (Mujer, 61 años o más, educación superior).

Por otro lado, están aquellos que retrasan consumo de bienes secundarios como servicios específicos y/o bienes durables que no son de primera necesidad. Al analizarlos por los grupos de estudios, se encuentra que hay mayor diversidad en las menciones con una leve tendencia hacia los grupos de educación básica y educación media.

“Antes igual nos gustaba mucho pedir comida rápida, y ahora, claro, como que cuesta más también. Es como pasa lo mismo que los pantalones, así como, pucha, mejor comprar mercadería” (Mujer, 18 a 30 años, educación superior).

“En este caso no le estamos dando preferencia a ampliaciones, mejoras en la casa, renovar muebles o hasta ver qué va a pasar” (Hombre, 31 a 60 años, educación básica).

Sustitución de bienes y lugar de compra

Otra estrategia realizada consiste en sustituir productos y/o lugar de compras en vez de dejar de consumirlos. Nuevamente se encuentra una relación entre nivel educacional y el uso de esta estrategia de consumo.

Por un lado, se encuentran el grupo de educación básica y algunos de educación media que relatan siempre haber realizado esta estrategia de compra, son hogares que están acostumbrados a utilizar su tiempo en buscar el producto, principalmente, o el lugar más barato

“Lo hemos hecho toda la vida (reemplazar productos por otros similares, pero más baratos), siempre, sí. Siempre está eso, yo creo que los fabricantes son los mismos, con un envase de otro color” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“Claro comprar lo que está más barato, o sea uno siempre anda buscando lo que esté más barato para comprar, las ofertas” (Mujer, 31 a 60 años, educación básica).

Por otro lado, existe un grupo de entrevistados de los mismos niveles educacionales, pero con un mayor poder adquisitivo, que no realizaban esta estrategia y la han tenido que aplicar debido al proceso inflacionario actual.

“Yo... antes comía mantequilla, ahora margarina, margarina no más, margarina. Ocupo la (Marca A) que es la más desgrasada que hay. Lo otro, yo usaba champú bueno, ahora tengo que comprar el (Marca 2) no más po', que es el más barato (...) La leche no, aunque subió, no la dejo de comprar por mi nieta. Por ser el arroz, el arroz que yo compraba me costaba 1200, 1300, ahora subió a 1400 pesos. Ahora me compro el (Marca 3), que vale, a ver, vale como 700 pesos. Ahí hay un ahorro” (Mujer, 61 años o más, educación básica).

Si bien el cambio de productos es la estrategia más mencionada al analizar el efecto sustitución, el cambio de lugar de compra también se considera una alternativa. La motivación de este cambio

puede obedecer a un cambio de lugar y de productos para disminuir el gasto, o bien para mantener el consumo y la calidad del producto o servicio consumido.

“Antes yo más cerca de mi casa tenía un (supermercado 1). Pero a veces sí nos dábamos la lata de ir en auto al (supermercado 2). Pero no era tan necesario, sino que era por ahorrar un poco. Ahora es realmente necesario...si yo fuera al (supermercado 1) no me alcanzaría, no podría comprar las cosas básicas” (Mujer, 31 a 60 años, educación media).

“Me he cambiado de supermercado a distribuidora...entonces se es un poco más barato, pero comprai por decir, por cantidad...pero, sin embargo, de menor, un poco de menor calidad, pero eso, eso hemos hecho, esos juegos para que más menos nos alcance” (Hombre, 31 a 60 años, educación básica).

“Medicamento trato de buscar las ofertas, o sea, en las farmacias hay algunos días que son ofertas en ciertos medicamentos. Así, el día jueves tienen el descuento en lo que necesito, por ejemplo, espero el jueves y lo compro ese día” (Mujer, 31 a 60 años, educación media).

Adelantar compras

Adelantar las compras es otra estrategia que mencionan las personas entrevistadas. Esta estrategia está relacionada, en general, a personas con un mayor ingreso que les permite costear este adelantamiento de compras, identificando dos grupos.

El primero de ellos tiene que ver con adelantar el consumo para aprovechar descuentos y así disminuir el gasto a mediano y largo plazo.

“Cuando hemos visto ofertas, o estos CyberDay, etcétera, hemos aprovechado de comprar cosas. Por ejemplo, el otro día, el otro día, fue hace como dos semanas, no sé hace cuánto, cachamos una oferta de las (Marca 1), y aprovechamos de comprar ahí el combo para todo lo que nos durara. Entonces, claro, eso, por ejemplo, herramientas que vimos en oferta, también aprovechamos de comprarlas al tiro, y cosas como por el estilo” (Mujer, 18 a 30 años, educación media).

El segundo grupo, bastante más pequeño, ha decidido adelantar las compras bajo un concepto de racionalidad económica clásica ya que, a la velocidad de la inflación que perciben, es mejor comprar antes de que los productos estén aún más caros.

“Ahora he comprado mercadería que por decir vence el próximo año en el 2022 en junio del próximo año. Porque como prevé la economía y esto de los precios que suben y bajan, preferí comprar harto, tenía una plata y compré más de lo que tenía que comprar” (Hombre, 31 a 60 años, educación básica).

“Cuando lo íbamos a comprar (cruce), como que pensamos al tiro, ya, mejor pagarlo lo antes posible para que... que, que... el dólar no afecte en el futuro” (Hombre, 18 a 30 años, educación superior).

Financiamiento del proceso inflacionario: desahorro y uso de apoyos monetarios

El financiamiento del proceso inflacionario es la capacidad del hogar de poder cubrir el aumento de los precios de manera total o parcial, por lo que tiene estrecha relación con las estrategias o cambios en los patrones de consumo de los hogares.

Dentro de los hogares que han aumentado su gasto encontramos tres grupos distintos, aquellos que financian el aumento de precios sin mayor consciencia de la pérdida de ahorros, otros que perciben el desahorro como un mayor costo y, finalmente, aquellos que han podido financiar el aumento de precios gracias a los recursos entregados durante la pandemia.

El primer grupo de entrevistados no presenta cambios en el consumo, pero menciona aumentar el gasto, sin problematizar mucho el aumento de costo de los productos. Al mismo tiempo no mencionan endeudarse por lo que es una forma de desahorro con poca consciencia de tal.

