

COMPARATIVOS CONSUMIDOR CHILENO Y COLOMBIANO

SONIA DEL SOCORRO AYALA DORADO

SANDRA KARINA VERGARA BURBANO

Universidad de Bogotá

JORGE TADEO LOZANO

II SEMINARIO INTERNACIONAL EN GESTIÓN DE LAS

ORGANIZACIONES

ENERO 2012

PASTO

COMPARATIVOS CONSUMIDOR CHILENO Y COLOMBIANO

SONIA DEL SOCORRO AYALA DORADO

SANDRA KARINA VERGARA BURBANO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de

Especialista en Gerencia de Mercadeo

Asesora:

PROFESORA CAROLINA OCHOA CORREDOR

Universidad de Bogotá

JORGE TADEO LOZANO

II SEMINARIO INTERNACIONAL EN GESTIÓN DE LAS

ORGANIZACIONES

ENERO 2012

PASTO

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

Firma del Presidente de tesis

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Febrero de 2012

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	6
ABSTRACT	6
COMPARATIVOS CONSUMIDOR CHILENO Y COLOMBIANO	7
América Economica (Vie, 08/07/2011) declara:	9
El Diario El Comercio (Lunes 26 de abril de 2010) declara:	9
Revista Semana (Noviembre 2011), declara:	10
Encuesta suplementaria de ingresos (NESI) 2010), declara:	12
El Diario El Mercurio (26 de Noviembre del 2011), declara:	12
CONCLUSIONES.....	20
BIBLIOGRAFIA	21

II Seminario Internacional en Gestión de las Organizaciones:

CHILE 2011

RESUMEN

Conocer en detalle los gustos, hábitos y preferencias del consumidor chileno y Colombiano, las características, saber Qué compra; Cómo Compra?; Por qué compra?; Donde compra? Son interrogantes que a través del presente trabajo se desarrollaron basados en documentos y en el aporte personal resultado de la vivencia en viaje a Chile, considerado como un país con una política estable, una economía que avanza a paso firme, con una moderna infraestructura y una sofisticada red de telecomunicaciones. Chile mira al mundo desafiando las distancias. La conectividad y el comercio exterior constituyen una prioridad ineludible.

Palabras clave: Consumidor Chileno y Colombiano

ABSTRACT

To know in detail the tastes, habits and preferences of the Chilean consumer and Colombian, characteristics, know what purchase; How buy?; By what buy?; Where to buy? These are questions that through this work were developed based on documents and on the contribution of personal experience in trip to Chile result, considered as a country with a stable policy, an economy that is moving to step firm, a modern infrastructure and a sophisticated network of telecommunications. Chile look at the world challenging distances. Connectivity and foreign trade are an unavoidable priority

Keywords: The Chilean consumer and Colombian

COMPARATIVOS CONSUMIDOR CHILENO Y COLOMBIANO

Al revisar la información existente, se pretende conocer cuáles son las principales diferencias de hábitos de consumo entre los Consumidores Chilenos y Colombianos y principalmente las incidencias como lo son los Factores económicos que finalmente determinan la decisión de compra y por ende sus hábitos. Para ello se toma como referencia Entidades e Investigadores de este tema. Sobre cada punto a desarrollar se realiza la comparación entre Colombia y Chile. El propósito es conocer la cultura entre el Consumidor Chileno y Colombiano, basados en las economías de los 2 países.

En cuanto a los ingresos promedio de los Chilenos, en la última década han subido en todos los estratos económicos, lo cual ha impulsado un cambio elocuente en el comportamiento de consumo que ha obligado a muchas empresas a reformular su aproximación a los clientes, para adaptarse a este ritmo donde, además de la mayor sofisticación de algunos segmentos, se da una incorporación al mundo del consumo de nuevos grupos, para los cuales los bienes que hace 10 años eran “suntuarios” hoy pasan a ser gastos fijos o de cuasi primera necesidad.

Según Abel Bouchon (2008), los segmentos altos compran vehículos de mayor lujo (el año pasado se vendieron 159 Porsche y los autos con precios superiores a \$15 millones fueron el 8% de las ventas de 2007), las clases media y emergentes están accediendo en forma más fácil a modelos aspiracionales, con autos más baratos, gracias al crédito. Igualmente el internet, los celulares son productos que hace 10 años o no existían o estaban muy vinculados a un exclusivo segmento de la sociedad. Hoy ya no es así. Los chilenos estamos gozando de los avances tecnológicos como nunca antes. Los tratados de libre comercio, la caída del dólar, los mayores ingresos nos llevan a poner los ojos en este tipo de productos. Hoy son muchas las familias que tienen una cámara digital, un computador más barato y con más prestaciones. Esto ha generado un efecto dominó, ya que si hay computadores lo lógico es que exista más Internet y ojalá cada vez más ancho de banda, que a su vez transforman al computador en un sustituto del cine o del video club.

