



EL PULSO DE LA ECONOMÍA DE LA REGIÓN DE ÑUBLE PRIMER SEMESTRE 2020

ENCUESTA ENFOCADA EN PERSONAS

Integrantes grupo de estudio:

Benito Umaña Hermosilla (UBB)
Alvaro Acuña Homazabal (UBB)
Hanns de la Fuente Mella (PUCV)
Marisela Fonseca Fuentes (UBB)

Facultad de Ciencias Empresariales Universidad Del Bío-Bío

Colabora:

Núcleo de Investigación en Data Analytics, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Chillán, Abril de 2020

Resumen ejecutivo

El estudio Pulso de la economía de la región de Ñuble es realizado semestralmente por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío, con la finalidad de conocer la apreciación de la ciudadanía en distintas temáticas. Habitualmente dicho estudio se realiza de manera presencial en las calles de la ciudad de Chillán, sin embargo dada la contingencia, la presente versión debió aplicarse de forma online mediante correo electrónico y difusión masiva.

En esta oportunidad, dada la emergencia sanitaria por el virus Covid-19, se aplicó un instrumento virtual a las personas donde se consultó por antecedentes generales de cada participante, que en la presente versión está dividida en categorías de nivel país, nivel regional, empleo e inversión y además en esta oportunidad se incluyó a categoría de preguntas respecto a situación de emergencia sanitaria.

Entre los principales resultados se puede decir que las personas consultadas manifiestan una visión negativa de la economía actual y creen que la situación económica del país un año atrás era mejor que la actual, a su vez proyectan que en un año más será peor que la actual.

Por otro lado, la mayoría de la muestra indica que el ingreso de su hogar en los últimos doce meses ha bajado, y se manifiestan pesimistas al proyectar que seguirá bajando.

Se destaca además que la población identifica cierto grado de temor a perder su empleo, pese a que se ha implementado el teletrabajo.

Contenido

- Resumen ejecutivo2
- Metodología4
- Caracterización de la muestra5
- Resultados por categoría.....7
 - 1. Preguntas de Percepción a Nivel País.....7
 - 2. Preguntas de Percepción a Nivel Regional.....9
 - 3. Preguntas de Percepción relacionadas a Empleo..... 11
 - 4. Preguntas de Percepción relacionadas a Inversión..... 13
 - 5. Preguntas de Percepción relacionadas a situación de emergencia por Covid-19 15
- Conclusiones 20
- Anexos 22

Metodología

El presente estudio es de carácter cuantitativo de tipo transeccional descriptivo (Hernández, 2010), donde la estrategia de investigación utilizada es la encuesta (Cea, 2012) y los sujetos(as) de estudios corresponden a personas mayores de edad con residencia en Chillán y en otras comunas de la región de Ñuble, entre ellas:

- | | | |
|-----------------|---------------|---------------|
| ✓ Chillan Viejo | ✓ San Nicolás | ✓ Quillón |
| ✓ El Carmen | ✓ Quirihue | ✓ Yungay |
| ✓ Coihueco | ✓ Coelemu | ✓ Pemuco |
| ✓ Bulnes | ✓ San Carlos | ✓ San Ignacio |
| ✓ Portezuelo | ✓ Pinto | ✓ San Fabián |
| ✓ Ranquil | | |

Debido a la pandemia mundial a causa del virus Covid-19, el presente estudio debió considerar una recolección de datos virtuales, a través de la aplicación de la encuesta en redes sociales y correo electrónico, realizada entre los días 13 y 22 de abril del presente año 2020.

En esta oportunidad, se obtuvo un total de 313 respuestas, cuyo objetivo es conocer la percepción ante la situación económica actual y el estado de emergencia de la región de Ñuble. Posteriormente y para futuros trabajos, se desarrollará inferencia estadística utilizando métodos no paramétricos, es decir, aquellos que no precisan hacer hipótesis paramétricas sobre la distribución de probabilidad de los datos.

La encuesta se conforma de la siguiente manera:

- ✓ **Introducción:** se indica el propósito general del estudio y las instrucciones de cómo responder el cuestionario.
- ✓ **Antecedentes:** se hace referencia a las variables categóricas. se consulta por género, lugar de residencia, edad, nivel educacional, nivel de ingresos e inclinación política.
- ✓ **Preguntas:** se compone de 26 preguntas cerradas con alternativas múltiples, divididas en cinco categorías: nivel país, nivel regional, empleo, inversión y estado de emergencia.

Caracterización de la muestra

Para comenzar con este análisis, se presenta una caracterización de los(as) sujetos(as) de estudio, considerando las siguientes variables categóricas: lugar de residencia, sexo, edad, nivel educacional, nivel de ingresos y su inclinación política.

1. Sexo

La muestra está compuesta mayoritariamente por mujeres.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	135	43,1%
Mujer	177	56,5%
Prefiere no decirlo	1	0,3%
Total	313	100,0%

2. Edad

La edad de la población encuestada se presenta bastante diversificada, sin embargo se cuenta con una participación de personas mayores de 61 años.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 a 25 años	63	20,1%
26 a 33 años	46	14,7%
34 a 40 años	60	19,2%
41 a 50 años	74	23,6%
51 a 60 años	47	15,0%
61 o más años	23	7,3%
Total	313	100,0%

3. Sector de residencia

La muestra habita principalmente en la ciudad de Chillán (76,4%), no obstante un 23,6% indica tener residencia en otras comunas.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Chillán - Rural	15	4,8%
Chillán - Urbano	224	71,6%
Otra comuna - Rural	26	8,3%
Otra comuna - Urbano	48	15,3%
Total	313	100,0%

4. Estudios terminados

Se destaca que el 69,0% de la muestra indican tener educación técnica o universitaria completa.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Básica	1	0,3%
Media	96	30,7%
Técnica	40	12,8%
Universitaria	46	14,7%
Postgrado	130	41,5%
Total	313	100,0%

5. Ingresos

El 70,0% de los encuestados declara tener ingresos sobre los trescientos mil pesos.