“He tenido que gastar más, pero algunas cosas me parece que son básicas digamos ya, como mantener cierto nivel de comodidad, de buena alimentación especialmente que es algo que a mi interesa mucho, desde siempre, desde que mis hijos eran bebés y para mí digamos y para la casa.”
(mujer, 61 años y más, educación superior).

Existe otro grupo de personas que financian el aumento de precios mediante el desahorro, pero de manera más consciente. Son personas que aún no han aplicado estrategias de cambios de consumo, pero están cercanas a hacerlo, o que ya han aplicado estrategias debido a la menor cantidad de recursos.

“Yo antes podía ahorrar mucho más, y mi ahorro era más grande pero ahora también he ido como gastando ese ahorro, también por lo mismo, porque de repente no alcanza bien, y ya no he podido, o sea el último mes, no pude ahorrar nada” (Mujer, 18 a 30 años, educación superior).

El tercer grupo, más numeroso y ligado a administradores de gasto con educación básica o media, manifiesta que los subsidios estatales les han permitido financiar el aumento de precios. Debido a la diversidad de hogares destinatarios de esta política pública, en donde algunos presentan mayor presupuesto del hogar que otros, la forma de utilizar estos recursos varía. Esta variación se observa desde su uso para poder sobrellevar los problemas que posee el hogar para cubrir sus necesidades básicas, hasta personas que han podido utilizarlo para hacer arreglos en sus viviendas o consumir productos no esenciales.

“(respondiendo pregunta sobre si el IFE le ha ayudado a mantener nivel de vida) Para nada, o sea no puedo ser mal agradecida, puedo entender que el Estado hizo un esfuerzo, quiero ser bien racional. Sí que hizo un esfuerzo enorme, pero esto es como tapar un hoyo con el dedo.” (mujer, 31 a 60 años, educación básica)

“El IFE es el que estamos recibiendo (...) Y con eso de repente nos damos unos gustitos y compramos un poco más de mercadería” (Hombre, 61 años o más, educación básica).

“La estamos arreglando (casa), que todavía le faltan algunas cosas por ahí, entonces en eso invertimos la plata del IFE, todos los IFE de mi hijo, de las nueras” (Mujer, 31 a 60 años, educación básica).

Casi todos los entrevistados también mencionan haber hecho uso de uno o los tres retiros del 10% de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP). Considerando que esta medida fue universal, el uso que se le ha otorgado está asociado según el nivel educativo y/o de ingresos de los hogares. El uso es similar al declarado con las ayudas estatales, desde poder mantener el consumo básico del hogar, pasando por compras de bienes durables y arreglos en el hogar, hasta llegar a ahorrarlo o invertirlo; este último en hogares de mayor nivel educacional o de mayores ingresos.

“El diez por ciento (10%) todos, todos los he retirado tanto mi pareja y yo, con el propósito de inversión personal sobre lo mismo. Retirado no por necesidad urgente de alguna situación puntual, sirve más bien para tener ese respaldo, y tenerlos en mis manos” (Hombre, 31 a 60 años, educación superior).

“Con ahorros...me quedo ahora una...un finiquito que es nada ¿ya? Por lo tanto, eso se consumió rápidamente y, claro, el apoyo del IFE y del 10% sirve” (Hombre, 61 años y más, educación media).

Debido a las ayudas estatales y a los retiros de 10% de los fondos previsionales, la cantidad de personas que declaran endeudarse es mínima y, como se mencionaba anteriormente, estos recursos han permitido a los hogares sortear mejor el proceso inflacionario y la pandemia.

“Este asunto del IFE ha ayudado a que uno no se pueda endeudar más ¿ya? Y prácticamente eso...ha hecho de que sigamos...prácticamente casi una vida un poquito normal para lo que está pasando” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“Estuve con contrato suspendido. Entonces eso notablemente bajaba mi sueldo, y claro con esa plata (retiros AFP) iba reponiendo lo que a mí me faltaba eventualmente que era lo que solía pagar antes. Fui dividiendo los meses hasta lo que me alcanzara” (Mujer, 31 a 60 años, educación media).

Expectativas: Anclaje de expectativas, pero con alta incertidumbre

Existe un cierto nivel de anclaje de expectativas en que los precios retornarán a su dinámica habitual dentro de un tiempo, por lo mismo no existen expectativas de seguir modificando el consumo, en tanto los ajustes necesarios ya se habrían realizado por parte de los hogares. Aún así, estas expectativas se encuentran atravesadas por un sentimiento de incertidumbre relacionado tanto con el escenario mundial como nacional.

Dirección y velocidad del cambio de precio

Todos los entrevistados mencionan la imposibilidad, o dificultad ante un mejor escenario, de que los precios bajen.

“Yo pienso que van a seguir subiendo. No tengo ninguna fe de que eso pare, y teniendo en cuenta de esas amenazas de que si sale el cuarto retiro en verdad como que va a ser mucho peor siento que va a ser peor igual.” (mujer, 31 a 60 años, media completa).

“Yo creo que, en el mejor de los casos se va a frenar el alza, pero se habrá agarrado un nuevo nivel base, entonces difícil que los precios logren bajar y retornen a lo que eran.

O sea, a quien produce un producto o un servicio, no creo que tenga mucho interés en bajar...bajar los precios.” (hombre, 31 a 60 años, superior completa).

Tiempo para que la inflación se normalice

La expectativa de que el ciclo inflacionario vuelva a una normalidad se puede segmentar en dos ideas fuerza que se complementan. La primera de ellas es la que espera que este fenómeno dure en promedio uno o dos años más, siendo una opinión homogénea dentro de los grupos estudiados.

“Yo creo que se viene un período que va a seguir subiendo al mismo ritmo que quizás ahora, pero siempre las subidas son super graduales, tanto que muchas veces uno no lo nota. Pero yo creo que por...por algunos 1 o 2 años más va a seguir al mismo ritmo que estamos y después puede que llegue una pequeña estabilizada, espero.” (hombre, 18 a 30 años, educación media).

