IPN

Informe de Percepciones de Negocios

ANEXO I

Nota Metodológica

NOVIEMBRE 2026



banco central Chile

Contenidos

I. Metodología entrevistas 3

II. Metodología encuestas 4

II.1 Complementariedad y diferencias entre encuestas 4

II.2 Encuesta Percepciones de Negocios 5

II.3 Encuesta Determinantes y Expectativas de Precios 10

II.4 Cálculo índices de difusión 12

III. Bibliografía 13

IV. Anexos 14

IV.1 Guion temático entrevistas Informe de Percepciones de Negocios 14

El Informe de Percepciones de Negocios (IPN) del Banco Central de Chile se construye a partir de tres fuentes complementarias de información: las entrevistas cualitativas a empresas, la Encuesta de Percepciones de Negocios (EPN) y desde la presente versión del informe se incorpora la Encuesta de Determinantes de Expectativas de Precios (EDEP). En el presente documento se exponen en detalle la metodología y características de cada una de ellas.

I. Metodología entrevistas

Las entrevistas del Informe de Percepciones de Negocios tienen como propósito indagar en la visión de empresarios(as) de todo el país acerca del desempeño y condiciones económicas de sus empresas durante el último trimestre y sus perspectivas de desarrollo en el corto plazo.

Para recabar información se empleó la técnica de *entrevista semiestructurada focal* que consiste en el relato de ideas y acontecimientos, narrados por la misma persona que los ha experimentado. En ese relato el entrevistador desempeña un rol activo como facilitador/provocador de la comunicación empleando un guion temático flexible. El guion o pauta de entrevista es definido en función de las preguntas de investigación y busca profundizar en las ideas que emergen del relato de los entrevistados.

El guion de las entrevistas se estructuró en base a cinco dimensiones de información:

1. Desempeño del negocio
2. Costos y precios
3. Mercado laboral
4. Condiciones financieras
5. Inversión y proyecciones

Para el Informe de Percepciones de Negocios (IPN) del mes de noviembre se realizaron 37 entrevistas distribuidas en las tres macrozonas del país: norte, centro y sur.

Tabla 2. Número de entrevistas por macrozona geográfica.

Macrozona	N° entrevistas
Macrozona norte[1]	12 entrevistas
Macrozona centro[2]	13 entrevistas
Macrozona sur[3]	12 entrevistas

La selección de informantes se realizó mediante un muestro intencionado[4] buscando representar los principales sectores económicos de cada macrozona. Las entrevistas se realizaron en forma presencial o mediante videoconferencia entre el 30 de septiembre y el 26 de octubre de 2026.

[1] Regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama y Coquimbo.
[2] Regiones de Valparaíso, O´Higgins, Maule, Ñuble, Biobío y Metropolitana.
[3] Regiones de Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes.
[4] Muestreo intencionado permite la selección de informantes a partir de una serie de criterios que se encuentran sustentados teóricamente, y que son definidos previamente por el investigador.

II. Metodología encuestas

Las encuestas son una metodología cuantitativa de investigación que permite obtener estimaciones sobre distintos fenómenos de interés a partir de la información recopilada en una muestra. Mediante procedimientos estadísticos, los resultados pueden extrapolarse a la población objetivo, generando información representativa y confiable para la toma de decisiones.

En el marco del IPN, las principales operaciones estadísticas basadas en encuestas son la EPN y la EDEP. Ambas proporcionan información clave para el monitoreo de las percepciones y expectativas de las empresas del país. A continuación, se describen con mayor detalle sus objetivos, características metodológicas y principales alcances.

II.1 Complementariedad y diferencias entre encuestas

Tanto la EDEP como la EPN recogen información directamente desde empresas y comparten el objetivo de aportar antecedentes oportunos sobre la situación reciente y las perspectivas del sector productivo. Sin embargo, presentan diferencias en términos de población objetivo, diseño muestral, periodicidad y objetivos analíticos.

Ambas encuestas permiten obtener información oportuna sobre la situación reciente y las expectativas empresariales, constituyendo insumos regulares para el análisis coyuntural desarrollado en el Banco Central de Chile. Tanto la EPN como la EDEP cuentan con cobertura a nivel nacional y se enfocan en empresas formales, buscando captar información desde cargos de alta responsabilidad dentro de las organizaciones.