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$0 a \$300.000	94	30,0%
\$301.000 a \$499.000	47	15,0%
\$500.000 a \$899.000	63	20,1%
\$900.000 a \$1.499.000	51	16,3%
\$1.500.000 a \$1.999.000	30	9,6%
\$2.000.000 o más	28	8,9%
Total	313	100,0%

6. Su inclinación política es

Izquierda	1	2	3	4	Centro político	6	7	8	Derecha
16	11	12	14	8	21	6	7	3	5
5,1%	3,5%	3,8%	4,5%	2,6%	6,7%	1,9%	2,2%	1,0%	1,6%

Al consultar por la inclinación política de las personas encuestadas, tan solo un 32,9% se identifica en alguno de los parámetros propuestos, mientras que un 53,0% manifiesta que no tiene inclinación política y otro 14,1% prefieren no responder.

Resultados por categoría

A continuación, se presentan los resultados recabados por el instrumento y presentados al lector según categorías.

1. Preguntas de Percepción a Nivel País

- ✓ A su parecer la situación económica del país en un año atrás era...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mejor que la actual	223	71,2%
Igual que la actual	72	23,0%
Peor que la actual	18	5,8%
Total	313	100,0%

Un 71,2% de los encuestados cree que la situación económica del país un año atrás era mejor que la actual.

- ✓ A su parecer la situación económica del país en un año más será...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mejor que la actual	59	18,8%
Igual que la actual	49	15,7%
Peor que la actual	205	65,5%
Total	313	100,0%

Un 65,5% de los encuestados cree que la situación económica del país en un año más será peor que la actual.

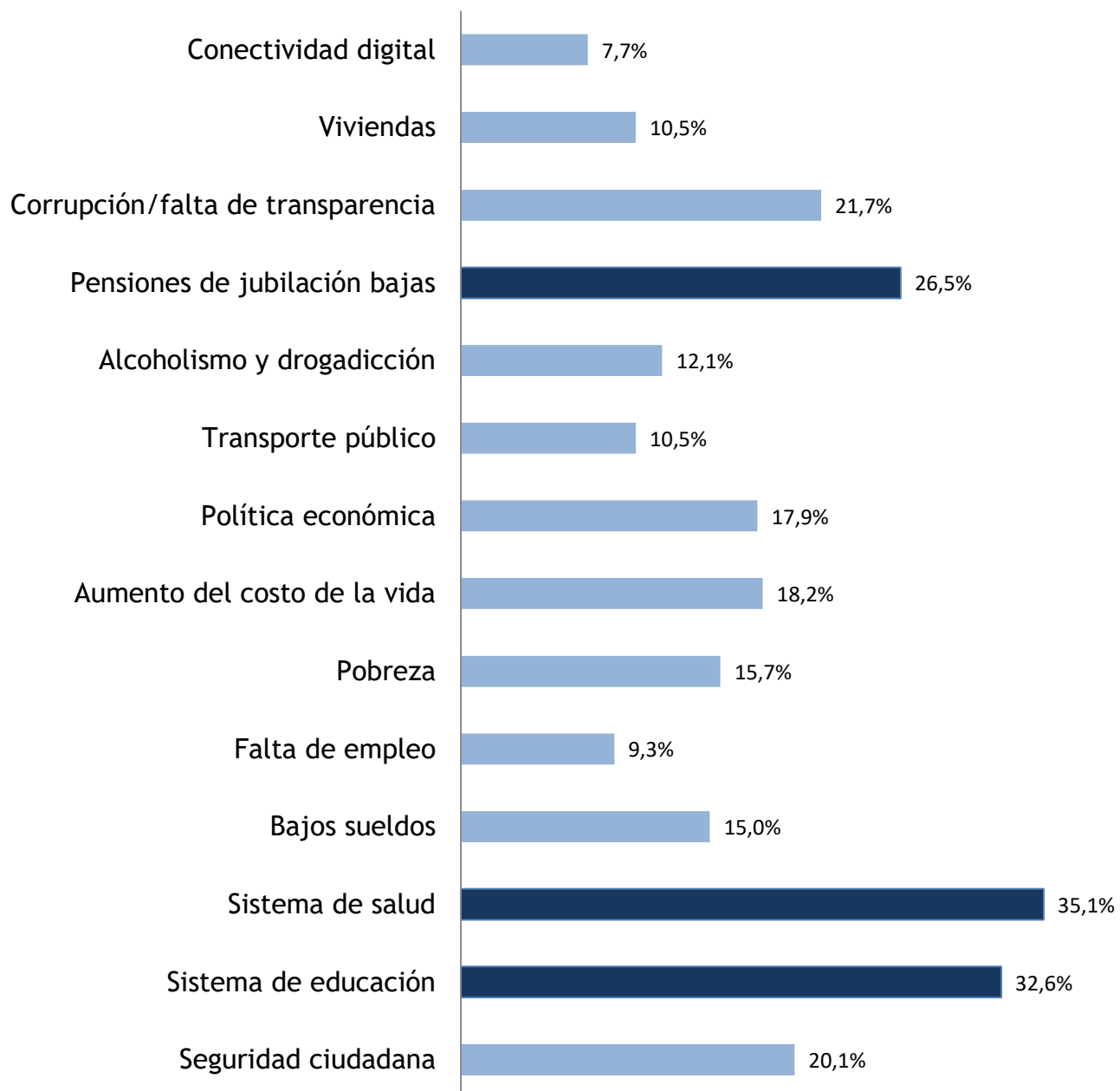
- ✓ A su parecer la situación económica del país en la actualidad es...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No sabe, no responde	155	49,5%
Buena	8	2,6%
Regular	84	26,8%
Mala	66	21,1%
Total	313	100,0%

Un 47,9% de los encuestados declara que la situación económica del país en la actualidad es regular o mala.