En tanto, la segunda idea se refiere a que esta duración se encuentra supeditada a la ocurrencia de ciertos fenómenos para que la situación inflacionaria mejore. Es importante recalcar que una alta proporción de los que atribuyen una temporalidad al fenómeno, también mencionan factores que deberían cambiar para que esta situación suceda, por lo que ambas categorías no son excluyentes.

“Yo creo que en un par de años, nos queda mucho todavía. Con la pandemia no tenemos todavía seguridad, tenemos brotes, lo que ha pasado a nivel mundial. La macroeconomía a nivel internacional sigue complicada, todo lo que tiene que ver con las grandes potencias. Diría que, en Chile, digamos ya hasta que se estabilice una situación política, que eso también va a significar inversiones y todo lo que tiene que ver en esa área.” (mujer, 61 años y más, superior completa).

Incertidumbre y factores de estabilización de la inflación

Cuando los entrevistados hablan sobre factores de estabilización y tiempo de recuperación de los precios, aparece un término constantemente: la incertidumbre.

“Entonces finalmente una está, si tú me preguntas yo estoy asustada, estoy no sé si es el objetivo del gobierno o del Estado, no sé, pero si tú me preguntas, siento una incertidumbre tremenda y una frustración tremenda” (Mujer, 31 a 60 años, educación básica).

La incertidumbre frente al fin del proceso inflacionario y de las consecuencias de este, es un fenómeno transversal en los entrevistados pero la forma en que se manifiestan varía por nivel educativo.

Mientras que aquellas personas con educación básica señalan que la incertidumbre refiere una preocupación sobre la situación del hogar en el futuro, las personas de educación superior relatan la incertidumbre como un problema macro, a nivel país más que individual, con posiciones críticas frente a la situación externa sin mencionar mayores incertezas a nivel hogar o individual.

“Ciertas cosas van a quedar estancadas, y otras van a tener que recurrir a bajar, porque después de que no, no haigan los IFE’s los 10%, la gente se va a desesperar porque no va a tener la plata como para comprar lo que se estaba comprando.” (hombre, 31-60 años, educación básica).

“Depende, estamos en dos procesos importantes: el de la Convención y el proceso político. Que son cruciales, de lo que pase en noviembre, diciembre, hay mucha gente que va a tomar sus decisiones en el plano económico.” (hombre, 61 años o más, educación superior).

La incertidumbre se relaciona fuertemente con lo que los informantes identifican como las causas del cuadro inflacionario, es decir, las causas mencionadas anteriormente son también aquellas situaciones que deben cambiar o remitir para que la inflación no sea tan alta, aunque en este escenario no se toma en cuenta la sequía.

Nuevamente el fenómeno es multicausal, por lo que los entrevistados manifiestan que para que el fenómeno inflacionario se estabilice, debe mejorar la situación mundial, retirar los estímulos monetarios, llamar a los empresarios a que se regulen bajando los precios y/o que se defina el escenario político económico a nivel nacional como parte de un gran acuerdo.

“Me imagino que por ahí ha sido más lenta la reactivación, pero no estoy cien por ciento segura... tengo la idea de que quizás en términos de los materiales de construcción y vehículos, que es más de cosas que no se están produciendo tanto o no están llegando tanto acá...se normalice y, para eso, yo creo que es un poco eso, mayor porcentaje del mundo vacunada, en torno a la pandemia.” (Mujer, 18 a 30 años, educación superior).

“Bueno, mis esperanzas son dos, mis expectativas en ese sentido: una es que los empresarios se pongan la mano en el corazón y dejan que se estanquen los precios de las cosas o los parlamentarios den alguna solución al sueldo mínimo, miserable que nos tienen.” (hombre, 31-60 años, educación básica)

“Qué es lo que yo creo, que tiene que haber menos circulante, menos bonos, menos incentivos que hay como también para los empleados, para los empleadores. Eso hace que haya mucha plata y la gente, en vez de ahorra para más adelante, gasta.” (hombre, 31 a 60 años, educación superior)

“...obviamente, con el nivel político quizás ya vamos a estar más estable, porque ya vamos a estar con el nuevo presidente o presidenta que va a salir, entonces ya quizás se va a normalizar más la cosa.” (mujer, 31 a 60 años, educación superior)

Debido a esta incertidumbre, las personas que manifiestan que los niveles de inflación deberían volver a la normalidad, lo hacen como una esperanza más que como certeza. Este grupo de personas es el que ha sido más afectado con el proceso inflacionario reciente.

“Espero que no. Yo creo que esto que está pasando... no debería ser tan drástico más adelante, porque esto fue drástico, esto fue fuerte, fue mucho entonces va a seguir subiendo como siempre ha pasado, pero espero que sea más moderado, o sea que sea dentro de los rangos más normales.” (mujer, 61 años o más, básica completa).

Cambios en el consumo futuro

En cuanto a la perspectiva de cambio de consumo futuro, las personas entrevistadas manifiestan que ya han adaptado su consumo debido a este proceso inflacionario y que no deberían adaptarlo pronto o cambiar estrategias, considerando que en general lo estiman como un fenómeno transitorio.

“O sea, no creo que hayan cambios, ni para menos, ni para más, a no ser que haya, que venga una baja económica. Afortunadamente, como le digo, estamos bien en la pega, y no, no... y estamos bien. No creo que venga un cambio ni para arriba ni para abajo.” (Hombre, 31 a 60 años, educación media).

“... (hablando de cambios en el consumo) Entonces, yo creo que más allá por no gastar y no hacerlo a la rápida, sí me tomaría el tiempo de buscar la alternativa que puede ser el mismo producto pero más barato.” (Mujer, 31 a 60 años, educación media)

“(hablando de cambios en el consumo) ...yo creo que los mantengo, los mantengo, porque siempre compro lo mismo. Lo mismo para darnos vuelta, así, vamos variando.” (Mujer, 61 años y más, educación básica)

Es necesario mencionar la existencia de dos grupos minoritarios, el primero de ellos menciona no solo la intención de no modificar el consumo nuevamente si no que tampoco volver al consumo anterior, ya que quedaron demasiado afectados o aprendieron a mejorar las tácticas de elección de productos.

