



INFORME DE PERCEPCIONES DE NEGOCIOS

MAYO 2023

INFORMACIÓN IPN

Este Informe —que se publica en febrero, mayo, agosto y noviembre— resume las opiniones recogidas por la Gerencia de Estrategia y Comunicación de Política Monetaria de la División Política Monetaria en entrevistas y encuestas a la administración de empresas a lo largo del país.

Las entrevistas —28 en total— fueron realizadas entre el 14 de abril y 3 de mayo de 2023. La encuesta fue levantada en modalidad *online* entre el 17 y el 2 de mayo de 2023, recibiendo 537 respuestas válidas. Más información sobre las preguntas y respuestas de la encuesta y el set de gráficos descriptivos completo se puede encontrar en los Anexos.

Las visiones contenidas en este Informe no coinciden necesariamente con la evaluación que el Consejo del Banco Central de Chile tiene de la coyuntura económica.



INFORME MAYO 2023

Los entrevistados continúan percibiendo que la economía atraviesa por un proceso de ajuste, pero declaran que éste ha sido menos intenso que lo esperado. Hacia adelante, prevén que el ajuste se mantendrá en lo que queda del año, con un ritmo similar al que observan actualmente. Este escenario denota un tono algo menos pesimista por parte de las empresas, sobre todo cuando se compara con informes anteriores donde predominaba el temor a una recesión más profunda. De todos modos, los entrevistados no esperan una pronta recuperación de la actividad, puesto que la menor magnitud del ajuste también haría que éste sea más prolongado.

Con respecto del desempeño de las empresas en el último trimestre, los entrevistados indican que éste ha mantenido una trayectoria de deterioro similar a la de meses anteriores. En general, declaran que sus ventas siguen disminuyendo, por lo que el movimiento reciente de sus precios de venta ha tendido a mantenerse. Esto sucede en un escenario en que sus costos aún se mantienen en niveles elevados, con márgenes de ganancias que se mantienen deteriorados.

La proporción de empresas que declara insatisfacción con sus márgenes de ganancia aún se mantiene elevada. Ello las ha llevado a buscar e implementar distintas estrategias para mejorarlos, siendo la búsqueda de proveedores menos costosos la principal de ellas. El aumento de precios de venta sigue apareciendo como una estrategia relevante para mejorar los márgenes. Sin embargo, su prevalencia ha disminuido de forma importante respecto de un año atrás.

Respecto del mercado laboral, las empresas reportan leves disminuciones de dotación durante el último trimestre. Al mismo tiempo, no descartan ajustes de mayor envergadura si las ventas se deterioran más allá de lo esperado. Los entrevistados perciben mayores holguras en este mercado, las que asocian al aumento de postulantes por vacante y la disminución de la rotación laboral.

La proporción de empresas que declara planes de inversión para el presente año es inferior a la de años anteriores, y ha venido reduciéndose progresivamente en las últimas mediciones. Sin embargo, esto contrasta con un mayor porcentaje de empresas que señala certeza respecto de la materialización de las inversiones planificadas.



“Los indicadores veo que están en mejor posición de lo que se esperaba, pero todo el año pasado se decía que este año era muy malo y las empresas se prepararon para eso. Hoy no hay desastre, pero están preparadas, espero que en el segundo semestre se mejore”

(Gerente empresa de servicios).

“Las ventas han caído un 15% en el primer trimestre con respecto al año pasado. Tenemos costos amarrados a inflación, los arriendos principalmente (...) Utilidades pasaron a cero en el primer trimestre”

(Gerente comercio).

“[Los costos] hoy en día están más estabilizados e incluso hay algunos que han empezado a bajar. Por ejemplo, el asfalto bajó del peak, pero sigue sobre su nivel prepandemia”

(Gerente comercio).

Respecto del futuro, los entrevistados esperan que se mantenga un magro desempeño de los negocios y existe incertidumbre sobre cuándo podría repuntar. Por otro lado, esperan que la mayoría de los factores que afectan el rendimiento de la empresa no se modifiquen en el corto plazo, donde los precios de venta y la disponibilidad de insumos se mantendrían estables. También prevén que los niveles de venta detengan su proceso de deterioro, aunque con costos que no terminarán de ceder por completo. Esto lleva a una expectativa de márgenes de ganancia que tiende a recuperarse, pero aún se mantienen estrechos.

Hacia 2024, las empresas consultadas dan cuenta de un mayor optimismo respecto de informes anteriores. Así, esperan que su desempeño presente algunas señales de recuperación, lo que también se expresaría en un mercado laboral que deja de deteriorarse.

Situación actual

Entre los entrevistados persiste la percepción de un deterioro en el desempeño de los negocios. No obstante, indican que el ajuste ha sido más lento y suave de lo que se esperaba. Esto contrasta con respecto a los dos últimos IPN, que reportaban un pesimismo más generalizado. La Encuesta de Percepciones de Negocios (EPN) da cuenta de una leve disminución en el desempeño de la empresa respecto de lo informado hace tres meses. En comparación a una situación normal, la percepción permanece estable, ambas en terreno negativo (gráfico 1). Se destaca el menor temor ante una recesión, pero con diversidad de opiniones entre los entrevistados. Se identifica un grupo que ya ha experimentado un ajuste a la baja en sus negocios y que ha sido de menor intensidad que lo esperado, por lo que su percepción es menos pesimista. Mientras que, otro grupo está empezando a ajustarse, y su incertidumbre respecto de la intensidad del deterioro es mayor.

Se observa que las alzas de precios han seguido cediendo con respecto a informes anteriores, ubicándose en un punto de no variación en los últimos tres meses (gráfico 2). Esto ocurre en un contexto donde los niveles de venta se han reducido y los costos siguen al alza, aunque con menor intensidad que en meses previos lo que ha llevado a que nuevamente los márgenes de ganancias sigan estrechos. En las entrevistas, empresarios del retail mencionan que, debido al deterioro de la demanda y la acumulación de inventarios, realizaron liquidaciones donde disminuyeron de forma importante los precios de productos de fin de temporada.

Con respecto a las ventas y las formas de pago, los entrevistados mencionan que ha aumentado el uso de pago en cuotas. Esta información coincide con lo expresado por empresas del rubro de la banca y del retail financiero. Estas últimas mencionan un alza en la solicitud de aumento de línea de crédito y de cupos de tarjeta de crédito. Sin embargo, la aprobación de estas solicitudes se ha visto restringidas, debido a que han observado un aumento de la morosidad total de sus clientes.



“La gente está ocupando la tarjeta, endeudándose (...), pero no nos están pagando las deudas. La mora aumentó bastante”

(Gerente comercio).

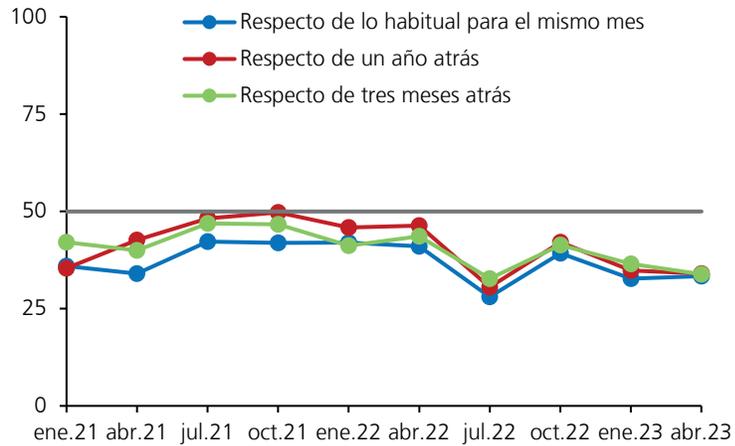
“La gente ya no te paga tanto con débito como antes. Te pagan más con crédito. Pago en efectivo, nada, o sea muy muy poco (...) ahora se notó mucho el cambio”

(Gerente restaurant).