Sin embargo, las diferencias metodológicas entre ambas herramientas responden a propósitos estadísticos distintos. La EPN está diseñada para obtener información sobre distintas temáticas empresariales, mediante estimaciones representativas del universo de empresas considerando diversos rubros y tamaños de empresas. La EDEP, por su parte, busca profundizar en los mecanismos de formación de precios y expectativas de inflación, y para ello, se enfoca en empresas de mayor tamaño y no considera los sectores económicos donde predominan mercados oligopólicos o los precios son definidos en el mercado internacional.

Respecto al diseño estadístico de estas encuestas, la EPN tiene un diseño probabilístico de corte transversal basado en un muestreo aleatorio simple, con una selección de muestra previo a cada recolección, lo que permite estimar errores muestrales y construir factores de expansión sustentados en probabilidades de selección y ajustes por no respuesta. Por otro lado, la EDEP es un panel rotativo de empresas, donde se encuesta al mismo grupo de empresas cada tres meses, y además se incorporan nuevas unidades seleccionadas aleatoriamente en forma periódica. Este diseño permite dar seguimiento a las respuestas de una misma empresa a lo largo del tiempo, favoreciendo el análisis de cambios en las condiciones de su negocio. La EDEP no tiene factores de expansión como los de la EPN, pero sí un ponderador que ajusta la muestra a la distribución de empresas del país.

Respecto a la frecuencia y duración del trabajo de campo, la EPN se realiza cada tres meses, concentrando su trabajo de campo en un período de aproximadamente 10 días previo a la

publicación de cada IPN. La EDEP, en cambio, opera de manera continua durante todos los meses del año, con levantamiento a lo largo de todo el mes.

El diseño estadístico y esquema de recolección de cada encuesta se traduce en diferencias en la construcción de series de datos y la disponibilidad de estas. Mientras la serie de datos de la EPN refieren al mes de recolección y están disponibles cada tres meses; las series de la EDEP se construyen como trimestres móviles, contando con estimaciones para todos los meses.

En cuanto al periodo al que hacen referencia los datos, para efectos del Informe de Percepciones de Negocios, el último dato disponible de la EPN refiere al mes anterior a la publicación del informe, mientras que el último dato de la EDEP refiere a la agrupación de los datos del trimestre finalizado un mes antes que la EPN. Por ejemplo, el IPN publicado en agosto considera datos de la EPN recolectados durante julio, mientras que los de la EDEP corresponden al trimestre abril-mayo-junio.

La oportunidad de la EPN y la continuidad de la EDEP, en términos de la recolección de datos, se vincula a su vez con las características de cada cuestionario. El cuestionario de la EPN tiene un componente fijo y otro variable, lo que permite incluir módulos o preguntas especiales según la coyuntura económica o requerimientos de investigación especiales, y sus preguntas son mayoritariamente de tipo cerrada, con respuestas categóricas. En cambio, el cuestionario de la EDEP es de carácter fijo, y se compone de un módulo estructural que se aplica cuando la empresa entra por primera vez al panel y se renueva cada 24 meses, y un módulo coyuntural que se recolecta cada tres meses, en donde se combinan preguntas categóricas y abiertas de tipo numérica. En este sentido, la EPN logra cubrir una mayor variedad de temáticas y adaptarse a la coyuntura, mientras que la EDEP permite explorar de forma estable y con mayor profundidad el proceso de formación de precios.

En términos analíticos, ambas encuestas cumplen funciones complementarias dentro del IPN. La EPN entrega una visión amplia y representativa de la situación de las empresas chilenas, incluyendo desempeño, empleo, financiamiento, inversión, costos, precios y expectativas. La EDEP, en tanto, aporta evidencia más específica sobre los determinantes de los procesos de formación de precios, las expectativas inflacionarias y las decisiones empresariales asociadas a cambios de costos y demanda. La combinación de ambas fuentes, junto con las entrevistas cualitativas realizadas a empresas en distintas regiones y sectores económicos del país, permite enriquecer el diagnóstico contenido en el IPN, integrando evidencia cuantitativa representativa, seguimiento longitudinal de empresas y antecedentes cualitativos sobre los factores que influyen en las decisiones económicas de corto y mediano plazo.

