



**Universidad Austral de Chile**

Escuela de Ingeniería Comercial

**ANÁLISIS DEL CONSUMO QUE REALIZA LA COMUNIDAD  
UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE EN LA  
COMUNA DE VALDIVIA**

Tesina presentada como requisito para  
optar al Grado de Licenciado  
en Administración.

Profesores Responsables:

Jaime Astete A.  
Horacio Sanhueza B.  
Osvaldo Rojas Q.

Profesor Patrocinante: Teodoro Kausel K.

**BORIS BORNECK BIELEFELDT - REINALDO GUERRERO GALLARDO**

**VALDIVIA – CHILE  
2006**

# ÍNDICE DE MATERIAS

	Pág.
<b>RESUMEN</b>	
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	01
<b>2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO</b>	05
2.1 Marco de Referencias	05
2.2 Marco Conceptual y Teórico	06
<b>3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS</b>	08
3.1 Materiales y fuente de obtención de los datos	08
3.2 Diseño Muestral	09
3.3 Tipo de investigación	11
3.4 Metodología utilizada	11
3.5 Diseño de investigación	12
3.6 Operacionalización y categorización de conceptos o variables claves	12
<b>4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	15
4.1 Consumo total y per-cápita mensual	15
4.2 Estimación del consumo total anual de la Población	19
4.3 Análisis y cruzamiento de variables	21
4.3.1 Consumo per-cápita mensual según lugar de origen	21
4.3.2 Consumo total y per-cápita mensual según sexo	21
4.3.3 Consumo total y per-cápita mensual según edad	27
4.3.4 Cons. total y P-C mensual según uso de transporte por subgrupo	31
4.3.5 Forma de alojamiento por subgrupo	32
<b>5. CONCLUSIONES</b>	34
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	37

## ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Encuesta Dirigida a Estudiantes de Pregrado	38
2. Encuesta Dirigida a Estudiantes de Postgrado	41
3. Encuesta Dirigida a Funcionarios	44
4. Tabla de Intervalos de Consumo	47

## ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

	Pág.
Figura 01: Calculo Muestra	09
Tabla 01: Grupos de consumo y variables estudiadas a través de la aplicación de una encuesta	08
Tabla 02: Clasificación de muestras por subgrupo en base a estratificación por subgrupo	10
Tabla 03: Estratificación de la muestra por facultad	10
Tabla 04: Cálculo de la estimación del consumo anual en pesos de la población por grupo de consumo	11
Tabla 05: Consumo total y per-cápita mensual en Valdivia en pesos por cada subgrupo de la muestra	16
Tabla 06: Media de años de servicio en la UACH de la muestra de funcionarios	19
Tabla 07: Cálculo de la estimación total anual del consumo en pesos que realiza la UACH en Valdivia	20
Tabla 08: Lugar de origen de la muestra	21
Tabla 09: Consumo mensual total y per-cápita de la muestra en pesos por sexo para el subgrupo de Pregrado	22
Tabla 10: Consumo mensual total y per-cápita de la muestra en pesos por sexo para el subgrupo de Postgrado	24
Tabla 11: Consumo mensual total y per-cápita de la muestra en pesos por sexo para el subgrupo de Funcionarios	26

	Pág.
Tabla 12: Consumo mensual en pesos per-cápita según edad subgrupo Pregrado	28
Tabla 13: Consumo mensual en pesos per-cápita según edad subgrupo Postgrado	29
Tabla 14: Consumo mensual en pesos per-cápita según edad subgrupo Funcionarios	30
Tabla 15: Uso de transporte por subgrupo	31
Tabla 16: Forma de alojamiento por subgrupo	32

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

	Pág.
Gráfico 01: Estimación del Consumo per-cápita mensual en pesos por ítem de la Comunidad de la UACH en la ciudad de Valdivia por subgrupo	18
Gráfico 02: Consumo per-cápita mensual en pesos según sexo para el subgrupo de estudiantes de Pregrado en la comuna de Valdivia	23
Gráfico 03: Consumo mensual per-cápita en pesos según sexo para el subgrupo de Postgrado en la comuna de Valdivia	25
Gráfico 04: Consumo mensual per-cápita en pesos según sexo para el subgrupo de Funcionarios en la comuna de Valdivia	27

## **RESUMEN**

En la presente tesina se analizan las características de consumo que realiza la comunidad universitaria de la Universidad Austral de Chile en la comuna de Valdivia. La investigación se realizó en octubre del año 2006. Para este efecto se desagregó la comunidad universitaria en subgrupos: funcionarios (docentes y no docentes), alumnos de pregrado, y alumnos de postgrado.

La metodología utilizada corresponde a un estudio cuantitativo, ya que, a través de una encuesta que se aplicó a una muestra de cada uno de los subgrupos mencionados anteriormente, se estudian los consumos realizados por cada uno de ellos durante el mes de octubre, y se obtiene de esto una estimación del consumo total anual que realizó cada subgrupo.

Este estudio es relevante tanto para la UACH como para el Gobierno Comunal respecto a las políticas de vinculación que desarrolla la primera con la comunidad valdiviana. Además, porque el Gobierno Comunal obtiene información detallada sobre esta comunidad que conforma el 7,5% de su población.

La comunidad universitaria gasta un estimado de \$ 32.762.473.851 en consumo en bienes y servicios en un año. Además, las distribuciones respecto a cada subgrupo (Estudiantes de pregrado, Estudiantes de Postgrado y Funcionarios) son igual de interesantes de observar, queda claro que los funcionarios consumen más que los estudiantes de postgrado y estos a los de pregrado en forma individual, pero en forma conjunta los estudiantes de pregrado proporcionan el 63% de todo el gasto agregado del colectivo universitario, y si, a este porcentaje le agregan los estudiantes de postgrado la cifra aumenta a un 68%.

Los resultados de este estudio permiten observar minuciosamente las conductas de consumo que realizan los integrantes de la comunidad universitaria UACH, para un año. Un estudio de esta envergadura no se ha realizado anteriormente para esta Universidad y podría ser un complemento de tantos otros estudios que se hacen para esta universidad en otras diferentes áreas del conocimiento.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Comuna de Valdivia tiene en la actualidad 153.577 habitantes (Diario Austral de Valdivia 2005). Por otra parte, la Universidad Austral de Chile (UACH), si se consideran tanto sus alumnos como sus funcionarios, está conformada por una comunidad universitaria compuesta por 11.449 personas (Dirección de Personal Universidad Austral de Chile 2006). La UACH representa por ello aproximadamente el 7.5% de la Comuna de Valdivia, lo que la transforma claramente en la institución más importante que tiene su asiento en la comuna, por lo que resulta interesante conocer el consumo que realizan los integrantes de dicha comunidad en Valdivia durante un año calendario.

Esta investigación tiene por fin estimar y analizar el consumo de bienes y servicios que realiza la comunidad universitaria en Valdivia en un año. Este tipo de investigación no se ha realizado anteriormente y se basa en una encuesta que se aplica a la comunidad de la UACH en octubre del 2006, a través de la que se mide el consumo que la comunidad realiza durante este periodo. Este estudio es de carácter cuantitativo ya que a través de los datos recogidos de las muestras de los diferentes grupos, se llega a conclusiones respecto de la relevancia de la UACH para la economía comunal. Además, el estudio es de carácter exploratorio producto de que este tipo de investigación se aplica por primera vez a la UACH y permitirá la realización de otros estudios y análisis basados en los datos recopilados, por lo tanto, este estudio vendría a ser un complemento para analizar las características de la UACH, pero visto por el lado del consumo que realizan sus integrantes.

Este estudio resulta significativo tanto para la institución que se investiga, como para la comuna en la que se encuentra localizada, esto porque una Universidad no sólo consume bienes y servicios en la zona o en el medio en que está inserta, sino porque además hace aportes adicionales a la comunidad tales como la innovación y capital humano de alto nivel y especializado. Esto la convierte en una ventaja competitiva

inigualable para la comuna, porque crea las bases para un crecimiento potencial de largo plazo junto a un desarrollo sostenible y sustentable.

Con este estudio se pretende obtener información que sea de beneficio para toda la comunidad valdiviana tanto en el presente como a futuro. Al proponer una metodología para analizar este tipo de agentes económicos servirá de referencia para estudios posteriores a la hora de analizar la comuna o región. Asumiendo que Valdivia llegue a ser nueva región, se crearán instituciones que recojan información estadística de la comuna que serán de gran importancia e interés para contrastar con los datos obtenidos en este estudio, permitiendo obtener nuevas conclusiones. Además, este estudio podría ser útil para estudiar las políticas de vinculación que desarrolla la UACH con la comunidad valdiviana, puesto que permite conocer las características del consumo de sus integrantes en la comuna de Valdivia. Por último, dado que la UACH representa aproximadamente el 7.5% de la población residente en la comuna para el Gobierno Comunal, resulta interesante analizar las características de esta parte de la población.

Esta investigación, se genera por la inquietud de dar respuesta a la siguiente pregunta:

*1.- ¿Es factible estimar el valor total de los bienes y servicios que consume la comunidad universitaria que conforma la UACH en la comuna de valdivia en el año 2006?*

La investigación se basó en el diseño de una encuesta aplicada a tres subgrupos de la UACH (Funcionarios docentes y no docentes, estudiantes de pregrado y estudiantes de postgrado) para determinar el consumo que ellos realizaron en el mes de octubre del 2006 y para luego extrapolar los datos para obtener una estimación anual. Los consumos son desagregados de acuerdo a la metodología que el Instituto Nacional de Estadística (INE 2006) aplica para realizar el cálculo del gasto per-cápita que realizan los hogares de Chile en bienes de consumo. Con esto se hizo una estimación del valor total del

consumo que realizaron estos en Valdivia. Luego se analizaron las características socioeconómicas de los integrantes de la universidad, tales como: formas de alojamiento, magnitud de las compras de alimentos, lugares donde los compran, forma en que se movilizan, además de analizar si existe alguna diferencia en la tendencia de consumo entre hombres y mujeres. Esta investigación excluye el gasto que los estudiantes realizaron en su educación universitaria. Los datos fueron trabajados y tabulados en planillas Excel.

Como objetivos generales, se desea saber el consumo durante un periodo anual en que incurre la comunidad de la UACH en la comuna de Valdivia y conocer las características de dicho consumo, para los distintos subgrupos (detallados en la metodología) que la conforman.

Dentro de los objetivos específicos, se desea estimar el consumo total y per-cápita de cada subgrupo: Funcionarios docentes y no docentes, estudiantes de pregrado y estudiantes de postgrado.

Estimar el consumo agregado de la UACH tomando en cuenta los ocho grupos de consumo considerados en este estudio: Alimentación, Vivienda, Servicios, Vestuario, Transporte, Salud, Educación y Enseñanza, Ocio y Recreación; para el año 2006.

Analizar el consumo mensual de la UACH en Valdivia en función de otros criterios tales como:

- Sexo
- Edad
- Forma de Alojamiento
- Forma de transporte mas usado
- Lugar en donde se alimentan con mayor frecuencia



La Hipótesis de Investigación de este estudio es:

*“Es posible estimar el valor total de los bienes y servicios que consume la UACH en la comuna de Valdivia durante un año”*

En los capítulos posteriores se parte anunciando el marco de referencia del estudio dividido en dos partes: Primero, Marco de Referencias del Estudio el cual, a grandes rasgos, señala que este estudio se basa en un estudio del Ayuntamiento de Sevilla a la comunidad universitaria de Sevilla; Segundo, Marco Conceptual y Teórico donde se señalan las bases conceptuales del estudio enfocadas prácticamente en términos económicos.

Luego en el capítulo 3. Material y Metodología de Análisis el cual, en varios apartados señalan las fuentes y formas de obtención de los datos, diseño muestral, tipo de investigación, metodología utilizada, diseño de la investigación y la operacionalización y categorización de conceptos y variables.

En el capítulo 4. Presentación y Discusión de Resultados, en el cual los datos se presentan en tres partes: Primero, Consumo Total y Per-cápita Mensual; Segundo, Estimación del Consumo Total Anual de la Población; Para finalizar con el tercer apartado Análisis y Cruzamiento de Variables en donde se analizan las principales conductas de consumo de la comunidad universitaria tales como consumo según sexo, edad, entre otros.

En el capítulo 5 finaliza este estudio con las conclusiones a las que se ha llegado mostrando los datos más relevantes y sus respectivas deducciones.

## 2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO

### 2.1 Marco de Referencias

Al realizar una revisión bibliográfica de los estudios precedentes, no se encontró una investigación de estas características para la comuna de Valdivia. Sin embargo, a través de una revisión en la red global de información (Internet), se llegó a un estudio realizado para la Provincia de Sevilla en el año 2003 llamado “*Informe Socioeconómico de la Ciudad de Sevilla 2003*” que en su capítulo IV “*El impacto económico del colectivo universitario en la ciudad de Sevilla*” (Ayuntamiento de Sevilla 2003) desarrolla un estudio económico y social de la comunidad universitaria correspondiente a las Universidades de Sevilla y Pablo de Olavide. Se hace referencia a todo lo que consumen los estudiantes universitarios en general, aspecto fundamental en la implementación de nuestro estudio enfocado a los estudiantes.