✓ A su parecer, ¿cuáles son los 3 problemas más importantes a nivel país?

Problemas a nivel país



El sistema de salud con un 35,1%, el sistema de educación con un 32,6% y las pensiones de jubilación bajas con un 26,5% son los 3 problemas más importantes identificados por la muestra a nivel país.

2. Preguntas de Percepción a Nivel Regional

✓ A su parecer la situación económica de la región en un año atrás era...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mejor que la actual	177	56,5%
Igual que la actual	87	27,8%
Peor que la actual	49	15,7%
Total	313	100,0%

Un 56,5% de la muestra indica la situación económica de la región en un año atrás era mejor que la actual.

✓ A su parecer la situación económica de la región en un año más será...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Mejor que la actual	58	18,5%
Igual que la actual	54	17,3%
Peor que la actual	201	64,2%
Total	313	100,0%

Un 64,2% de la muestra indica la situación económica de la región en un año más será peor que la actual.

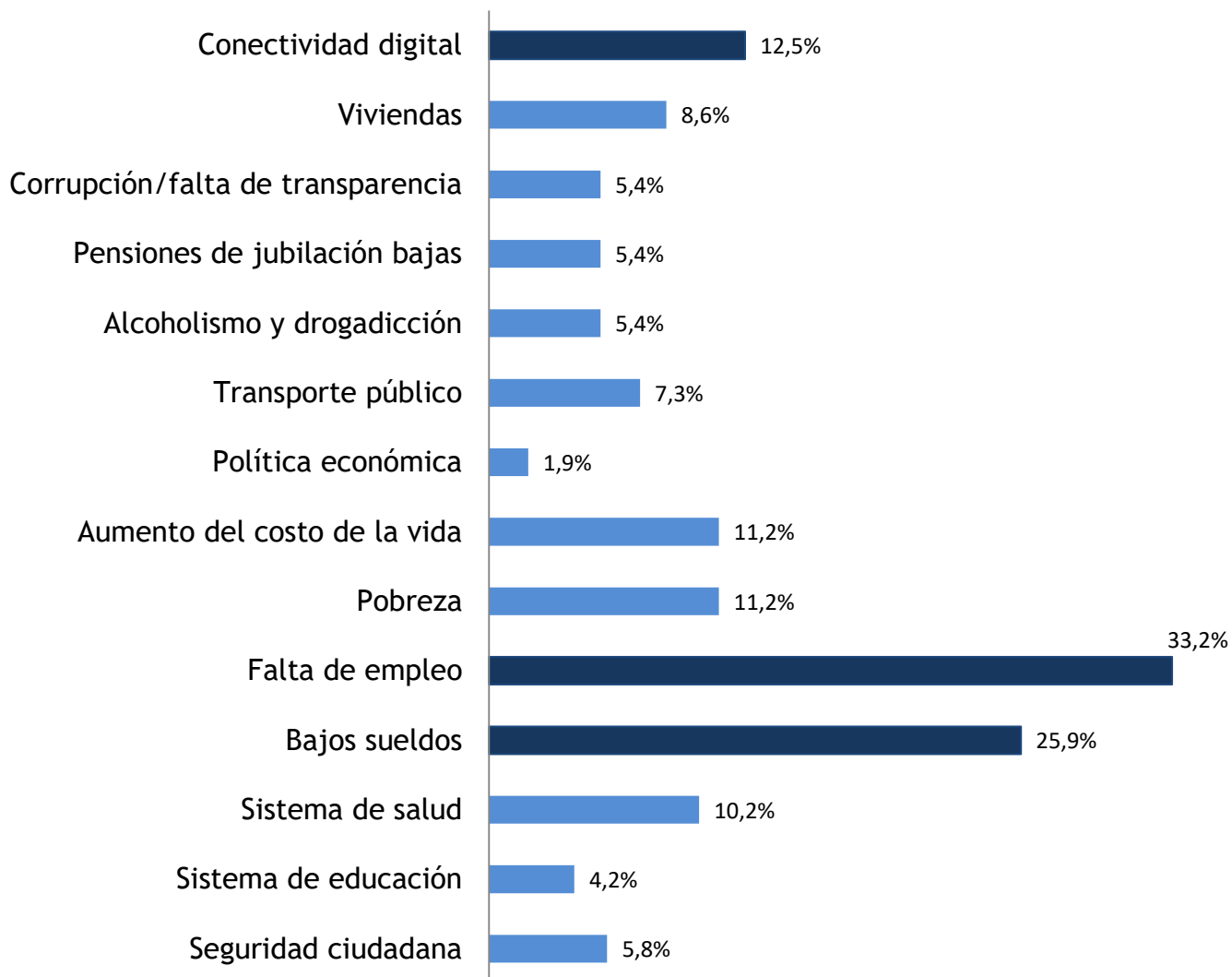
✓ A su parecer la situación económica de la región en la actualidad es...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No responde	155	49,5%
Buena	7	2,2%
Regular	60	19,2%
mala	91	29,1%
Total	313	100,0%

Un 48,3% de la muestra indica la situación económica de la región en la actualidad es regular o mala.