II.2 Encuesta Percepciones de Negocios

La EPN tiene como objetivo indagar en las percepciones y expectativas de las empresas sobre temáticas que afectan a su desempeño y la coyuntura económica nacional.

Esta encuesta se realiza al alero del Informe de Percepciones de Negocios (IPN) por lo que se levanta de manera trimestral publicándose en los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre de cada año. Los periodos de levantamiento suelen desarrollarse en alrededor de 15 días antes de la publicación.

El foco principal de la encuesta es la oportunidad de la información por lo que el tiempo que transcurre desde la recolección de los datos hasta su publicación es muy acotado.

La encuesta aborda distintos temas a levantar en cada una de sus ediciones, por lo que cuenta con módulos fijos y otros variables. Para las preguntas fijas se publican índices de difusión que permiten generar una serie temporal para comparar distintas versiones de la encuesta[5], tanto en la percepción como expectativas de las empresas en torno a:

- Desempeño de la empresa y dotación de personal
- Condiciones financieras de la empresa
- Factores que inciden en el desempeño de la empresa

En cuanto a las preguntas levantadas, estas se estructuran en módulos que pueden variar de levantamiento en levantamiento. Los módulos levantados en esta versión son los siguientes[6]:

- Módulo A: Caracterización de la empresa (12 a 14 preguntas)
- Módulo B: Desempeño de la empresa (4 a 6 preguntas)
- Módulo C: Situación de empleo en la empresa (2 preguntas)
- Módulo D: Condiciones financieras de las empresas (5 a 8 preguntas)
- Módulo E: Inversión (4 a 8 preguntas)
- Módulo F: Costos, precios e inventarios (6 a 15 preguntas)
- Módulo H: Conocimiento del Banco Central (2 a 3 preguntas)
- Módulo O: Otros (1 a 2 preguntas)

En total la cantidad de preguntas varía entre 36 a 58 dependiendo las respuestas a ciertas preguntas filtro.

Los principales aspectos metodológicos se pueden observar en la Tabla 1:

[5] "Los índices de difusión de julio de 2026 presentan leves diferencias respecto de los publicados en el IPN de agosto de 2026, debido a una actualización del universo de empresas utilizado para calcular el factor de expansión. Estas diferencias no modifican el análisis ni las conclusiones presentadas en dicho informe."

[6] Cuestionario disponible en https://www.bcentral.cl/areas/encuestas-economicas/encuesta-de-percepciones-de-negocios

Tabla 1. Principales aspectos metodológicos EPN

Población objetivo	**Empresas privadas con personalidad jurídica comercial, con más de 600 UF de ventas anuales y que hayan presentado ventas el año anterior, sin considerar AFP, bancos ni fondos de inversión público o privado. Universo de 386.825 empresas.**
Nivel de estimación	Nacional
Diseño Muestral	Muestra probabilística de corte transversal, obtenida a través de un muestreo aleatorio simple.
Variable de diseño	Desempeño de la empresa en los últimos tres meses con: 1: Mantiene desempeño 0: Varía desempeño La varianza de la variable de diseño se calcula como el promedio de las últimas 4 encuestas, siendo de 0,3.
Directorio	Propio conteniendo 71.792 empresas
Error teórico	3,5%
Error efectivo	3,0%
Muestra objetivo	661 empresas
Muestra total	18.068 empresas Sobre muestra realizada con el promedio de tasas de respuestas de todas las versiones anteriores de la encuesta.
Muestra efectiva	867 empresas
Frecuencia de recolección	Trimestral, 10 días por levantamiento.
Periodo de recolección	Entre el 13 y el 26 de octubre de 2026
Tipo de encuesta	Online, vía correo electrónico gestionado por Qualtrics
Informante idóneo	Dueño, gerente, representante legal o un cargo que pueda tener información general de la empresa.
Factor de expansión	Ponderador de Horvitz - Thompson Ajuste por no respuesta estratificado por tamaño según ventas y macrozona. Raking al universo del SII estratificado por tamaño según ventas, macrozona y sector económico.
Índices de difusión	Índices de difusión ponderados Participación en el Valor agregado del país para el año 2011. Micro y pequeñas empresas: 0,287 Medianas y grandes empresas: 0,713
Construcción de series	Indicadores mensuales.