“Refinanciamiento es el 50% de los créditos y 50% créditos nuevos. Antes era 80% créditos nuevos y el 20% acomodar calendario o cosas por el estilo (...) acomodando por lo ajustados que están los ingresos de los clientes”

(Gerente de banco o institución financiera).

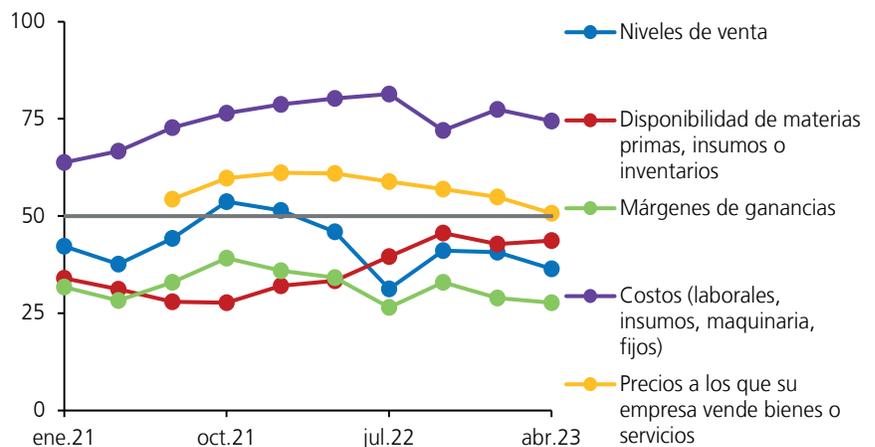
GRÁFICO 1
PERCEPCIÓN DEL DESEMPEÑO ACTUAL DEL NEGOCIO (*)
(índice de difusión)



(*) Un índice de difusión es una transformación de un balance de respuestas, que corresponde a la diferencia entre el porcentaje de respuestas de aumento y de disminución de una variable. Los valores del índice van entre 0 y 100, con 50 como el valor de neutralidad. Valores sobre 50 representan una mayor proporción de respuestas de aumento, mientras que bajo 50 representan una mayor proporción de respuestas de disminución. La ponderación por tamaño incorpora la importancia económica de las empresas en el índice, dándole un mayor peso a las respuestas de las empresas con mayor participación en el valor agregado.

Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DE FACTORES DE LA EMPRESA EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES (*)
(índice de difusión)



(*) Para definición metodológica, ver nota del gráfico 1.

Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.



“Para mantener el margen uno debería subir precio por IPC y cargar el IVA, eso sería cerca de 40% de aumento de precios, lo que es super complicado”

(Gerente empresa servicios).

“El año pasado perdimos margen, ahora estamos tratando de recuperarlo de a poco y la idea es llegar a niveles de años normales. Pero el alza de costos no nos ha permitido eso”

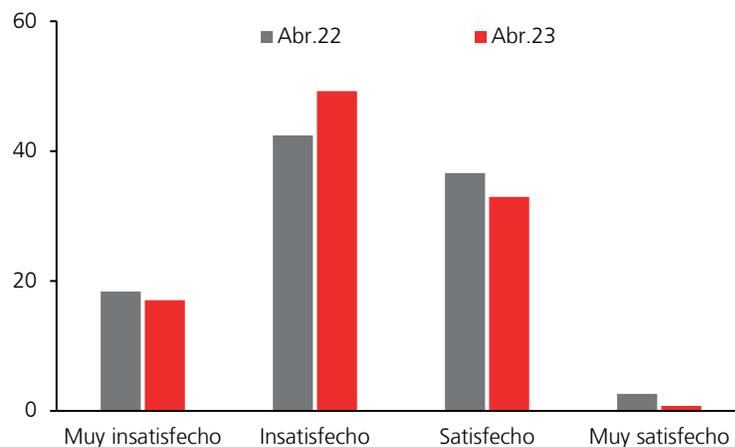
(Gerente industria alimentos).

“Yo creo q van a estar un poco apretados (los márgenes) porque venimos todavía con inventario. Y no se vislumbra una mejora sustancial en la venta, probablemente quedemos con mucho inventario de invierno. Vamos a tener que estar liquidando gran parte de la mercadería”

(Gerente comercio retail).

Los márgenes de ganancias siguen estrechos, por lo que en la mayoría de las empresas existe insatisfacción al respecto (gráficos 2 y 3). En esta versión de la encuesta, al igual que hace un año, se incorporaron preguntas adicionales sobre márgenes de ganancias. Al respecto, se mantiene la predominancia de empresas que declaran estar insatisfechas o muy insatisfechas con sus márgenes de ganancias, siendo este porcentaje levemente mayor respecto de lo reportado hace un año.

GRÁFICO 3
SATISFACCIÓN CON LOS MÁRGENES DE GANANCIA DE LAS EMPRESA
(porcentaje de empresas)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

La búsqueda de proveedores menos costosos es la principal acción que las empresas consideran al momento de intentar mejorar sus márgenes de ganancias (gráfico 4). Esto es coherente con la percepción de costos elevados. Entre otras acciones, las empresas informan que han aumentado sus precios de venta, han reducido sus costos de infraestructura y han disminuido su dotación de personal.

Un porcentaje importante de empresas indica que tomará acciones para aumentar la productividad en la búsqueda de mejorar sus márgenes. En este aspecto, destaca la automatización de procesos y el uso de nuevas tecnologías. El 21% de las empresas señala que ha aumentado su productividad en los últimos seis meses, mientras un 35% de las empresas espera aumentarla en los próximos seis meses. Los entrevistados mencionan ciertas acciones o estrategias específicas, como reacondicionar tiendas para un menor consumo energético, ampliar las funciones de cargos que lo permiten, e incluso hacer ajustes en sus modelos de negocios. Por ejemplo, en el retail, algunos entrevistados han mencionado el cambio a tiendas de formato outlet, lo que les permite abaratar costos operacionales.



“Tenemos que bajar planes de ahorro del punto de vista de los gastos (...) Hay ahorro del punto de vista energético, ese es un gasto alto en las tiendas. Hay un ahorro también las mantenciones (...) todos los gastos están acotados”

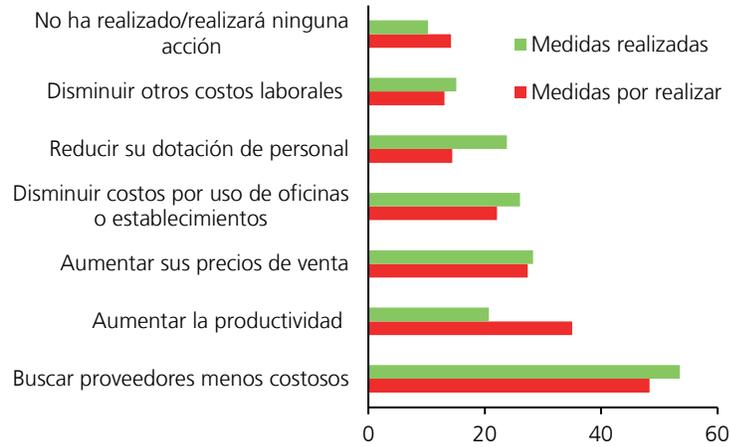
(Gerente comercio retail)

“Pescado y marisco [costos] están bajando. El sistema de carta con QR ayuda a cambiar los precios más fácilmente. Cuando era carta en papel no se podía. Se hacía 1 o 2 veces al año”

(Gerente restaurant).