✓ A su parecer, ¿cuáles son los 3 problemas más importantes a nivel región?

Problemas nivel Región



La falta de empleo con un 33,2%, los bajos sueldos con un 25,9% y la conectividad digital con un 12,5% son los 3 problemas más importantes identificados por la muestra a nivel región.

3. Preguntas de Percepción relacionadas a Empleo

✓ ¿Cómo ha variado el ingreso de su hogar en los últimos doce meses?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Bajó	166	53,0%
Igual	124	39,6%
Subió	18	5,8%
No sabe, no responde	5	1,6%
Total	313	100,0%

Un 53,0% de la muestra indica que el ingreso de su hogar en los últimos doce meses ha bajado, lo que es un mal pronóstico para la realidad económica de la región.

✓ ¿Qué espera respecto del ingreso del hogar durante los próximos doce meses?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Subirá	28	8,9%
Se mantendrá igual	94	30,0%
Bajará	146	46,6%
No sabe, no responde	45	14,4%
Total	313	100,0%

Un 46,6% indica que el ingreso de su hogar en los próximos doce meses bajará, lo que nos permite inferir cierto pesimismo económico en la muestra.

✓ ¿Cuál es su nivel de temor a perder su empleo?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	133	42,5%
Medio	100	31,9%
Bajo	80	25,6%
Total	313	100,0%

Un 74,4% manifiesta tener temor a perder su empleo.

✓ ¿En su trabajo han implementado la modalidad de teletrabajo?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	151	48,2%
No	56	17,9%
No es factible	106	33,9%
Total	313	100,0%

El 48,2% de los encuestados indica que se ha implementado el teletrabajo.

- ✓ Si su respuesta anterior es si ¿cómo ha sido para usted implementar la modalidad de teletrabajo?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy difícil	18	5,8%
Difícil	29	9,3%
Regular	49	15,7%
Fácil	51	16,3%
Muy fácil	22	7,0%
No implementada	144	46,0%
Total	313	100,0%

El 23,3% de los encuestados que se encuentran trabajando mediante teletrabajo indica que no les ha sido fácil.

4. Preguntas de Percepción relacionadas a Inversión

- ✓ La situación de su hogar en materia de deuda es...

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Complicada	72	23,0%
Medianamente Complicada	122	39,0%
Sin Problemas	105	33,5%
No sabe, no responde	14	4,5%
Total	313	100,0%

El 62,0% de la muestra manifiesta algún grado de complicación de su hogar en materia de deuda.

- ✓ ¿Ud. o algún miembro de su familia adquirió algún bien durable durante el último trimestre?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí, Contado/Ahorro	22	7,0%
Sí, con Deuda	69	22,0%
Sí, con otro medio	2	0,6%
No	212	67,7%
No sabe, no responde	8	2,6%
Total	313	100,0%

Tan solo el 29,7% de la muestra indica que él/ella o algún miembro de su familia ha adquirido algún bien durable durante el último trimestre.

- ✓ ¿Ud. o algún miembro de su hogar piensa comprar una casa nueva en los próximos doce meses?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí, Contado/Ahorro	4	1,3%
Sí, con Deuda	34	10,9%
Sí, con otro medio	2	0,6%
No	260	83,1%
No sabe, no responde	13	4,2%
Total	313	100,0%

El 12,8% declara que él/ella o algún miembro de su hogar piensa comprar una casa nueva en los próximos doce meses.

✓ ¿Ha tenido problemas de abastecimiento en su hogar?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	64	20,4%
No	246	78,6%
No sabe, no responde	3	1,0%
Total	313	100,0%

El 20,4% de la muestra indica que ha tenido problemas de abastecimiento en su hogar.

✓ Según su percepción, ¿los precios de los productos de consumo básico han subido?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí, mucho	169	54,0%
Sí, un poco	132	42,2%
No	8	2,6%
No sabe, no responde	4	1,3%
Total	133	100,0%

El 96,2% de los encuestados indica que ha notado que los precios de los productos de consumo básico han subido.

5. Preguntas de Percepción relacionadas a situación de emergencia por Covid-19

✓ ¿Cuán preparado cree que esta el país para enfrentar la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy preparado	12	3,8%
Parcialmente preparado	160	51,1%
Para nada preparado	141	45,0%
Total	313	100,0%

El 54,9% de las personas consultadas cree que el país está en cierto grado, preparado para enfrentar la pandemia.

✓ ¿Cómo evalúa el actuar del gobierno de Chile frente a la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy mal	68	21,7%
Mal	70	22,4%
Regular	103	32,9%
Bien	58	18,5%
Muy bien	14	4,5%
Total	313	100,0%

El 44,1% de los/as encuestados evalúa negativamente el actuar del gobierno de Chile frente a la pandemia.

✓ ¿Cómo evalúa el actuar del gobierno regional frente a la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy mal	58	18,5%
Mal	70	22,4%
Regular	118	37,7%
Bien	56	17,9%
Muy bien	11	3,5%
Total	313	100,0%

El 40,9% de los/as encuestados evalúa negativamente el actuar del gobierno regional frente a la pandemia.

✓ ¿Cuánto tiempo cree durará esta pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2 meses	7	2,2%
3 meses	55	17,6%
5 meses	-	-
Más de 5 meses	251	80,2%
Total	313	100,0%

El 80,2% de las personas encuestadas cree que la pandemia durará más de cinco meses.