La economía de Chile es considerada actualmente la más desarrollada de América Latina. El país junto con Uruguay, posee el más alto índice de desarrollo humano de Latinoamérica para el año 2011. El PIB para los países latinoamericanos (Ver tabla 1) según estimaciones del FMI, el país alcanzará un PIB per cápita de poco más de USD 22 000 hacia 2017.

Tabla 1

PAIS	Proyección PIB PPA Percapita 2011	Proyección PIB PPA Percapita 2017
ARGENTINA	U\$ 16.831	U\$ 21.282
CHILE	U\$ 15.866	U\$ 22.000
URUGUAY	U\$ 15.121	U\$ 19.549
VENEZUELA	U\$ 11.930	U\$ 12.631
BRASIL	U\$ 11.767	U\$ 15.193
COLOMBIA	U\$ 9.997	U\$ 12.657
PERU	U\$ 9.330	U\$ 13.183
ECUADOR	U\$ 7.995	U\$ 9.052
PARAGUAY	U\$ 5.444	U\$ 6.503
BOLIVIA	U\$ 4.759	U\$ 5.810

Fuente : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/...CPPPPC&grp=0&a=>

Brasil, Argentina y, probablemente, Colombia, también podrían convertirse en economías avanzadas en los próximos 20 años. Es más, si se superan las tasas de crecimiento proyectadas por el FMI, varias de estas economías se unirán a Uruguay y Chile para convertirse en el primer grupo de países latinoamericanos en alcanzar un ingreso per cápita de US\$ 23.000 o más (en dólares de 2008 y PPA) en los próximos años.

Además Chile en el año 2010, se convirtió en el primer miembro pleno de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) en América del Sur y Segundo en Latinoamérica, después de México, debido al reconocimiento en los avances económicos de las últimas décadas, desarrollo social y fuerte reestructuración institucional, que ha llevado a Chile a ubicarse en la treintena de miembros de esta organización, que agrupa a las principales economías industrializadas del mundo.

Chile posee una economía diversificada y competitiva, en el viaje realizado en el pasado mes de Noviembre del año 2011, se pudo apreciar que en Chile se destaca el mercado retail o minorista en el que se destacan empresas chilenas con inversiones en distintos países de Sudamérica, tales como Falabella y Repley. Además, tiene uno de los sistemas bancarios más estables y desarrollados de América. Su principal sector económico es la minería, principalmente el cobre, del cual es el mayor productor del mundo, La producción mundial durante el 2011, alcanzó un total de 16,10 millones de toneladas métricas de cobre fino, en la que Chile participó con más de un tercio del total, seguido por Perú y China. Ver la tabla 2

Tabla 2

RANGO	ESTADO	PRODUCCION EN 2011 (en mill.ton/año)
1	CHILE	5,420
2	PERU	1,220
3	CHINA	1,190
4	ESTADOS UNIDOS	1,120
5	AUSTRALIA	0,940
6	ZAMBIA	0,715
7	RUSIA	0,710
8	INDONESIA	0,625
9	CANADA	0,550
10	REPUBLICA DEMOCRATICA DEL CONGO	0,440
11	POLONIA	0,425
12	MEXICO	0,365
13	KASAJISTAN	0,360

Otro de los factores predominantes en la Economía Chilena, son la exportación de UVAS y de VINOS.

América Economica (Vie, 08/07/2011) declara:

“ El precio promedio del vino subió 28% interanual a US\$2,74 por litro, precisó la asociación, mientras que los envíos físicos llegaron a unos 50 millones de litros, frente a igual mes del año pasado. El negocio del vino es liderado en Chile por la Viña Concha y Toro y por Viña San Pedro del grupo embotellador y cervecero. Los principales mercados de las exportaciones chilenas de vino embotellado en el cuarto mes fueron Estados Unidos, Reino Unido y Canadá”, no solo porque tienen la capacidad de producción sino porque se centran en investigar, tecnificarse y en ofrecer la mejor calidad entre sus competidores. Miden la captura de cada producto, miden cuánta maleza tiene cada producto con el fin de reducir poco a poco estas pérdidas, su práctica se enfoca en trabajar mucho con el cliente. En los últimos años la economía chilena ha mostrado un dinamismo y una tasa de crecimiento muy estable, promediando el 4% según (Revista Dinero del mes de Diciembre del año 2011). De esta manera, Chile pretende convertirse en la plataforma de inversiones para muchas empresas, siendo este país el punto de partida para ingresar a otras economías sudamericanas.

El Diario El Comercio (Lunes 26 de abril de 2010) declara:

“El 40% de la inversión de Chile en el extranjero llegó a Perú, por crecimiento del sector retail, siendo el primer destino de las inversiones chilenas en el exterior durante el primer trimestre del 2010. Son US\$697.2 millones -el 40% del total- lo que empresarios mapochinos invirtieron en nuestro país este año, según la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). El crecimiento del sector retail -los proyectos de centros comerciales- al interior del país es uno de los factores que alimenta este interés.

Brasil -con US\$557.7 millones- por sus proyectos forestales y retail; y Colombia - con US\$400.8 millones- le siguen a Perú como destinos de la inversión mapochina.

