
INDICADOR DE EXPECTATIVA SECTORIAL PARA EL SECTOR INDUSTRIAL MADERERO DE CHILE

Cristian Pérez S. ¹; Jorge Cabrera P. ²; Gonzalo Hernández C., ³

RESUMEN

En este artículo se define un indicador de expectativas y se describe el método utilizado en su determinación para el sector industrial maderero de Chile.

Los rubros considerados corresponden a la madera aserrada, muebles, madera estructural y de revestimientos y viviendas. En los dos primeros casos se contempla indicadores para los mercados nacional e internacional, en tanto que los restantes sólo contemplan indicadores para el mercado nacional.

Se informa los indicadores obtenidos desde el trimestre abril/junio del 2004 hasta los del trimestre abril/junio del 2007.

Los índices de expectativas sectoriales son emitidos trimestralmente por la Corporación Nacional Forestal (CONAF), con el patrocinio de la Asociación de Industriales de la Madera (ASIMAD) y la colaboración del Instituto Forestal (INFOR).

Palabras clave: Indicador, economía, industria maderera.

¹ Ingeniero Forestal, CONAF, cperez@conaf.cl,

² Ingeniero Forestal, INFOR, jcabrera@infor.cl,

³ Ingeniero Civil, INFOR, ghernand@infor.cl



FOREST INDUSTRIAL SECTOR EXPECTATION INDICATORS IN CHILE

SUMMARY

This article defines an "expectation indicator" and describes the methodology used in its determination for the Chilean wood industry.

The areas considered are sawn lumber, structural lumber, siding lumber, furniture and housing. The first two cases consider indicators for both the national and international markets. The balance of the cases considers indicators for the national market only.

The indicators relate to the trimester periods from April-June 2004 to April-June 2007.

The expectation indicators per sectors are emitted every three months by the Corporación Nacional Forestal (CONAF), under the sponsorship of the Asociación de Industriales de la Madera (ASIMAD), with the collaboration of the Instituto Forestal (INFOR).

Key words: Expectation indicator, economics, wood industry.

INTRODUCCIÓN

Los índices de expectativas o de confianza son utilizados ampliamente en países desarrollados desde principios del siglo XX. El caso de EE.UU. es conocido mundialmente por sus altos niveles de información, ya que posee cifras e indicadores para casi todas las variables de interés económico.

Los índices de confianza del consumidor más conocidos en los EEUU son el determinado por el Conference Board y el desarrollado por la Universidad de Michigan; indicadores que tienen efectos sobre el ánimo de las personas y son una buena medida para conocer los factores que motivan la decisión de compra de los consumidores.

En Chile existen diversos índices de confianza, tanto a nivel empresarial como a nivel de consumidores. Dentro de los primeros se encuentran el de la Universidad del Desarrollo, el de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y el del Banco Central. Este último de emisión mensual y desarrollado con la asistencia de la Universidad Adolfo Ibáñez e ICARE. Ejemplos de indicadores de confianza del consumidor son el de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS); el índice IPEC, elaborado por Adimark; y el del Centro de Investigación en Empresas y Negocios (CIEN), de la Universidad del Desarrollo y Mall Plaza.

El Índice de Expectativas Empresariales Sectoriales, que emite trimestralmente la Corporación Nacional Forestal, es un instrumento periódico de medición para el sector industrial de la madera, patrocinado por la Asociación de Industriales de la Madera (ASIMAD), y la colaboración y ejecución del Instituto Forestal. Para su generación se adaptó la metodología utilizada por la Universidad de Michigan denominada "Consumer Sentiment Index".

El indicador de expectativas del sector industrial maderero de Chile es el primer esfuerzo a nivel sectorial y su desarrollo data desde fines del año 2003. La importancia del índice de expectativa sectorial se explica debido a que el optimismo hacia la economía genera confianza en las empresas y, como consecuencia, el deseo de invertir y contraer deudas, mientras que la incertidumbre produce pesimismo y, por ello, el deseo de reducir gastos y reorganizar las reservas financieras. Debido a que el cambio en las expectativas de los consumidores ocurre previo al suceso, se asume que su medición puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica global. Actualmente el índice de expectativas se distribuye a una amplia gama de actores sectoriales, principalmente empresarios a través de formato electrónico.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un índice de expectativas empresariales para el sector de la industria secundaria de la madera en Chile.