Se revisaron también libros tales como “*Territorios en Transformación*” (Curbelo et al. 1994) que incluye el estudio de José Luis Moreno, “*Innovación tecnológica y desarrollo regional: Hacia una más eficaz interrelación Universidad-Sociedad*”. En él, Moreno realiza un análisis del impacto que significa una Universidad a nivel local y entrega lineamientos que deben seguir estas instituciones. Algunos extractos de su análisis, que resultan pertinente rescatar y que, en alguna medida, dan fundamento a esta investigación, son los siguientes:

“La Universidad, aparte de contribuir al desarrollo integral de las personas y de los pueblos, mediante la formación de ciudadanos con capacidad crítica, capaces de organizarse y de contribuir pacífica y democráticamente, también tiene la responsabilidad en cuanto al logro de una mayor utilidad social de su actividad investigadora, básica y aplicada, en la búsqueda de respuestas a las propias necesidades del desarrollo científico-tecnológico, económico y social; e igualmente en la formación de trabajadores, que bien en su condición de empleados o empleadores, toman parte activa en el logro de ese desarrollo.” (pp. 534)

“El papel de una Universidad más ligada a su propio entorno, más propensa a tomar parte activa en el desarrollo tanto cultural como político, económico, o tecnológico de la sociedad en la que se desenvuelve, es crucial para el logro del desarrollo regional.” (pp. 541)

Otro libro que se revisó como referente para fundamentar la importancia que tiene la existencia de una Universidad a nivel de ciudad o comuna fue “*Cities and Regions in the new Learning Economy: Education and Skills*” (OECD. 2001).

Dado que tanto en libros de texto, tesis e Internet no se tratan estos temas en forma empírica y en muchos casos sólo se hace un análisis teórico (salvo el informe socioeconómico de la ciudad de Sevilla), y que en Chile este tipo de investigaciones no se han realizado anteriormente, se puede dejar constancia de que este estudio no se ha aplicado para la UACH con anterioridad, por lo menos dentro en un espacio temporal de 20 años.

## **2.2 Marco Conceptual y Teórico**

Prácticamente la totalidad de los conceptos que aquí se utilizan, están relacionados con una perspectiva socio-económica. Se identifican y estudias variables que caracterizan a la comunidad universitaria (una organización compuesta por personas) tales como el consumo en bienes y servicios, el género, la forma de movilización, distribución del consumo en los distintos grupos de consumo. Todas estas variables son analizadas e interpretadas utilizando metodologías estadísticas de tabulación y ordenación de datos que permiten obtener conclusiones válidas.

La Universidad y las características que la conforman están determinadas por el concepto de organización a la que pertenece; ya que la constituye personas que actúan e interactúan entre si y su entorno de diferentes formas, tanto en forma individual o como grupo. Por lo tanto la UACH también interactúa consumiendo bienes y aportando capital humano e intelectual de nivel superior como unidad. La base de esta investigación es estimar los consumos en bienes y servicios para luego cruzar este valor con las

diferentes características o variables sociales de la UACH, como son la edad, genero y formas de alojamiento.

Debido a que lo que se investigó es el consumo de la UACH en Valdivia, la metodología se basó en dos artículos. El primero fue el comentado Informe Socioeconómico de la Universidad de Sevilla donde teórica y estructuralmente se rescataron la forma en que se aplica el estudio, y el segundo fue el del Instituto Nacional de Estadística (INE 2006) dado que esta Institución calcula el gasto per-cápita en bienes de consumo que realizan los hogares de Chile.

### 3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

#### 3.1 Materiales y fuente de obtención de los datos

Para el cálculo del consumo de bienes y servicios de la UACH, se diseñó una encuesta que se aplicó a una muestra de cada subgrupo de la UACH (ver Anexos 1 a 3). Por lo tanto la fuente de información de los datos fue primaria.

Los datos que se obtuvieron son consumo en pesos chilenos en los grupos de consumo mostrados en la tabla 1.

**Tabla 1: Grupos de consumo y variables estudiadas a través de la aplicación de una encuesta**

Grupo de consumo	ITEM	Variable de estudio	Número
Alimentación	Ali lug res	Consumo en alimentación en el lugar de residencia	1
	Ali rest	Alimentación en restoránes y casinos	2
	Bebidas	Bebida alcohólicas y no alcohólicas en su dieta alimenticia	3
Vivienda	Alojamiento	Consumo y tipo de alojamiento	4
Servicios y artículos de aseo para el hogar	Luz, agua, Alarma, entre otros	Servicios básicos: Luz, Gas, Agua, Teléfono, Internet, TV Cable, Alarma, entre otros	5
	Serv. Dom	Servicio doméstico: servicios de lavado, cocina, limpieza, entre otros.	6
	Art. Hog	Artículos de aseo para el hogar	7
	Otros	Otros	8
Vestuario	Ropa	Consumo en vestuario: ropa, calzados, corbatas, entre otros	9
Transporte	Trans priv	Consumo en transporte privado	10
	Trans púb	Consumo en transporte público	11
Salud	Serv. Méd	Consumo en servicios médicos	12
	Medicam	Medicamentos	13
	Aseo pers	Aseo personal	14
Educación	Libr, diario	Consumo en libros y revistas para la educación	15
	Fotocop	Fotocopias	16
	Serv Educ	Servicios y artículos de educación: lapices, cuadernos, entre otros; incluye la educación de hijos menores de edad estudiando en Valdivia	17
	Otros	Otros	18
Ocio y recreación	C E event	Consumo y entradas a eventos culturales y cine	19
	C E pub	Consumo y entradas a Pubs y Discotheques	20
	Art. Recr	Artículos de recreación: cartas, revistas, Cds, DVDs, novelas, películas, libros, diarios	21
	Tabaco	Tabaco	22
	Alcohol	Alcohol en ocasiones de recreación, entretención o esparcimiento	23
	Otros	Otros	24

Fuente: INE y elaboración propia a partir de diseño de encuesta de consumo.

Dicha clasificación de los bienes de consumo, se basa en la Serie de Precios al Consumidor, con la que el Instituto Nacional de Estadística (INE) calcula la canasta de bienes y servicios que consumen los hogares del país y sus variaciones de precios.

La abreviaciones de las variables de estudio mostradas en la tabla anterior en la columna “ITEM”, fueron ocupadas en las futuras tablas de análisis, por ser mas cortas de utilizar.

En cada grupo, los encuestados debieron identificar su conducta de consumo mensual entre intervalos que iban de \$5.000 en \$5.000 para cada ítem dentro de una tabla. (ver Anexo 4)

Teniendo todos los datos anteriores se procedió a darle orden y tabulación para su análisis. Dichos datos fueron procesados en planillas de Excel.

### 3.2 Diseño Muestral

La población estaba compuesta por los 11.449 integrantes de la Universidad Austral de Chile dentro de la comuna de Valdivia (Dirección de Personal Universidad Austral de Chile 2006) ver tabla 3 en la página siguiente, y se extrajo una muestra de 417 personas, que se distribuyeron de forma estratificada entre las diferentes departamentos pertenecientes a la estructura interna de la universidad (cabe señalar que dentro de cada facultad se seleccionó una muestra representativa de cada carrera, lo mismo con los programas de postgrado y las direcciones), para un entendimiento más sistemático ver tabla 2 y 3 en la página siguiente.

La muestra se calculó como se observa en el Figura 1.

**Figura 1**

$$n^* = \frac{\sigma^2 * Z^2}{\varepsilon^2} = \frac{0.5^2 * 1.96^2}{0.05^2} \approx 384$$

$$n = \frac{n^*}{1 + \frac{n^*}{N}} = \frac{384}{1 + \frac{384}{11449}} = 372$$

siendo  $N = 11449$

**Siendo:**

$n^*$  : muestra de una población infinita.

$\sigma^2$  : 0.5

$Z$  : 1.96, de acuerdo a un 95% de confianza.

$\varepsilon$  : error de estimación del 5%.

$n$  : muestra para una poblacional de 11.449

$N$ : población total de 11.449 personas

**Tabla 2: Clasificación de muestras por subgrupo**

Código	Subgrupo	Población	Muestra	Muestra(%)
<b>apre</b>	Alumnos de pregrado	9.187	324	77%
<b>apos</b>	Alumnos de postgrado	660	32	8%
<b>func</b>	Funcionarios	1.602	61	15%
	<b>Total</b>	<b>11.449</b>	<b>417*</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

(\*) Aunque la muestra calculada fue de 372 observaciones se decidió aumentarla a 400, debido a que si se hubiese trabajado con 372 en la posterior estratificación por facultad o departamento hubiesen existido estratos sin observaciones. Además, al calcular la muestra estratificada por departamento o facultad, los porcentajes hacen que hayamos aproximado al valor siguiente, ya que las personas son representadas por unidades enteras, esto produjo que, en algunos casos, se aumente la muestra lo que hizo que al final se llegara a 417 de muestra total.

**Tabla 3: Estratificación de la muestra por facultad**

Departamento	apre	muest	func	muest	apos	muestra	Muestra Total
<b>Facultad de ciencias</b>	1.160	41	216	8	92	4	51
<b>Facultad de ciencias agrarias</b>	787	28	121	5	65	3	35
<b>Facultad de ciencias forestales</b>	318	12	75	3	32	2	16
<b>Facultad de ciencias de la ingeniería</b>	2.395	84	166	6	3	2	88
<b>Facultad de ciencias jurídicas</b>	484	17	19	1	36	2	20
<b>Facultad de ciencias veterinarias</b>	679	24	104	4	85	4	31
<b>Facultad de filosofía y humanidades</b>	1.008	35	79	3	107	4	41
<b>Facultad de medicina</b>	1.416	50	246	9	135	6	62
<b>Vicerrectoría académica</b>	83	3	216	8	0	0	11
<b>Facultad de Cs. Ec. y Adm.</b>	857	30	70	3	105	5	37
<b>Rectoría</b>	0	0	74	3	0	0	3
<b>Vicer. De Gest. Ec. y Adm</b>	0	0	216	8	0	0	8
<b>Total</b>	<b>9.187</b>	<b>324</b>	<b>1.602</b>	<b>61</b>	<b>660</b>	<b>32</b>	<b>417</b>

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

### 3.3 Tipo de investigación

Esta investigación fue de carácter descriptivo ya que tiene por objetivos describir, estimar y analizar el consumo de la UACH en un periodo de tiempo, además este estudio constituyó una investigación exploratoria ya que, con toda seguridad, es la primera vez que se realizó un estudio de este tipo, al menos en un espacio de 20 años.

### 3.4 Metodología utilizada

Para estimar el consumo total de cada subgrupo se sumaron los consumos que estos realizaron por cada uno de los ítem mencionados en la tabla 1; el consumo per cápita en cada ítem se obtuvo dividiendo los consumos de cada subgrupo por la cantidad de unidades estudiadas, a modo de ejemplo, para el subgrupo de pregrado, el consumo total en cada ítem se dividió por los 324 encuestados.

Para la estimación del consumo agregado de la UACH tomando en cuenta los ocho grupos de consumo considerados en este estudio, se sumaron cada uno de los ítem contenidos en cada grupo de consumo (ver tabla 1) por cada subgrupo de la muestra obteniendo así el A de la tabla 4, luego cada consumo mensual de cada grupo de consumo A de la muestra se dividió por Y (porcentaje de la muestra sobre la población) para obtener la estimación mensual de consumo de la población B, luego esta estimación mensual se multiplicó por 12 meses para obtener la estimación de consumo anual, para una mejor comprensión ver tabla 4.

**Tabla 4: Cálculo de la estimación del consumo anual en pesos de la población por grupo de consumo**

Grupo de consumo	Cons. mensual de la muestra	Muestra	Población	% muestra sobre población	Estimación del cons. Mensual Población	Estimación del cons. Anual Población
Alimentación	A1	z	X	$z/X = Y$	$A1/Y = B1$	$B1 * 12$
Vivienda	A2				$A2/Y = B2$	$B2 * 12$
Servicios y art.	A3				$A3/Y = B3$	$B3 * 12$
Vestuario	A4				$A4/Y = B4$	$B4 * 12$
Transporte	A5				$A5/Y = B5$	$B5 * 12$
Salud	A6				$A6/Y = B6$	$B6 * 12$
Educación	A7				$A7/Y = B7$	$B7 * 12$
Ocio y recr.	A8				$A8/Y = B8$	$B8 * 12$
<b>Total Subgrupo</b>						

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.



Para analizar el consumo mensual de la UACH en Valdivia en función de otros criterios tales como: Sexo, Edad, Forma de Alojamiento, Forma de transporte más usado, Lugar en donde se alimenta con mayor frecuencia; se presentaron tablas y cuadros los cuales se explicarán y detallarán en la presentación y análisis de los resultados.

La unidad de análisis fue cada integrante de la UACH y que por motivos operativos y de realización del estudio (no se podían encuestar a todos los integrantes de la UACH en un período de tres meses, por escasez de tiempo y costo) la conformaron una muestra de 417 personas que se seleccionaron estadísticamente de acuerdo al muestreo estratificado mencionado anteriormente.

### **3.5 Diseño de investigación**

El diseño de investigación fue transeccional no experimental ya que se estudiaron fenómenos en un tiempo determinado y se realizó un estudio sin manipular deliberadamente las variables, simplemente fue una observación y descripción de uno o varios fenómenos.