Factor de expansión EPN

Para el cálculo del factor de expansión, se utilizaron tres ponderadores. El primero de ellos es el ponderador de Horvitz y Thompson (HT) o inverso de probabilidad de selección:

Dado que tenemos un Marco "M" de empresas a seleccionar y una muestra teórica probabilística "S":

M= {1, 2…N}

S= {1,2…n}

La probabilidad de incluir la i-ésima empresa del marco viene dada por:

$$P(i) = \frac{n}{N},\ \forall\ i\ \in S$$

Al ser muestreo aleatorio simple, todas las unidades seleccionadas tienen la misma probabilidad de selección $P(i)$.

Entonces el ponderador HT (w_i^{HT}) se identifica como:

$$w_i^{HT} = \frac{1}{P(i)} = \frac{N}{n},\ \forall\ i\ \in S$$

Con tasa de respuesta al 100% este ponderador sería suficiente para interpretar las unidades del marco y sucedería que:

$$\sum_{i=1}^{n}\left(w_i^{HT}\right) = M, \forall\ i\ \in S$$

Debido a que esta situación ideal no sucede y que la baja tasa de respuesta es un tema recurrente en las encuestas vía correo electrónico (Yan & Fan, 2010), se aplica un ponderador por no respuesta.

La no respuesta se identifica como no aleatoria, siendo las variables principales de no aleatoriedad el tamaño según ventas (v)[7] y la macrozona (m)[8] a la que pertenece la empresa.

Teniendo una tasa de respuesta de la empresa i de tamaño v y macrozona m definida de la siguiente manera:

$$TR_{ivm} = \frac{R_{vm}}{R_{vm} + NR_{vm}},\ \forall\ i\ \in S$$

Donde:

R_{vm}: Número de empresas del clúster (vm) que responde la encuesta.

NR_{vm}: Número de empresas que no respondieron de la macrozona m y tamaño por ventas v[9].

Se utilizará un ajuste o ponderador por no respuesta (w_{ivm}^{NR}) definido como:

[7] Se consideran 4 tamaños: Micro, pequeñas, medianas y grandes.

[8] Macrozona identificada como: norte, centro, sur y región metropolitana.

[9] Debido a temas operativos, todo lo que no fue una encuesta finalizada se considera no respuesta.

$$w_{ivm}^{NR} = \frac{1}{TR_{ivm}}, \forall\, i \in S$$

Considerando que:

$$\sum_{i=1}^{n} (w_i^{HT} * w_{ivm}^{NR}) \approx \mathrm{M},\ \forall i \in S$$

Considerando que se tiene un stock poblacional conocido dado por la información de empresas del Servicio de Impuestos Internos de Chile (SII), se realiza un último ponderador o calibrador conocido como método de raking el cual ajusta las unidades al stock poblacional de manera iterativa con restricciones de ciertas variables para que la distribución se acerque a los valores poblacionales de estas variables. (Deville, Särndal, & Sautory, 1993)[10]

Las variables utilizadas en el ponderador de raking son:

- **v:** tamaño según ventas
- **m2:** macrozona[11]
- **s:** macro sector económico[12]

Se entiende como ponderador raking como:

$$w_{ivm2s}^{RAK},\ \forall\, i \in S$$

Y como el factor de expansión final de la base como:

$$FE_i = (w_i^{HT} * w_{ivm}^{NR} * * w_{ivm2s}^{RAK})\ \forall\, i \in S$$

Teniendo en cuenta que:

$$\sum_{i=1}^{n} (w_i^{HT} * w_{ivm}^{NR} * w_{ivm2s}^{RAK}) = \mathrm{P}$$

Siendo P el valor o stock poblacional P a representar.

[10] Debido a la complejidad de cálculo se deja referencia a documento en donde desarrolla las matrices asociadas al ponderador.

[11] Macrozona recodificada en dos grandes macrozonas: Metropolitana y no metropolitana

[12] Sector económico recodificado en: primario, secundario, terciario.

II.3 Encuesta Determinantes y Expectativas de Precios

La EDEP tiene por objetivo generar información sobre la dinámica de ajuste y expectativas de fijación de precios desde la perspectiva de las empresas. Para ello, se indaga en las percepciones y expectativas de gerentes respecto de la situación de sus negocios y de algunas variables económicas que podrían influir en sus decisiones.[13]

La EDEP se aplica de forma continua a un panel de empresas de gran tamaño, de diversos sectores económicos y zonas geográficas del país. La encuesta se publica mensualmente, pero sus resultados se analizan a nivel de trimestre móvil, considerando los datos acumulados de ese mes y los dos meses previos.