✓ ¿Cuán preparado se siente económicamente para enfrentar la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy mal preparado	60	19,2%
Mal preparado	77	24,6%
Regularmente preparado	129	41,2%
Bien preparado	47	15,0%
Muy bien preparado	-	-
Total	313	100,0%

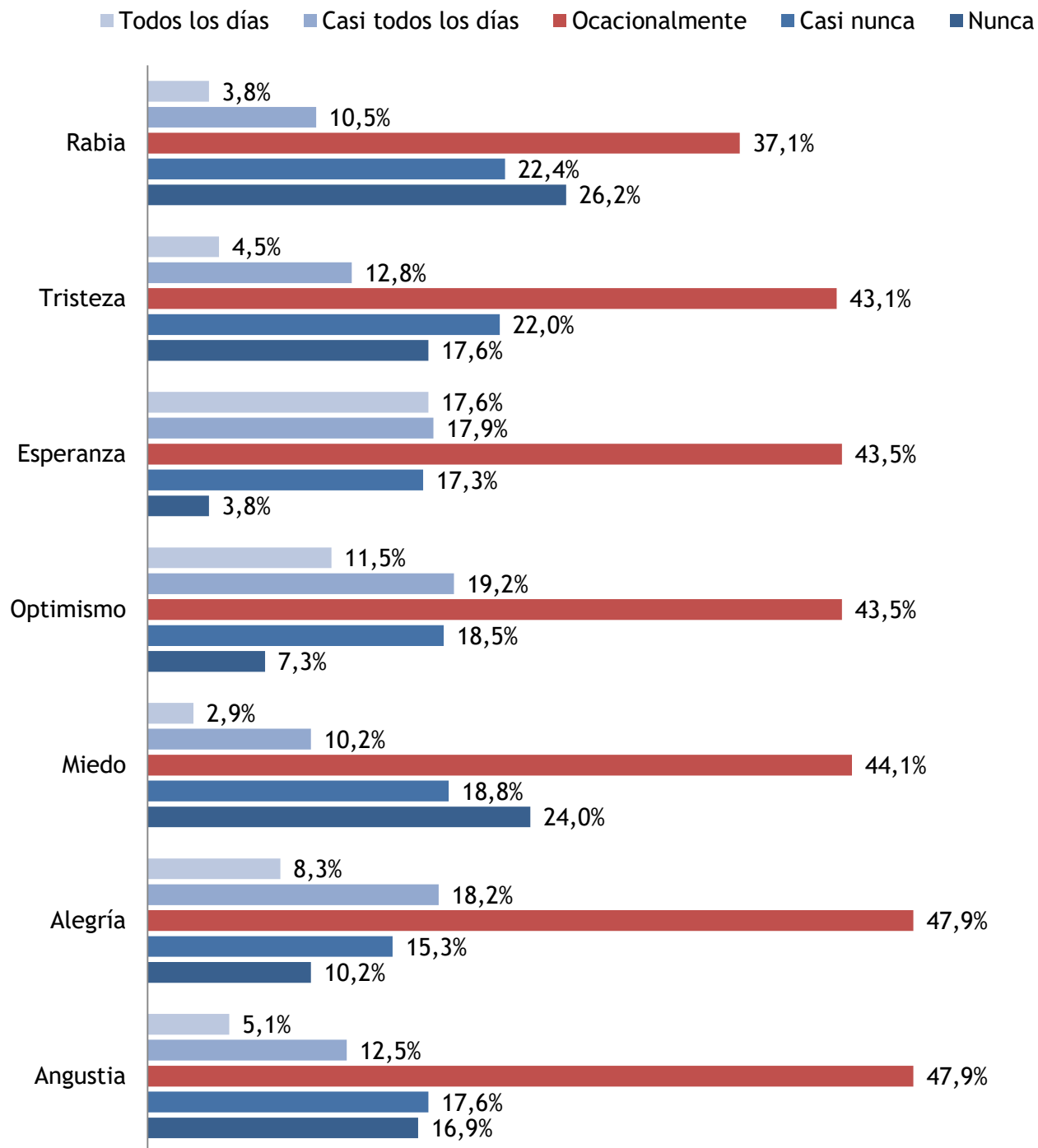
El 43,8% de la muestra indica sentirse no preparado económicamente para enfrentar la pandemia.

✓ ¿Cuán preparado se siente emocionalmente para enfrentar la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy mal preparado	43	13,7%
Mal preparado	55	17,6%
Regularmente preparado	116	37,1%
Bien preparado	82	26,2%
Muy bien preparado	17	5,4%
Total	313	100,0%

El 31,3% de las personas declara sentirse mal o muy mal preparado emocionalmente para la pandemia, mientras un 31,6% dice sentirse bien o muy bien.

✓ Desde que se estableció la cuarentena en nuestra región, ¿con qué frecuencia ha experimentado las siguientes emociones?



Las personas de la muestra indican haber sentido ocasionalmente todas las emociones consultadas, lo que refleja la gran emotividad que ha generado la pandemia.

- ✓ ¿La empresa donde trabaja podrá soportar económicamente la pandemia y no quebrar?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	108	34,5%
No	43	13,7%
No sabe, no responde	162	51,8%
Total	313	100,0%

El 34,5% de los encuestados indica que la empresa donde trabaja podrá soportar económicamente la pandemia y no quebrar.