### **3.6 Operacionalización y categorización de conceptos o variables claves**

**Estimar el valor total:** La cantidad total anual de los bienes y servicios consumidos por la comunidad universitaria valorada en pesos de octubre del año 2006, es una estimación, ya que los datos son extraídos de una muestra. Cabe destacar que los aranceles y matriculas de los alumnos de postgrado y pregrado *no se incluyen*, dado que estos son aportes que los estudiantes realizan a la universidad y, desde ese punto de vista son transferencias interna. Lo que está analizando en este trabajo es el consumo que la Universidad como agente, compuesto por 11449 personas, en su conjunto realiza en su entorno inmediato, es decir en la comuna de Valdivia.

**Bienes y servicios:** Definidos como aquellos que conforman la canasta de Bienes y Servicios que consumen los hogares de Chile (INE 2006) y que forman parte de la serie

de bienes destinados a calcular el Índice de Precios al Consumidor (IPC), cabe mencionar que sólo se utilizó una clasificación principal, en la que se señalan ocho categorías (Alimentación, Vivienda, Servicios, Vestuario, Transporte, Salud, Educación y Enseñanza, Ocio y Recreación).

**UACH (Comunidad Universitaria de la Universidad Austral de Chile):** Definida como la población de 11.449 personas, entre funcionarios y estudiantes, a octubre del año 2006 (Dirección de personal UACH 2006) que integran la Universidad Austral de Chile y que interactúan con la Comuna de Valdivia tanto en sus actividades académicas, administrativas o en distintos eventos y actividades sociales.

**Comuna de Valdivia:** Este estudio está determinado dentro de los límites geográficos de la comuna de Valdivia ubicada en la décima región de Los Lagos, “cuyos límites son los paralelos 39°37’55.13’’ latitud norte y 40°0’48.64’’ sur y 72°57’19.28’’ longitud este y 73°24’32.15’’ longitud oeste; con una superficie de 1.005 Km<sup>2</sup> y se encuentra conformado por las localidades de Valdivia, Niebla, Las Animas y Huellethue” (Reyes y Miranda 1998).

**Consumo:** Para operacionalizar el concepto de consumo es necesario definir, tanto el consumo como el gasto (que para esta investigación serán homologables) en bienes y servicios.

*Consumo en bienes y servicios:* La cantidad de bienes y servicios que una persona adquiere en una economía en un periodo determinado de tiempo con el fin de satisfacer sus necesidades.

*Gasto en bienes y servicios:* Definida como la cantidad de dinero o desembolso que hacen las personas para el consumo de bienes y servicios en una economía en un periodo determinado, una persona podría gastar en bienes y servicios de consumo pero no necesariamente consumirlos él sólo, sino que también con otra persona, como por ejemplo lo que ocurre en una familia donde el jefe de hogar es el que gasta en bienes y servicios, pero no es necesariamente él el que consume todo.

Operativamente hablando, la ventaja que tiene uno de estos conceptos es la desventaja del otro, es decir; la ventaja de calcular por el método del “consumo” es que nos permite saber el consumo específico de cada persona, pero a su vez es de difícil cuantificación, ya que es difícil calcular cuántas manzanas o panes se come una persona en promedio al mes o al día; por otro lado, la ventaja que tiene utilizar el método del gasto es que es de fácil cuantificación (es fácil saber cuánto se paga en supermercado en un periodo determinado de tiempo o cuánto se paga en electricidad); lo complicado de esto es que aquí se pierde la capacidad de identificar cuánto es el consumo de cada persona en cada ítem.

Como una forma de hacer homologables estos dos conceptos, la operacionalización fue la siguiente:

Se toma el concepto de consumo como homologable al gasto, es decir, se asume que las personas consumen lo que pagan o compran, o dicho de otra manera, cada persona es responsable del consumo propio, además que si esta misma persona gasta más de lo que consume, de alguna manera le está proporcionando consumo a otra persona a través de su desembolso, por lo tanto la persona que gasta es la que en esencia realiza el desembolso por la otra persona. Por otro lado si alguna persona se ve beneficiada en consumir más de lo que puede gastar, existe otra persona que gasta por él y por tanto no es responsable del gasto de esos bienes. Finalmente nos quedamos con identificar la cantidad de dinero o desembolso que realizan los integrantes de la UACH en Valdivia durante un año observando los desembolsos que ellos realizan en los diferentes ítem de consumo, es decir, consumo en pesos. Esto nos proporciona la ventaja de saber cuál es el monto en dinero que estos individuos gastan en la comuna de Valdivia, pensando en que al no existir la Universidad Austral de Chile, es probable que una gran cantidad de esos consumos no se realizarían en este lugar.

## **4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Luego de la aplicación de la encuesta a 324 estudiantes de pregrado, 32 estudiantes de postgrado y 61 funcionarios, se procedió a ingresar los resultados en planillas de Excel para su posterior presentación en tablas y análisis.

Los resultados que se presentan a continuación, le dan respuesta tanto a la hipótesis de investigación, como a los objetivos planteados al inicio de la investigación. Esta sección se repartirá en tres partes, cada uno le dará respuesta cada objetivo distinto planteado en la introducción; la primera parte muestra el consumo total y per-cápita mensual en pesos por cada ítem de consumo para los tres distintos subgrupos integrantes de la UACH; la segunda parte entrega la estimación del consumo anual de la población de la UACH en Valdivia en pesos del año 2006 y la tercera concluye haciendo análisis y cruzamiento de variables como son sexo, formas de alojamiento, según edad, entre otros.

Para obtener un mejor análisis de los datos y poder inferir con mayor claridad desde la muestra hacia la población, la mayoría de los análisis que se hicieron en las siguientes tablas, hacen referencia a valores per-cápita según subgrupo de la muestra en forma mensual.

### **4.1 Consumo total y per-cápita mensual**

En la tabla 5 de la pagina siguiente se presenta el consumo total y per-capita en el mes de Octubre del 2006 en Valdivia en pesos por cada subgrupo de la muestra y en los diferentes ítems de consumo especificados en la tabla 1.

Los resultados fueron interesantes tanto en la magnitud total del consumo como en forma individual. Como se puede apreciar en la tabla, un estudiante de Pregrado, en promedio consume \$186.960.- durante un mes en bienes y servicios de consumo (excluyendo el pago de aranceles y matrícula en la Universidad).

De este valor, gran parte de su consumo lo hace principalmente en alojamiento abarcando más de la cuarta parte del total de consumo; por otra parte un estudiante promedio de Postgrado consume casi \$100.000.- más que un estudiante de Pregrado al mes, debido principalmente a que muchos de los estudiantes de Postgrado trabajan e incluso están completamente insertos en el mercado laboral (como lo demostraban muchos de ellos los cuáles, en algunos casos, se encuestaron en sus lugares de trabajo) recibiendo un sueldo mensual.

**Tabla 5: Consumo total y per-cápita mensual en Valdivia en pesos por cada subgrupo de la muestra**

ITEM	Pregrado		Postgrado		Funcionarios	
	Cons. total mensual en \$	Cons. Per-cápita mensual en \$	Cons. total mensual en \$	Cons. Per-cápita mensual en \$	Cons. total mensual en \$	Cons. Per-cápita mensual en \$
Ali lug res	7.340.000	22.654	1.065.000	33.281	4.937.500	80.943
Ali rest	2.615.000	8.071	602.500	18.828	960.000	15.738
Bebidas	1.960.000	6.049	247.500	7.734	585.000	9.590
Alojamiento	17.215.000	53.133	1.807.500	56.484	5.410.000	88.689
Luz, agua,	5.055.000	15.602	1.012.500	31.641	4.892.500	80.205
Serv. Dom	1.170.000	3.611	252.500	7.891	2.557.500	41.926
Art. Hog	1.400.000	4.321	247.500	7.734	462.500	7.582
Otros	332.500	1.026	12.500	391	127.500	2.090
Ropa	3.700.000	11.420	550.000	17.188	1.077.500	17.664
Trans priv	802.500	2.477	567.500	17.734	1.775.000	29.098
Trans púb	3.310.000	10.216	200.000	6.250	650.000	10.656
Serv. Méd	1.312.500	4.051	250.000	7.813	2.567.500	42.090
Medicam	1.417.500	4.375	250.000	7.813	1.075.000	17.623
Aseo pers	2.292.500	7.076	457.500	14.297	427.500	7.008
Libr, diario	932.500	2.878	205.000	6.406	602.500	9.877
Fotocop	2.065.000	6.373	192.500	6.016	82.500	1.352
Serv Educ	1.435.000	4.429	182.500	5.703	1.307.500	21.434
Otros	47.500	147	-	-	380.000	6.230
C E event	995.000	3.071	162.500	5.078	307.500	5.041
C E pub	1.750.000	5.401	182.500	5.703	247.500	4.057
Art. Recr	930.000	2.870	205.000	6.406	475.000	7.787
Tabaco	980.000	3.025	127.500	3.984	190.000	3.115
Alcohol	1.347.500	4.159	180.000	5.625	270.000	4.426
Otros	170.000	525	55.000	1.719	110.000	1.803
<b>TOTAL</b>	<b>60.575.000</b>	<b>186.960</b>	<b>9.015.000</b>	<b>281.719</b>	<b>31.477.500</b>	<b>516.025</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Por lo tanto, la mayoría de ellos incurren personalmente en todos los gastos que necesitan y son capaces de consumir más que un estudiante de Pregrado.

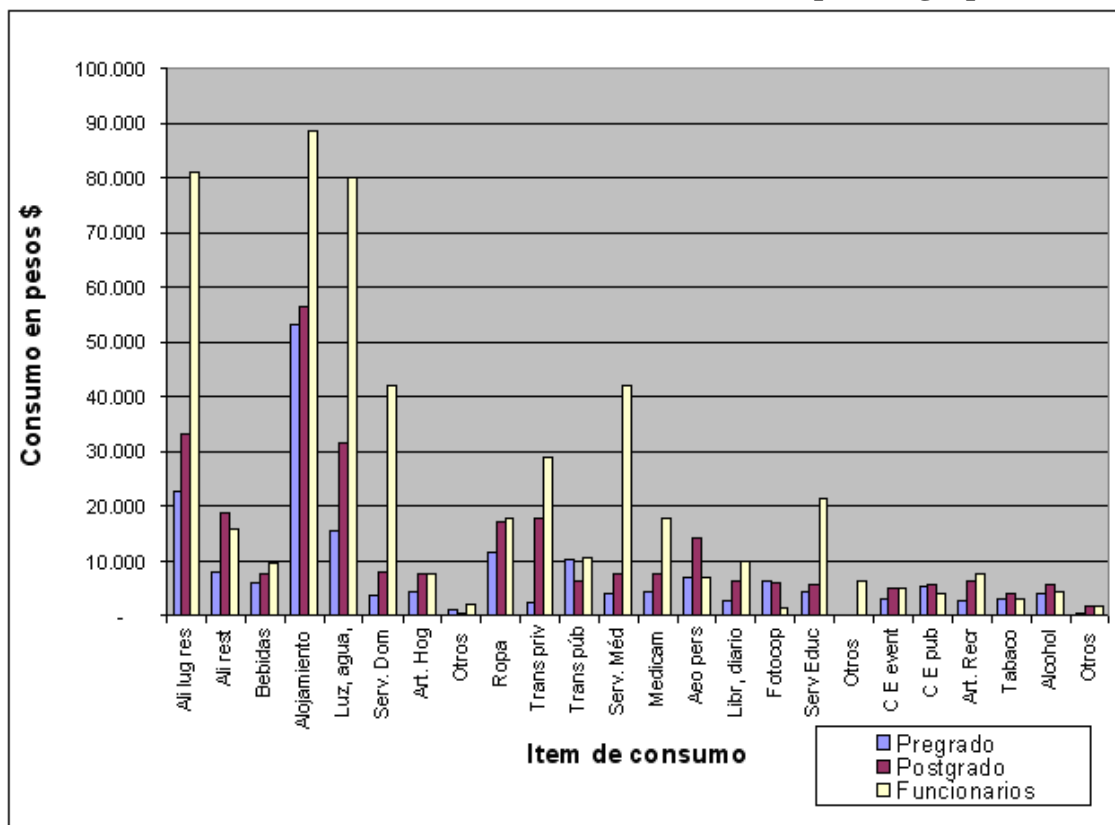
Por último los funcionarios consumen notoriamente una mayor cantidad en la mayoría de los ítem (en total, su consumo es más del doble de lo que consume un estudiante de pregrado), a excepción de la alimentación en restaurantes y casinos, la que es sobrepasada sólo por los estudiantes de Postgrado.

Esto puede explicarse por el lugar de origen de los encuestados de Postgrado (como se muestra la tabla 8 analizada profundamente en la pagina 21, que muestra el lugar de origen de los encuestados, la mitad de los estudiantes encuestados de Postgrado son oriundos de otro lugar, lo que de alguna manera, por no tener un hogar o residencia en Valdivia, los obliga a comer en restaurantes y casinos).

Lo comentado anteriormente se puede apreciar de forma más clara a través del Gráfico 1 que se muestra en la pagina siguiente, el cual muestra los consumos per-cápita de los tres subgrupos de la UACH (Pregrado, Postgrado y Funcionarios).

