



Por encargo de importantes actores del sector inmobiliario, telecom y bancos, la consultora **TheLab Y&R** realizó una profunda investigación que integró focus groups en Santiago, entrevistas en el sur, análisis de columnistas y la opinión de académicos de la UAI y la UAH.

El trabajo buscó comprender el nuevo escenario de negocios y consumo que originó el terremoto. Aquí sus directores, Juan Pablo Martínez y Vicente Carrasco, responden a 10 preguntas claves que les hizo Qué Pasa.

¿CÓMO ESTÁN LAS EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR PARA EL 2010?

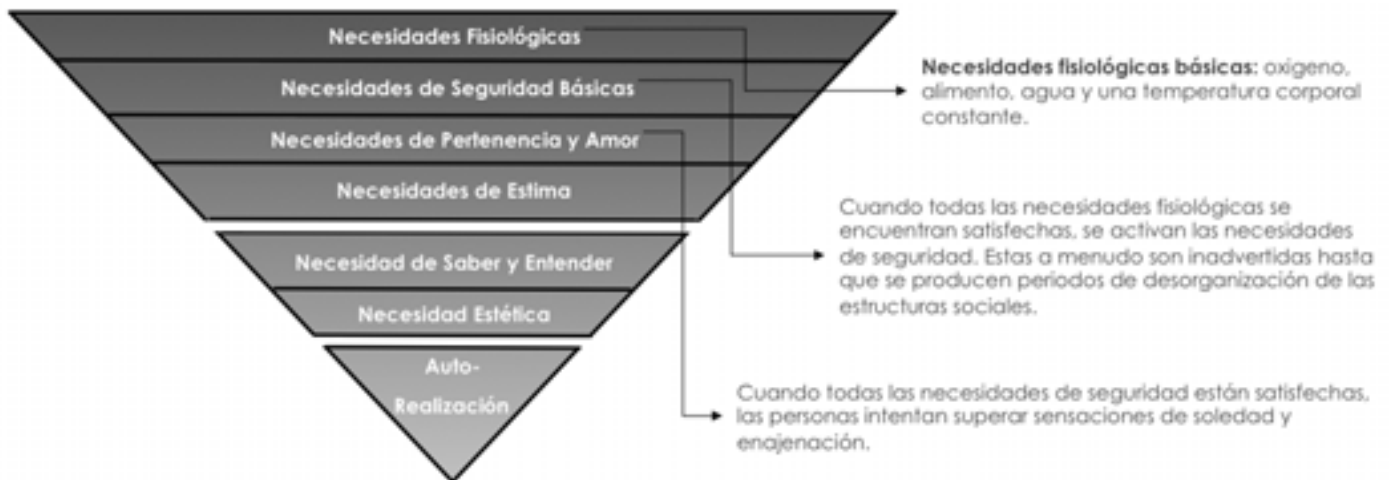
La gran mayoría de los indicadores que se revisaron durante la investigación se ven positivos. Partiendo por lo básico, a los pocos días del 2702, José de Gregorio afirmó: *“Pese a las lamentables pérdidas humanas y materiales, el terremoto y maremoto no comprometen las perspectivas de progreso y desarrollo de nuestro país”*.

Perdimos un punto de PIB y ganamos un punto de inflación. Desde un ángulo macroeconómico, el impacto de la tragedia fue bastante acotado. Los mercados financieros reaccionaron instantáneamente a la baja para corregir, a los pocos días, al alza. Las expectativas del sector empresarial siempre estuvieron derechamente optimistas. Lo anterior hace mucho sentido ahora que conocemos los positivos

resultados que tuvieron diversas compañías durante el primer trimestre. Sin embargo, producto del fuerte impacto traumático y emocional que causó el terremoto, los consumidores contrajeron sus expectativas económicas de corto plazo.

El IPEC de Adimark cayó diez puntos, cruzó la línea roja y cayó en la zona del pesimismo. Pero todo indica que esta caída será más bien coyuntural. Como vimos, los datos estructurales apuntan en sentido positivo. Además se espera que la recuperación anímica sea bastante rápida producto del efecto mundial y del buen desempeño esperado de la economía.

¿CÓMO CAMBIARON LAS DINÁMICAS DE CONSUMO?



En los días inmediatamente siguientes al terremoto, la conducta de consumo respondió a la lógica de la pirámide de Maslow, pero invertida. El consumidor buscó satisfacer, por un período acotado de tiempo, los escalones más bajos de la pirámide. La sensación de caos y emergencia hizo que las personas busquen satisfacer sus necesidades más básicas: fisiológicas, seguridad y pertenencia. Así fue como preocupados por la alimentación de los hijos pequeños y por el miedo al desabastecimiento se saquearon los supermercados. Se acopió exageradamente una diversidad de bienes y alimentos básicos. Bienes superiores o de segunda necesidad, como el whisky o las cremas faciales, vieron disminuir su demanda a expensas de tallarines, colados para bebés, leches en polvo, pilas y baterías. El consumo post terremoto siguió la lógica del consumo de post guerra o consumo de sobrevivencia. Ahora bien, este consumo de sobrevivencia ni siquiera se puede proyectar en el corto plazo. Superado el estado de emergencia, la pirámide de Maslow vuelve a su posición natural y el consumo retoma su rol como satisfactor de necesidades de estatus y estilo.



¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DEL CONSUMIDOR POST TERREMOTO?