Sin embargo, Perú no es el país donde hay más inversión chilena reunida, a lo largo de los últimos 20 años. Argentina cuenta aún con US\$17.000 millones, delante de Brasil y Perú, con más de US\$8.500 millones y Colombia, con US\$4.000 millones.

Parque Arauco, Ripley y Falabella son los principales inversionistas en el sector de los centros comerciales en nuestro país”.

Respecto a los ingresos promedio de los Colombianos, en el período 2003 y 2008, Colombia creció en promedio el 5,5 % del PIB superó en desempeño a Chile, Brasil y México. Sin embargo, mientras para varios de los países de América Latina este tiempo de vacas gordas significó que muchos de sus habitantes salieron de la pobreza y la indigencia y consiguieron un empleo decente, en Colombia, el florecimiento de la confianza inversionista no sacó del club de los pobres.

Revista Semana (Noviembre 2011), declara:

En materia social mejoró a cuentagotas. Bajó la pobreza de 51 a 46 %, sólo 5 puntos. Y entre los pobres, el número de indigentes volvió a quedar casi como estaba en 2002, al borde de la escandalosa cifra de 18 por ciento. Esto quiere decir que casi uno de cada cinco colombianos no tenían ingresos suficientes para cubrir sus necesidades calóricas básicas, además de esta triste situación las diferencias económicas se vieron más marcadas entre ricos y pobres en Colombia, según lo estableció la Cepal. A inicios del siglo XXI Colombia estaba entre los países con altos índices de desigualdad, mientras que en Chile según (el director de empresas Alberto Sobredo, ex CEO de Unilever para América latina), comenta que en el '90 la pobreza era 38,6%; en 1997 estaba en el 22% y en 2006 llegó a 13,7%. Hay un incremento en los ingresos no sólo de la clase más rica, sino también segmentos como el E y el D subieron sus niveles. Aquí se palpa una aspiracionalidad de ese grupo, que se expresa en otros consumos, porque hoy el retail ha permitido que la ropa se democratice!. (pag.38)

Dado lo anterior, el nivel de ingresos marca la diferencia entre los 2 países. Chile, con su apertura de los mercados, el crecimiento económico, la ampliación del consumo material y cultural, traducido en apoyo al emprendimiento de gestión empresarial, lo colocan en un lugar privilegiado en donde las necesidades de los consumidores pasan de lo básico a lo suntuoso, a diferencia de Colombia con un

porcentaje mayor de población pobre e indigente y en donde las necesidades de los consumidores siguen siendo de naturaleza primaria.

Por qué Colombia no pudo aprovechar los años de bonanza económica de productos básicos, estabilización macroeconómica y reforma comercial en Colombia del año 1986 para aliviar la pobreza? ¿Por qué este país con instituciones públicas mucho más sofisticadas, que otros países, más urbanizado que Bolivia y con un sector empresarial más pujante que el de República Dominicana, está en un nivel similar en la cola de América Latina, en materia de pobreza? ¿Por qué después de haber más que duplicado su gasto público social (del 5,9 por ciento del PIB en 1990 al 12,6 por ciento en 2008) no consigue que esto se traduzca en una reducción del nivel de pobreza?

Una primera explicación es que un largo y degradado conflicto armado, como ninguno otro en la región, ha pauperizado a la población. Según encontró la *Segunda Encuesta Nacional de Verificación de los Derechos de la Población Desplazada*, 760.000 familias campesinas fueron forzadas a huir para salvar sus vidas entre 1998 y 2008, dejando atrás, por abandono o por despojo, 5,5 millones de hectáreas de tierra.

Si antes del éxodo la mitad de esas familias eran pobres y una tercera parte tenían ingresos de miseria, después, el 97 por ciento quedó en la pobreza y el 80 por ciento en la indigencia. Esa catástrofe social perdura hasta hoy. Según (el Dane en el año 2011), la pobreza entre los habitantes del campo está por encima del 65 por ciento, lejos del promedio nacional de 46 por ciento. Y la indigencia urbana también aumentó en el último año. Los resultados indican que en el año 2011, estuvo al borde de la escandalosa cifra de 18 por ciento. *Semana (Enero 2012)*

En la última década el país se concentró en una prioridad, reducir la violencia. A eso le apostó el gobierno de Álvaro Uribe buena parte de los recursos y de su energía institucional. Por eso, a pesar de haber aumentado tanto el gasto social, desafortunadamente este no se invirtió en Investigación, Desarrollo y mucho menos para apoyar a los Colombianos a cultivar sus tierras para exportar, en brindar respaldo a los Agricultores para que exploten sus tierras con Tecnologías competitivas en comparación a otros países como lo es Chile, factor como este ha impedido que la Economía Colombiana crezca y a su vez que los ingresos de los Colombianos mejoren, que disminuya el desempleo, la mendicidad y que los Empresarios Colombianos sean competitivos en comparación a países Latinoamericanos como lo es Chile, país del presente estudio.