A través de este gráfico se puede observar que la mayor parte del consumo se hace en los rubros de alimentación, alojamiento y servicios donde son los funcionarios los que incurren en mayor magnitud en dichos ítem, lo que se podría explicar por el sueldo mensual que reciben, con el cual se pagan contribuciones o dividendos, se compran alimentos para consumo propio y el de su familia en el lugar de residencia y se pagan todos los servicios relacionados con el hogar, tales como: Luz, Agua, Gas, Internet, Teléfono, TV cable, y servicios doméstico.

**Gráfico 1: Estimación del Consumo per-cápita mensual en pesos por ítem de la Comunidad de la UACH en la ciudad de Valdivia por subgrupo**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Otro aspecto interesante de señalar es el consumo que la comunidad universitaria realiza en ocio y entretenimiento, como se puede apreciar en el gráfico 1, el consumo en ocio y entretenimiento representa un pequeño porcentaje del total, pero lo interesante es que los estudiantes (tanto pregrado como postgrado) en promedio consumen el doble en el ítem ocio y recreación que los funcionarios, los primeros consumen un 10% en ocio y recreación (que contempla los últimos 6 ítems: Consumo y entradas a eventos culturales y cine; Consumo y entradas a Pub y Discoteques; Artículos de Recreación; Tabaco; Alcohol y Otros), del total mientras que los funcionarios sólo un 5%.

Finalmente otra forma de explicar las diferencias de nivel de consumo entre los funcionarios respecto a los otros 2 subgrupos encuestados, es que más del 70% de los estos son de Valdivia y más del 80% tienen casa o departamento propio (ver tabla 16

analizada profundamente en la pagina 32). El 30% restante de funcionarios, a pesar de ser oriundos de otro lugar del país, residen en Valdivia en promedio desde hace varios años, como lo muestra la tabla 6 que presenta los años de servicios de los funcionarios en la Universidad y lo que hace relación también a que la mayoría de estos funcionarios fueron atraídos por razones laborales a la universidad, quedándose a residir permanentemente en Valdivia.

**Tabla 6: Media de años de servicio en la UACh de la muestra de funcionarios**

Lugar de Origen	Cantidad Muestra	% Muestra	Media de años de servicio
De Valdivia	43	70%	19,6
De Fuera	18	30%	12,3
<b>Total</b>	61	100%	17,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

## **4.2 Estimación del consumo total anual de la Población**

La tabla 7 que se muestra en la pagina siguiente da respuesta a uno de los objetivos más importantes e interesantes en esta investigación, que es la estimación del consumo anual en pesos de octubre de 2006 que realiza la comunidad universitaria en Valdivia durante el año 2006 y que asciende a \$32.762.473.851.-, calculado como se señaló en la tabla 4 del Capítulo 3. Material y Metodología de Análisis.

Debido a la escasez de información a nivel comunal, resultó prácticamente imposible poder comparar esta información con el consumo que realiza toda comuna en su conjunto, si existiera este dato, se podría hacer alguna otra inferencia al respecto y poder ponderar el consumo que realizan los integrantes de la comunidad universitaria sobre el total comunal.



**Tabla 7: Cálculo de la estimación total anual del consumo en pesos que realiza la UACH en Valdivia**

Grupo de Consumo	Cons. mensual de la muestra	Muestra	Población	% muestra sobre población	Estimación del cons. Mensual Población	Estimación del cons. Anual Población
Alimentación	11.915.000	324	9.187	3,53%	337.849.090	4.054.189.074
Vivienda	17.215.000				488.130.262	5.857.563.148
Servicios y art.	7.957.500				225.634.421	2.707.613.056
Vestuario	3.700.000				104.913.272	1.258.959.259
Transporte	4.112.500				116.609.684	1.399.316.204
Salud	5.022.500				142.412.677	1.708.952.130
Educación	4.480.000				127.030.123	1.524.361.481
Ocio y recr.	6.172.500				175.020.856	2.100.250.278
<b>Total Pregrado</b>	<b>60.575.000</b>				<b>1.717.600.386</b>	<b>20.611.204.630</b>
Alimentación	1.915.000	32	660	4,85%	39.496.875	473.962.500
Vivienda	1.807.500				37.279.688	447.356.250
Servicios y art.	1.525.000				31.453.125	377.437.500
Vestuario	550.000				11.343.750	136.125.000
Transporte	767.500				15.829.688	189.956.250
Salud	957.500				19.748.438	236.981.250
Educación	580.000				11.962.500	143.550.000
Ocio y recr.	912.500				18.820.313	225.843.750
<b>Total Postgrado</b>	<b>9.015.000</b>				<b>185.934.375</b>	<b>2.231.212.500</b>
Alimentación	6.482.500	61	1.602	3,81%	170.245.328	2.042.943.934
Vivienda	5.410.000				142.079.016	1.704.948.197
Servicios y art.	8.040.000				211.148.852	2.533.786.230
Vestuario	1.077.500				28.297.623	339.571.475
Transporte	2.425.000				63.686.066	764.232.787
Salud	4.070.000				106.887.541	1.282.650.492
Educación	2.372.500				62.307.295	747.687.541
Ocio y recr.	1.600.000				42.019.672	504.236.066
<b>Total funcionarios</b>	<b>31.477.500</b>				<b>826.671.393</b>	<b>9.920.056.721</b>
<b>Total Población</b>	<b>101.067.500</b>	<b>417</b>	<b>11.449</b>		<b>2.730.206.154</b>	<b>32.762.473.851</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Sin embargo resultó importante haber obtenido por primera vez el monto del consumo que la comunidad universitaria gasta en la comuna de Valdivia. Ahora, estudios posteriores tendrán esta información al momento de llevar a cabo una investigación de esta envergadura y podrán, ocupando los mismos métodos utilizados en la presente investigación, hacer un análisis comparativo respecto a la realidad que pueda ocurrir en el futuro.

### 4.3 Análisis y cruzamiento de variables

#### 4.3.1 Consumo per-cápita mensual según lugar de origen

La tabla 8 presenta los consumos per-cápita mensual para los distintos subgrupos de la muestra en base al lugar de origen.

En primer lugar, se puede apreciar que el 65% del total de los estudiantes de pregrado son de fuera de la comuna de Valdivia, esta relación disminuye con respecto a la muestra de estudiantes de Postgrado a un 50%, y luego disminuye aún más a un 30% para referirse a la muestra de funcionarios.

En segundo lugar las personas que provienen de fuera de la comuna de Valdivia consumen una mayor cantidad de dinero en bienes y servicios en comparación con la comunidad universitaria originaria de la comuna de Valdivia, lo que se puede explicar por que los estudiantes originarios de Valdivia no consumen personalmente en ciertas áreas de consumo y servicios, ya que lo hacen sus padres por ellos.

**Tabla 8: Lugar de origen de la muestra**

ITEM	Pregrado			Postgrado			Funcionarios		
	Cantidad	%	Cons. per-cápita mensual	Cantidad	%	Cons. per-cápita mensual	Cantidad	%	Cons. per-cápita mensual
<b>Valdivia</b>	113	35%	153.164	16	50%	271.875	43	70%	474.128
<b>Otra</b>	211	65%	205.059	16	50%	291.563	18	30%	616.111
<b>Total</b>	324	100%		32	100%		61	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

#### 4.3.2 Consumo total y per-cápita mensual según sexo

Las siguientes tres tablas (9; 10 y 11) muestran el consumo total mensual y per-cápita en pesos por subgrupo de la muestra en forma separada según sexo.

Con respecto a los estudiantes de Pregrado (ver tabla 9 de la pagina siguiente), se puede inferir que, en general, las mujeres gastan una mayor cantidad de dinero en bienes y servicios en la comuna de Valdivia (ítems de consumo especificados en la tabla 1), diferencia que se torna más notoria en los ítem de servicios y artículos para el hogar,

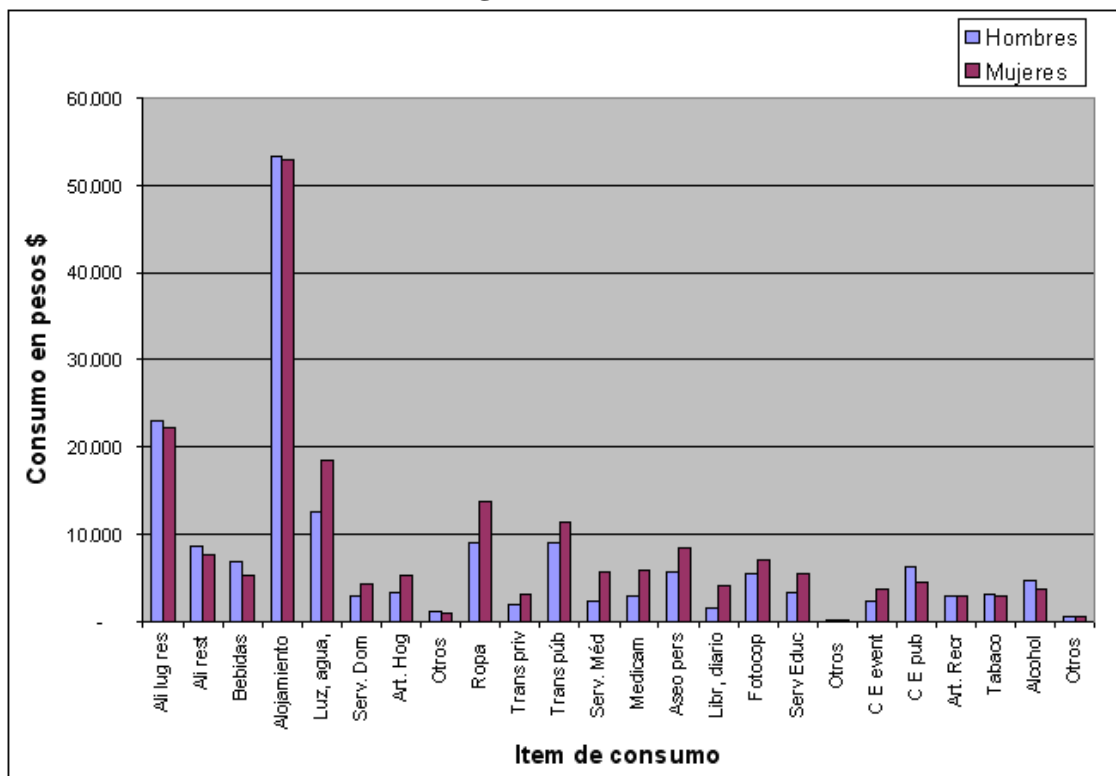
vestuario, transporte y salud. En general la diferencia total es bastante significativa ya que bordea los \$30.000.- o un 15% mensuales (200.211-173.038). Este análisis se puede ver claramente en el Gráfico 2 de la pagina siguiente.

**Tabla 9: Consumo mensual total y per-cápita de la muestra en pesos por sexo para el subgrupo de Pregrado**

ITEM	Hombres		Mujeres		%Consumo Hombres	%Consumo Mujeres
	Cons. Total	Per-cápita	Cons. Total	Per-cápita		
Ali lug res	3.642.500	23.054	3.697.500	22.274	51%	49%
Ali rest	1.352.500	8.560	1.262.500	7.605	53%	47%
Bebidas	1.072.500	6.788	887.500	5.346	56%	44%
Alojamiento	8.427.500	53.339	8.787.500	52.937	50%	50%
Luz, agua,	1.982.500	12.547	3.072.500	18.509	40%	60%
Serv. Dom	445.000	2.816	725.000	4.367	39%	61%
Art. Hog	532.500	3.370	867.500	5.226	39%	61%
Otros	177.500	1.123	155.000	934	55%	45%
Ropa	1.407.500	8.908	2.292.500	13.810	39%	61%
Trans priv	300.000	1.899	502.500	3.027	39%	61%
Trans púb	1.427.500	9.035	1.882.500	11.340	44%	56%
Serv. Méd	367.500	2.326	945.000	5.693	29%	71%
Medicam	445.000	2.816	972.500	5.858	32%	68%
Aseo pers	905.000	5.728	1.387.500	8.358	41%	59%
Libr, diario	247.500	1.566	685.000	4.127	28%	72%
Fotocop	877.500	5.554	1.187.500	7.154	44%	56%
Serv Educ	527.500	3.339	907.500	5.467	38%	62%
Otros	30.000	190	17.500	105	64%	36%
C E event	382.500	2.421	612.500	3.690	40%	60%
C E pub	1.005.000	6.361	745.000	4.488	59%	41%
Art. Recr	455.000	2.880	475.000	2.861	50%	50%
Tabaco	497.500	3.149	482.500	2.907	52%	48%
Alcohol	745.000	4.715	602.500	3.630	57%	43%
Otros	87.500	554	82.500	497	53%	47%
<b>TOTAL</b>	<b>27.340.000</b>	<b>173.038</b>	<b>33.235.000</b>	<b>200.211</b>	<b>46%</b>	<b>54%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

**Gráfico 2: Consumo per-cápita mensual en pesos según sexo para el subgrupo de estudiantes de Pregrado en la comuna de Valdivia**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Observando el consumo según sexo de los estudiantes de Postgrado (tabla 10 de la página siguiente), se puede inferir que, en general, el consumo total per-cápita mensual en bienes y servicios en la comuna de Valdivia (ítems de consumo especificados en la tabla 1) se tienden a igualar entre hombres y mujeres pero estas últimas mantienen aun un mayor consumo en comparación con los hombres en especial en servicio domestico, ropa, salud, y educación. Los hombres en cambio consumen un poco mas en comparación en a las mujeres en alimentación, alojamiento, y levemente superior en ocio y recreación.