“Es que ya no vamos a volver al consumo anterior. De hecho, ahora ya uno va a estar más alerta, va a cuidar la plata y todo, porque con lo que vivimos con la pandemia ya nadie se va a poner a gastar la plata así como por gastarla.” (mujer, 31 a 60 años educación media)

El segundo grupo es aquel que mencionó no haber modificado mayormente el consumo, que aún no está dispuesto a modificarlo, pero que podría llegar a cambiar si este proceso de alta inflación continúa en el tiempo.

“Pero en el caso de que suban, sigan subiendo, yo creo que vamos a tener que seguir en esta dinámica de quizás cambiarse de una marca para otra, como tratar de ahorrar en ciertas cosas, o de privarse justamente, no sé po', como te decía de pedir comida rápida” (Mujer, 18 a 30 años, educación superior)

Discusión

La información analizada entrega evidencia que refuerza algunas concepciones revisadas por la literatura acerca de la conformación de percepciones, actitudes y expectativas frente a un proceso inflacionario inusual. Adicionalmente, la información recabada permite analizar los elementos particulares del proceso inflacionario chileno actual, visibilizando cómo aspectos contextuales e históricos modulan las percepciones y expectativas de los agentes económicos.

A nivel general la alta inflación ha afectado a todos los entrevistados en diversas formas y, si bien es un fenómeno ampliamente extendido, el modo en que se experimenta dentro de los distintos perfiles de hogares presentan algunas diferencias, las que se relacionan principalmente con el nivel educativo y, en algunas temáticas, con la edad del entrevistado.

Todos los entrevistados reconocen un aumento de precios inusual en el último año, percepción que se forja principalmente en la experiencia cotidiana de compra. Si bien la percepción de precios de compra no es completamente homologable con la percepción de inflación real, sí es posible reconocer una relación entre ambas. Este punto es trabajado por Ranyard et al. (2008) donde se establece que la formación de la percepción de inflación proviene desde las exposiciones más recientes y cotidianas de productos que más han incrementado su valor.

Tanto las causas que los entrevistados le atribuyen al proceso inflacionario, así como las condiciones para su normalización, son similares a las encontradas por Andree et al. (2021) en Estados Unidos. Los entrevistados reconocen que la inflación actual es un proceso multidimensional en donde afectan tanto razones internas y externas. Dentro de las causas externas se menciona la existencia de la pandemia generada por el COVID-19 y el efecto que ha tenido en las cadenas de suministros, el retraso o la falta de ellos y por consiguiente el aumento de los precios. Con respecto a las causas internas, se mencionan los estímulos monetarios, la necesidad de una estabilidad y acuerdo a nivel político económico y la necesidad de que las empresas sean más justas y no ejerzan acciones, que van desde tener un margen de ganancia adecuado, a menciones directas sobre sospechas de colusión para subir los precios.

Un hallazgo no esperado de las entrevistas es que, si bien la desconfianza que plantean los entrevistados hacia las empresas presenta diversos matices según características sociodemográficas, esta se presenta de manera transversal a todos los entrevistados del estudio. Esto va en línea con los resultados observados en la Encuesta Nacional Bicentenario (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022) en donde:

- i- El porcentaje de personas que cree que hay un gran conflicto entre trabajadores y empresarios sube desde un 55% en 2017, hasta un 62% en 2021.
- ii- Del total de entrevistados sólo un 11% menciona que confía bastante o mucho en las empresas.
- iii- Sólo un el 11% piensa que a las empresas se preocupan por el bienestar de la sociedad, y únicamente un 9% cree que las empresas actúan con integridad y transparencia.

Esta desconfianza debe tener un punto de especial atención ya que es un fenómeno importante para entender el crecimiento económico. Desde el Banco Interamericano de Desarrollo, Scarstascini & Valle Luna (2020) exploran la correlación que existe entre crecimiento económico y la confianza entre las instituciones del gobierno, las empresas y los individuos. En la recopilación hecha por los autores, mencionan que la desconfianza genera interrelaciones que perjudican el crecimiento económico como mayor concentración económica, menor otorgamiento de créditos, mayor gasto en seguridad, menor apego a las regulaciones, entre otros que restan eficiencia al sistema.

Dado que las personas entrevistadas experimentan cambios en los precios que vivencian y, por lo tanto, en su percepción de inflación, es posible apreciar modificaciones en sus patrones de consumo, los cuales están orientados a protegerse inicialmente de este shock inflacionario. Los más afectados materialmente son aquellos que han tenido que dejar de consumir bienes de primera necesidad, en conjunto con un aumento en la búsqueda de productos alternativos y lugares de compra más baratos. Sin perjuicio de lo anterior, resulta llamativo un aumento importante del malestar subjetivo en los grupos de educación media, en la medida que han tenido que realizar cambios en sus compras, debiendo abandonar o disminuir el consumo de ciertos servicios y, en algunos casos, eliminado sus ahorros. Ello genera una percepción de pérdida de estatus, lo cual es fuente de un importante malestar subjetivo en esta subpoblación.

Con respecto al anclaje de expectativas de inflación, se evidencia que los entrevistados en general no tienen conocimiento de la meta de inflación del Banco Central de Chile, pero sí aparece un hallazgo importante: las personas entrevistadas tienden a reconocer que existe una inflación normal, donde los precios se incrementan de manera constante, así como que algunos precios tienden a subir o bajar según cierta estacionalidad. Al mismo tiempo, se destaca que dentro del último tiempo la velocidad de esta subida ha sido más alta de lo normal pese a que no mencionan en general un número específico de inflación.

Esto puede dar evidencias de que, si bien los entrevistados no tienen un concepto o una cifra definida de anclaje de la inflación, sí es posible establecer que poseen una percepción de ella lo que lleva a considerar que el anclaje o desanclaje de expectativas, en el caso de los hogares, no debería analizarse solo en términos de que el valor indicado a uno o dos años coincida con el rango de la meta de inflación del banco o se aleje de ésta, sino que debe evaluarse en otros términos.