GRÁFICO 4

ACCIONES QUE REALIZARON EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES Y QUE ESPERAN REALIZAR EN LOS PRÓXIMOS SEIS MESES PARA MEJORAR LOS MÁRGENES (porcentaje de empresas)

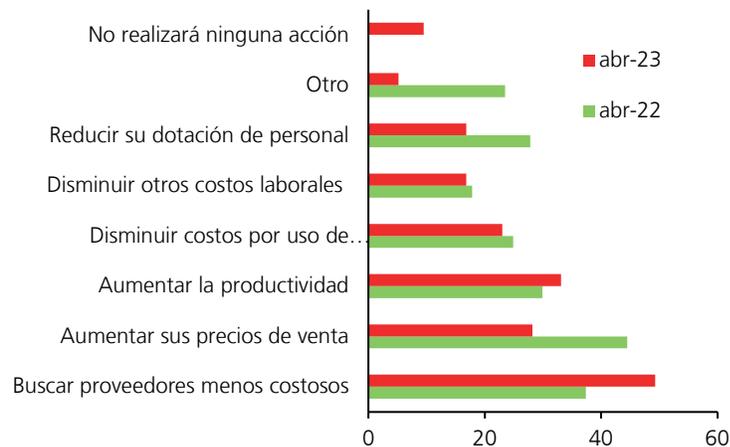


Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

Se observa un cambio en las estrategias para mejorar márgenes de ganancias entre el año 2022 y 2023. Hace un año, las empresas insatisfechas con sus márgenes priorizaban aumentar sus precios en el corto plazo, en cambio, ahora la opción preferida es buscar proveedores menos costosos (gráfico 5). En 2022, el 45% de las empresas insatisfechas con sus márgenes aumentaría sus precios de venta en los próximos seis meses, porcentaje que en la actualidad se reduce al 28%. Aun así, algunos entrevistados indican que, debido al deterioro de sus márgenes y la evolución incierta del desempeño de la empresa, se mantendrán revisando sus precios de forma más periódica. Respecto de la reducción de dotación como estrategia de mejoramiento de los márgenes, el porcentaje de empresas que lo menciona llega a 17%, cifra inferior a la de un año atrás.

GRÁFICO 5

ACCIONES A REALIZAR EN LOS PRÓXIMOS SEIS MESES PARA MEJORAR MÁRGENES (porcentaje de empresas que responden “Insatisfecho” o “Muy insatisfecho”)



(*) Para definición metodológica, ver nota del gráfico 1.

Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.



“Ha pasado en ocasiones que he tenido que salir a buscar contrataciones. (...) estuvo muy complicado (antes) ahora si llamo a 20, si antes llegaban 3 ahora llegan 10”

(Gerente comercio retail).

“El porcentaje de personas con licencias ha ido bajando. Esto me hace pensar que el mercado del trabajo ha ido aflojando (...) también con la baja en las personas que renuncian sin justificación. Ambas cosas dan para decir que se está cuidando más el trabajo”

(Gerente construcción).

“Estuvimos todo el 2do semestre de 2022 con misma dotación, en abril se redujeron las horas. Esto va de la mano de la baja afluencia de público y la baja venta”

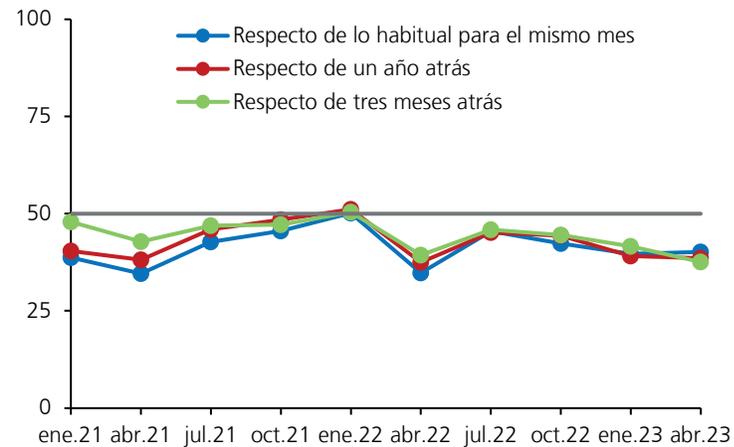
(Gerente comercio).

Mercado laboral

Los entrevistados mencionan que están observado mayores holguras en el mercado laboral. La EPN da cuenta de una leve disminución de la dotación comparada con los últimos tres y doce meses (gráfico 6). Respecto de las holguras, los entrevistados mencionan un mayor número de postulantes en los procesos de búsqueda. Otros dan cuenta de una disminución en la rotación de los trabajadores y mayor preocupación por mantener los puestos de trabajo.

Los entrevistados que no han modificado personal o lo han hecho levemente, declaran que están evaluando las modificaciones de personal con mayor recurrencia, observando de cerca la relación entre los niveles de venta y sus costos laborales. Por otro lado, las empresas que ya han disminuido su personal declaran que ya se están acostumbrando a funcionar con menos personal.

GRÁFICO 6
PERCEPCIÓN DE LA DOTACIÓN ACTUAL (*)
(índice de difusión)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

Inversión

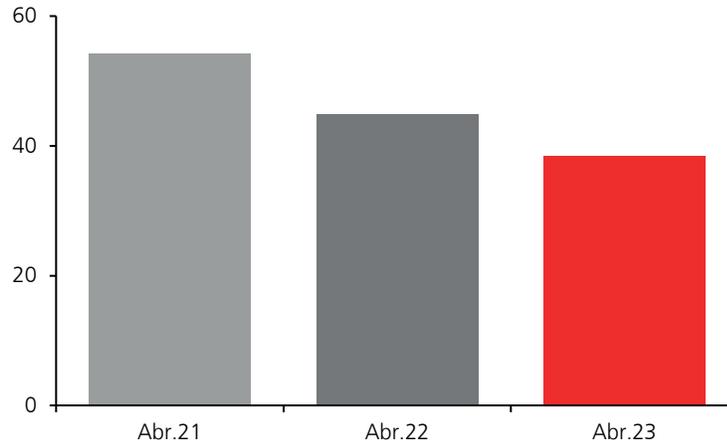
El porcentaje de empresas que tiene inversiones planeadas para el año es menor respecto a 2021 y 2022. En todo caso, el porcentaje que muestra certeza de su concreción aumenta respecto de esos mismos años (gráficos 7 y 8). Los entrevistados mencionan diversas razones por las que la inversión se encuentra estancada. Por un lado, las altas tasas de interés, y por otro, la incertidumbre por las constantes fluctuaciones de la economía internacional y local, lo que les dificulta proyectar sus escenarios. En este contexto, la mayoría de las inversiones está focalizada en mantenciones que permitan la continuidad operacional y sostener los niveles de producción. En el caso de la minería, se menciona que están a la espera de la resolución de discusiones legislativas que entreguen más certezas para realizar nuevas inversiones de envergadura en el rubro.



“Está bastante frenado eso, al tener ventas bajas se ha tomado una decisión más restrictiva del punto de vista de la inversión”
(Gerente comercio).