- ✓ ¿Cómo evalúa la labor de los medios nacionales de comunicación frente a la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy mala, genera pánico	102	32,6%
Mala	47	15,0%
Regular	107	34,2%
Buena	40	12,8%
Muy buena, nos mantiene informados	17	5,4%
Total	313	100,0%

El 47,6% de los encuestados evalúa negativamente la labor de los medios nacionales de comunicación frente a la pandemia.

- ✓ ¿Cómo evalúa la labor de los medios regionales de comunicación frente a la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy mala, genera pánico	43	13,7%
Mala	53	16,9%
Regular	125	39,9%
Buena	67	21,4%
Muy buena, nos mantiene informados	25	8,0%
Total	313	100,0%

El 69,3% de la muestra indica que la labor de los medios regionales de comunicación frente a la pandemia es regular a muy buena.

- ✓ ¿A través de qué plataformas mediáticas se informó con mayor regularidad sobre la pandemia?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Televisión	114	36,4%
Redes sociales	94	30,0%
Diarios digitales	77	24,6%
Radio	19	6,1%
Ninguno	7	2,2%
Diarios impresos	2	0,6%
Total	313	100,0%

El 91,1% de la muestra indica que se informa con mayor regularidad sobre la pandemia a través de la televisión, las redes sociales y diarios digitales.

- ✓ ¿Cuáles fueron las redes sociales que le entregaron información más relevante para tomar decisiones o medidas sobre el Covid-19?

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Facebook	115	36,7%
Twiter	49	15,7%
Instagram	38	12,1%
Whatsapp	34	10,9%
Youtube	11	3,5%
Ninguno, no responde	66	21,1%
Total	313	100,0%

El Facebook y Twiter son las redes sociales que la muestra indica como fuente de información más relevante para tomar decisiones o medidas sobre el Covid-19.

Conclusiones

En cuanto a las características de la muestra, podemos indicar que está compuesta mayoritariamente por mujeres (56,5%) y se presenta bastante diversificada en cuanto a edad, sin embargo se cuenta con baja participación de personas mayores de 61 años.

Se identifica además que habitan principalmente en la ciudad de Chillán (76,4%), no obstante se cuenta con un 23,6% que tienen residencia en otras comunas.

Se destaca que el 69,0% de la muestra indican tener educación técnica o universitaria completa, en general declaran tener ingresos sobre los trescientos mil pesos (70,0%) y se manifiestan en su mayoría, sin inclinación política en un (53,0%).

A modo de síntesis se establecen las siguientes ideas:

- ✓ Las personas consultadas manifiestan una visión negativa de la economía actual (47,9%), donde el 71,2% cree que la situación económica del país hace un año atrás era mejor que la actual, a su vez proyectan que en un año más será peor que la actual (65,5%).
- ✓ Esta percepción se mantiene a regional, donde un 48,3% de la muestra evalúa la situación actual entre regular y mala, recordando que un año atrás era mejor (56,5%) y proyectando que en uno más esta será peor que la actual (64,2%).
- ✓ El 54,9% de las personas consultadas cree que el país está en cierto grado preparado para enfrentar la pandemia, no obstante, evalúan negativamente el actuar del gobierno nacional (44,1%) y regional (40,9%).
- ✓ Entre los problemas más importantes a nivel país, se destacan el sistema de salud (35,1%), el sistema de educación (32,6%) y las pensiones de jubilación bajas (26,5%), a su vez, revisando las problemáticas regionales se destacan la falta de empleo (33,2%), los bajos sueldos (25,9%) y la conectividad digital (12,5%).
- ✓ En cuanto a lo que se refiere a deudas, el 62,0% de la muestra manifiesta algún grado de complicación, lo que se relaciona con que tan solo el 29,7% de la muestra indica que él/ella o algún miembro de su familia, ha adquirido algún bien durable durante el último trimestre, o tiene intenciones de comprar una casa nueva en los próximos doce meses (12,8%).
- ✓ Por otro lado, un 53,0% de la muestra indica que el ingreso de su hogar en los últimos doce meses ha bajado, y se manifiestan pesimistas al proyectar que seguirá bajando (46,6%). También se identifica cierto grado de temor a perder su empleo (74,4%), pese a que un (48,2%) indica que se ha implementado el teletrabajo.

- ✓ El 96,2% de los encuestados indica que ha notado que los precios de los productos de consumo básico han subido, en tanto un 20,4% declara que ha tenido problemas de abastecimiento en su hogar.
- ✓ El 80,2% de las personas cree que la pandemia durará más de cinco meses e indican sentirse no preparados económicamente (43,8%) para enfrentarla.
- ✓ La emergencia sanitaria y las medidas adoptadas para resguardar la salud de la población han afectado directamente en el diario vivir de la misma, es por ello que desde que se estableció la cuarentena en nuestra región todos/as los/as participantes de la muestra declaran haber sentido ocasionalmente (43,9%) emociones como Miedo, Rabia, Angustia, Tristeza, Optimismo, Esperanza o alegría.
- ✓ El 47,6% de los encuestados evalúa negativamente la labor de los medios nacionales de comunicación frente a la pandemia, mientras que en la región su labor se considera mayoritariamente positiva (69,3%).
- ✓ El 91,1% de la muestra indica que se informa con mayor regularidad sobre la pandemia a través de la televisión, las redes sociales y Diarios digitales, en cuanto a redes sociales declaran utilizar mayoritariamente Facebook y Twiter (52,4%).
- ✓ Como futuros trabajos y líneas de desarrollo, se aprovecharán los resultados obtenidos de esta encuesta para realizar modelos predictivos a través del uso de métodos estadísticos no paramétricos.