Una propuesta para evaluar el anclaje de las expectativas de inflación es analizar el comportamiento económico actual y esperado de los hogares ya que cambios en el comportamiento asociados a las expectativas de inflación, albergan el riesgo de que la inflación siga un proceso autorregresivo, siendo este el principal riesgo del desanclaje. Si los hogares esperan que la inflación aumente de forma persistente en el futuro tienden a modificar su comportamiento económico para protegerse del aumento de precios esperado: los consumidores comienzan a adelantar compras que normalmente realizarían en el futuro, presionando con ello la demanda agregada en el presente; al mismo tiempo los trabajadores tienden a exigir reajustes salariales para no perjudicar sus ingresos reales, aumentando con ello el costo laboral de las empresas, las que intentarán traspasar parte del aumento de sus costos al precio de los bienes y servicios que proveen al mercado.

En lo que refiere a los cambios en los patrones de consumo, no se observa una prevalencia significativa de relatos que manifiesten el adelanto de compras como estrategia dominante. Esto indica que la mayoría de los entrevistados no seguirían un comportamiento económico típicamente

racional, en el caso de que sus expectativas estuviesen desancladas con respecto a una inflación constante y estable en el tiempo. Esto resulta especialmente relevante, en la medida que se constituye como un indicio acerca de que las expectativas de los consumidores aún se encontrarían ancladas a la dinámica inflacionaria habitual a la que están acostumbrados; o al menos que un aumento de sus expectativas de inflación no estaría teniendo un efecto autoregresivo, desde el punto de vista de su impacto en la modificación de su comportamiento económico.

En cualquier caso, la evidencia apuntaría más bien a que las expectativas de inflación de los consumidores aún se mantendrían ancladas. Esto se observa, en primer lugar, en que, pese a la alta incertidumbre del periodo, manifiestan una expectativa de normalización en la velocidad de cambio de precios entre uno y dos años y; en segundo lugar, en el hecho de que las personas entrevistadas no esperan seguir modificando sus patrones de consumo hacia el futuro, debido precisamente a que esperan que los precios se estabilicen en el mediano plazo.

Finalmente, es importante destacar que los entrevistados, en cuanto consumidores, mencionan fuertemente la incertidumbre como una causa de la inflación, así como también como un obstaculizador para la toma de sus decisiones. A la vez mencionan que, para una normalización de la situación, debe disminuir la incertidumbre tanto interna como externamente. Esto es relevante dado que señala que, al igual que las empresas, los consumidores necesitan un escenario de certidumbre para poder proyectar sus expectativas y acciones futuras.

Bibliografía

- Andre, P., Haaland, I., Roth, C., & Wohlfart, J. (2021). Inflation Narratives. *ECONtribute Discussion Papers Series*, 117.
- Armantier, O., Bruine de Bruin, W., Topa, G., Van der Klaauw, W., & Zafar, B. (2015). Inflation expectations and behaviour: do survey respondents act on their beliefs? *International economic review*, 56(2).
- Armantier, O., Kosar, G., Pomerantz, R., Skandalis, D., Smith, K., Topa, G., & van der Klaauw, W. (2020). *How economic crises affect inflation beliefs: Evidence from the COVID-19 pandemic*. Staff Report, Federal Reserva Bank of New York.
- Bruine de Bruin, W., Vanderklaauw, W., Downs, J., Fischhoff, B., Topa, G., & Armantier, O. (2010). Expectations of inflation: The role of demographic variables, expectation formation, and financial literacy. *The journal of consumer affairs*.
- CADEM. (2021). *Encuesta Plaza Pública*. Estudio 400. Retrieved from <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2021/09/Plaza-Publica-400-Confianza-en-la-Convencion-Constituyente-cae-a-43-6pts-su-nivel-mas-bajo-desde-que-comenzara-su-funcionamiento.pdf>
- Canales, M. (2006). *Metodologías de la investigación social* (1° ed.). Santiago: Lom Ediciones.
- Candia, B., Coibion, O., & Gorodnichenko, Y. (2020). Communication and the beliefs of economic agents.
- Castelnuovo, E., Nicoletti-Altimari, S., & Rodriguez-Palenzuela, D. (2003). Definition of Price Stability Range and Point Inflation Targets: The Anchoring of Long Term Inflation Expectations. (273), European Central Bank Working Paper Series.
- Coibion, O., Georgarakos, D., Gorodnichenko, Y., Kenny, G., & Weber, M. (2021). *The effect of macroeconomic uncertainty on households spending*. Working Paper Series, European Central Bank.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Del Missier, F., Ranyard, R., & Bonini, N. (2016). Perceived inflation: The role of product accessibility and attitudes towards inflation. *Journal of economic psychology*.
- Deutsche Bundesbank. (2019). *The relevance of surveys of expectations for the Deutsche Bundesbank*. Monthly Report 53. Retrieved from <https://www.bundesbank.de/resource/blob/818958/372f4c2ddadc1e72f9e7437f554624e5/mL/2019-12-erwartungsbefragung-data.pdf>
- D'Souza, C., & Voll, J. (2021). *Qualitative field research yb monetary policy making*. Staff Discussion Paper, Bank of Canada.
- Gfk Adimark. (2021). *IPEC Índice Percepción de la Economía*. Informe mensual Noviembre 2021. Retrieved from https://www.aimchile.cl/wp-content/uploads/2021/12/GfK_IPEC_Noviembre_2021-1.pdf

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Koskimäki, T. (2005). How the Finnish consumer price index survived the Euro change-over. *OECD Seminar paper*.
- Mehrotra, A., & Yetman, J. (2014). Decaying expectations: what inflation forecasts tell us about the anchoring of inflation expectations. *BIS Working Paper*, 464.
- Pontificia Universidad Católica de Chile. (2022). *Encuesta Nacional Bicentenario*. Retrieved enero 25, 2022, from <https://encuestabicentenario.uc.cl/resultados/>
- Ranyard, R., Del Missier, F., Bonini, N., Duxbury, D., & Summers, B. (2008). Perceptions and expectations of price changes and inflation: A review and conceptual framework. *Journal of Economic Psychology*(29), 378-400.
- Rowe, J. (2016). How are households' inflation expectations formed? *Bank of England Quarterly Bulletin*.
- Scarstascini, C., & Valle Luna, J. (2020, Julio). The Elusive Quest for Growth in Latin America and the Caribbean: The Role of Trust. *Policy Briefs*(341). Retrieved from <https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Elusive-Quest-for-Growth-in-Latin-American-and-the-Caribbean-The-Role-of-Trust.pdf>
- Strohsal, T., & Winkelmann, L. (2015, February). Assessing the Anchoring of Inflation Expectations. *Journal of International Money and Finance*, 50, 33-48.