Objetivos Específicos

Contar con un instrumento que permita monitorear las expectativas sectoriales de corto plazo, expresado en un índice de emisión trimestral que permita monitorear el comportamiento del sector industrial maderero de Chile.

Contribuir con instituciones sectoriales en el análisis de la información, de manera de apoyar la toma de decisiones para futuros programas de fomento del sector.

MATERIAL Y MÉTODO

La metodología utiliza encuestas con preguntas cualitativas relacionadas con las finanzas de la empresa, expectativas de ventas, gastos operacionales y expectativas respecto de la economía local. Las preguntas comparan resultados esperados del trimestre que viene en relación con el trimestre pasado. Cada respuesta debe corresponder a una de las categorías: mayor, igual o menor, con puntajes asignados de 3, 2 y 1, respectivamente.

La interpretación de los resultados se basa en asociar estos valores a un índice con escala base 100 (estabilidad) y con variaciones máximas de 50 a 150 (expectativa pesimista y optimista, respectivamente). Si el indicador está sobre 100, las expectativas de los agentes económicos son consideradas positivas. Si baja de 100 se consideran negativas y, si está en torno a 100 se considera una expectativa de estabilidad (CONAF, 2003).

La toma de datos se realiza trimestralmente bajo formato electrónico, encuestas vía correo electrónico o teléfono.

Para el último indicador se encuestó a un total de 187 empresas, donde un 16% correspondió al rubro madera aserrada nacional, un 10% a madera aserrada exportación nacional, un 16% a madera estructural y revestimiento, un 10% a viviendas madera nacional, un 40% a muebles nacional y un 8% a muebles exportación.

Sobre esta base, se desarrolló índices de expectativas empresariales para cuatro rubros ligados al sector de la industria forestal. Los indicadores son: indicador de expectativas de vivienda de madera, indicador de expectativas del sector madera aserrada, indicador de expectativa del sector madera de revestimiento y madera estructural e indicador de expectativas del sector muebles. Cada indicador tiene una versión para el mercado local y para el mercado de exportación, con la excepción de los sectores vivienda y madera estructural y revestimiento.

Las empresas encuestadas son clasificadas por categoría: pequeñas, medianas, grandes y distribuidores, lo que permite desarrollar un indicador parcial por categoría de empresas.

Respecto de la fórmula de cálculo, en la determinación de los indicadores se aplica el diseño genérico que se describe en el cuadro siguiente para facilitar su comprensión.

Cuadro N° 1
MATRIZ GENÉRICA PARA LA DETERMINACIÓN DE INDICADORES POR RUBRO

Preguntas(J)	Categorías(I)								
	Pequeña	P ₁	Mediana	P ₂	Grande	P ₃	Distribuidor	P ₄	
	MED _(1,1)			MED _(4,1)		IND(a) ₁
		IND(a) ₂
		IND(a) ₃
		IND(a) ₄
	MED _(1,5)			MED _(4,5)		IND(a) ₅
	IND(b) ₁		IND(b) ₂		IND(b) ₃		IND(b) ₄		IEE

En que **IEE** = Índice de expectativas empresarial
IND(b)_i = Índice parcial de expectativas por rubro
IND(b)_j = Índice parcial de expectativas por pregunta
P_i =
 Participaciones parciales de cada categoría por rubro

Obtención de la media para cada pregunta: El número de empresas entrevistadas para cada categoría es N_{i = 1 a 4}, existen 4 categorías (pequeñas, medianas, grandes y distribuidores), por lo tanto, se obtiene la media para cada pregunta en cada categoría.

$$MED_{ij} = (1 \cdot X_i + 2 \cdot Y_i + 3 \cdot Z_i) / 100$$

En que:

X_i, Y_i, Z_i son los porcentajes de respuestas 1, 2 y 3 por cada pregunta, i son las categorías y j son las preguntas.