GRÁFICO 7

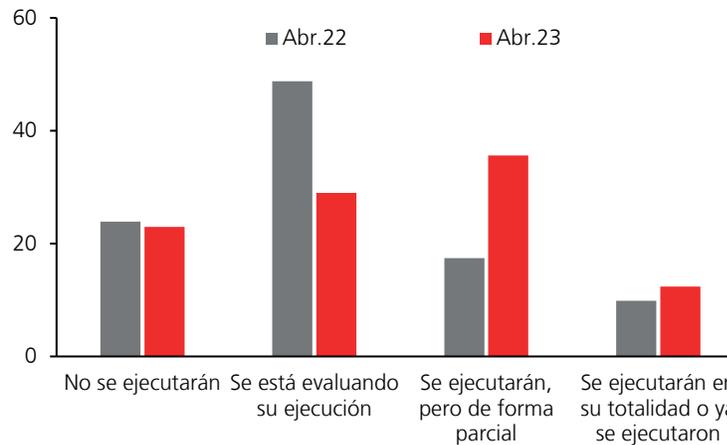
EN LOS PLANES QUE TENÍA SU EMPRESA A COMIENZOS DE AÑO ¿TENÍA PLANIFICADO REALIZAR INVERSIONES DURANTE EL AÑO EN CURSO?
(porcentaje de empresas que responden “Sí”)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

GRÁFICO 8

¿QUÉ ESPERA QUE SUCEDA CON LOS PLANES DE INVERSIÓN PLANIFICADOS DURANTE EL AÑO?
(porcentaje de empresas)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

“Esta misma pregunta me la hicieron antes del estallido, post pandemia, post elecciones y próximamente post elecciones y un panorama bastante negativo 2023, y la respuesta no ha cambiado mucho. Decimos hay que ser cauto y estoy minimizando en términos de costos y gasto, pero pasan estas olas y te das cuenta de que no es tan terrible”

(Gerente empresa maquinaria).

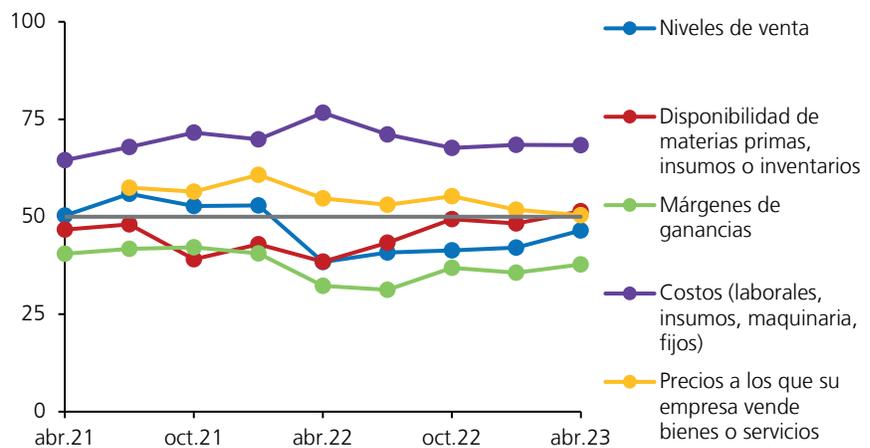
Expectativas

Tanto las entrevistas como la Encuesta muestran que las empresas no esperan grandes cambios de su desempeño en el corto plazo. A plazos más largos si se espera una leve mejoría, aunque con cierto grado de heterogeneidad entre empresas. Las expectativas apuntan a que los precios, niveles de venta, y disponibilidad de insumos no se modificarán durante los



próximos tres meses (gráfico 9). Sin embargo, se espera que los costos sigan aumentando y, por lo tanto, de que los márgenes sigan estrechándose. Con respecto a los precios, los entrevistados de algunos rubros como el retail esperan que haya modificaciones de precios, pero con alzas menores a las observadas con anterioridad. Por otro lado, la banca e instituciones financieras manifiestan que durante el año 2023 estarán cautelosos y monitoreando el aumento de la mora.

GRÁFICO 9
EVOLUCIÓN DE LOS FACTORES DE LA EMPRESA EN LOS PRÓXIMOS TRES MESES (*)
(índice de difusión)



(*) Para definición metodológica, ver nota del gráfico 1.
Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

“Recién vamos a ver normalidad en los indicadores y que sean más creíbles hacia fines de 2023”

(Gerente servicios empresariales).

Gran parte de los entrevistados mencionan que no esperan un deterioro muy profundo del desempeño de sus negocios. Sin embargo, siguen cautelosos ante un año que anticipan será complejo. Los consultados esperan que la situación no se modifique en demasía, aunque mencionan que dependerá bastante de la evolución de los distintos factores como la demanda por sus productos, el empleo, la inversión, los costos y la morosidad. Esta información va en línea con lo observado en la encuesta, aunque a un año plazo, existe un leve optimismo al comparar el desempeño esperado a 12 meses respecto al actual (gráfico 10).

“El segundo [trimestre] se ve bastante duro [el desempeño], se espera reactivar un poquito el tercero pero principalmente el 4° (...). Ahí es donde nos vamos a jugar el partido”

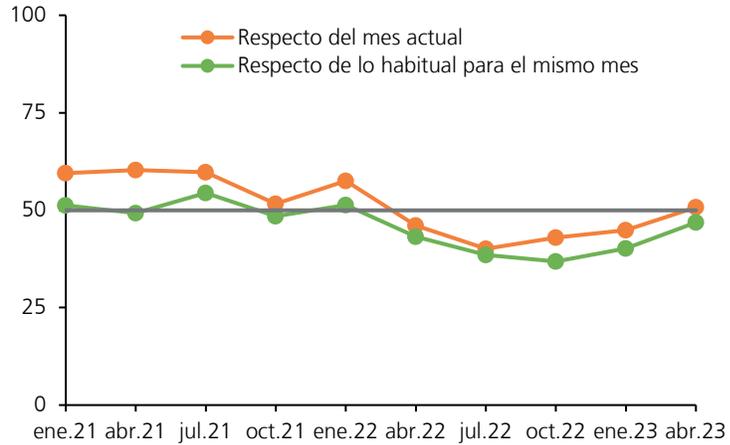
(Gerente comercio).

Las expectativas de dotación se mantienen estables tanto a corto como mediano plazo aunque, las empresas mencionan que están revisando su dotación con más regularidad (gráfico 11). Según los entrevistados, estas revisiones van en línea con los monitoreos de costos y ventas. Adicionalmente, algunas empresas mencionan que, aunque mejoren su desempeño, es difícil que vuelvan a tener una dotación similar, o realizando las mismas funciones que desempeñaban previo a la pandemia. Otros manifiestan su inquietud por las implicancias que puedan tener las reformas laborales sobre el requerimiento de personal y los costos laborales.



GRÁFICO 10

PERCEPCIÓN DEL DESEMPEÑO ESPERADO A UN AÑO PLAZO (*)
(índice de difusión)



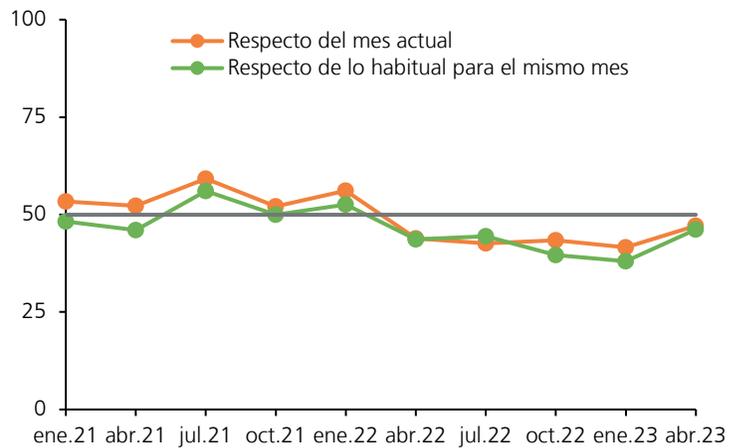
(*) Para definición metodológica, ver nota del gráfico 1.
Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

“Hacia adelante... si uno trata de ser práctico, tienes que hacer ajuste [a dotación]. La probabilidad de que se haga un ajuste es alta”

(Gerente empresa servicios).