Anexos

ENCUESTA PARA PERSONAS. PULSO DE LA ECONOMÍA DESDE ÑUBLE 2020-1

Estimado/a su opinión es muy importante para conocer la apreciación económica de la población de Ñuble, agradecemos su tiempo y sinceras respuestas.

SECTOR DE RESIDENCIA

Chillán	<input type="text" value="1"/>	¿Cuál comuna?	Sector Urbano	<input type="text"/>	No sabe, no responde <input type="text"/>
Otra Comuna	<input type="text" value="2"/>		Sector Rural	<input type="text"/>	

GENERO

Masculino	<input type="text" value="1"/>
Femenino	<input type="text" value="2"/>
Otro	<input type="text" value="3"/>

EDAD

18 – 25 años	<input type="text" value="1"/>
26 – 33 años	<input type="text" value="2"/>
34 – 40 años	<input type="text" value="3"/>
41 – 50 años	<input type="text" value="4"/>
51 – 60 años	<input type="text" value="5"/>
61 años o más	<input type="text" value="6"/>

ESTUDIOS TERMINADOS

No tiene	<input type="text" value="0"/>
Básica	<input type="text" value="1"/>
Media	<input type="text" value="2"/>
Técnica	<input type="text" value="3"/>
Universitaria	<input type="text" value="4"/>
Postgrado	<input type="text" value="5"/>

INGRESOS

0 - \$ 300.000.-	<input type="text" value="1"/>
\$ 301.000 - \$ 499.000.-	<input type="text" value="2"/>
\$ 500.000 - \$ 899.000.-	<input type="text" value="3"/>
\$ 900.000 - 1.499.000.-	<input type="text" value="4"/>
1.500.000 - \$ 1.999.000.-	<input type="text" value="5"/>
\$ 2.000.000.- o más.-	<input type="text" value="6"/>

PREGUNTAS DE APRECIACIÓN.

*Tener la precaución de marcar **SOLO** una alternativa en cada pregunta.

1. ¿CÓMO HA VARIADO EL INGRESO DE SU HOGAR EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?

Bajó	<input type="text" value="1"/>
Igual	<input type="text" value="2"/>
Subió	<input type="text" value="3"/>
No sabe	<input type="text" value="4"/>

2. ¿QUÉ ESPERA RESPECTO DEL INGRESO DEL HOGAR DURANTE LOS PRÓXIMOS DOCE MESES?

Subirá	<input type="text" value="1"/>
Se mantendrá igual	<input type="text" value="2"/>
Bajará	<input type="text" value="3"/>
No sabe	<input type="text" value="4"/>

3. ¿UD. O ALGÚN MIEMBRO DE SU FAMILIA ADQUIRIÓ ALGÚN BIEN DURABLE DURANTE EL ÚLTIMO TRIMESTRE?

Si, Contado / Ahorro	<input type="text" value="1"/>
Si, con Deuda	<input type="text" value="2"/>
Si, con otro medio	<input type="text" value="3"/>
No	<input type="text" value="4"/>
No sabe	<input type="text" value="5"/>

4. ¿UD. O ALGÚN MIEMBRO DE SU HOGAR PIENSA COMPRAR UNA CASA NUEVA EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES?

Si, Contado / Ahorro	<input type="text" value="1"/>
Si, con Deuda	<input type="text" value="2"/>
Si, con otro medio	<input type="text" value="3"/>
No	<input type="text" value="4"/>
No sabe, no responde	<input type="text" value="5"/>

5. ¿LA SITUACIÓN DE SU HOGAR EN MATERIA DE DEUDA ES..?

Complicada	<input type="text" value="1"/>
Medianamente complicada	<input type="text" value="2"/>
Sin problemas	<input type="text" value="3"/>
No sabe, No responde	<input type="text" value="4"/>

6. ¿HA TENIDO PROBLEMAS DE ABASTECIMIENTO EN SU HOGAR?

Si	<input type="text" value="1"/>
No	<input type="text" value="2"/>
No sabe	<input type="text" value="3"/>

7. SEGÚN SU PERCEPCIÓN, ¿LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO BÁSICO HAN SUBIDO?

Sí, mucho	<input type="text" value="1"/>
Si, un poco	<input type="text" value="2"/>
No	<input type="text" value="3"/>
No sabe	<input type="text" value="4"/>

8. EN SU OPINIÓN LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS UN AÑO ATRÁS ERA...

Mejor que la actual	<input type="text" value="1"/>
Igual que la actual	<input type="text" value="2"/>
Peor que la actual	<input type="text" value="3"/>
No sabe	<input type="text" value="4"/>

9. EN SU OPINIÓN LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS EN UN AÑO MÁSSERA...

Mejor que la actual	<input type="text" value="1"/>
Igual que la actual	<input type="text" value="2"/>
Peor que la actual	<input type="text" value="3"/>
No sabe	<input type="text" value="4"/>

10. PROBLEMA MÁS IMPORTANTE DE ÑUBLE

(indicar del 1 al 3 por orden)

Seguridad ciudadana	
Sistema de educación	
Sistema de salud	
Bajos sueldos	
Pobreza	
Falta de empleo	
Aumento del costo de la vida	
Política económica	
Transporte público	
Alcoholismo y drogadicción	
Pensiones de jubilación bajas	
Fomento de la cultura	
Corrupción/falta de transparencia	
Polarización política	
Viviendas	
Conectividad digital	

11. PROBLEMA MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS.

(indicar del 1 al 3 por orden de

Seguridad ciudadana	
Sistema de educación	
Sistema de salud	
Bajos sueldos	
Pobreza	
Falta de empleo	
Aumento del costo de la vida	
Política económica	
Transporte público	
Alcoholismo y drogadicción	
Pensiones de jubilación bajas	
Fomento de la cultura	
Corrupción/falta de	
Polarización política	
Viviendas	
Conectividad digital	