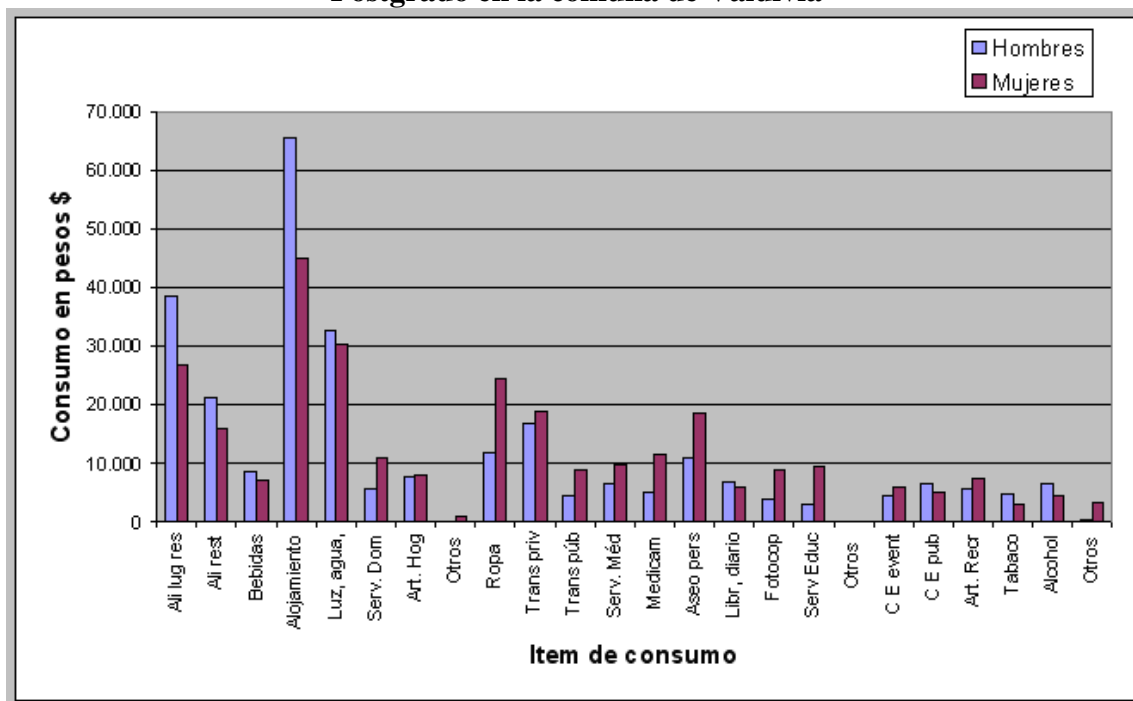
**Tabla 10: Consumo mensual total y per-cápita de la muestra en pesos por sexo para el subgrupo de Postgrado**

ITEM	Hombres		Mujeres		%Consumo Hombres	%Consumo Mujeres
	Cons. Total	Per-cápita	Cons. Total	Per-cápita		
Ali lug res	692.500	38.472	372.500	26.607	59%	41%
Ali rest	382.500	21.250	220.000	15.714	57%	43%
Bebidas	150.000	8.333	97.500	6.964	54%	46%
Alojamiento	1.177.500	65.417	630.000	45.000	59%	41%
Luz, agua,	587.500	32.639	425.000	30.357	52%	48%
Serv. Dom	100.000	5.556	152.500	10.893	34%	66%
Art. Hog	137.500	7.639	110.000	7.857	49%	51%
Otros	0	0	12.500	893	0%	100%
Ropa	210.000	11.667	340.000	24.286	32%	68%
Trans priv	302.500	16.806	265.000	18.929	47%	53%
Trans púb	77.500	4.306	122.500	8.750	33%	67%
Serv. Méd	115.000	6.389	135.000	9.643	40%	60%
Medicam	90.000	5.000	160.000	11.429	30%	70%
Aseo pers	197.500	10.972	260.000	18.571	37%	63%
Libr, diario	122.500	6.806	82.500	5.893	54%	46%
Fotocop	67.500	3.750	125.000	8.929	30%	70%
Serv Educ	50.000	2.778	132.500	9.464	23%	77%
Otros	0	0	0	0	0%	0%
C E event	80.000	4.444	82.500	5.893	43%	57%
C E pub	115.000	6.389	67.500	4.821	57%	43%
Art. Recr	102.500	5.694	102.500	7.321	44%	56%
Tabaco	85.000	4.722	42.500	3.036	61%	39%
Alcohol	117.500	6.528	62.500	4.464	59%	41%
Otros	7.500	417	47.500	3.393	11%	89%
<b>TOTAL</b>	<b>4.967.500</b>	<b>275.972</b>	<b>4.047.500</b>	<b>289.107</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

En general, la diferencia total es menor que la que existía con la muestra de estudiantes de Pregrado bordeando los \$13.000.- o un 5% mensuales (289.107-275.972). Este análisis se puede ver claramente en el Gráfico 3 de la pagina siguiente.

**Gráfico 3: Consumo mensual per-cápita en pesos según sexo para el subgrupo de Postgrado en la comuna de Valdivia**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Con respecto a los Funcionarios, se puede inferir según la tabla 11 de la página siguiente, que en general, las mujeres consumen una mayor cantidad de dinero en bienes y servicios en la comuna de Valdivia (ítems de consumo especificados en la tabla 1), diferencia que se torna más notoria en los ítem de servicio domestico, medicamentos y servicios educacionales. Por otro lado, los hombres consumen mas respecto a las mujeres principalmente en Bebidas, Servicios médicos, Discotheques-Pub y Alcohol.

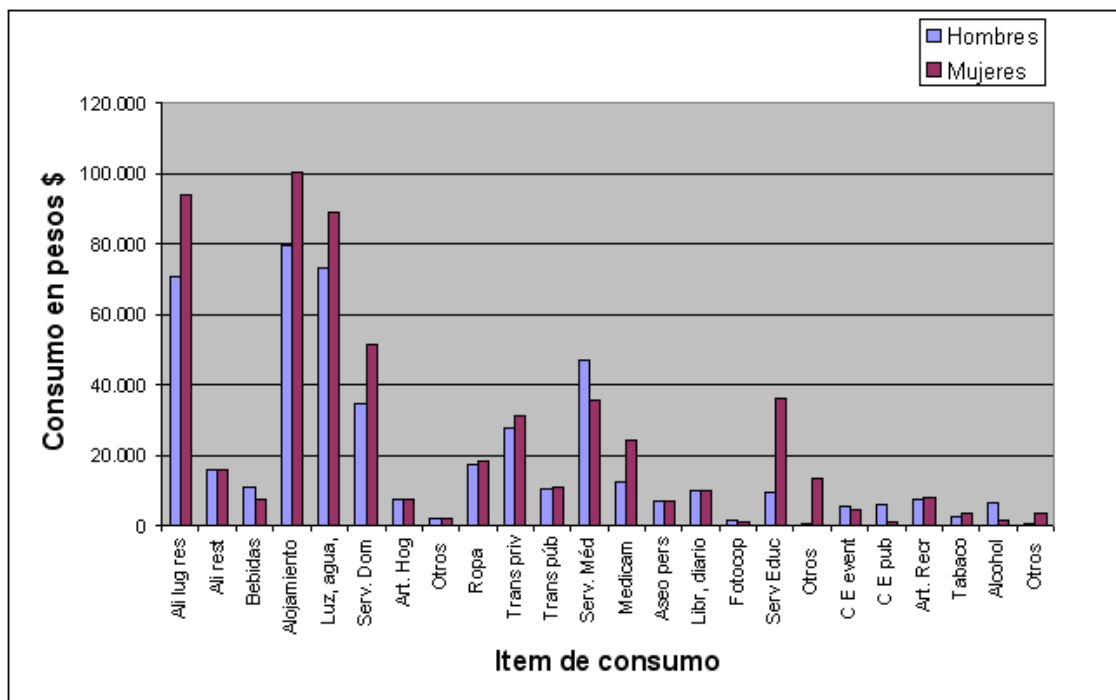
**Tabla 11: Consumo mensual total y per-cápita de la muestra en pesos por sexo para el subgrupo de Funcionarios**

ITEM	Hombres		Mujeres		%Consumo Hombres	%Consumo Mujeres
	Consumo	Per-cápita	Consumo	Per-cápita		
Ali lug res	2.400.000	70.588	2.537.500	93.981	43%	57%
Ali rest	535.000	15.735	425.000	15.741	50%	50%
Bebidas	380.000	11.176	205.000	7.593	60%	40%
Alojamiento	2.702.500	79.485	2.707.500	100.278	44%	56%
Luz, agua,	2.485.000	73.088	2.407.500	89.167	45%	55%
Serv. Dom	1.172.500	34.485	1.385.000	51.296	40%	60%
Art. Hog	257.500	7.574	205.000	7.593	50%	50%
Otros	75.000	2.206	52.500	1.944	53%	47%
Ropa	585.000	17.206	492.500	18.241	49%	51%
Trans priv	937.500	27.574	837.500	31.019	47%	53%
Trans púb	352.500	10.368	297.500	11.019	48%	52%
Serv. Méd	1.600.000	47.059	967.500	35.833	57%	43%
Medicam	425.000	12.500	650.000	24.074	34%	66%
Aseo pers	242.500	7.132	185.000	6.852	51%	49%
Libr, diario	337.500	9.926	265.000	9.815	50%	50%
Fotocop	50.000	1.471	32.500	1.204	55%	45%
Serv Educ	330.000	9.706	977.500	36.204	21%	79%
Otros	12.500	368	367.500	13.611	3%	97%
C E event	182.500	5.368	125.000	4.630	54%	46%
C E pub	212.500	6.250	35.000	1.296	83%	17%
Art. Recr	255.000	7.500	220.000	8.148	48%	52%
Tabaco	95.000	2.794	95.000	3.519	44%	56%
Alcohol	222.500	6.544	47.500	1.759	79%	21%
Otros	15.000	441	95.000	3.519	11%	89%
<b>TOTAL</b>	<b>15.862.500</b>	<b>466.544</b>	<b>15.615.000</b>	<b>578.333</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

En general la diferencia total es bastante significativa ya que bordea los \$111.000.- o un 20% mensuales (578.333-466.544). Este análisis se puede ver claramente en el Gráfico 4 en la pagina siguiente.

**Grafico 4: Consumo mensual per-cápita en pesos según sexo para el subgrupo de Funcionarios en la comuna de Valdivia**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

### 4.3.3 Consumo total y per-cápita mensual según edad

Las siguientes tres tablas (12; 13 y 14) muestran el consumo per-cápita mensual en pesos por subgrupo de la muestra en forma separada según edad por los diferentes ítems de consumo (especificados en la tabla 1).

Con respecto a los estudiantes de Pregrado, se puede inferir según la tabla 12 de la página siguiente, que en general, los estudiantes más jóvenes consumen una cantidad menor, dicha cantidad crece a medida que avanzan la edad hasta llegar a los 23. A los 24 años se ve una leve disminución en el consumo, luego se observa en los estudiantes de 25 años el consumo aumenta nuevamente en una cantidad marginal.

La diferencia más marcada se observa entre los estudiantes de 25 y 18 años, donde se aprecian diferencias de \$122.700.- o un 54% en el consumo mensual. Esto se puede considerar debido a que las personas cada vez van obteniendo mayor dependencia



a sus consumos individuales y comienzan a percibir ingresos tanto de la Universidad (vía ayudantías y laborancias) y trabajos que realizan en paralelo con los estudios. Cabe destacar que la mayoría de los estudiantes de pregrado se concentra entre los 20 y los 23 años, la edad promedio de este subgrupo es 22 años.