GRÁFICO 11

PERCEPCIÓN DEL NIVEL DE DOTACIÓN ESPERADA A UN AÑO PLAZO (*)
(índice de difusión)



(*) Para definición metodológica, ver nota del gráfico 1.
Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

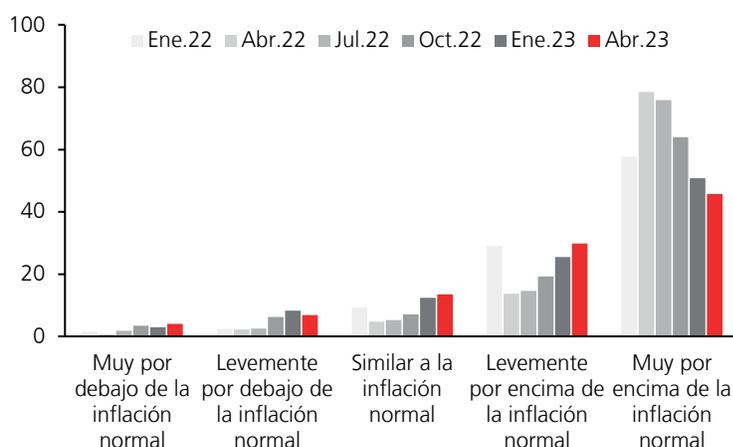


“Va a haber un alza, pero nosotros esperamos que no sea diferente al IPC como se vaya dando eso y mantener los stocks acotados”

(Gerente empresa maquinaria).

Sigue disminuyendo la percepción de que la inflación a uno plazo estará muy por sobre lo normal (gráfico 12). Las expectativas de una inflación muy por “encima de lo normal” baja del 50%, mientras que la expectativa de que la inflación será “similar” o “levemente superior” a la inflación normal sigue aumentando progresivamente.

GRÁFICO 12
EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN A 12 MESES EN RELACIÓN CON UNA INFLACIÓN “NORMAL”
(porcentaje)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

Preguntas especiales: cambio climático

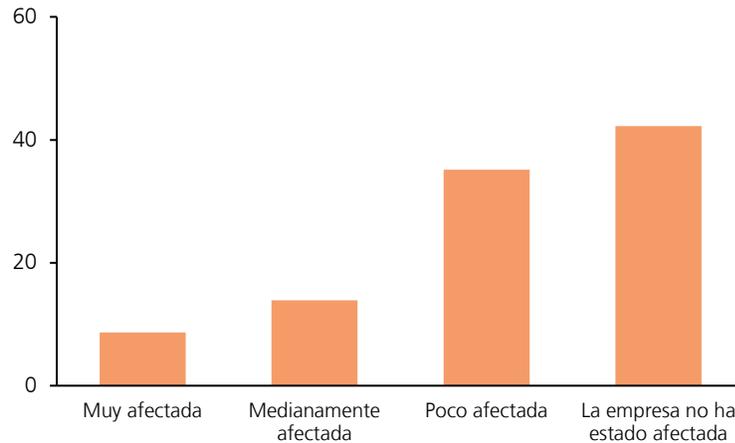
En la Encuesta de Percepciones de Negocios de abril 2022 se incluyó por primera vez un set de preguntas para indagar en las percepciones y expectativas de las empresas respecto del cambio climático. En abril de este año la Encuesta incluyó nuevamente un módulo sobre cambio climático, en esta ocasión con foco en la ocurrencia de eventos climáticos extremos y su posible efecto en las empresas.

El 58% de las empresas declara algún grado de afectación en sus negocios producto de la ocurrencia de eventos climáticos extremos ocurridos en los últimos cinco años. A su vez, el 69% considera que uno o más de este tipo eventos podrían ser un problema a futuro (gráficos 13 y 14). Los principales eventos climáticos que representarían un problema para las empresas son las sequías, olas de calor e incendios forestales.



GRÁFICO 13

DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS, ¿QUÉ TAN AFECTADA HA ESTADO SU EMPRESA POR LAS CONSECUENCIAS DE EVENTOS CLIMÁTICOS EXTREMOS?
(porcentaje de empresas)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

GRÁFICO 14

¿CUÁLES CONSIDERA QUE SON O SERÁN UN PROBLEMA IMPORTANTE PARA SU EMPRESA DENTRO DE LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS?
(porcentaje de empresas, respuesta múltiple a excepción de "ninguna")



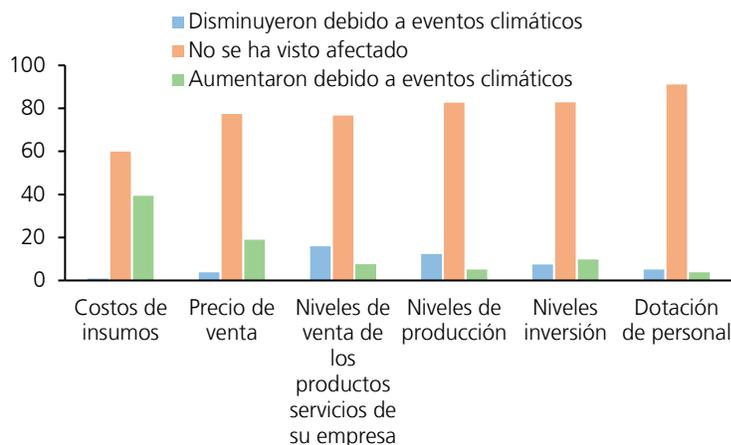
Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

En los últimos cinco años un 39% de las empresas indica que sus costos de insumos han aumentado por efecto de eventos climáticos extremos (gráfico 15). La mayoría de las empresas no han visto afectada su producción, dotación de personal, inversión y otras variables. No obstante, se observa cierta proporción de empresas que han aumentado sus precios de venta y sus niveles de inversión. También se aprecia un grupo que ha visto disminuidos sus niveles de venta y de producción.



GRÁFICO 15

DURANTE LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, ¿CÓMO HAN AFECTADO LOS EVENTOS CLIMÁTICOS EXTREMOS A LOS SIGUIENTES FACTORES DENTRO DE SU EMPRESA? (porcentaje de empresas)

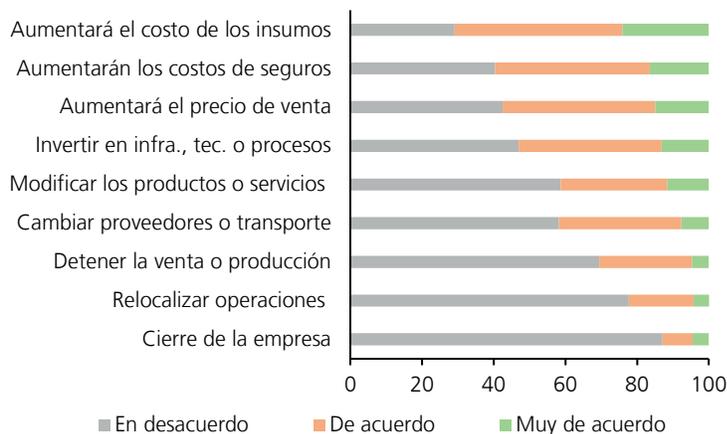


Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.

A futuro, las empresas consideran que las principales consecuencias del cambio climático para sus negocios serían el aumento de los costos de insumos, seguros y precios de venta (gráfico 16). Les siguen en prevalencia algunas acciones que deberán tomar para adaptarse al cambio climático y que podrían representar cambios en sus modelos de negocios. Ejemplos de estas son la realización de inversiones, modificación de los productos o servicios ofrecidos, cambio de proveedores o medios de distribución, entre otras. Si bien es un porcentaje menor, un 13% de empresas que creen que en los próximos cinco años podrían cerrar en forma permanente por este motivo.

GRÁFICO 16

GRADO DE ACUERDO POR POSIBLES CONSECUENCIAS DEBIDO AL CAMBIO CLIMÁTICO (porcentaje de empresas)



Fuente: Encuesta de Percepciones de Negocios.