El cuestionario central considera dos módulos. El primero es un módulo estructural que indaga en las dinámicas habituales de ajustes de precios. Este es aplicado en la primera entrevista, para ser actualizado cada dos años. El segundo es un módulo coyuntural, que mide la evolución reciente y expectativas de costos, precios e inflación. Este módulo es de aplicación mensual, aunque a cada empresa le corresponde contestarlo una vez al trimestre. Además del cuestionario central, la encuesta considera dos módulos breves, uno al inicio y otro al cierre, cuyo objetivo es recabar o confirmar algunos antecedentes de la empresa e informante.

En cuanto el tipo de preguntas del cuestionario, el módulo estructural se compone principalmente de items de respuesta cerrada, como preguntas categóricas simples y grillas con escalas ordinales. El módulo coyuntural, en tanto, considera en mayor medida preguntas abiertas de tipo numérica (porcentajes de variación), además de algunas preguntas categóricas y grillas con escalas ordinales[14].

- Módulo de inicio: Antecedentes de la empresa (6 a 12 preguntas)
- Módulo estructural: Ajustes habituales y prácticas en fijaciones de precios (2 a 13 preguntas)
- Módulo coyuntural: Ajustes efectivos y expectativas de fijaciones de precios (12 a 18 preguntas)
- Módulo de cierre: Antecedentes del informante y autorización entrega de datos (8 preguntas)

En total, la cantidad de preguntas varía entre 28 a 51 dependiendo las respuestas a ciertas preguntas filtro.

Los principales aspectos metodológicos se pueden observar en la Tabla 2.

[13] Todos los antecedentes metodológicos de la EDEP se encuentran con mayor detalle en el documento "La Encuesta de Determinantes y Expectativas de Precios: Desafíos, metodología y resultados iniciales" disponible en https://www.bcentral.cl/documents/33528/4151140/Minuta-citada-en-el-recuadro-I5.pdf/354dcbe1-3596-6409-c6bb-2bb3e0d706ef?t=1683042086790

[14] Cuestionario disponible en https://www.bcentral.cl/documents/33528/4151140/Cuestionario+EDEP+2026.pdf/6aaad5d5-3ef8-ca98-5581-6ae40a4ac54a?t=1770291705185

Tabla 2. Principales aspectos metodológicos EPN

Población objetivo	**Empresas privadas con personalidad jurídica comercial, con más de 100.000 UF de ventas anuales, sin considerar los sectores de minería, pesca, agricultura y electricidad, gas y agua.**
Nivel de estimación	Nacional
Diseño Muestral	Panel rotativo con diseño aleatorio semi probabilístico. El panel de empresas entrevistadas se conformó en primera instancia a partir de un muestreo por cuotas proporcionales según rubro económico y macrozona. Desde 2023, cada año se incorporan nuevas empresas a la muestra, las que se obtienen a partir de un muestreo aleatorio con afijación proporcional según rubro y posterior proceso de empadronamiento para obtener información de contacto de las unidades.
Universo de referencia	Empresas registradas en el Servicio de Impuestos Internos (SII) de los años tributarios 2019 y 2020 que cumplen con los criterios de la población objetivo definida.
Muestra objetivo	450 empresas por trimestre móvil
Muestra total	No aplica
Muestra efectiva	544 en trimestre julio-agosto-septiembre 2026
Frecuencia de recolección	Mensual; trabajo de campo durante todo el mes (cada empresa responde trimestralmente).
Periodo de recolección	Último trimestre móvil del 01 de julio al 02 de octubre de 2026
Tipo de encuesta	Mixto (teléfono + online). Primera entrevista telefónica y siguientes online.
Informante idóneo	Cargos de alto nivel que se involucren en las decisiones relevantes de las empresas, especialmente aquellas relacionadas con el proceso de fijación de precios: Gerentes comerciales, de ventas, generales o cargos equivalentes según la estructura de la empresa.
Factor de expansión	Ponderador que ajusta la distribución de la muestra efectiva, para alcanzar la misma proporción de los meses de recolección en el trimestre y una representación de los rubros económicos acorde a lo observado a nivel nacional.
Índices de difusión	Índices de difusión simples, sin considerar ponderación por tamaño de empresa.
Construcción de series	Indicadores de trimestre móvil.