**Tabla 12: Consumo mensual en pesos per-cápita según edad subgrupo Pregrado**

ITEM	Edad en años cumplidos (cantidad de personas con esta edad)								
	18 (10)	19 (24)	20 (40)	21 (63)	22 (59)	23 (46)	24 (28)	25 (25)	26 y más (29)
Ali lug res	10.500	15.729	16.625	22.619	25.551	20.924	26.429	29.300	28.448
Ali rest	2.000	6.458	7.125	9.643	8.644	7.609	6.964	10.000	8.362
Bebidas	5.500	3.958	5.688	5.952	4.576	6.196	8.036	9.400	6.638
Alojamiento	34.000	37.813	48.688	51.270	64.619	62.663	44.554	61.800	44.914
Luz, agua,	5.750	9.479	8.375	16.944	14.237	16.793	23.839	21.700	18.793
Serv. Dom	750	1.146	3.063	2.619	3.898	7.120	3.214	1.700	5.431
Art. Hog	1.000	2.813	2.625	4.524	4.237	5.978	3.661	5.900	5.431
Otros	0	1.979	1.313	913	1.102	761	446	800	1.466
Ropa	8.250	8.958	10.375	11.508	11.102	12.065	10.982	15.000	12.759
Trans priv	0	729	688	3.095	1.483	3.967	1.250	2.500	6.724
Trans púb	8.500	9.792	7.563	10.278	10.000	10.815	12.946	11.700	10.259
Serv. Méd	750	1.771	2.000	3.452	3.559	5.054	5.000	5.400	8.534
Medicam	4.500	3.750	3.500	4.365	5.169	3.859	3.304	4.700	6.034
Aseo pers	5.000	6.563	6.813	6.786	6.822	7.935	7.857	6.500	8.103
Libr, diario	250	2.188	2.500	2.619	1.525	2.826	2.946	6.300	5.259
Fotocop	3.250	3.958	5.563	6.429	7.669	5.870	7.500	9.200	5.086
Serv Educ	3.000	3.750	4.938	3.810	4.576	3.967	4.554	4.900	6.034
Otros	0	313	0	40	254	272	89	0	259
C E event	3.750	3.021	2.563	3.571	2.458	2.446	2.946	4.700	3.448
C E pub	4.000	5.313	4.875	7.460	5.169	4.728	4.911	5.500	4.138
Art. Recr	1.250	3.021	3.063	2.897	2.246	2.989	2.589	3.300	3.966
Tabaco	2.250	1.771	2.625	2.976	4.068	2.228	3.304	3.300	3.621
Alcohol	2.250	3.438	3.375	4.762	4.195	3.804	5.982	4.400	3.707
Otros	0	1.146	813	556	212	489	0	1.200	345
<b>Total</b>	<b>106.500</b>	<b>138.854</b>	<b>154.750</b>	<b>189.087</b>	<b>197.373</b>	<b>201.359</b>	<b>193.304</b>	<b>229.200</b>	<b>207.759</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Con respecto a los estudiantes de Postgrado, se puede inferir según la tabla 13 de la pagina siguiente, que aunque la tendencia es al alza en los gasto a medida que se aumenta la edad principalmente al aumentar la independencia económica de estos individuos, que comienzan a insertarse en el mercado laboral en especial en los ítems de: alojamiento, servicios, ropa y transporte privado.

En otros ítems la tendencia es a la baja, en el consumo a medida que aumenta la edad, pero en menor magnitud en comparación con los que suben como son los ítems de transporte público, fotocopias y Discotheques-Pub, siendo esto también explicado por la transición de la vida de estudiante a trabajador, donde ciertas costumbres cambian como la vida nocturna por vida familiar, y adquisición de algunas comodidades como es pasar de transporte público al privado.

La diferencia más marcada se observa entre los estudiantes de 21-25 y 31 y más años, donde se aprecian diferencias de \$106.000.- o un 30% en el consumo mensual. Cabe destacar que la mayoría de los estudiantes encuestados representa el segmento 26-30, la edad promedio de este subgrupo es de 31 años.

**Tabla 13: Consumo mensual en pesos per-cápita según edad subgrupo Postgrado**

ITEM	Edad en años cumplidos (cantidad de personas con esta edad)		
	21-25 (5)	26-30 (18)	31 y más (9)
Alquiler	44.500	28.194	37.222
Alquiler rest	13.000	21.111	17.500
Bebidas	10.500	6.667	8.333
Alojamiento	51.500	51.667	68.889
Luz, agua,	15.000	27.778	48.611
Serv. Dom	500	8.194	11.389
Art. Hog	6.000	7.639	8.889
Otros	0	694	0
Ropa	11.500	15.694	23.333
Trans priv	7.000	15.972	27.222
Trans púb	11.000	7.083	1.944
Serv. Méd	8.500	8.333	6.389
Medicam	5.500	6.667	11.389
Aseo pers	7.500	13.750	19.167
Libr, diario	10.500	5.278	6.389
Fotocop	9.000	5.694	5.000
Serv Educ	8.000	3.056	9.722
Otros	0	0	0
C E event	4.000	4.722	6.389
C E pub	9.500	5.972	3.056
Art. Recr	3.500	5.556	9.722
Tabaco	1.000	3.889	5.833
Alcohol	4.000	4.722	8.333
Otros	0	1.667	2.778
<b>Total</b>	<b>241.500</b>	<b>260.000</b>	<b>347.500</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Con respecto a los Funcionarios, se puede decir según la tabla 14, que estos consumen una cantidad de dinero que es creciente a través del tiempo hasta llegar a los 50-60 años.

**Tabla 14: Consumo mensual en pesos per-cápita según edad subgrupo Funcionarios**

ITEM	Edad en años cumplidos (cantidad de personas con esta edad)				
	21-30 (2)	31-40 (12)	41-50 (26)	51-60 (19)	61-70 (2)
Ali lug res	32.500	58.750	80.192	98.816	102.500
Ali rest	27.500	21.458	12.788	16.184	3.750
Bebidas	10.000	6.875	7.692	14.211	6.250
Alojamiento	0	103.958	86.154	101.053	1.250
Luz, agua,	27.500	66.250	78.365	91.053	137.500
Serv. Dom	0	44.167	45.769	44.079	0
Art. Hog	5.000	10.625	5.192	10.000	0
Otros	0	1.042	2.019	2.105	11.250
Ropa	22.500	20.833	17.885	16.711	0
Trans priv	0	22.500	25.577	42.500	16.250
Trans púb	10.000	10.000	12.115	8.158	20.000
Serv. Méd	10.000	40.417	31.058	53.158	122.500
Medicam	6.250	5.833	14.038	33.026	0
Aseo pers	6.250	8.125	5.865	8.684	0
Libr, diario	2.500	10.625	8.846	12.632	0
Fotocop	1.250	2.083	769	1.842	0
Serv Educ	0	11.042	34.423	14.737	0
Otros	0	1.042	13.077	1.447	0
C E event	7.500	5.000	5.481	4.211	5.000
C E pub	7.500	9.792	1.250	4.342	0
Art. Recr	1.250	9.792	7.981	7.632	1.250
Tabaco	3.750	2.083	3.942	2.895	0
Alcohol	11.250	6.250	3.558	4.211	0
Otros	0	0	3.462	921	1.250
<b>Total</b>	<b>192.500</b>	<b>478.542</b>	<b>507.500</b>	<b>594.605</b>	<b>428.750</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Esto puede estar explicado por dos motivos: primero porque su presupuesto es creciente a medida que aumenta de edad y junto con esto aumentan las responsabilidades familiares si suponemos que, a medida que pasan los años, existen diversos ítems que cubrir, entre ellos la educación y alimentación de los hijos y la familia en general, el pago de dividendos y contribuciones de la vivienda y los medicamentos; el otro motivo

esta dado por la necesidad y dependencia de algunos servicios tales como la salud, medicamentos y el servicio doméstico y del hogar.

Como se comentaba en el párrafo precedente, los consumos en bienes y servicios son crecientes hasta llegar a los 51-60 años, después se ve una caída en el consumo, es decir los funcionarios comienzan a prescindir del consumo en bienes y servicios especialmente en los más suntuarios tales como, bebidas y en la mayoría de los ítems referidos a ocio y recreación.

La diferencia más marcada se observa entre los funcionarios de 50-60 y los más jóvenes (21-30) presentándose una holgura de \$402.105.- o un 68% en el consumo mensual entre estas dos categorías de edades. Esto se debe a que las personas comienzan a percibir ingresos cada vez más altos tanto desde la Universidad como por trabajos paralelos. La mayoría de los funcionarios se concentran en una edad 41-50 años, la edad promedio de este subgrupo es 49 años.

#### 4.3.4 Consumo total y per-cápita mensual según uso de transporte por subgrupo

Como se puede observar en la tabla 15, en pregrado el consumo per-cápita de acuerdo a las personas que usan transporte privado y público varía en \$10.000 o un 50% en el consumo mensual en transporte, siendo superior el privado.

**Tabla 15: Uso de transporte por subgrupo**

	Consumo mensual muestral en transporte en \$					
	Pregrado		Postgrado		Funcionarios	
	Trans priv.	Trans púb.	Trans priv.	Trans púb.	Trans priv.	Trans púb.
<b>% de personas sobre el total que usan este medio</b>	11%	93%	34%	56%	62%	56%
<b>Cantidad de personas que usan este medio</b>	37	302	11	18	38	34
<b>Consumo total en \$</b>	<b>802.500</b>	<b>3.310.000</b>	<b>567.500</b>	<b>200.000</b>	<b>1.775.000</b>	<b>650.000</b>
<b>Cons. per-cápita en \$</b>	<b>21.689</b>	<b>10.960</b>	<b>51.591</b>	<b>11.111</b>	<b>46.711</b>	<b>19.118</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

Esto se debe principalmente por los costos de combustible, pero la diferencia más relevante se encuentra en el número de alumnos que usan el transporte público en comparación a los que usan privado 93% sobre el total. En postgrado, respecto a pregrado, la tendencia es levemente hacia el transporte privado, explicado principalmente por el aumento de la independencia económica de estos individuos que comienzan a entrar al mercado laboral.

Finalmente con los Funcionarios, el uso entre transporte privado y público tiende a cargarse levemente hacia el primero (62%), producto de que a gran parte de estas personas los ingresos que reciben de la Universidad les permite tener vehículo propio.

#### 4.3.5 Forma de alojamiento por subgrupo

La tabla 16 muestra el consumo total en alojamiento que realizan los distintos subgrupos de la muestra en la comuna de Valdivia.

**Tabla 16: Forma de alojamiento por subgrupo**

Tipo de alojamiento	Pregrado				Postgrado				Funcionarios			
	M	%	Consumo	P-C	M	%	Consumo	P-C	M	%	Consumo	P-C
Hogar de Origen	89	27%	322.500	3.624	8	25%	0	0	2	3%	270.000	13.5000
Casa Fam. sin pagar	11	3%	22.500	2.045	1	3%	0	0	1	2%	202.500	20.2500
Casa Fam. Pagando	11	3%	287.500	26.136	0	0%	0	0	0	0%	0	0
Casa Dep. propio	17	5%	1.745.000	102.647	4	13%	275.000	68.750	51	84%	4.545.000	89.1177
Casa Dep. arrendado	35	11%	2.697.500	77.071	11	34%	827.500	75.227	4	7%	210.000	5.2500
Cabaña arrendada	60	19%	5.345.000	89.083	3	9%	327.500	109.166	3	5%	182.500	60.8333
Pensión	35	11%	3.837.500	109.643	2	6%	195.000	97.500	0	0%	0	0
Arrienda Pieza	29	9%	1.387.500	47.845	0	0%	0	0	0	0%	0	0
Hogar estudiantil	33	10%	1.525.000	46.212	0	0%	0	0	0	0%	0	0
Otro	4	1%	45.000	11.250	3	9%	182.500	60.833	0	0%	0	0
<b>Total</b>	<b>324</b>	<b>100%</b>	<b>17.215.000</b>		<b>32</b>	<b>100%</b>	<b>1.807.500</b>		<b>61</b>	<b>100%</b>	<b>5.410.000</b>	
M = Muestra						P-C = Per-Cápita						

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en la encuesta de consumo.

De los estudiantes de Pregrado que vienen a estudiar desde fuera de la comuna de Valdivia, parecen tener una preferencia en el tipo de alojamiento, ya que según los estudiantes encuestados, el 19% de ellos arriendan cabaña para su estadía mientras estudian en la UACH, estos a su vez proporcionan más del 30% del consumo total en alojamiento. Luego del arriendo cabaña, sigue la pensión y el arriendo de departamentos.

En consecuencia, los arriendo de viviendas representan el 30% del total, ahora si a esto le sumamos las pensiones y los arriendos de pieza, podríamos inferir que el 50% de los estudiantes de pregrado escoge vivir entre pensión o arrendar una vivienda o parte de esta.

Otro aspecto importante de señalar son el uso de los hogares estudiantiles para hospedarse en la comuna, la Universidad le proporciona alojamiento aproximadamente al 10% de los estudiantes cifra no menor si estamos hablando de alrededor de 1000 personas.

Con respecto a los estudiantes de Postgrado, su tendencia viene a replicar el caso de los estudiantes de Pregrado, salvo que estos últimos no suelen alojarse en piezas ni hogares estudiantiles. Un gran porcentaje de ellos (34%) arrienda casa, porcentaje que proporciona el 45% del consumo total en alojamiento respecto de este subgrupo de la muestra. Por otro lado se ve que un 13% de los encuestados poseen casa propia, esto sucede ya que un número significativo de dichos encuestados tienen trabajo estable desde hace ya bastantes años y están realizándose académicamente en el último eslabón de su cadena educacional profesional y realizándose laboralmente, es decir, poseen un trabajo estable y duradero que le ha permitido realizar inversiones de largo plazo.

Finalmente respecto a los funcionarios, los resultados son sobresalientes, casi la totalidad de los encuestados posee casa propia (84%) los cuales consumen el idéntico porcentaje en este tipo de alojamiento, esto permite inferir que la gran mayoría de los funcionarios de la Universidad residen en Valdivia y, de los que vienen de afuera, la gran mayoría se establecen en la comuna para trabajar varios años.

## 5. CONCLUSIONES

En cuanto al desarrollo de la investigación, se puede decir que se han cumplido cabalmente con los objetivos planteados al inicio del trabajo. Siempre se trabajó apegado a la hipótesis de investigación la cual es **aceptada** por el hecho de existir suficiente información para obtener una estimación del consumo anual que realizan los integrantes de la comunidad de la Universidad Austral de Chile. Cabe destacar que, dentro del análisis se pudieron haber desarrollado más en extenso, pero se ha decidido incorporar solo los que estaban incluidos en los objetivos planificados en el inicio de la investigación.