MACROZONA NORTE^{1/}

En términos generales, los entrevistados perciben que el proceso de ajuste de la economía de la Macrozona sigue en curso. Esto, afirman, se observa en la caída de su desempeño en los últimos meses y esperan que se vea reflejado en resultados para este año por debajo de los del 2022.

Esta evolución estaría marcada por el cruce de factores de distinta índole. Por un lado, la incertidumbre ocasionada por la falta de resoluciones político-legislativas de alta incidencia sobre el rubro minero mantiene estancadas las iniciativas de inversión de mayor envergadura. Por otro, el agotamiento de la liquidez derivada de los retiros previsionales y el aumento del costo de la vida ha ocasionado una disminución de la demanda en ciertos sectores. Esto se suma al significativo deterioro en la sensación de seguridad pública, que ha entorpecido el funcionamiento de las empresas desde distintas aristas.

Con todo, existe una alta heterogeneidad en el desempeño entre sectores, siendo los relacionados con el turismo los de mejor situación. Esto contrasta con la debilidad de la construcción, la mala temporada agrícola debido a la caída del precio internacional de la uva y la disminución de la demanda en el comercio retail. En tanto, las empresas más estrechamente vinculadas a la minería dan cuenta de resultados similares a periodos anteriores.

Mercado laboral

Los entrevistados de la Macrozona perciben un mercado laboral algo más holgado en los últimos meses. Por un lado, resaltan la notoria disminución en la rotación de personal. Por otro, destacan el incremento en la disponibilidad de trabajadores. Sin embargo, en general no relatan haber aumentado su dotación, y esperan que en lo que queda del año esta se mantenga estable. Respecto de los salarios, la mayoría ha seguido reajustándolos semestral o trimestralmente, acorde con los mismos lineamientos que en trimestres anteriores. De todas formas, reconocen que la introducción de nuevas normativas laborales, como el salario mínimo y la ley de 40 horas, podría presionar sus costos laborales al alza.

Más allá de la evolución de la coyuntura, se perciben algunos cambios que podrían ser de carácter más estructural en las dinámicas del mercado laboral. En primer lugar, una parte de las empresas no estima necesario llegar

^{1/} Entrevistas realizadas en las regiones de Arica y Parinacota, de Tarapacá, de Antofagasta, de Atacama y de Coquimbo.



al mismo nivel de dotación que tenían previo a la pandemia para alcanzar los mismos niveles de ventas. Esto lo relacionan a reformas en su funcionamiento orientadas al aumento de eficiencia y reducción de costos, como por ejemplo el mayor uso de tecnologías y automatización.

Por otro lado, se percibe que, sobre todo en el caso del personal femenino, existe un aumento en la solicitud de teletrabajo, o de ciertos beneficios que les permitan pasar más tiempo en sus hogares, respecto a lo que sucedía previo a la pandemia.

Costos y precios

Casi la totalidad de los entrevistados da cuenta de que sus costos continúan altos. En relación con esto, permanece el foco en el aumento de la eficiencia de los procesos productivos y en la búsqueda de proveedores más económicos. Con todo, también se señala que se ha reducido el costo de algunos ítems respecto a los máximos de trimestres anteriores, sobre todo los relacionados a la importación de bienes.

En general, hacia adelante, se espera que los costos no registren cambios significativos. Sin embargo, parte de los entrevistados se muestran cautos respecto de la evolución del plano internacional y sus efectos sobre los costos locales.

El grueso de los consultados afirma que los altos costos han continuado presionando los precios al alza, aunque en menor grado que en trimestres anteriores. Hacia adelante, en su mayoría, los entrevistados esperan una mayor estabilidad en los precios.

Inversión

El panorama para la inversión continúa dando pocas señales de dinamismo en la Macrozona, en función de focos de incertidumbre que continúan presentes. Sin embargo, los entrevistados esperan que se vayan despejando en los próximos meses. Entre estos se resaltan las discusiones legislativas en curso y la percepción de un deterioro de la seguridad pública en el norte del país. Otros factores destacados son las restricciones crediticias, la menor inversión pública y la mayor demora en la aprobación de proyectos de construcción. Con todo, las inversiones relacionadas a mantenciones y reparación continúan con relativa normalidad, y se observa cierto incremento en las inversiones en tecnología.

Condiciones financieras

Las condiciones financieras se siguen percibiendo restrictivas, con altas tasas y exigencias para el acceso a préstamos. Varias empresas afirman continuar pagando los créditos Fogape que adquirieron en lo más álgido de la pandemia. De todas formas, esto no estaría perjudicando de manera notoria sus flujos de caja. En cuanto a créditos de consumo, en rubros como el comercio retail y los restaurantes se resalta el aumento del uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes.



Sectores económicos

Acorde a la percepción de los entrevistados, el desempeño minero continúa apuntalado por el alto precio del mineral. Sin embargo, en general se resalta que las empresas continúan con un fuerte foco en la reducción de costos, lo que ha mantenido estrechos los márgenes de sus proveedores. Además, se observan escasos ingresos de proyectos de inversión de envergadura, lo que, según los entrevistados, estaría vinculado a la falta de resoluciones legislativas relacionadas al royalty y a la reforma tributaria, sumado a mayores requerimientos medioambientales.

Los entrevistados del retail describen una caída en las ventas desde el segundo semestre de 2022, la que ha sido superior a la que esperaban. Debido a ello dan cuenta de un sobre stock en algunos productos, que han intentado solucionar mediante algunas liquidaciones. Sin embargo, relatan que los precios continúan elevados en perspectiva debido al alto costo de aprovisionamiento. Además, se observa un cambio en el comportamiento de compra de los consumidores hacia productos de menor calidad y precio. Se espera un año con ventas bastante por debajo de las de 2022.

En el rubro hotelero afirman haber tenido una muy buena temporada estival, que se tradujo en niveles de ocupación de habitaciones históricamente altos. En esto se combinó la reactivación del turismo nacional desde otras regiones del país y un significativo incremento de turistas argentinos, que llegó a niveles que no se observaban desde, al menos, cinco años.

En los restaurantes se percibió una demanda que se mantuvo alta el último trimestre. Los entrevistados enfatizan los altos costos de los alimentos, sobre todo los de producción nacional. Por otro lado, puntualizan en el aumento en el uso de tarjetas de crédito y los descuentos promocionales asociados a ellas por parte de los clientes.

La construcción sigue percibiéndose como uno de los rubros más deteriorados de la Macrozona. De hecho, los entrevistados sostienen que, acorde a lo esperado, la situación ha continuado empeorando. Esto se observa en la escasez de proyectos en ejecución y en cartera. Lo anterior estaría provocado por una conjunción de factores. Por un lado, se afirma que la tramitación de proyectos se ha tornado más compleja por exigencias medioambientales y problemas de coordinación público-privada. Por otro, siguen presentes los efectos de los altos costos de materiales y las dificultades de financiamiento.

Los empresarios del sector acusan malos resultados durante la segunda parte de la temporada de cosechas. En ello influyó la caída significativa de los precios internacionales de algunos productos de alta presencia en los cultivos de la Macrozona, como la uva. Los entrevistados vinculan esto al exceso de esta fruta en el mercado norteamericano, principal destino de las exportaciones nacionales. De todas formas, se afirma que el precio nacional ha mantenido la tendencia levemente alcista de los últimos años. En este contexto, se muestran bastante pesimistas respecto de los resultados de este año.



MACROZONA CENTRO^{2/}

La mayoría de los entrevistados reporta que el desempeño de sus negocios se ha mantenido débil o ha sufrido un deterioro adicional en los últimos meses. Esto se refleja en el deterioro de sus ventas. Lo anterior, sumado a las altas presiones de costos fijos y laborales, mantienen ajustados los márgenes. Todo esto en un contexto en que la menor demanda y la mayor competencia no han permitido su traspaso completo hacia los precios de venta.