1 Cálculo de índices de difusión

Un balance de respuesta se obtiene como la diferencia entre el porcentaje de respuestas de aumento y disminución de una variable. En este caso, donde las variables tienen 5 categorías de respuesta, a las respuestas de aumento o disminución leve se les asigna un menor peso. (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2003) (Gallardo & Pedersen, 2008) (United Nations, 2015).

$$B = (PP + 0{,}5P) - (NN + 0{,}5N)$$

Donde, PP es el porcentaje de respuestas de aumento considerable, P es el porcentaje de respuestas de aumento leve, NN es el porcentaje de respuestas de disminución considerable y N es el porcentaje de disminución leve.

El índice de difusión es una forma alternativa de presentar un balance de respuesta, entregando solo valores positivos, 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 la proporción de respuestas de disminución es mayor.

$$ID = \frac{B + 100}{2}$$

A los balances o índices de difusión se les puede aplicar una ponderación de tamaño para reflejar la importancia económica de las empresas. Se definieron dos grupos de tamaño de empresas según número de trabajadores: micro y pequeñas empresas (hasta 49 trabajadores) y empresas medianas y grandes (50 o más trabajadores). Los ponderadores utilizados corresponden a la participación en el valor agregado del país para el año 2011. (Correa & Echavarría, 2013) (Arellano & Carrasco, 2014).

$$ID = \sum_{j=1}^{k} \alpha_j ID_j$$

Donde α_j es el ponderador de tamaño del grupo de empresas j. En este caso $\alpha_1 = 0{,}287$ y $\alpha_2 = 0{,}713$.

También es posible considerar una ponderación de muestra mediante el uso de factores de expansión, que incorporan la importancia estadística de las empresas entrevistadas, es decir, reflejan cuántas empresas del universo representan las empresas seleccionadas y entrevistadas.

$$B = \sum_{i=1}^{n} fe_i x_i$$

Donde fe_i es el factor de expansión de la empresa i y x_i

$$x_i = \begin{cases} -1 & Disminución\ considerable \\ -0{,}5 & Disminución\ leve \\ 0 & Estable/Sin\ modificación \\ 0{,}5 & Aumento\ leve \\ 1 & Aumento\ considerable \end{cases}$$

III. Bibliografía

Arellano, P., & Carrasco, C. (2014). Las empresas en Chile por tamaño y sector económico desde el 2005 a la fecha. Ministerio de economía fomento y turismo, Santiago.

Correa, C., & Echavarría, G. (2013). *Estimación del aporte de las pyme a la actividad en Chile, 2008-2011.* Estudios económicos estadísticos, Banco Central de Chile, Santiago.

Deville, J., Särndal, C., & Sautory, O. (Sep de 1993). Generalized Raking Procedures in Survey Sampling. *Journal of the American Statistical Association, 88*(423), 1013-1022.

Gallardo, M., & Pedersen, M. (2008). *Encuestas de opinión empresarial del sector industrial en América Latina.* Santiago, Chile: División de estadística y proyecciones económicas CEPAL.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2003). *Business tendency surveys. A handbook.* Paris, Francia: OECD Publications.

United Nations. (2015). *Handbook on economic tendency surveys* (Vols. Statistical papers, Series M No. 96).

Yan, Z., & Fan, w. (2010). Factors Affecting response rates of the web survey: A systematic review. *Computers in Human Behaviors*, 132-139.

IV. Anexos

IV.1 Guion temático entrevistas Informe de Percepciones de Negocios

1 PRESENTACIÓN Y MOTIVACIÓN

- **Presentarse** y presentar a la persona que tomará notas. Explicar los objetivos de la entrevista.
- Explicar qué es el **IPN** en caso de ser la primera entrevista del informante (brevemente), cuándo será publicado y cómo podrá acceder al documento.
- Explicitar que **la entrevista es confidencial** y que su nombre y el de la empresa no aparecerán en ningún documento de acceso público.
- **Agradecer** y señalar la importancia que tiene para el BCCh contar con su participación.