Anexos

Pauta de entrevista

PRESENTACIÓN

Buenos días/ tardes, mi nombre es (...) y, tal como se le señaló en la invitación telefónica, estamos realizando una serie de entrevistas que tienen como objetivo conocer su opinión respecto a su experiencia en la compra de productos y servicios y el cómo le ha afectado a su hogar esto en el último tiempo. Esta entrevista se está realizando también a otras personas de diversas características.

Es muy importante recalcar que todo lo que se diga aquí se mantendrá en estricta confidencialidad. Lo que nos interesa es rescatar su experiencia, por lo que no existen opiniones buenas o malas. La conversación durará aproximadamente 40 minutos y será grabada sólo con fines de facilitar el registro para el posterior análisis.

FICHA ENTREVISTADO

Para comenzar, le haré unas preguntas sobre usted y su hogar con el fin de que tengamos un registro de las características de las personas que estamos entrevistando. Como se le mencionó anteriormente, estos datos son confidenciales.

(Aplicar ficha con preguntas y llenar datos en planilla de entrevistados, se puede aplicar antes o después de finalizar la entrevista dado que algunos datos serán conocidos previamente)

- 1) ¿Cuál es su nombre?
- 2) Sexo
- 3) ¿Qué edad tiene usted?
- 4) ¿En qué comuna reside?
- 5) ¿Cuál es su máximo nivel educacional alcanzado?
- 6) ¿Actualmente, tiene un trabajo por el que recibe un pago? (Indagar en trabajos por cuenta propia e informales como pololos, trabajos ocasionales y modificación del empleo según pandemia)
 - a. *(Si tiene empleo)* ¿A qué se dedica?
 - b. *(Si no tiene empleo)* Actualmente, ¿Está buscando empleo o en alguna otra situación?
- 7) Entendiendo que un hogar está compuesto por personas que comparten o se benefician de un presupuesto y gastos en común ¿Por cuántas personas está compuesto su hogar?
- 8) ¿Me podría contar un poco quiénes son las personas que componen su hogar: hijos, otros familiares u otras personas? (Indagar en cantidad de integrantes, nombre, edad, sexo, nivel educacional y ocupación, ligado a la pregunta siguiente: ver ficha)
- 9) ¿Cuántas de estas personas aportan dinero al presupuesto del hogar? ¿Quiénes son? (Si no se ha mencionado en lo anterior, indagar y aclarar la situación del hogar, cómo se perciben los ingresos).

ENTREVISTA

Ahora pasaremos a una serie de preguntas sobre los precios de productos y servicios y su hogar:

I. Percepciones sobre precios

- 1) ¿Usted considera que en último tiempo hay algún cambio o variación en los precios de los productos o servicios que consume en **su hogar**?
 - a) ¿Qué cree que está sucediendo los precios de productos o servicios consume **su hogar**?
 - b) Para poder entender cómo lo ve usted, por ejemplo, si hace un año todas las compras de su hogar en el supermercado costaban \$100.000 ¿Cuánto estarían costando estos mismos productos si se compran en la actualidad? (**tratar de indagar en un orden de magnitud de la variación**)
 - c) ¿Desde hace cuánto tiempo considera que se está dando esta situación?
(De aquí en adelante, considerar como temporalidad desde enero 2021)
 - d) ¿Cómo se dio cuenta de que hay un cambio en los precios? ¿Qué es lo hizo que usted tenga esta percepción?
- 2) ¿Por qué cree que los precios se están comportando de ese modo? (**Profundizar lo mejor posible en las razones de la respuesta entregada**)
- 3) ¿Cómo se genera esa opinión? ¿Hay otras formas por las que se formó esa opinión?
Indagar en:
 - a) Qué medios (tv, radio, diario, redes sociales, etc.):
 - b) Noticias, matinales u otros programas si es tv
 - c) Opinión de otras personas con las que se relaciona: familia, amigos, compañeros de trabajo.
- 4) Usted me dijo que los precios de los productos que compra su hogar están (subiendo/bajando),
 - a) ¿Qué cree que está pasando con los precios a **nivel país**?
 - b) ¿Cree que los productos y servicios que compran otras personas están en la misma situación?
 - c) ¿Considera que esto afecta a todos por igual?
- 5) ¿En qué productos o servicios ve usted este cambio?

II. Cambios en el comportamiento económico

- 6) Dado lo que estábamos conversando, ¿Usted ha notado que su hogar ha tenido que modificar sus compras por el cambio de precios? (por ejemplo, gastar más o menos o dejar de comprar algunas cosas) **(Indagar en los gastos de todos los miembros del hogar)**
- 7) *(Preguntar si ha tenido que modificar sus gastos, sino, preguntar si lo ha notado en otros hogares o personas)* De lo que usted ha logrado percibir o notar ¿El consumo de cuáles productos o servicios se ha modificado?

Indagar:

- a) ¿Ha buscado reemplazos o productos similares a los que consumía, pero más económicos (bienes sustitutos)? ¿Me podría dar algún ejemplo?
- b) ¿Dejó de comprar algo debido a esto?
- c) ¿Ha retrasado la compra de algo para un “mejor momento”?
- d) ¿Ha adelantado la compra de algo dado que es un “buen momento”?
- e) ¿Ha cambiado el lugar donde habitualmente hace sus compras? ¿Qué lugar?
- f) ¿Hay algún producto o servicio que a pesar de que su valor se haya modificado, no ha dejado de comprar o no cuestiona su compra?

Consultar por los bienes y servicios según tipo e indagar qué es lo que ha influido más en el gasto:

- g) ¿Y ha percibido si algunos productos de uso inmediato y corta duración (Bienes no durables) como alimentos, servicios básicos, combustible, medicamentos, productos de aseo, u otros se han visto modificados en su compra?
- h) ¿Y qué tal aquellos productos que duran más tiempo (Bienes durables) como ropa, computadores, electrodomésticos o vehículos?