**12. EN SU OPINIÓN, ¿CUÁL ES EL ÁREA QUE SE HA VISTO MÁS BENEFICIADA
¿CON LA CREACIÓN DE LA REGIÓN DE ÑUBLE?** (indicar del 1 al 3 por orden)

Seguridad ciudadana		Desarrollo Productivo		Transporte público	
Sistema de educación		Descentralización		Empleo	
Sistema de salud		Participación política		Medio Ambiente	
Infraestructura Vial		Cultura		Turismo	

13. ¿CUÁL ES SU INCLINACIÓN POLÍTICA? (Marque en escala de 0 a 10 su preferencia)

(+)					Centro Político	(-)				
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

No me identifico con ninguna ideología _____

**13. EN SU OPINIÓN LA SITUACIÓN
ECONÓMICA DE LA REGIÓN DE
ÑUBLE UN AÑO ATRÁS ERA...**

Mejor que la actual	1
Igual que la actual	2
Peor que la actual	3
No sabe	4

**14. EN SU OPINIÓN LA SITUACIÓN
ECONÓMICA DE ÑUBLE EN LA
ACTUALIDAD ES...**

Mejor que la actual	1
Igual que la actual	2
Peor que la actual	3
No sabe	4

**15. EN SU OPINIÓN LA SITUACIÓN
ECONÓMICA DE LA REGIÓN DE
ÑUBLE EN UN AÑO MÁS SERÁ...**

Mejor que la actual	1
Igual que la actual	2
Peor que la actual	3
No sabe	4

16. ¿CUÁN PREPARADO CREE QUE ESTA EL PAÍS PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA?

Nada	1
Poco	2
Medianamente	3
Bien	4
Muy Bien	5

17. ¿CÓMO EVALÚA EL ACTUAR DEL GOBIERNO DE CHILE FRENTE A LA PANDEMIA?

Muy mal	1
Mal	2
Regular	3
Bien	4
Muy Bien	5

18. ¿CÓMO EVALÚA EL ACTUAR DEL GOBIERNO REGIONAL DE ÑUBLE FRENTE A LA PANDEMIA?

Muy mal	1
Mal	2
Regular	3
Bien	4
Muy Bien	5

19. ¿CUÁNTO TIEMPO CREE DURARÁ ESTA PANDEMIA?

1 mes	1
2 meses	2
3 meses	3
5 meses	4
Más de 5 meses	5

20. ¿CUÁN PREPARADO SE SIENTE ECONÓMICAMENTE PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA?

Muy mal	1
Mal	2
Regular	3
Bien	4
Muy Bien	5

21. ¿CUÁN PREPARADO SE SIENTE EMOCIONALMENTE PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA?

Muy mal	1
Mal	2
Regular	3
Bien	4
Muy Bien	5

22. DESDE QUE SE ESTABLECIÓ LA CUARENTENA EN NUESTRA REGIÓN, ¿CON QUÉ FRECUENCIA HA EXPERIMENTADO LAS SIGUIENTES EMOCIONES?

EMOCIONES	NUNCA	CASI NUNCA	OCASIONALMENTE	CASI TODOS LOS DÍAS	TODOS LOS DÍAS
Miedo					
Rabia					
Angustia					
Optimismo					
Esperanza					
Tristeza					
Alegría					

23. ¿LA EMPRESA DONDE TRABAJA PODRÁ SOPORTAR ECONÓMICAMENTE LA PANDEMIA Y NO QUEBRAR?

Sí	1
No	2
No sabe	3

23. ¿CUÁL ES EL NIVEL DE TEMOR A PERDER SU EMPLEO?

Alto	1
Medio	2
Bajo	3

24. ¿EN SU TRABAJO HAN IMPLEMENTADO LA MODALIDAD DE TELETRABAJO?

Sí	1
No	2
No es factible	3

22. SI SU RESPUESTA ANTERIOR ES SI ¿CÓMO HA SIDO PARA USTED IMPLEMENTAR LA MODALIDAD DE TELETRABAJO?

Muy fácil	1
Fácil	2
Regular	3
Difícil	4
Muy difícil	5

23. ¿CÓMO EVALÚA LA LABOR DE LOS MEDIOS NACIONALES DE COMUNICACIÓN FRENTE A LA PANDEMIA?

Muy mala, genera pánico	1
Mala	2
Regular	3
Buena	4
Muy Buena, nos mantiene informados	5

24. ¿CÓMO EVALÚA LA LABOR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN REGIONALES DEL ÑUBLE FRENTE A LA PANDEMIA?

Muy mala, genera pánico	1
Mala	2
Regular	3
Buena	4
Muy Buena, nos mantiene informados	5

25. ¿A TRAVÉS DE QUÉ PLATAFORMAS MEDIÁTICAS SE INFORMÓ CON MAYOR REGULARIDAD SOBRE LA PANDEMIA?

Televisión	1
Radio	2
Diarios impresos	3
Diarios digitales	4
Redes sociales	5
Ninguno	6

26. ¿CUÁLES FUERON LAS REDES SOCIALES QUE LE ENTREGARON INFORMACIÓN MÁS RELEVANTE PARA TOMAR DECISIONES O MEDIDAS SOBRE EL CORONAVIRUS?

Facebook	1
Twitter	2
Instagram	3
Whatsapp	4
Youtube	5
Ninguno	5