Obtención del índice parcial para cada pregunta: El índice final es un promedio de las cinco preguntas; sin embargo, para fines de análisis es interesante obtener un índice para cada pregunta:

$$IND(a)_{j=1 a 5} = \sum_{i=1 a 4} MED_i \times P_i \times 100 / 2$$

En que:

P_i es la importancia relativa de cada categoría expresada en porcentajes y 2 corresponde al valor línea base "igualÓ (que corresponde a 100). J son las preguntas de 1 a 5. El IND_j variará entre los rangos de 50 y 150.

Obtención del índice parcial para cada categoría: Este índice se obtiene por el interés que tiene ver la diferencia de expectativas entre un sector y otro:

$$IND(b)_{i=1..4} = \sum_{j=1..5} MED_{ij} \times 100 / (2 \times 5)$$

En que:

El valor 2 es línea base "igual" (que corresponde a 100)

El valor 5 corresponde al número de preguntas

El IND_j variará entre los rangos de 50 y 150.

Obtención del índice de Expectativa Empresarial: Este índice se obtiene por el interés que tiene ver la diferencia de expectativas entre un sector y otro:

$$IEE = \sum_{i=1..4} \sum_{j=1..5} MED_{ij} \times 100 / (2 \times 5) \times P_i$$

El formato del formulario utilizado para aplicar la encuesta se entrega en Apéndice N° 1.

RESULTADOS

El comportamiento de los indicadores de expectativas sectoriales entre los años 2004 y 2007 se muestra en las siguientes figuras. El último indicador medido corresponde al trimestre abril/junio del 2007.

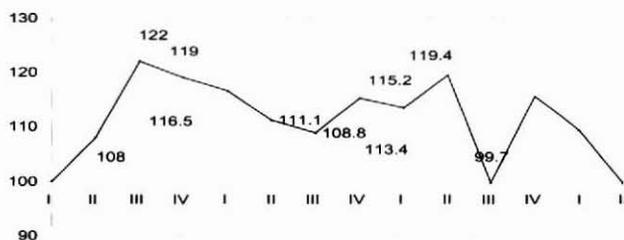


Figura N° 1
MADERA ASERRADA MERCADO NACIONAL

En el sector de la madera aserrada nacional, el índice bajó un 8,9%, para ubicarse en 99,7 puntos, siendo el único segmento que se ubica bajo los 100 puntos y llega al rango levemente pesimista. En los últimos años el promedio del indicador fue de 112,9 para el 2005, de 112 para el 2006, y 104,5 en el primer semestre del 2007

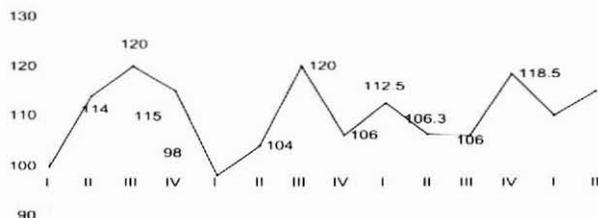


Figura N° 2
SECTOR MADERA ASERRADA MERCADO DE EXPORTACIÓN

El mercado de exportación de madera aserrada tuvo un alza de un 4,5%, respecto del trimestre enero – marzo del 2007, llegando hasta el rango de expectativas moderadamente optimistas con 115 puntos. Desde el 2005 a la fecha este indicador a mostrado una tendencia al alza en las expectativas de este sector. El índice en el 2005 fue de 107 en promedio, alcanzó un valor de 110,8 en el 2006 y de 112,5 en el primer semestre del 2007.