El otro gran problema es la corrupción. Se han desviado miles de millones de pesos de gasto público social a políticos inescrupulosos o a los actores armados, como se hizo evidente en el escándalo de la para-política.

Transparencia Internacional (Febrero 2010,) mide la percepción de corrupción del sector público en 180 países, Colombia viene empeorando en los últimos años, y en 2009 bajó del puesto 70 al 75.

Ahora bien, después de analizar las causas del éxito de la Economía Chilena y desafortunadamente las causas del fracaso de la Economía Colombiana, evaluaremos los ingresos entre los Consumidores Chilenos y Consumidores Colombianos.

Encuesta suplementaria de ingresos (NESI) 2010), declara:

“El sondeo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) revela que a mayor educación, mayor es el ingreso laboral de los ocupados, pero también aumenta la brecha entre sexos. Quienes tienen postítulos y/o maestrías tienen el mayor ingreso con \$ 1.493.000 pesos chilenos equivalentes a \$5.673.400.00 pesos colombianos mensuales aproximadamente en promedio. En la educación universitaria el ingreso laboral promedio es de \$749.600 pesos chilenos equivalente a \$2.848.480.00 pesos colombianos mensuales aproximadamente en promedio. Los ocupados con este nivel de educación perciben en promedio 6,6 veces más que quienes no tienen ningún tipo de estudios”.

El Diario El Mercurio (26 de Noviembre del 2011), declara:

“En el 2010 en promedio, las mujeres perciben \$ 280.900 pesos chilenos equivalentes a \$1.067.420.00 pesos colombianos mensuales aproximadamente y los hombres \$ 417.900 pesos chilenos equivalentes a \$1.588.020.00 pesos colombianos mensuales aproximadamente, lo que representa una brecha salarial del 32%, los ingresos de mujeres profesionales son 35% menores que los de hombres.

Para el caso de Colombia se analizarán los salarios de los profesionales en el Área de la Medicina, según (Estudio realizado por el DANE en el año 2011) Colombia para el año 2011, la mayor parte de la población de empleados en el área de Medicina se encuentra entre los 30 y 34 años de edad, representando el 21.16% del total observado.

Ahora bien, el IBC promedio para los profesionales en medicina, se ubicó que de acuerdo con la edad, los mayores de 65 años refieren un IBC mayor que los demás grupos etarios, alcanzando su máximo entre los de 70 y 74 años de edad con \$4 millones pesos colombianos equivalentes a \$1.052.631.00 pesos chilenos aproximadamente y el grupo donde más concentración hay actualmente, entre 30 y 34 años, el IBC se ubicó cerca a los \$1.5 millones de pesos colombianos equivalentes a \$394.736.00 pesos chilenos.

Si se comparan los ingresos de un Profesional Chileno con un Profesional en el área de la Medicina en Colombia, se encuentra diferencia a favor de Chile por un valor de \$1.348.480.00 pesos Colombianos, lo que significa que Chile ofrece mejor remuneración salarial para los jóvenes profesionales, por lo que en Chile presentan mayor capacidad de consumo no solo en bienes de primera necesidad sino en bienes suntuosos, como lo veremos más adelante.

Tomando como referencia El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane en el año 2010) el cual informó que por ejemplo para el año 2010 el Producto Interno Bruto (PIB) nacional fue de \$548,2 billones en 2010, que al dividirlo por toda la población, lo cual se conoce como PIB per cápita, fue de \$12.047.418. Es decir, cada colombiano obtuvo en ese año un ingreso mensual de tan solo un millón de pesos, según los indicadores que se utilizan en todo el mundo para definir el poder adquisitivo de las personas que integran los países, medidos en dólares. Colombia tuvo en 2010 un PIB per cápita de US\$6.340, que para los expertos es una cifra agríndice, toda vez que es positiva si se compara con la de años anteriores, pero no es tan buena si se mide con el de países como Chile (US\$15.400) o Estados Unidos (US\$47.500).

“Si comparamos la cifra con años anteriores, tenemos que pasamos de US\$3.000 a US\$6.000, pero si tenemos en cuenta que la meta del Sistema Nacional de Competitividad es un PIB per cápita en 2032 de US\$18.000, estamos rezagados”, afirmó Rosario Córdoba, presidenta del Consejo Privado de Competitividad, lo cual es real ya que para el año 2010 Chile tuvo un PIB per cápita superior en (US\$9.060) que Colombia, lo que hace que sus ciudadanos o Consumidores Chilenos presenten mayor capacidad de consumo en comparación a los Colombianos.

Luego de analizar los Ingresos de los Consumidores Chilenos y Colombianos, a continuación analizaremos los hábitos de Consumo entre Chile y Colombia.