- 8) ¿Cómo diría usted que su hogar ha enfrentado el cambio de precios? ¿Qué cosas me podría decir que han cambiado?

Indagar:

- a) ¿Ha tenido que pedir algún tipo de crédito ya sea de préstamo estatal, a su banco o aumentar cupo de tarjeta o avances?
- b) ¿Si es que ahorra, dejó de ahorrar o gastó sus ahorros?
- c) ¿Recurrió a IFE o retiros 10%?
- d) ¿Hay otros factores que hayan influido en el cambio de su consumo como mudanzas, cambios en ingreso, cambios en la composición del hogar (nuevos integrantes) u otra cosa?

III. Expectativas sobre precios e impacto en el consumo futuro

- 9) Los cambios en el consumo de su hogar que me describió antes, ¿cree que son temporales o permanentes?
- ¿Qué cree que pasará con los distintos tipos de productos y servicios (durables/no durables) que consume su hogar? ¿Modificará sus compras nuevamente o mantendrá algunos de los cambios que ya realizó?
 - (Si el entrevistado o los miembros de su hogar han sufrido cambios en su empleo o ingreso)* ¿Cree que el ingreso de su hogar mejorará? ¿Esto modificaría sus compras?
- 10) ¿Qué cree que sucederá con los precios en el futuro? (Indagar en incertidumbre en cuanto al uso del presupuesto del hogar)
- Indagar:
- ¿Cree que seguirán subiendo?
 - ¿A la misma velocidad que en el último tiempo? (recordar enero 2021 y conversación inicial)
 - ¿En cuánto tiempo cree que pase esto?
- 11) ¿Cree que cuando esto cambie, será permanente o durará un tiempo?
- ¿Qué cree que tendría que pasar para que vuelva a su nivel de consumo anterior?

IV. Percepción de inflación

- 12) ¿Ha escuchado hablar del IPC? ¿Qué es según lo que usted sabe o ha escuchado?
- ¿Sabe qué mide?
 - ¿Sabe qué ha pasado con el IPC durante el último tiempo?
 - ¿Cómo se enteró?
 - (Si la persona dice que no sabe nada)* ¿Cree que el IPC tiene alguna relación con lo que hablamos al inicio de la entrevista (¿Sobre los precios?)?
- 13) ¿Y qué sabe sobre la inflación?
- ¿Sabe qué mide?
 - ¿Sabe qué ha pasado con la inflación durante el último tiempo?
 - ¿Cómo se enteró?
 - (Si la persona dice que no sabe nada)* ¿Cree que la inflación tiene alguna relación con lo que hablamos al inicio de la entrevista (¿Sobre los precios?)?
- 14) ¿Cree que hay alguna relación en entre los dos conceptos?
- 15) *Explicar qué es el IPC e inflación. Mostrar resultados IPC con ejemplos*

Inflación: Problema económico que tiene que ver con el aumento generalizado de los precios. Si los precios aumentan significa que el dinero tiene menos valor. En el caso de que los precios disminuyan generalizadamente, se llama deflación.

IPC: Sigla que significa Índice de Precios al Consumidor y sirve para medir la inflación. Como no se puede seguir el precio de todos los productos, el IPC toma los precios de una canasta que representa la diversidad de productos y servicios del país que consumen las personas. Después se sigue su cambio de precio mes a mes. Este cálculo es realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

Ejemplo de productos de la canasta: Alimentos, el precio de los servicios básicos, del arriendo, del combustible, pasaje de avión, entradas al cine, ropa, zapatos, atenciones médicas, autos, entre otros.

Algunos productos y servicios suben de precio y otros bajan, pero el número es un promedio de esta subida y bajada.

Si el IPC es mayor a 0, entonces significa que el costo de comprar toda la canasta aumentó.
Si el IPC es menor a 0, entonces significa que el costo de comprar toda la canasta disminuyó
Si el IPC es 0, entonces significa que el costo de comprar toda la canasta no ha variado

(MOSTRAR GRÁFICO ADJUNTO AL FINAL DE LA ENTREVISTA Y EXPLICAR LO SIGUIENTE MIRANDO EL GRÁFICO)

¿Qué significa que el IPC del último año fue de 5,3%?

Que los precios de comprar toda la canasta del IPC es más caro en un 5,3 por ciento. En otras palabras:

Si el año 2020 la canasta costaba \$100.000 entonces este año (12 meses después), el costo de la canasta es 104.800 105.300.

Si la canasta tuviese 100 productos de \$1.000 (costo total \$100.000 en el año 2020), con \$100.000 ya no se pueden comprar los 100 productos si no que se podrían comprar entre 94 y 95 productos porque el dinero ya no alcanza para comprar todo.

El efecto es acumulativo, si queremos comparar sept 2016 y sept 2020, tenemos que sumar las alzas: $3,1+1,5+3,1+2,2+3,1+5,3=18,3\%$ entonces...

¿Qué significa que el IPC acumulado de los últimos 6 años haya sido 18,2%?

Que los precios de comprar toda la canasta del IPC entre 2015 y 2021 son más caros en un 18,2 por ciento. En otras palabras:

- Si el año 2015 la canasta costaba \$100.000 entonces este año (6 años después), el costo de la canasta es \$118.200

- Si la canasta tuviese 100 productos de \$1.000 (costo total \$100.000 en el año 2015), con \$100.000 ya no se pueden comprar los 100 productos si no que se podrían comprar entre 81, y algunos meses, 82 productos porque el dinero ya no alcanza para comprar todo.

Dado lo que le acabo de explicar, ¿Cree que los cambios IPC reflejan los cambios de precios? (indagar en cambios de magnitud y dirección).

- 16) Dado lo que hemos visto en este material, y según lo que hemos estado conversando, ¿su percepción sobre los precios cambia? ¿Tiene otra visión ahora? (Indagar)

V. Conocimiento Banco Central

- 17) ¿Ha escuchado sobre Banco central? ¿Sabe qué es?
a) ¿Tiene alguna idea acerca de cuál es su rol o misión?
- 18) Explicar que el Banco Central tiene como mandato el control de la inflación ¿Cuán importante cree que es este objetivo para el país?