En los rubros más ligados al consumo se recalca que el aumento de la inflación ha tenido un efecto sobre el poder adquisitivo y la capacidad de pago de las personas. Ello ha impulsado el endeudamiento y la priorización del consumo de bienes y servicios de primera necesidad. En los sectores más ligados a la inversión, manifiestan inquietud hacia adelante por la escasez de proyectos de mayor tamaño, mientras el sector inmobiliario sigue como el rubro más afectado.

Las perspectivas de los entrevistados apuntan a un año que será complejo, pues esperan que el nivel de gasto de sus clientes se mantenga contenido. Esto los mantendrá enfocados en la mejora de procesos y en el control de costos y gastos. Entre quienes esperan un repunte, lo sitúan más hacia fines de este año. A esa altura, prevén que la inflación esté más controlada, lo que entregaría un impulso adicional a la mayor demanda estacional que tienen los consumidores en esa época del año. Además, esperan que exista más claridad en el ámbito regulatorio, lo que favorecería las inversiones.

Mercado laboral

Los entrevistados perciben que la creación de empleo se ha ralentizado, en medio de una mayor disponibilidad de trabajadores para ocupar las plazas disponibles. Los salarios, si bien se han ajustado, no siempre alcanzan a estar en línea con el alza de IPC.

Las dotaciones de trabajadores no han vuelto a los niveles prepandemia y tampoco lo consideran necesario para llegar al mismo nivel de ventas.

El foco de las empresas actualmente está puesto en optimizar mediante la mantención o reducción de sus dotaciones. Las disminuciones de personal

^{2/} Entrevistas realizadas en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, de O'Higgins, del Maule, del Biobío y de Ñuble



se dan principalmente por cierre de sucursales, procesos más eficientes y automatización. La percepción general de los entrevistados es que los trabajadores están “cuidando” más sus puestos de trabajo a raíz de un clima de incertidumbre en lo laboral.

En sectores como el agrícola sigue existiendo cierta dificultad para encontrar trabajadores, así como también en los trabajos menos calificados. Fuera de la Región Metropolitana también existe menor oferta de técnicos especializados.

Los entrevistados manifiestan distintas opiniones respecto de las reformas laborales en discusión. En el caso de la reducción de jornada a 40 horas, señalan no tener estimaciones definitivas sobre su impacto. Como aspecto positivo, destacan la progresividad con que será implementada. En el rubro del comercio, restaurantes y aquellos sectores que trabajan en horario continuado, existe preocupación por la adaptación de turnos de trabajo al nuevo sistema y una posible necesidad de contratar más trabajadores para cumplir con las exigencias.

Respecto del aumento del salario mínimo se estima que podría impactar especialmente en aquellos trabajos que tienen sueldo variable. También se menciona la presión al alza que generará en el resto de las remuneraciones. En general, la mayoría ha seguido sus patrones de reajuste habitual con el IPC como referencia, aunque no siempre cubriendo completamente el alza.

Inversión

La mayoría de los entrevistados no ha realizado grandes inversiones en el último periodo ni tampoco las proyectan en el corto plazo. Así, cualquier iniciativa para el año pasaría por una exhaustiva evaluación antes de concretarse. Ello dependerá, por un lado, de los volúmenes de venta de bienes y servicios de cada empresa, y por otro, de la evolución que muestre la economía del país.

Las inversiones durante el último trimestre se han concentrado principalmente en asegurar la continuidad operacional de las empresas. Entre ellas destacan remodelaciones, mantenciones o reemplazo de maquinaria y equipamiento diverso. En algunos casos, se ha invertido en mejorar la eficiencia de los procesos mediante la utilización de tecnología.

Costos, precios e inflación

Los entrevistados mencionan que, en general, los márgenes se han reducido o se mantienen contenidos. Por el lado de los costos, varios comentan las alzas de los indexados a la inflación, como el caso de los arriendos, así como de los costos laborales y de los combustibles. Solo se informan bajas en el valor del flete marítimo, algunos materiales de construcción y ciertos alimentos. En el caso de los precios, la mayoría de los consultados señala que no ha podido traspasar la totalidad de sus mayores costos, por temor a desincentivar la demanda. Las únicas excepciones son quienes tienen contratos de servicios que incluyen cláusulas de reajuste según sus costos más relevantes, como aquellos que trabajan en proyectos ligados a la minería. En el comercio, comentan que la menor demanda y el sobre stock de inventarios los ha llevado a realizar liquidaciones más agresivas.



Las perspectivas de los consultados apuntan a una moderación de los costos y una mantención o disminución de los precios de venta. Varios manifiestan estar adoptando medidas para descomprimir los márgenes, principalmente a través de la automatización de procesos y el control de costos y gastos, como por ejemplo los energéticos y de mantenimiento.

Condiciones financieras

Los bancos consultados reportan un incremento de la morosidad en personas y empresas, la que en algunos casos supera los niveles prepandemia. Los bancos entrevistados lo atribuyen al mayor costo de la vida, que ha reducido la capacidad de pago de las personas y ha provocado que vuelvan a sobre endeudarse. Esto, luego de que varios clientes habían reducido sus niveles de deuda debido a las medidas de apoyo a los ingresos implementadas durante la pandemia. En general, la mayoría de las colocaciones de consumo está orientada a refinanciamientos y compra de carteras de otros bancos. Por su parte, las hipotecarias mantienen un bajo desempeño, en donde se combinan el aumento de la UF con las mayores dificultades que tienen los clientes para reunir el pie y cumplir con la relación exigida entre su dividendo y renta.

También se resalta un incremento en la morosidad de las empresas, lo que estaría respondiendo a diversos factores. Entre ellos, destacan la mayor carga financiera que estas alcanzaron tras la pandemia, las altas tasas de interés y el menor desempeño que ha mostrado la actividad en los últimos trimestres, por ejemplo, en rubros como la construcción y el comercio minorista.

Sectores económicos

En los rubros ligados al consumo se señala que las ventas han vuelto a contraerse. Esto está en línea con las mayores restricciones de gasto y la priorización a consumir bienes y servicios de primera necesidad por parte de sus clientes. En el comercio retail se menciona un sobre stock en algunas categorías de productos, lo que ha impulsado liquidaciones más agresivas. Los restaurantes perciben un menor flujo de clientes, quienes están prefiriendo alternativas con promociones y descuentos más atractivos. En los servicios que tuvieron que incorporar el IVA en sus tarifas se menciona que esto les ha reducido el espacio para traspasar las alzas de costos, pues corren el riesgo de desincentivar aún más la demanda. En el caso de hotelería, la demanda del último trimestre se ha visto favorecida por los clientes corporativos mucho más que el turismo.

En la construcción y los servicios empresariales se manifiesta inquietud hacia adelante por la escasez de proyectos de mayor envergadura. Quienes están relacionados a proyectos de obras de ingeniería para la industria minera y/o mantención de operaciones han tenido un buen desempeño, pues sus contratos han permitido el traspaso de los mayores costos a precios. También se manifiestan expectantes por las iniciativas que puedan surgir relacionadas con el litio y otros minerales de transición energética. En tanto, en el rubro inmobiliario se mantiene la percepción de dificultad para lograr la venta y un alto stock disponible para entrega asociado, principalmente, a los altos precios de vivienda y a las restricciones crediticias actuales.



El desempeño del sector forestal ha seguido afectado por la presión a la baja sobre los precios internacionales de los productos madereros. Esto, consecuencia del significativo aumento de la producción efectiva y esperada para los próximos años por la entrada en operación de nuevas plantas en América Latina. Se suma la mantención de una baja demanda desde China y otros países asiáticos, así como el impacto de los incendios forestales sobre las plantaciones y algunas instalaciones.