Según encuesta que realiza cada diez años el INE para definir la canasta del IPC en Chile, y los hábitos de consumo, realizada a más de 10.000 chilenos revela que el nuevo habitante promedio es más viajero, gozador, tecnológico y motorizado. A pesar de ser un país que se cataloga como uno de los mayores consumidores de pan, los chilenos se volvieron más sofisticados, agregaron mayor confort a sus vidas, ingresaron de lleno al mundo de la tecnología, donde aparatos como el iPod, los celulares y las cámaras digitales, pasan a ser elementos fundamentales no sólo para sobrevivir, sino también para vivir bien en la era moderna.

Estas son algunas de las conclusiones que contiene la VI Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) que cada 10 años elabora el Instituto Nacional de

Estadísticas (INE). Dicho estudio, el más profundo que se realiza en el país, mide con precisión los cambios en los hábitos de consumo de los chilenos, aportando cifras que no sólo se convierten en la base para la canasta del IPC, sino en una fuente de información valiosísima para las empresas.

Si bien su fin es estadístico, esta medición es una de las más esperadas, ya que arroja datos cruciales sobre cómo han evolucionado los hábitos de consumo Chilenos en una década.

Por primera vez en la historia de este instrumento, la alimentación dejó de ser el ítem más importante en las pautas de consumo de los hogares chilenos, para dar paso al transporte y las comunicaciones. El abanico de productos no sólo es más heterogéneo, sino que también los bienes clásicos pierden peso relativo. Así, por ejemplo, la última medición reveló una ostensible baja de productos como el pan y la entrada en escena de servicios y bienes cada vez más masivos como Internet, el gimnasio y los reproductores de audio digital.

Más allá del comportamiento de cada producto en particular, se puede analizar que esta encuesta deja en evidencia que se está adquiriendo por primera vez una conducta muy parecida a la de un país desarrollado, porque se está dejando de ser conservadores y básicos en los gastos; porque importa más estar conectados con el mundo y porque se busca estar más informados y por ende más exigentes. Estos cambios en los hábitos de Consumo Chileno básicamente se presentan porque como ya se analizò Chile presenta una Economía sólida, de las mejores en Latinoamérica, por lo que los Chilenos tienen mayor capacidad de pago, pueden invertir no solo en productos de Primera Necesidad sino que también pueden invertir en productos que como se informó anteriormente se consideraban suntuosos pero que ahora son necesarios para estar en conexión e igualdad con el mundo.

Lo que era suntuario ya no lo es:

Abel Bouchon (2008) , manifiesta:

“Las cifras revelan que poco a poco más chilenos están comenzando a tener comportamientos más cercanos a un país desarrollado, destinando más presupuesto a bienes que antes eran suntuarios... Eso, a todo nivel. Porque así como los segmentos altos compran vehículos de mayor lujo (en el año 2008 se vendieron 159 Porsche y los autos con precios superiores a \$15 millones fueron el 8% de las ventas de 2007), las clases media y emergentes están accediendo en forma más fácil a modelos aspiracionales, gracias al crédito.

Abel Bouchon, gerente comercial de pasajeros de Lan, explica que la mayor incidencia del transporte en el consumo Chileno se explica por tres factores. El primero es la gran variedad de autos, que genera una mayor segmentación que permite llegar a los niveles más bajos con autos más baratos. Lo segundo es el incremento vial, ya que a su juicio hoy el auto sirve para muchas cosas más, de modo que el consumidor tiene un beneficio oculto en el incremento de las carreteras e infraestructuras que es inmenso, respecto a este punto es realmente agradable desplazarse por las carreteras no solo de Santiago de Chile, sino por la infraestructura en carreteras que Chile ofrece desde Santiago hasta Valparaíso o Viña del Mar, si se compara la inversión económica que el Estado realiza en los 2 países, fácilmente se deduce que en Colombia se requiere con urgencia gobernadores que realmente se preocupen por el bienestar de los ciudadanos, ya que la infraestructura como lo son las vías de tránsito son básicas para el 100% de las personas y Chile es un país de ejemplo en este aspecto, sin vías bien estructuradas se complica la comercialización de Bienes por ende los productos se ofertan más costosos y el directamente perjudicado es el Consumidor Colombiano. Y en tercer lugar hay “otra cosa que hace crecer el peso de este indicador y es el aumento de los costos, incidido por el valor del combustible. El año 1997 el barril de WTI estaba a 17 dólares, el año 2007 tuvo un récord de 102 dólares y para el 2008 llegó a los 118 dólares. Entonces, independiente de que casi todos los vehículos están siendo más eficientes desde el punto de vista del consumo, igual el cliente debe pagar un costo más alto... y eso también está incidiendo en el índice”.

En el caso del consumo de Vehículos en Colombia, por ejemplo, el 2011 arrojó una venta total de 324.570 vehículos nuevos, cifra que representó un incremento del 27,8% frente al 2010, año en que se vendieron 253.000 carros nuevos, y que marcó un récord en ventas según los analistas del sector, pero a diferencia de Chile en Colombia la compra de vehículos se da porque se desea cubrir la necesidad de transporte, mientras que muchos Chilenos invierten valores extremadamente altos para obtener vehículos suntuosos.