El consumo total y per-cápita de la comunidad universitaria es creciente desde los estudiantes de pregrado (\$186.960) hacia los estudiantes de postgrado (\$281.719) y funcionarios (\$516.025) siendo alojamiento, alimentación y servicios casi el 50% del consumo total. Respecto al consumo anual de la comunidad universitaria que representa el 7.5% de la población total de la comuna, este asciende a \$32.762.473.851, de la cual tal cifra de consumo no existiría en la comuna de Valdivia al no existir la Universidad Austral de Chile, si pensamos que el 65, 50 y 30% de los de los estudiantes de pregrado, postgrado y funcionarios respectivamente provienen de fuera de valdivia (tabla 8), se podría estimar que, en términos muy generales (ponderando estos porcentajes de la tabla 8 por el consumo anual que cada subgrupo realiza mostrado en la tabla 7), existirían \$17.488.906.276.- de consumo en bienes y servicios que no llegarían a la comuna lo cual representa el 53% del consumo total.

Por otro lado, las conductas de consumo de la comunidad UACH podrían llamarse abultadas, gran parte de los encuestados se asombraban a la hora de exponer sus consumos especialmente respecto a servicios (luz, agua, TV cable, teléfono e Internet). A través de la encuesta las personas se daban cuenta de las magnitudes que consumían, lo cual lo encontraban exagerado, otros, especialmente los funcionarios, comentaban que la vida universitaria deja muy poco tiempo para actividades

recreativas, aspecto que se ve muy bien representado en el poco consumo que realizan en aquellos ítem.

A modo de referencia, el cálculo final de el consumo anual que realiza la comunidad universitaria (32.762.473.851) es coincidentemente parecido al total de gastos operacionales e inversiones del Presupuesto 2006 (el cual se compone entre otros ítem por las remuneraciones al personal e inversiones) que cuenta los gastos que realizará la universidad a nivel institucional para el año en curso que representa el monto de M\$ 29.529.620.- (UACH Secretaria General 2006). Esta relación se ve no sólo como una coincidencia, sino que además como una referencia.

Según el consumo por lugar de origen; el 65% del total de los estudiantes de pregrado son de fuera de la comuna de Valdivia, esta relación disminuye con respecto a la muestra de estudiantes de Postgrado siendo estos un 50% de fuera de Valdivia, y luego la relación de funcionarios disminuye aún más ya que un 30% de los funcionario son de fuera.

De acuerdo al consumo por sexo; la diferencia total en el consumo según sexo de la muestra es bastante significativa ya que bordea los \$30.000.- o un 15% mensuales (200.211-173.038); para Postgrado esa diferencia total es menor que la que existía con la muestra de estudiantes de Pregrado bordeando los \$13.000.- o un 5% mensuales (289.107-275.972). Para Funcionarios esta misma diferencia es bastante significativa ya que bordea los \$111.000.- o un 20% mensuales (578.333-466.544). Siendo siempre las mujeres las que consumen más.

En el análisis del consumo por edad; en estudiantes de pregrado, los estudiantes más jóvenes consumen una cantidad menor, dicha cantidad crece a medida que avanzan la edad hasta llegar a los 23. A los 24 años se ve una leve disminución en el consumo, luego se observa en los estudiantes de 25 años el consumo aumenta nuevamente en una cantidad marginal; la edad promedio de este subgrupo es 22 años. En estudiantes de Postgrado la tendencia también es creciente; la edad promedio de este subgrupo es de 31



años. Finalmente, con los funcionarios, se puede decir que estos consumen una cantidad de dinero que es creciente a través del tiempo hasta llegar a los 50-60 años, luego en los últimos años se aprecia una leve disminución en los consumos, lo que se debe al consumo esencialmente de servicios básicos y dejando de lado los lúdicos y de recreación; la edad promedio de este subgrupo es 49 años.

Respecto al consumo de alojamiento, en estudiantes de pregrado, los arriendo de viviendas (casas y departamentos) representan el 30% del total, ahora si a esto le sumamos las pensiones y los arriendos de pieza, podríamos inferir que el 50% de los estudiantes de pregrado escoge vivir entre pensión o arrendar una vivienda o parte de esta. Analizando los estudiantes de Postgrado, un gran porcentaje de ellos (34%) arrienda casa, porcentaje que proporciona el 45% del consumo total en alojamiento respecto de este subgrupo de la muestra. Por otro lado se ve que un 13% de los encuestados poseen casa propia. Finalmente el análisis de la muestra de funcionarios nos proporciona que casi la totalidad de los encuestados posee casa propia (84%) los cuales consumen el idéntico porcentaje en este tipo de alojamiento, esto permite inferir que la gran mayoría de los funcionarios de la Universidad residen en Valdivia y, de los que vienen de afuera, la gran mayoría se establecen en la comuna para trabajar varios años.

Queda claro que la UACH hace un aporte significativo al consumo en bienes y servicios en Valdivia, y con ello proporciona trabajo e ingresos a personas en numerosas actividades tales como: transporte, educación, multitiendas, alojamiento, servicios básicos y telecomunicaciones; todas ellas actividades esenciales en una economía. Estos consumos no sólo son significativos, sino que además son estables. Este agente económico existe desde hace más de 50 años en Valdivia, se ha posicionado en la región y existen grandes posibilidades de que siga participando fuertemente en la comuna no sólo desde el punto de vista económico, sino que además desde sus objetivos principales los cuales son educación, investigación y extensión. Las posibilidades de que en el contexto actual de que la provincia de Valdivia sea una nueva región, hace de la Universidad un elemento valioso para la región sobre todo desde el punto de vista de la investigación.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Ayuntamiento de Sevilla. 2003. *Informe Socioeconómico de la Ciudad de Sevilla 2003*. Sevilla, España: Ayuntamiento de Sevilla.
- Curbelo, J. L., F. Alburquerque, C. A. de Mattos, y J. R. Cuadrado. 1994. *Territorios en Transformación: Análisis y Propuestas*. 1° ed. Madrid, España: C.S.I.C.
- Diario Austral de Valdivia. 2005. Homepage.  
<[http://www.australvaldivia.cl/prontus4\\_notas/antialone.html?page=http://www.australvaldivia.cl/prontus3\\_perfil\\_regional/site/edic/base/port/portada.html](http://www.australvaldivia.cl/prontus4_notas/antialone.html?page=http://www.australvaldivia.cl/prontus3_perfil_regional/site/edic/base/port/portada.html)>  
Accesado 2006 Agosto 21.
- Dirección de Personal Universidad Austral de Chile 25 de septiembre de 2006 entrevista personal con Don Ricardo Mujica.
- INE. 2006. Base Diciembre 1998=100 Aspectos Metodológicos.  
<[http://www.ine.cl/ine/canales/chile\\_estadistico/estadisticas\\_economicas/ipc/metodologia/pdf/aspectosmetodologicos.pdf](http://www.ine.cl/ine/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/ipc/metodologia/pdf/aspectosmetodologicos.pdf)> Accesado 2006 Agosto 21.
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). 2001. *Cities and Regions in the new Learning Economy: Education and Skills*. 1° ed. Paris, Francia: OECD Publications.
- Reyes, R., y J.C. Miranda. 1998. *La Matriz de Insumo Producto de Valdivia 1994*. Valdivia: REYMI.
- Universidad Austral de Chile. Secretaria General. Decreto N° 016. 2006 Enero 16. Homepage.  
<<http://intranet.uach.cl/organizacion/rectoria/secretariageneral/decretos/2006/numero/016.htm>> Accesado 2006 Noviembre 15.

## ANEXOS

### 1. Encuesta Dirigida a Estudiantes de Pregrado



Nº

#### ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE PREGRADO

Solicita: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,  
Escuela de Ingeniería Comercial, Seminario de Grado.

El siguiente cuestionario es de carácter anónimo, tiene por objetivo conocer las conductas de consumo de los integrantes de la comunidad Universitaria de la UACH, investigación que esta realizándose por Tesisistas de la Escuela de Ingeniería Comercial.

#### Instrucciones:

- 1 Utilice lápiz pasta negro o azul
- 2 Haga una "X" en el recuadro correspondiente, evitando marcar fuera del casillero
- 3 Si desea anular una respuesta rellene completamente el casillero y seleccione una nueva respuesta.
- 4 Evite doblar este cuestionario y escribir fuera de los espacios asignados.

#### I Datos Personales

			Uso Interno
1 Sexo	1 <input type="checkbox"/> Masculino	2 <input type="checkbox"/> Femenino	1 <input type="checkbox"/>
2. Edad (en años cumplidos)	<input type="text"/> <input type="text"/>		2 <input type="text"/> <input type="text"/>
3 Facultad a la que pertenece			
1 <input type="checkbox"/> Medicina	6 <input type="checkbox"/> Ciencias Agrarias	3 <input type="checkbox"/>	
2 <input type="checkbox"/> Ciencias Forestales	7 <input type="checkbox"/> Ciencias Veterinarias		
3 <input type="checkbox"/> Filosofía y Humanidades	8 <input type="checkbox"/> Ciencias de la Ingeniería		
4 <input type="checkbox"/> Ciencias Jurídicas y Sociales	9 <input type="checkbox"/> Ciencias		
5 <input type="checkbox"/> Ciencias Económicas y Administrativas			
4 Comuna de procedencia			
1 <input type="checkbox"/> Valdivia		4 <input type="checkbox"/>	
2 <input type="checkbox"/> Otra, indique cual _____			
5 Año de ingreso a su carrera actual	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	5 <input type="text"/> <input type="text"/>	

Cuestionario 1 Pregrado, elaborado por Tesisistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
- Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

### Conducta de consumo mensual de los estudiantes de pregrado

Las siguientes preguntas están dirigidas a identificar la cantidad de dinero (en pesos chilenos) que usted, en forma **INDIVIDUAL**, destina a consumir en forma **MENSUAL** de acuerdo a su conducta normal (lo que acostumbra a gastar "en promedio" en un mes) en la **COMUNA DE VALDIVIA**, en los diferentes aspectos que aquí se señalan:

Para cada una de las siguientes preguntas 6-29 coloque el código del intervalo al cual represente mejor su conducta de consumo especificado, escriba en el recuadro el código correspondiente.

**Ejemplo:**

- 7  5 Alimentación en restaurantes y casinos  
(lo que indicaría que usted consume entre 20.000 y 25.000 en este ítem)

#### II Consumo en alimentación

Uso Interno

- |   |                          |  |   |                          |
|---|--------------------------|--|---|--------------------------|
| 6 | <input type="checkbox"/> | Consumo en alimentación en el lugar de residencia<br>(tales como pan, frutas, verduras, carnes, azúcar, cecinas y embutidos, pescados y mariscos, entre otros) | 6 | <input type="checkbox"/> |
| 7 | <input type="checkbox"/> | Alimentación en restaurantes y casinos   | 7 | <input type="checkbox"/> |
| 8 | <input type="checkbox"/> | Bebidas Alcohólicas y no alcohólicas en su dieta alimenticia   | 8 | <input type="checkbox"/> |

#### III Consumo en vivienda

(esta pregunta es excluyente, es decir, escoja sólo una alternativa)

##### 9 Consumo (gasto) en alojamiento en la comuna de Valdivia

- |    |                          |  |   |                          |                          |
|----|--------------------------|--|---|--------------------------|--------------------------|
| 1  | <input type="checkbox"/> | Hogar de origen  | 9 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2  | <input type="checkbox"/> | En casa de un familiar sin pagar                                     |   |                          |                          |
| 3  | <input type="checkbox"/> | En casa de un familiar pagando                                       |   |                          |                          |
| 4  | <input type="checkbox"/> | Casa/Departamento propio (considera sólo dividendo y contribuciones) |   |                          |                          |
| 5  | <input type="checkbox"/> | Departamento o Casa arrendado  |   |                          |                          |
| 6  | <input type="checkbox"/> | Cabaña arrendada   |   |                          |                          |
| 7  | <input type="checkbox"/> | Pensión  |   |                          |                          |
| 8  | <input type="checkbox"/> | Arriendo pieza   |   |                          |                          |
| 9  | <input type="checkbox"/> | Hogar estudiantil  |   |                          |                          |
| 10 | <input type="checkbox"/> | Otro, especifique _____  |   |                          |                          |

#### IV Consumo en servicios y Artículos de Aseo para el Hogar

- |    |                          |  |    |                          |
|----|--------------------------|--|----|--------------------------|
| 10 | <input type="checkbox"/> | Luz, Agua, Gas, Teléfono, Internet, TV cable, Alarma       | 10 | <input type="checkbox"/> |
| 11 | <input type="checkbox"/> | Servicio doméstico (Lavado, cocina, limpieza, entre otros) | 11 | <input type="checkbox"/> |
| 12 | <input type="checkbox"/> | Artículos de aseo para el hogar (lavalosas, cera, etc...)  | 12 | <input type="checkbox"/> |
| 13 | <input type="checkbox"/> | Otros, especifique _____                                   | 13 | <input type="checkbox"/> |

Cuestionario 1 Pregrado, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
- Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