Para tener en cuenta: El banco central es una institución autónoma cuyo mandato es tener la inflación controlada. Tener la inflación controlada es un 3% anual con una tolerancia de 1% para arriba y abajo. En otras palabras, la inflación debería estar entre 2% y 4%

- a) ¿Cómo cree que ha cumplido su misión en el último tiempo?

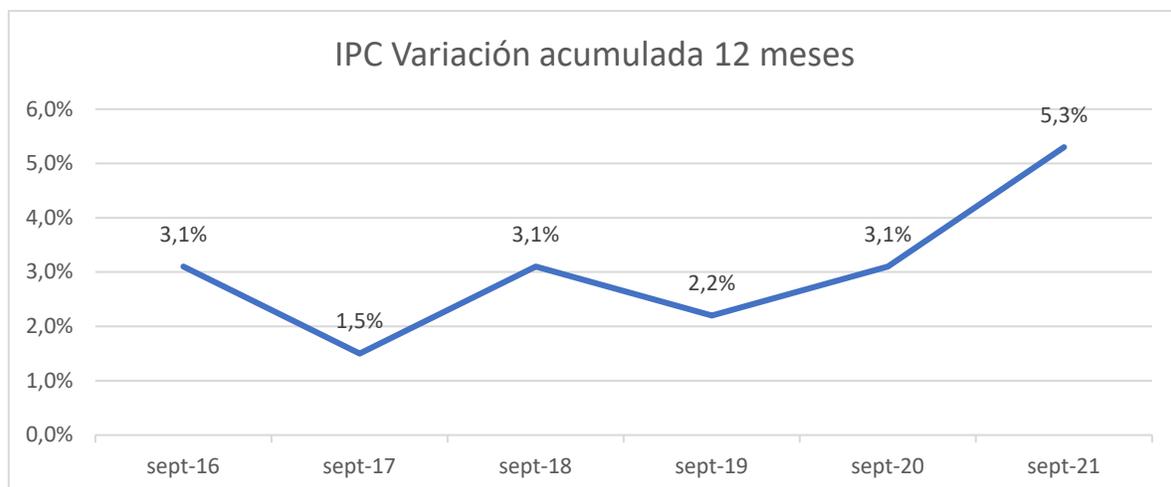
VI. Cierre

Para cerrar, me gustaría saber si quisiera agregar algo más a lo que acabamos de conversar, puede ser algo que haya olvidado decir y surgió después, cuando hablamos de otro tema, o si quisiera decir algo relacionado con el tema, pero que no abordamos en esta entrevista.

De otra forma, agradezco mucho sus respuestas y colaboración con esta investigación, su opinión y experiencia será de mucha ayuda para el Banco Central.

IPC de los últimos 6 años

A continuación, le mostraremos el IPC acumulado de los últimos 6 años:



<p align="center">Documentos de Trabajo Banco Central de Chile</p>	<p align="center">Working Papers Central Bank of Chile</p>
<p align="center">NÚMEROS ANTERIORES</p>	<p align="center">PAST ISSUES</p>
<p>La serie de Documentos de Trabajo en versión PDF puede obtenerse gratis en la dirección electrónica: www.bcentral.cl/esp/estpub/estudios/dtbc.</p>	<p>Working Papers in PDF format can be downloaded free of charge from: www.bcentral.cl/eng/stdpub/studies/workingpaper.</p>
<p>Existe la posibilidad de solicitar una copia impresa con un costo de Ch\$500 si es dentro de Chile y US\$12 si es fuera de Chile. Las solicitudes se pueden hacer por fax: +56 2 26702231 o a través del correo electrónico: bcch@bcentral.cl.</p>	<p>Printed versions can be ordered individually for US\$12 per copy (for order inside Chile the charge is Ch\$500.) Orders can be placed by fax: +56 2 26702231 or by email: bcch@bcentral.cl.</p>

DTBC – 947

Relatos de inflación: percepción y expectativas de los hogares chilenos durante la pandemia de Covid-19

Ignacio Zapata, Daniel Pérez, Karlla Muñoz, Valentina Cortés

DTBC – 946

Median Labor Income in Chile Revised: Insights from Distributional National Accounts

José De Gregorio, Manuel Taboada

DTBC – 945

Ownership Networks and Earnings Inequality

Federico Huneeus, Borja Larrain, Mauricio Larrain, Mounu Prem

DTBC – 944

Pass-through from monetary policy to bank interest rates: A-symmetry analysis

Juan Francisco Martínez, Daniel Oda, Gonzalo Marivil

DTBC – 943

Idiosyncratic Shocks and Aggregate Fluctuations in an Emerging Market

Francesco Grigoli, Emiliano Luttini, Damiano Sandri

DTBC – 942

The Distribution of Crisis Credit: Effects on Firm Indebtedness and Aggregate Risk

Federico Huneeus, Joseph Kaboski, Mauricio Larrain, Sergio Schmukler, Mario Vera

DTBC – 941

Debt and Taxes: Optimal Fiscal Consolidation in the Small Open Economy

Carlos Rondón-Moreno

DTBC – 940

Overborrowing and Systemic Externalities in the Business Cycle Under Imperfect Information

Juan Herreño, Carlos Rondón-Moreno

DTBC – 939

Commodity price shocks, factor utilization, and productivity dynamics

Gustavo González

DTBC – 938

Utilización de noticias de prensa como indicador de confianza económica en tiempo real

María del Pilar Cruz, Hugo Peralta, Juan Pablo Cova

DTBC – 937

Monetary Policy Spillover to Small Open Economies: Is the Transmission Different under Low Interest Rates?

Cao et al.

DTBC – 936

Domestic Linkages and the Transmission of Commodity Price Shocks

Damian Romero

DTBC – 935

Firm Export Dynamics and the Exchange Rate: A Quantitative Exploration

Bernabe Lopez-Martin

DTBC – 934

The Labor Earnings Gap, Heterogeneous Wage Phillips Curves, and Monetary Policy

Mario Giarda