Relato sugerido:
*Esta entrevista se enmarca en el **Informe de Percepciones de Negocios**, donde nos reunimos con cerca de 35 directivos de empresas de distintos rubros a lo largo de todo el país. La información de cada empresa es confidencial y se agregan para obtener una visión más general de cada macrozona. Esto corresponde a la macrozona XX (entre XX hasta XX).*
La idea es conocer información más reciente (principalmente de carácter cualitativo) que nos permita construir historia y ver cómo se ha comportado la tendencia de los últimos meses, ya que los datos duros tienen cierto retraso. También nos permite suplir la poca disponibilidad de información regional.
La idea es ver cómo ha estado el desempeño del negocio en líneas generales y tener una idea de cómo están las perspectivas hacia adelante, ya que un cambio de estas impacta las decisiones de inversión y de consumo, entre otras.
A partir de esta información se elabora el Informe, que es un insumo cada vez más relevante para la toma de decisiones del Consejo del BCCh.

2 CONTEXTO

*En caso de tratarse de un **nuevo informante,** que no ha participado anteriormente de IPN, realizar preguntas para conocer mejor la empresa*

¿Me podría contar que hace su empresa? ¿Cuál (es) es (son) los principales productos y/o servicios que provee? ¿Desde cuándo funciona la empresa?
¿Desde cuándo está Ud. en esta empresa? ¿Cuál es su rol en la empresa?

*En caso de tratarse de un **informante antiguo**: confirmar información de la última entrevista realizada, haciendo breve resumen de lo que se conversó en esa*

¿La empresa sigue actualmente haciendo/vendiendo/etc. (el producto/servicio) de la última vez que conversó con alguien del BCCh? ¿Qué ha cambiado? ¿Qué productos/servicios provee ahora? ¿Desde cuándo está en esta empresa? ¿Siempre en el mismo rol o en otra posición? ¿Hay más empresas

3 DESEMPEÑO DEL NEGOCIO

Pensando en este último trimestre, ¿cómo diría que ha sido, en general, el desempeño de su empresa durante este periodo?

¿Me podría describir cómo ha visto el desempeño de su empresa en este último trimestre en relación con el trimestre anterior? ¿Cómo ha sido este desempeño en relación con lo esperado? ¿Por qué? ¿En qué se nota esa variación (en caso de haberla) en el desempeño?

Y comparando con el mismo periodo del año pasado ¿Cómo diría que ha sido el desempeño de la empresa? ¿Mejor, peor o igual? ¿en qué se puede ver concretamente el cambio en el desempeño?

Y en su rubro, ¿cómo ha visto la actividad durante los últimos 3 meses?, ¿es similar a su empresa? ¿Es distinto? (mejor o peor) ¿Por qué cree que existe esa diferencia?

¿Cómo espera que sea el desempeño de la empresa en los próximos 3 meses? ¿Similar o distinto al trimestre pasado? ¿Por qué?

¿Cómo cree que será el desempeño general al cierre del año 2026? ¿Mejor, peor o similar que el año pasado?

- ¿El desempeño al cierre del año será mejor, peor o similar de lo que esperaba a principio de año?
- ¿Qué cambió en 2026 como para tener ese (mejor/peor) desempeño de lo que esperaba a principio del año?

Y ahora pensando en sus expectativas para 2027, ¿Cómo cree que será el desempeño de la empresa el próximo año? ¿Hay expectativa de mejor desempeño (o recuperación) o peor desempeño del que ha tenido este 2026? ¿O no prevé cambios? ¿Razones?

COSTOS Y PRECIOS

Pensando específicamente en los costos de su empresa en este último trimestre ¿Cómo ha observado la variación de costos?

- En general, ¿Han aumentado o disminuido?
- ¿Hay algún costo en particular en que se haya notado una mayor variación durante el último trimestre? (costos laborales, costos fijos como arriendo, energía, transporte, flete, etc.)
- Ahora pensando en el tipo de cambio *(especialmente en empresas que importar/exportan)*
  ¿Cree que han influido las variaciones del tipo de cambio en sus costos?

Respecto a los precios que establece su empresa, ¿estos han variado en el último trimestre? ¿Por qué?