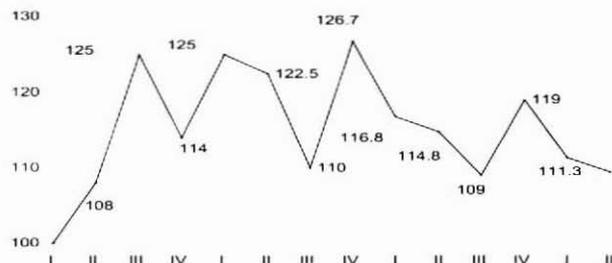


Figura N° 3
SECTOR MADERA ESTRUCTURAL Y REVESTIMIENTOS, MERCADO NACIONAL

El rubro nacional de madera estructural y de revestimiento registró un leve descenso de un 1,7% para llegar a los 109,4 puntos, bajando al rango levemente optimista. Este sector ha mostrado una disminución de sus expectativas, pasando desde 122,5 el segundo trimestre del 2005 a 109,4 en el mismo trimestre del 2007.

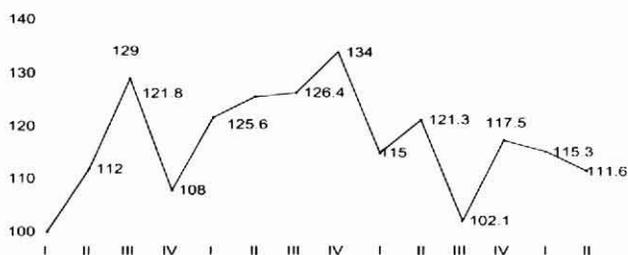


Figura N° 4
SECTOR VIVIENDAS DE MADERA, MERCADO NACIONAL

En el caso del índice de expectativas para el mercado nacional de viviendas de madera, éste también experimentó una leve baja frente al trimestre anterior, de un 3,2%, para ubicarse en 111,6 puntos, manteniéndose en el rango de expectativas moderadamente optimistas. Respecto del segundo trimestre de los años 2006 y 2005, se observa una caída del índice respecto del registrado en el 2007.



Figura N° 5
SECTOR MUEBLES DE MADERA, MERCADO NACIONAL

El segmento de mercado nacional para muebles subió un 9,9%, respecto del primer trimestre del 2007 para llegar a 117,9 puntos (moderadamente optimista). En este segmento el índice ha mostrado una expectativa de estabilidad a partir del 2005.

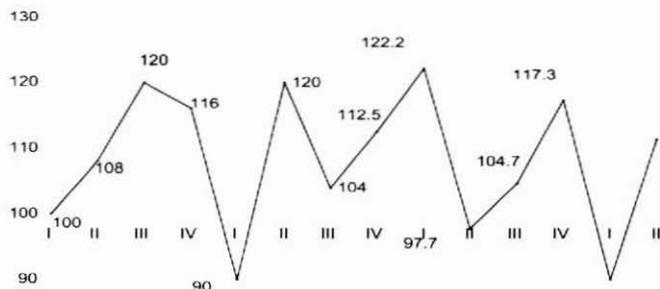


Figura N° 6
SECTOR MUEBLES DE MADERA, MERCADO DE EXPORTACIÓN

El segmento mercado exportación para muebles mostró un alza de un 23,7%, llegando hasta los 111,3 puntos, que corresponde a expectativas moderadamente optimistas. En este segmento se observa una tendencia con mayor variabilidad, cayendo el indicador en tres oportunidades al rango moderadamente pesimista desde que se realizan mediciones.

DISCUSIÓN

Al comparar los indicadores de los trimestres octubre/diciembre 2004 y abril/junio 2007, se observa una caída en 4 de los 6 subsectores encuestados. La excepción se produce en los sectores estructural - revestimiento y viviendas de madera, ambos del mercado nacional.

El rubro de la construcción está muy ligado a la demanda de madera aserrada que se comercializa en el país, caracterizado por un aumento de su actividad en los meses estivales y disminuyendo en invierno. No obstante que el índice de expectativas del sector madera aserrada presenta una baja, el sector se mantiene dentro del rango optimista.

Durante el segundo cuatrimestre del año 2004 las exportaciones forestales chilenas totalizaron US\$ 301,2 millones, segunda cifra record en la historia de la exportación de productos forestales, lo que implicó el crecimiento de un 43,6% respecto de igual periodo del año 2003.

No obstante que estas cifras globales representan el comportamiento del producto celulosa, no lo es para los subsectores madera aserrada, tableros, remanufacturas, astillas y rollizos, los cuales han debido afrontar precios que están en los valores más bajos de los últimos 10 años.