Para este nuevo año se calcula que las ventas de vehículos en Colombia crezcan un 10%, según un estudio realizado por el Bbva Research, tal como lo indicó la firma especializada en estadísticas del sector automotor, Econometría, la misma que para este año calcula que la cifra se ubicará entre 300.000 y 350.000 vehículos nuevos.

En efecto, si a mediados del siglo pasado las necesidades de desplazamiento se satisfacían haciendo viajes en tranvía (que en ese entonces tenía la mayor ponderación del gasto), en la última medición es el automóvil uno de los productos con mayor participación en el gasto.

Pasando del tema de Transporte en Chile a los productos Suntuosos, hace 10 años o no existían o estaban muy vinculados a un exclusivo segmento de la sociedad. Hoy ya no es así. Los chilenos están gozando de los avances tecnológicos como nunca antes. Los tratados de libre comercio, la caída del dólar, los mayores ingresos y el desarrollo del retail llevan a poner los ojos en este tipo de productos, que se están comiendo un trozo cada día más grande de la torta de los ingresos Chilenos.

Hoy son muchas las familias que tienen una cámara digital, que pueden acceder gracias al crédito a computadores más baratos y con más prestaciones. Esto ha generado un efecto dominó, ya que si hay computadores lo lógico es que exista más Internet y ojalá cada vez más ancho de banda, que a su vez transforman al computador en un sustituto del cine o del video club.

La Revista Dinero (Septiembre 23 del 2011) , declara:

“Tomando como referencia los hábitos de consumo de los Chilenos, en Colombia podemos analizar, basados en un valor total de 100%, la Necesidad representa para los colombianos un 21.4% segundo lugar la Calidad, la cual representa un 25%, y en adelante se tienen variables de hábitos de compra como Gusto, Costumbre, Antojo, Moda Precio, Para actualizar el anterior, Promoción, Fidelidad y en último lugar porque necesita otros factores que los Colombianos tienen en cuenta al momento de comprar. Tomando como referencia este estudio, se puede observar que los hábitos de los Colombianos se basan principalmente en la Necesidad y sus compras en la gran mayoría se realizan porque realmente requieren los bienes o servicios que adquieren, así mismo la Cultura Colombiana conduce a presentar aumento en el consumo durante las fiestas de fin de año, por ejemplo para el año 2011 hubo incremento de consumo en el 32.6% en comparación al año 2010 según (Raddar en el año 2011), la cual señaló además que, de acuerdo con los datos recolectados y que aún se encuentran en revisión, los hogares hicieron compras de Navidad (la del 2011) por \$9,9 billones (\$2,4 billones más que en el 2010), resultados que sin duda demuestran la confianza de los colombianos por el buen momento que atraviesa la economía del país”.

Cabe analizar los productos Textiles, según (La Revista Dinero en el año 2011) un chileno gasta al año 346 dólares, mientras que un colombiano apenas alcanza los 143 dólares anuales. Esta cifra, además, ubica a Colombia como el séptimo país en cuanto a consumo de prendas de vestir en la región.

Hablando de tendencias en Colombia los Colombianos para el presente año se basarán en Electrodomésticos y equipos de tecnología. De acuerdo con el analista en tendencias tecnológicas, Germán Durán, este año la pauta la marcarán

las pantallas. “En el 2012, las cuatro pantallas tienden a unirse: computador, celular, tableta y televisor”, dijo.

¿Cómo? A través de Internet. Durán explicó que por medio de una misma conexión, por ejemplo, se podrá abrir el correo, programar videos y buscar noticias desde el celular y verlos en la pantalla del televisor.

La tendencia a las nuevas tecnologías están muy presente en la mente del Consumidor Colombiano y al igual que los Chilenos para los Colombianos el tema tecnológico se ha convertido en Bienes de Necesidad casi que básicas, a pesar de que en Colombia predomina el precio por esto las grandes superficies como Almacenes de Cadena, compiten importando este tipo de productos de diferentes procedencias y marcas, con el fin de ofrecer al Consumidor Colombiano Buena calidad a un Excelente precio y ofrecen a sus clientes la posibilidad de financiar sus compras con las nuevas tendencias de Tarjetas de Crédito. Por ejemplo según la Revista Dinero para el año 2012 se espera que la marca ULTRABOOK lidere línea de computadores (más livianos, metalizados y con larga duración de batería), las últimas versiones de tabletas, los celulares con Windows 7,5, los televisores con Internet y la versión 8 de Windows para computadores.

Sin embargo, tanto consumo, más allá de demostrar la confianza de los colombianos por la economía del país, puede convertirse en un arma de doble filo si no se toman precauciones en los gastos, dado que la actual actividad de consumo se basa en el endeudamiento a diferencia de los Consumidores Chilenos quienes día a día incrementan su capacidad de compra y por ende su liquidez.