MACROZONA SUR^{3/}

La mayor parte de los entrevistados menciona que el desempeño de sus negocios ha continuado ralentizándose en los últimos meses. Esta situación se ha dado con distinta temporalidad e intensidad entre los distintos sectores. Para algunos confirma una tendencia observada desde mediados del año pasado, mientras que para otros corresponde a un comportamiento más reciente. En todo caso, la mayoría de los consultados señala que los resultados del primer trimestre del año estuvieron bajo lo presupuestado. No obstante, ciertas empresas matizan que la base de comparación es exigente, ya que el desempeño de 2022 estuvo por sobre un año normal para muchas de ellas.

Las expectativas de la mayoría de los entrevistados continúan siendo cautelosas para este año. Si bien algunos manifiestan que aún hay espacio para que las ventas sigan disminuyendo, varios enfatizan que la Macrozona tendrá un desempeño más favorable que el resto del país. Esto lo atribuyen principalmente al funcionamiento de algunos sectores claves, como el rubro salmonero, que sostienen la economía de varias regiones. Sin embargo, un número de consultados reitera inquietudes en el plano político-legislativo que podrían afectar las perspectivas de sus negocios.

Mercado laboral

El grueso de los entrevistados no menciona cambios en su dotación en los últimos meses, más allá de los relacionados a la estacionalidad del negocio. La mayoría de las empresas señala que no ha sido necesario reducir su número de trabajadores, pese al deterioro en su desempeño. Por otro lado, entrevistados del comercio retail mencionan no haber renovado algunos contratos a plazo fijo, por la caída significativa de las ventas en el último tiempo, y han reconvertido tiendas tradicionales en locales en formato outlet, las que operan con menores cantidades de empleados y costos.

Algunos consultados prevén eventuales reducciones de personal en caso de que las ventas continúen deteriorándose. Entre los entrevistados del comercio y la industria, varios mencionan la posibilidad de ajustes en la dotación para los próximos meses, ante un deterioro mayor de la demanda. En el comercio retail y automotriz se reporta que la baja afluencia de público requeriría una menor fuerza de venta, en tanto en la industria, la dotación de las plantas podría reducirse, en coherencia con una menor producción.

^{3/} Entrevistas realizadas en las regiones de la Araucanía, de Los Ríos, de Los Lagos, de Aysén y de Magallanes.



Algunas empresas señalan una menor rotación de empleados y mayor disponibilidad de mano de obra, principalmente de menor calificación.

Esto lo relacionan a una percepción de una economía más débil por parte de las personas y a la disminución de su liquidez. Lo anterior ha llevado a que los trabajadores prioricen la estabilidad laboral o que algunos disminuyan sus pretensiones de sueldo. Por el contrario, en ciertos oficios de mayor especialización, la disponibilidad sigue restringida, lo que ha implicado aumentos importantes de sueldos como una política de retención por parte de las empresas.

Inversión

En general, las empresas no mencionan grandes proyectos de inversión para este año, en medio de un panorama donde no visualizan muchas oportunidades de crecimiento.

Los bancos confirman esta situación y reiteran que los proyectos vistos en la Macrozona son de menor envergadura o son iniciativas que venían de años anteriores. Las empresas sustentan esta visión en la poca claridad respecto de las perspectivas para la economía durante este año y en condiciones financieras desfavorables. Algunos manifiestan inquietudes en el plano político-legislativo y sobre el conflicto en la Araucanía, las que estarían limitando el desarrollo de inversiones más grandes. Entre quienes reportan proyectos para este año, señalan estar orientados principalmente a mantener la capacidad actual, renovar maquinaria y automatizar procesos.

Costos y precios

La percepción general sobre la evolución reciente de los costos es mixta y se destaca la reducción o estabilización paulatina de algunos de ellos.

Se reportan menores valores y mayor disponibilidad de ciertos insumos. En la construcción señalan que algunos proveedores han estabilizado sus precios, en respuesta a las menores ventas en el sector. Entrevistados del rubro agrícola destacan la caída del precio de los granos, a causa de los altos inventarios, y de los fertilizantes. El tipo de cambio también ha quitado algo de presión sobre los insumos y productos importados. Sin embargo, más allá de las fluctuaciones recientes, la visión compartida es que los costos siguen en niveles elevados. En esta línea, casi la totalidad de los entrevistados menciona que el costo de su planilla aumentó de forma significativa en el último año.

La percepción sobre la evolución reciente de los precios, así como sus perspectivas para el resto del año son dispares.

En general, gran parte señala que sus precios no han variado en los últimos meses, debido al poco margen para mayores alzas y/o por costos que siguen elevados. Por otro lado, entrevistados del comercio retail destacan menores precios y una mayor cantidad de descuentos y promociones como forma de incentivar la venta, principalmente en el vestuario y calzado que cuenta con elevados inventarios. Solo un par de consultados menciona alzas de precios en los últimos meses, como forma de traspasar los elevados costos. Hacia adelante, la mayoría señala que la evolución de sus precios sigue sujeta al desempeño de las ventas y a la fijación de precios de la competencia.



Condiciones financieras

Casi la totalidad de las empresas consultadas percibe un mayor estrechamiento de las condiciones financieras. Los bancos afirman que el análisis de la evaluación de riesgo es mucho más exhaustivo y se incluyen variables colaterales que antes no eran consideradas. Se reitera que el sector de la construcción continúa siendo el más afectado en el acceso. Algunos entrevistados señalan que empresas del sector lechero y ganadero también se han visto impactadas en el último tiempo. Entre las que continúan accediendo a financiamiento, algunas reportan un incremento del gasto financiero a causa de las mayores tasas.

Los bancos continúan relatando una baja demanda por financiamiento de largo plazo por parte de las empresas, coherente con escasos proyectos a ese horizonte. Esto es refrendado por las firmas entrevistadas que han priorizado el financiamiento para operaciones de corto plazo. Esto es explicado, en parte, por las altas tasas de interés y por las debilitadas perspectivas de crecimiento para sus negocios, lo que desincentiva el endeudamiento a plazos más largos.

En segmento personas, se reitera una evaluación más exhaustiva de los clientes para la obtención de los créditos hipotecarios. De acuerdo con las empresas inmobiliarias, esto ha repercutido en cierto estancamiento en las ventas.

La mora ha mostrado incrementos en los últimos meses. Los bancos reportan mayor cantidad de casos y su extensión en días de durabilidad. El comercio retail señala un aumento de la deuda y en el uso de la tarjeta de crédito por parte de los clientes. Asimismo, los incobrables han subido de forma importante. En este contexto, las empresas y bancos señalan que están más estrictos en la selección de clientes como una forma de resguardar los niveles de morosidad.

Sectores económicos

El comercio automotriz y retail, en general, relata una caída en sus ventas. Los entrevistados mencionan una baja afluencia de público a sus tiendas y una menor intención de compra. En el caso de los automóviles, se observa una fuerte caída en las cotizaciones durante abril. En el retail se menciona que esta debilidad viene ocurriendo desde hace varios meses. Los entrevistados lo atribuyen, en parte, a que los clientes están orientando su consumo hacia bienes de primera necesidad o a opciones más económicas.

Las industrias de alimentos y lechera dan cuenta de un desempeño que se ha mantenido relativamente favorable. Las ventas de estos rubros, de acuerdo con los consultados, no se han visto fuertemente afectadas. Sin embargo, los elevados costos que han enfrentado en el último año han seguido presionando los márgenes de sus negocios.



Los entrevistados del sector salmonero mencionan un desempeño positivo. Los precios internacionales se han mantenido favorables y se prevé que durante este año permanezcan estables, en línea con buenas perspectivas de demanda global en los distintos canales de distribución.

La construcción continúa siendo el rubro más afectado. Entre los motivos sigue resaltando la ausencia de financiamiento para el sector y los lentos procesos de licitación de obras en varias regiones.