Por otro lado, hasta la semana 6 u 8 después del terremoto se puede esperar cualquier trastorno en las dinámicas de consumo como consecuencia de los efectos del SPT -stress post traumático- que produjo el movimiento telúrico. Pero como nos enseñó la experiencia de los psicólogos que trabajaron post Katrina, la gran mayoría de las personas, a partir de la octava semana supera por completo los efectos del SPT. Es decir, vuelve a la normalidad ad integrum y con ello, retoma sus dinámicas de consumo normales.

Las imágenes recurrentes de destrucción y pérdida, sumado a la eventualidad de sufrir consecuencias directas, despertó un fuerte sentimiento de revalorización de la familia y la amistad. También se redescubrió y revalorizó a los vecinos, los vínculos sociales más extendidos. Después del 2702 se generó en Chile un escenario de vuelta de péndulo, es decir, un escenario social de mayor demanda comunitaria y menor individualismo.



¿CUÁL ES LA CLAVE DE RECUPERACIÓN EN LAS ZONAS MÁS AFECTADAS?

Durante los últimos 30 años, los chilenos hemos sufrido un profundo cambio cultural. Este se podría resumir en la sentencia: "A mi nadie me ha regalado nada. Yo me la puedo solo". Los chilenos tenemos claro que el Estado desapareció hace mucho tiempo de nuestra vida cotidiana. Por lo tanto, en lo sustantivo, sólo le exigimos que sea capaz de generar un entorno estable. Las personas sienten que si tienen trabajo, se pueden volver a parar y salir adelante. En esta línea, en los sectores más afectados por el terremoto -zonas costeras de la 6ª y 7ª región y Talcahuano- el empleo aparece como una profunda clave de regeneración personal y por lo tanto, nacional. Tanto o incluso más que el techo, el trabajo asalariado o independiente abre el horizonte de la reconfiguración personal.

La historia que nos contó la señora Elizabeth, una mujer de 35 años, habitante de Penco (zona costera de la 8ª región), pescadora de escasos recursos (NSE D) y que perdió su casa y bote producto del tsunami fue clave para entender el rol y valor del trabajo en la sociedad chilena moderna: "...ese día mi esposo lloraba de impotencia de que tanto que nos habíamos sacrificado para comprar el bote y se nos había ido.(...). Al otro día lo fuimos a buscar (...) mi marido pescó el bote, se lo trajo y empezó a sacar botes de todos lados, de todos los botes que pillaba en el camino los traía y los traía. Estuvo todo el día sacando botes. "Dios me devolvió el bote" dijo, "yo tengo que ayudar a mis compañeros". (...) Uno con cuatro hijos no puede quedarse sin trabajo, ni esperar a que le esté llegando algo, porque hay que esperar cuánto para que le llegue. Inclusive mi esposo le está dando trabajo a dos personas más. Entonces ya son tres familias que tienen su dinero para comprarse sus cositas".

La demanda por empleo que se ha generado en la 8ª región debiera ser acogida con mayor decisión por parte del gobierno. Superada la emergencia, el gobierno, a través del ministerio de economía, debiera poner su acento en reducir rápidamente el casi 20% de desempleo que hoy afecta a la región.

¿EXISTE RIESGO DE DESÓRDENES MASIVOS?

Al menos en Talcahuano y en algunas zonas costeras devastadas por el maremoto, la crisis actual corre el riesgo de convertirse en convulsión social. En esas zonas coinciden una serie de factores que nos hacen evaluar la posibilidad de ver desórdenes masivos en un futuro no muy lejano. Las precarias condiciones en las que aún se encuentran viviendo muchas de las familias afectadas, la llegada del invierno, el frío y las lluvias sureñas, unidos a la masiva falta de empleo -y por lo tanto de ingresos para comprar bienes y también para pagar deudas- son claras condiciones que pueden propiciar una crisis social de cierta envergadura.

¿CÓMO DEBE SER LA RECONSTRUCCIÓN?

Las expectativas de reconstrucción, el concepto de reconstrucción que desarrollaron los chilenos durante estos tres meses es bastante más elaborado y complejo que la sola restitución de las viviendas. En cierta forma se exige que el proceso sea global. Una reconstrucción personal y social, de sus pueblos y las ciudades, de su cultura y su



patrimonio. Una reconstrucción que implique la unión y encadenamiento de todos los actores sociales: sector público, sector privado y sociedad civil. Una reconstrucción que entregue soluciones rápidas, temporales y de emergencia pero que también cuente con un alto estándar de calidad y que se pueda proyectar al mediano plazo. Los chilenos no van a aceptar que las soluciones de emergencia se queden para toda la vida. Se demanda una reconstrucción en la que los afectados participen activamente, es decir, un proceso de co-reconstrucción, que genere oportunidades trabajo y que sea poco asistencialista.

¿EL MUNDIAL, HACE OLVIDAR EL TERREMOTO?



A menos que el desempleo y las lluvias invernales logren revivir la atención de los medios y la opinión pública, desde las expectativas de la gente, el mundial tiene el potencial necesario para dejar atrás la coyuntura del terremoto. El mundial es una fiesta, un escape y un hito de unión con alegría que nos hará olvidar las grietas. Por el contrario, el Bicentenario aparece como una fecha que se desvanece en la mente del consumidor. Más que una celebración con espíritu de fiesta, el Bicentenario debe ser austero y se debe enmarcar en línea con el proceso de reconstrucción.