“Si bien la economía está creciendo y el empleo está mejorando, el tamaño de la cartera y de los créditos también están empezando a ser muy grandes. Como lo dijo el Minhacienda a finales del año pasado: el 2012 debe ser un año en el que los hogares tienen que ser muy prudentes y no dejarse endeudar”, explicó Alonso.

Aquí cabe mencionar la situación que se presentó en el año 2008 según la Revista Dinero donde informa que la deuda creció 44%. El estrato 2 fue el que tuvo el mayor aumento, de 337%, según los encuestados. El acceso a créditos para la compra de electrodomésticos y vehículos jalonó este crecimiento. De hecho, en el estrato 2 la deuda de vehículo creció más de 2.600%, de acuerdo con estas cifras.

Si bien es cierto que el año 2012 según los expertos promete ofrecer un crecimiento no sólo del PIB del país sino del ‘boom’ del comercio, que los hogares cuenten con una mayor capacidad de ahorro y despilfarren menos en gastos, pero sobre todo que se alejen de las deudas. Ahora se puede controlar, pero en un par de años consumir de esta manera puede alterar las finanzas familiares, situación que no se presenta en Chile.

Respecto al Internet en Chile Patricio Polizzi, profesor de la Escuela de Negocio de la Universidad Adolfo Ibáñez y director de consultoría de Visión Humana, señala que por los diversos estudios que ha realizado para empresas de comunicaciones y tecnología, se ha dado cuenta de que a todo nivel

socioeconómico este tipo de productos y servicios se está instalando crecientemente como una necesidad cuasibásica, por todas las significaciones sociales que está adquiriendo. Por ejemplo para una mamá de nivel socioeconómico medio-bajo, Internet ya no es Internet, sino la posibilidad de que los hijos tengan mejores armas para educarse.

Dada esta plasticidad funcional que hoy ofrecen la tecnología y la comunicación y esta capacidad de satisfacer las necesidades vinculadas con el mundo externo del hogar, es que esos bienes y servicios están progresivamente cubriendo múltiples espacios vitales de las personas, lo que se traduce en una sensación de que son imprescindibles. No obstante, el crecimiento en la oferta y la demanda de productos tecnológicos es cada día más significativa, este crecimiento debe ir de la mano de la responsabilidad social del medio ambiente, pues la producción de ellos y su uso requiere de la generación de energía.

Frederic Chaveyriat, Chief Operating Officer de VTR GlobalCom, manifiesta que el significativo aumento en los productos de última tecnología era previsible: “su ponderación debería crecer más rápidamente que cualquier otro grupo en los años por venir porque, aunque los precios bajen, nuevos aparatos aparecerán”. Pero teniendo en cuenta el aporte de Frederic es importante saber que así aparezcan nuevos aparatos Tecnológicos la capacidad de pago de los Chilenos en el Corto Plazo soporta la adquisición de este tipo de bienes y servicios, ya que como se ha analizado Chile está en el proceso de que sus consumidores presenten hábitos de un Consumidor en un país Desarrollado, lo que es muy bueno para la Economía de Chile, respecto a la oferta y demanda de bienes y servicios.

Respecto a la inversión de Vivienda en Colombia, el 2011 fue un año bastante positivo para el sector de la vivienda a escala nacional. De acuerdo con la Cámara Colombiana de la Construcción, Camacol, gran parte del impulso del sector edificador fue, además del positivo ambiente económico del país, un activo canal crediticio con desembolsos para la adquisición de casas que alcanzaron niveles máximos históricos.

Entre enero y octubre del 2011, en las trece principales ciudades de Colombia se vendieron 111.423 viviendas nuevas, y otras 95.427 se encontraban en construcción en ese mismo período. Para el 2012 las ventas pueden ascender a 162.686 unidades, 10,1% más de lo registrado en todo el 2011.

“Para que esta dinámica siga siendo positiva es indispensable que se resuelva el tema de disponibilidad de suelo en la ciudad, que el Banco de la República mantenga una baja tasa de interés y que haya claridad y continuidad en los recursos destinados al subsidio para la vivienda ”.

Es pertinente también analizar los cambios que se han presentado entre el Consumidor Chileno y Colombiano en periodos comprendidos entre los años 2006 al 2008: Fernando del Solar, advierte que los cambios radicales que permiten concluir que Chile ha dado un salto cualitativo se consolidaron de manera categórica con la última encuesta, 2006-2007, en que el gasto de las familias en Transporte y Comunicaciones registra el mayor crecimiento proporcional entre todos los grupos (6,6%), acercándose a las pautas de países desarrollados. De hecho, ese rubro pasa a ocupar el primer lugar del gasto, superando a Alimentos y Bebidas, que ocuparon la primera ubicación en todas las encuestas anteriores. En este contexto, el rol de la mujer en el ámbito laboral, el fuerte aumento del acceso a la educación superior, fenómenos que refuerzan la reducción de la fecundidad, retardando la edad en que tiene su primer hijo creando un nuevo grupo de consumidores, con conductas totalmente diferentes a las tradicionales a los que en EE.UU. se le denomina “dinki” (double income, not kids): parejas jóvenes en que ambos trabajan, pero no tienen hijos aún, disponiendo por lo tanto de un ingreso muy alto para sus gastos personales, viajes y bienes sofisticados dentro del hogar.