- ¿Cuál diría Ud. que es el factor que más ha pesado, o que más ha influido en esa variación de precios?
- ¿Ha podido traspasar a precios el alza del combustible? ¿En mayor, menor o similar grado? (si es que esta le ha afectado)
- ¿Cómo ha visto la demanda en este último trimestre? ¿Y comparada con el trimestre anterior? ¿Y comparada con el mismo periodo del año pasado? ¿Se ve algún repunte/disminución de la demanda?
- ¿El nivel de demanda está afectando de alguna manera la forma en que define sus precios? ¿Por qué? ¿ha afectado el traspaso de costos?

Y proyectando para los próximos 3 meses, ¿qué espera que ocurra con los costos y precios?

- ¿Cómo espera que evolucionen los costos para su empresa durante el próximo trimestre?
- ¿Hay algún costo en particular que le preocupe que aumente en los próximos meses?
- ¿Cómo espera que evolucionen los precios de sus productos/servicios durante este próximo trimestre?
- ¿Cree que podrá traspasar a precios el aumento de costos que ha tenido este año? ¿Cuándo cree que se hará ese traspaso?

5 MERCADO LABORAL

¿Cómo describiría la dotación de personal de la empresa en este último trimestre?

- ¿Se mantiene como en años/periodos anteriores? ¿Ha disminuido? ¿Aumentado? ¿Por qué cree que ha pasado esto? (disminuido, aumentado o mantenido el número de trabajadores)
- ¿Cómo ha sido la rotación el último trimestre?
- ¿Esperan contratar/desvincular trabajadores durante el próximo trimestre? ¿Cuándo? ¿En qué porcentaje? ¿En qué perfiles o cargos?
- Si no mencionó costos laborales en módulo costos y precios preguntar
    - ¿Y respecto a los costos laborales, ¿cómo han evolucionado en el último trimestre?
    - ¿Cómo espera que sigan evolucionando los costos laborales el próximo trimestre?

6 CONDICIONES FINANCIERAS *(foco en empresas que toman ese tipo de decisión, casas matrices, etc.)*

¿Ha tomado créditos en el último semestre? ¿Qué le han parecido las condiciones de ese/esos créditos?

¿Piensa tomar algún crédito el próximo semestre?

- Sí piensa tomar créditos: ¿Con qué fin, o para qué piensa tomar un crédito? (¿refinanciar?, ¿invertir?, ¿capital de trabajo?, etc.)
- No piensa tomar créditos: ¿Por qué? ¿De qué depende que tome un crédito próximamente? O ¿qué tendría que pasar para que su empresa tome un crédito en el próximo trimestre? (mejorar o empeorar las ventas, cambios en las condiciones de los bancos, etc.)

Ahora respecto a las condiciones de estos créditos, por parte de los bancos u otras instituciones ¿cómo diría que están hoy esas condiciones?

- ¿Ha notado algún cambio respecto a las condiciones de los bancos este año respecto del 2025? ¿Cómo espera que sean las condiciones en 2027 (similares, mejores o peores)? ¿Por qué?

7 INVERSIÓN EN 2026 Y PROYECCIONES 2027

En relación a la inversión de su empresa,

¿Al cierre de este año, la inversión será mayor, menor o similar de lo que esperaba a principio de año o en su presupuesto? ¿Cómo se compara respecto del 2025?

¿Hubo proyectos de inversión que tenía considerados para este año y que finalmente postergó o canceló? ¿Por qué postergó o canceló esas inversiones?

- ¿Qué tipo de proyectos eran y en qué etapa se encontraban cuando decidió aplazarlos?
- ¿Fue una decisión temporal o cree que esos proyectos ya no se realizarán? ¿Por qué?
- ¿Qué condiciones tendrían que darse para retomarlos?

¿Qué espera para los próximos 3 o 6 meses?

- ¿Tiene alguna inversión planificada?
- ¿En qué o para qué piensa invertir?
- Si no piensa invertir, ¿por qué no planea hacerlo próximamente?
- ¿Qué tendría que pasar para que esté dispuesto a invertir en los próximos 6 meses?

¿Cómo cree que será su inversión durante el 2027 en general? ¿Espera que sea similar, mayor o menor respecto de 2026? ¿Por qué?

8 CIERRE

1. Revisión a los temas en caso de que algo no se haya abordado.
2. Preguntar si hay algo más que quiera agregar antes de terminar la entrevista.
3. Agradecer nuevamente por el tiempo dedicado a participar.

banco central Chile

Informe de Percepciones de Negocios NOVIEMBRE 2026