A octubre de 2004 la balanza comercial del sector mueble arrojó un déficit de US\$ 5,5 millones debido a un incremento de un 32% de las importaciones respecto a igual período del 2003. Las cadenas de retail, principalmente, han vuelto a importar con la misma fuerza que hace 10 años. Esta mayor importación de muebles está siendo acompañada por la baja experimentada por el dólar.

CONCLUSIONES

La herramienta implementada por CONAF, con la participación de INFOR y ASIMAD, que evalúa el nivel de expectativas de 6 subsectores de la industria de la madera de Chile, se encuentra consolidada respecto del número de empresas participantes y el número de destinatarios.

En la elaboración del último indicador fueron encuestadas 187 empresas, consultándose a por correo electrónico a 650 destinatarios de los sectores público y privado del ámbito forestal.

El indicador de expectativa sectorial para el sector industrial y maderero se complementa adecuadamente con otros indicadores sectoriales presentes en el país (ICE, ADIMARK, BBVA, IMCE, entre otros).

REFERENCIAS

CONAF, 2003. Diseño de Indicadores de Expectativas Empresariales del Sector Forestal. Informe Interno de Proyecto CONAF – TMI Chile S.A. Diciembre 2003, 22 páginas.

IMCE, 2005. Indicador Mensual de Confianza Empresarial IMCE. Universidad Adolfo Ibáñez – ICARE. www.icare.cl.

Apéndice N° 1

FORMATO FORMULARIO ENCUESTA APLICADA

Indicador Madera Aserrada

FAX :
 Contacto:

Entiéndase por madera aserrada a toda aquella que proviene del aserradero con excepción de las piezas de 2" x 2" y 2" x 3" que se califican como estructural.

Nombre: Si su mercado es nacional responda la columna izquierda, si su mercado es de exportación conteste la columna derecha, si tiene mercado nacional y de exportación conteste ambas columnas
E-mail:
Empresa:

Sólo mercado nacional

Exportación (sólo si exporta)

Pregunta 1 ¿Sus volúmenes de venta de madera aserrada espera que sean mayores, menores o iguales el próximo trimestre en comparación al anterior? ¿Sus volúmenes de exportaciones de madera aserrada espera que sean mayores, menores o iguales el próximo trimestre en comparación al anterior?

Menor Igual Mayor Menor Igual Mayor

Pregunta 2 ¿Sus volúmenes de venta acumulados de madera aserrada espera que sean mayores, menores o iguales el próximo trimestre en comparación a sus volúmenes de venta acumulado al mismo período del año anterior? ¿Sus volúmenes de exportaciones acumulados de madera aserrada espera que sean mayores, menores o iguales el próximo trimestre en comparación a los volúmenes acumulados en el mismo período del año anterior?

Menor Igual Mayor Menor Igual Mayor

Pregunta 3 ¿Sus gastos de operación (gastos generales, administrativos y de ventas), para el trimestre que viene espera sean mayores, menores o iguales que los gastos del trimestre anterior? ¿Sus gastos de operación (gastos generales, administrativos y de ventas), para el trimestre que viene espera sean mayores, menores o iguales que los gastos del trimestre anterior?

Menor Igual Mayor Menor Igual Mayor

Pregunta 4 ¿Sus gastos de operación acumulados (gastos generales, administrativos y de ventas), para el trimestre que viene espera sean mayores, menores o iguales que los gastos acumulados al mismo período del año anterior? ¿Sus gastos de operación acumulados (gastos generales, administrativos y de ventas), para el trimestre que viene espera sean mayores, menores o iguales que los gastos acumulados al mismo período del año anterior?

Menor Igual Mayor Menor Igual Mayor

Pregunta 5 ¿Está usted más o menos optimista, en relación al trimestre venidero, sobre la economía local (más optimista, neutral, menos optimista)? ¿Está usted más o menos optimista, en relación al trimestre venidero, sobre la economía local (más optimista, neutral, menos optimista)?

Menor Igual Mayor Menor Igual Mayor