Otro efecto importante es la reducción del tiempo libre en la mujer que trabaja y además se preocupa del hogar, como lo demostró el estudio sobre “Uso del Tiempo”, realizado por la consultora Cimagroup. La valoración del tiempo, por lo tanto, sube fuertemente y se busca soluciones en productos prácticos que faciliten las tareas del hogar.

Según la Revista Dinero en Colombia para el año 2008, los gastos más importantes fueron vivienda (24%), alimentación (22%) y transporte (12%). Así, se confirma que unos cuantos renglones se llevan el grueso del consumo de las familias en el factor de Vivienda, mientras que para Chile en los años 2006 al 2007 los gastos representativos se basan en Transporte y Comunicaciones e incluso superando los gastos de Necesidad Básica como son los Alimentos y las Bebidas.

En Colombia entre el periodo 2006-2008 el gasto en vivienda cayó en 13% y el gasto en alimentación se redujo 7%. Entre tanto, el renglón de transporte se incrementó en 17%, debido al aumento en los precios de la gasolina, el incremento en los pasajes y el crecimiento en las ventas de motos y autos, aquí se observa que el Consumidor Colombiano en este periodo dió prioridad al Transporte pero no para usarlo suntuosamente sino porque la economía colombiana obligó a que el consumidor reduzca la inversión en Necesidades Básicas como Alimentación y Vivienda para poderse trasladar en la mayoría de los casos desde sus hogares a sus sitios de trabajo y viceversa.

Se concluye que Chile y Colombia, se insertan día tras día en la economía global, y la internacionalización traspasa el campo económico, se extiende al campo de lo político, de lo social, cultural, del conocimiento de la información, de las comunicaciones, transporte, vivienda, representando un paso hacia el progreso. Sin embargo, los valores se han trastocado y una nueva concepción individualista y consumista de enfocar la felicidad y el bienestar hace que las personas cada día se aíslen más en sus propios proyectos y solución a sus problemas. Por eso, a pesar de lo positivo de las cifras económicas y de los grandes éxitos en el desarrollo económico, para Chile más que para Colombia, no hay correspondencia con el desarrollo social. Estos países se encuentran divididos en mayor o menor escala por la "línea de la pobreza", y por ende el comportamiento del consumidor se traduce en la satisfacción de sus necesidades básicas o suntuosas.

CONCLUSIONES

Es de anotar que los hábitos del consumidor chileno al igual que del colombiano han cambiado en las últimas décadas, generados por los cambios tecnológicos que a menudo los países Desarrollados van ofertando a los países como Chile y Colombia y que estas nuevas tecnologías dejan obsoletos productos que la semana pasada eran innovaciones. Es lo que se denomina "la cultura de lo desechable", ya que crean necesidades y por consiguiente una demanda cada vez más creciente en productos y servicios, cuyo ciclo de vida cada vez es más corto.

En este contexto, también las entidades crediticias hacen su tarea de dar facilidades de otorgamiento de créditos para obtener estos bienes, que antes era imposible adquirir, dando lugar a endeudamientos que superan la capacidad de ingresos de un hogar con unos ingresos promedios.

Aunque la tecnología elimina fronteras, y el internet nos acerca más se ha convertido en un elemento fundamental en nuestras vidas, mediante el cual muchos aprovechan para comercializar sus productos, otros usuarios dedican cada vez más horas a "estar conectados", abandonando rutinas anteriores, causa de que el área de recreación (cines, discotecas, conciertos y teatro) haya disminuido su participación.

Para que el mayor número de consumidores en un país se abra a consumir con mayor decisión y seguridad, es prioritario que la Economía interna invierta en Desarrollo Tecnológico de Producción o Industria en sus territorios, con el fin de que se genere crecimiento constante en los ingresos de las grandes y pequeñas Industrias y Empresas, para generar mayor empleo y que a su vez los empleados obtengan remuneración justa para lograr una mejor calidad de vida.

BIBLIOGRAFIA

- http://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_Metropolitana_de_Santiago
- http://www.chile.com/secciones/recorriendo_chile/91360/lugar-de-la-fundacion-de-la-ciudad-de-santiago/
- [http:// Comportamiento del consumidor Nuevas tendencias](http://Comportamiento%20del%20consumidor%20Nuevas%20tendencias)
- La Revista Semana (Noviembre 2011) Hábitos de Consumo de los Colombianos, Colombia
- Revista Dinero (Diciembre 2011, Enero 2012) Indicadores de Consumo, Colombia
- <http://www.retailconversando.cl/?p=816>
- <http://www.elrepuertero.cl/admin/render/noticia/14526>
- <http://www.manuelgross.bligoo.com/-10-tendencias-que-dominaran-el-2012>
- <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/valor-de-exportaciones-vinos-chilenos-suben-45-en-mayo>