	Uso Interno
<b>V Consumo en vestuario</b>	
14 <input type="checkbox"/> Ropa (incluye sus accesorios, tales como: calzado, corbatas, aros, etc...)	14 <input type="checkbox"/>
<b>VI Consumo en transporte</b>	
15 <input type="checkbox"/> Transporte Privado (bencina o Diesel y Aceites)	15 <input type="checkbox"/>
16 <input type="checkbox"/> Transporte Público (micro, colectivo, taxi, bus interurbano, lancha)	16 <input type="checkbox"/>
<b>VII Consumo en salud</b>	
17 <input type="checkbox"/> Servicios médicos	17 <input type="checkbox"/>
18 <input type="checkbox"/> Medicamentos	18 <input type="checkbox"/>
19 <input type="checkbox"/> Aseo personal (pasta de dientes, perfumes, shampoo, jabón, entre otros)	19 <input type="checkbox"/>
<b>VIII Consumo en educación</b>	
20 <input type="checkbox"/> Libros y revistas para la educación	20 <input type="checkbox"/>
21 <input type="checkbox"/> Fotocopias	21 <input type="checkbox"/>
22 <input type="checkbox"/> Servicios y artículos de educación (lápices, cuadernos, entre otros; incluye además la educación de sus hijos menores de edad en la comuna de Valdivia si los tiene).	22 <input type="checkbox"/>
23 <input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	23 <input type="checkbox"/>
<b>IX Consumo en ocio y recreación</b>	
24 <input type="checkbox"/> Consumo y entradas a eventos culturales y cine	24 <input type="checkbox"/>
25 <input type="checkbox"/> Consumo y entradas a Pub y Discotheques	25 <input type="checkbox"/>
26 <input type="checkbox"/> Artículos de recreación (cartas, diarios, revistas, CDs y DVDs, novelas y otros)	26 <input type="checkbox"/>
27 <input type="checkbox"/> Tabaco	27 <input type="checkbox"/>
28 <input type="checkbox"/> Alcohol	28 <input type="checkbox"/>
29 <input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	29 <input type="checkbox"/>

Cuestionario 1 Pregrado, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
 Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
 - Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

## 2. Encuesta Dirigida a Estudiantes de Postgrado



Nº

### ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE POSTGRADO

Solicita: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,  
Escuela de Ingeniería Comercial, Seminario de Grado

El siguiente cuestionario es de carácter anónimo, tiene por objetivo conocer las conductas de los integrantes de la comunidad Universitaria de la UACH, investigación que está realizándose por Tesistas de la Escuela de Ingeniería Comercial.

#### Instrucciones:

- 1 Utilice lápiz pasta negro o azul.
- 2 Haga una "X" en el recuadro correspondiente, evitando marcar fuera del casillero.
- 3 Si desea anular una respuesta rellene completamente el casillero y seleccione una nueva respuesta.
- 4 Evite doblar este cuestionario y escribir fuera de los espacios asignados.

#### I Datos Personales

		Uso Interno
1 Sexo	1 <input type="checkbox"/> Masculino      2 <input type="checkbox"/> Femenino	1 <input type="checkbox"/>
2. Edad (en años cumplidos)	<input type="text"/> <input type="text"/>	2 <input type="text"/> <input type="text"/>
3 Facultad a la que pertenece	1 <input type="checkbox"/> Medicina      6 <input type="checkbox"/> Ciencias Agrarias 2 <input type="checkbox"/> Ciencias Forestales      7 <input type="checkbox"/> Ciencias Veterinarias 3 <input type="checkbox"/> Filosofía y Humanidades      8 <input type="checkbox"/> Ciencias de la Ingeniería 4 <input type="checkbox"/> Ciencias Jurídicas y Sociales      9 <input type="checkbox"/> Ciencias 5 <input type="checkbox"/> Ciencias Económicas y Administrativas	3 <input type="checkbox"/>
4 Tipo de Programa al que pertenece	1 <input type="checkbox"/> Magister      4 <input type="checkbox"/> Doctorado 2 <input type="checkbox"/> Diplomado      5 <input type="checkbox"/> Especialidad 3 <input type="checkbox"/> Otro, especifique _____	4 <input type="checkbox"/>
5 Comuna de procedencia	1 <input type="checkbox"/> Valdivia 2 <input type="checkbox"/> Otra, indique cual _____	5 <input type="checkbox"/>
6 Año de ingreso a su programa actual	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	6 <input type="text"/> <input type="text"/>

Cuestionario 2 Postgrado, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
- Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

### Conducta de consumo mensual de los estudiantes de postgrado

Las siguientes preguntas están dirigidas a identificar la cantidad de dinero (en pesos chilenos) que usted, en forma **INDIVIDUAL**, destina a consumir en forma **MENSUAL** de acuerdo a su conducta normal (lo que acostumbra a gastar "en promedio" en un mes) en la **COMUNA DE VALDIVIA**, en los diferentes aspectos que aquí se señalan:

Para cada una de las siguientes preguntas 7-30 coloque el código del intervalo al cual represente mejor su conducta de consumo especificado, escriba en el recuadro el código correspondiente.

**Ejemplo:**

- 8  5 Alimentación en restaurantes y casinos  
(lo que indicaría que usted consume entre 20.000 y 25.000 en este ítem)

#### II Consumo en alimentación

Uso Interno

- 7  Consumo en alimentación en el lugar de residencia 7   
(tales como pan, frutas, verduras, carnes, azúcar, cecinas y embutidos, pescados y mariscos, entre otros)
- 8  Alimentación en restaurantes y casinos 8
- 9  Bebidas Alcohólicas y no alcohólicas en su dieta alimenticia 9

#### III Consumo en vivienda

(esta pregunta es excluyente, es decir, escoja sólo una alternativa)

10 Consumo (gasto) en alojamiento en la comuna de Valdivia

- 1  Hogar de origen 10
- 2  En casa de un familiar sin pagar
- 3  En casa de un familiar pagando
- 4  Casa/Departamento propio (considera sólo dividendo y contribuciones)
- 5  Departamento o Casa arrendado
- 6  Cabaña arrendada
- 7  Pensión
- 8  Arriendo pieza
- 9  Hogar estudiantil
- 10  Otro, especifique \_\_\_\_\_

#### IV Consumo en servicios y Artículos de Aseo para el Hogar

- 11  Luz, Agua, Gas, Teléfono, Internet, TV cable, Alarma 11
- 12  Servicio doméstico (Lavado, cocina, limpieza, entre otros) 12
- 13  Artículos de aseo para el hogar (lavalosas, cera, etc...) 13
- 14  Otros, especifique \_\_\_\_\_ 14

Cuestionario 2 Postgrado, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
- Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

<b>V Consumo en vestuario</b>		Uso Interno
15	<input type="checkbox"/> Ropa (incluye sus accesorios, tales como: calzado, corbatas, aros, etc...)	15 <input type="checkbox"/>
<b>VI Consumo en transporte</b>		
16	<input type="checkbox"/> Transporte Privado (bencina o Diesel y Aceites)	16 <input type="checkbox"/>
17	<input type="checkbox"/> Transporte Público (micro, colectivo, taxi, bus interurbano, lancha)	17 <input type="checkbox"/>
<b>VII Consumo en salud</b>		
18	<input type="checkbox"/> Servicios médicos	18 <input type="checkbox"/>
19	<input type="checkbox"/> Medicamentos	19 <input type="checkbox"/>
20	<input type="checkbox"/> Aseo personal (pasta de dientes, perfumes, shampoo, jabón, entre otros)	20 <input type="checkbox"/>
<b>VIII Consumo en educación</b>		
21	<input type="checkbox"/> Libros y revistas para la educación	21 <input type="checkbox"/>
22	<input type="checkbox"/> Fotocopias	22 <input type="checkbox"/>
23	<input type="checkbox"/> Servicios y artículos de educación (lápices, cuadernos, entre otros; incluye además la educación de sus hijos menores de edad en la comuna de Valdivia si los tiene).	23 <input type="checkbox"/>
24	<input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	24 <input type="checkbox"/>
<b>IX Consumo en ocio y recreación</b>		
25	<input type="checkbox"/> Consumo y entradas a eventos culturales y cine	25 <input type="checkbox"/>
26	<input type="checkbox"/> Consumo y entradas a Pub y Discotheques	26 <input type="checkbox"/>
27	<input type="checkbox"/> Artículos de recreación (cartas, diarios, revistas, CDs y DVDs, novelas y otros)	27 <input type="checkbox"/>
28	<input type="checkbox"/> Tabaco	28 <input type="checkbox"/>
29	<input type="checkbox"/> Alcohol	29 <input type="checkbox"/>
30	<input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	30 <input type="checkbox"/>

Cuestionario 2 Postgrado, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
 Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
 - Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.



### 3. Encuesta Dirigida a Funcionarios



N°

**ENCUESTA DIRIGIDA A FUNCIONARIOS**  
**Solicita: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas,**  
**Escuela de Ingeniería Comercial, Seminario de Grado.**

El siguiente cuestionario es de carácter anónimo, tiene por objetivo conocer las conductas de consumo de los integrantes de la comunidad Universitaria de la UACH, investigación que esta realizándose por Tesistas de la Escuela de Ingeniería Comercial.

**Instrucciones:**

- 1 Utilice lápiz pasta negro o azul
- 2 Haga una "X" en el recuadro correspondiente, evitando marcar fuera del casillero
- 3 Si desea anular una respuesta rellene completamente el casillero y seleccione una nueva respuesta.
- 4 Evite doblar este cuestionario y escribir fuera de los espacios asignados.

**I Datos Personales**

1 Sexo	1 <input type="checkbox"/> Masculino	2 <input type="checkbox"/> Femenino	Uso Interno
2 Edad (en años cumplidos)	<input type="text"/>		1 <input type="checkbox"/>
3 Facultad a la que pertenece			2 <input type="checkbox"/>
1 <input type="checkbox"/> Medicina		8 <input type="checkbox"/> Ciencias Agrarias	3 <input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/> Ciencias Forestales		9 <input type="checkbox"/> Ciencias Veterinarias	
3 <input type="checkbox"/> Filosofía y Humanidades		10 <input type="checkbox"/> Ciencias de la Ingeniería	
4 <input type="checkbox"/> Ciencias Jurídicas y Sociales		11 <input type="checkbox"/> Ciencias	
5 <input type="checkbox"/> Ciencias Económicas y Administrativas		12 <input type="checkbox"/> Rectoría	
6 <input type="checkbox"/> Vicerrectoría Académica		13 <input type="checkbox"/> Vic. de Gestión Ec. y Adm.	
7 <input type="checkbox"/> Centros Experimentales			
4 Categoría a la que pertenece			
1 <input type="checkbox"/> Personal Académico		4 <input type="checkbox"/> Personal Técnico-Académico	4 <input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/> Personal no Académico		5 <input type="checkbox"/> Func. fin. con rec. propios	
3 <input type="checkbox"/> Otro, especifique _____			
5 Comuna de procedencia			
1 <input type="checkbox"/> Valdivia			5 <input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/> Otra, indique cual _____			
6 Año de ingreso a su trabajo actual	<input type="text"/>		6 <input type="checkbox"/>

Cuestionario 3 Funcionarios, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
 Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
 - Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

### Conducta de consumo mensual de los Funcionarios

Las siguientes preguntas están dirigidas a identificar la cantidad de dinero (en pesos chilenos) que usted, en forma **INDIVIDUAL**, destina a consumir en forma **MENSUAL** de acuerdo a su conducta normal (lo que acostumbra a gastar "en promedio" en un mes) en la **COMUNA DE VALDIVIA**, en los diferentes aspectos que aquí se señalan:

Para cada una de las siguientes preguntas 7-30 coloque el código del intervalo al cual represente mejor su conducta de consumo especificado, escriba en el recuadro el código correspondiente.

**Ejemplo:**

- 8  5 Alimentación en restaurantes y casinos  
(lo que indicaría que usted consume entre 20.000 y 25.000 en este ítem)

#### II Consumo en alimentación

Uso Interno

- 7  Consumo en alimentación en el lugar de residencia 7   
(tales como pan, frutas, verduras, carnes, azúcar, cecinas y embutidos, pescados y mariscos, entre otros)
- 8  Alimentación en restaurantes y casinos 8
- 9  Bebidas Alcohólicas y no alcohólicas en su dieta alimenticia 9

#### III Consumo en vivienda

(esta pregunta es excluyente, es decir, escoja sólo una alternativa)

10 Consumo (gasto) en alojamiento en la comuna de Valdivia

- 1  Hogar de origen 10
- 2  En casa de un familiar sin pagar
- 3  En casa de un familiar pagando
- 4  Casa/Departamento propio (considera sólo dividendo y contribuciones)
- 5  Departamento o Casa arrendado
- 6  Cabaña arrendada
- 7  Pensión
- 8  Arriendo pieza
- 9  Hogar estudiantil
- 10  Otro, especifique \_\_\_\_\_

#### IV Consumo en servicios y Artículos de Aseo para el Hogar

- 11  Luz, Agua, Gas, Teléfono, Internet, TV cable, Alarma 11
- 12  Servicio doméstico (Lavado, cocina, limpieza, entre otros) 12
- 13  Artículos de aseo para el hogar (lavalosas, cera, etc...) 13
- 14  Otros, especifique \_\_\_\_\_ 14

Cuestionario 3 Funcionarios, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
- Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

	Uso Interno
<b>V Consumo en vestuario</b>	
15 <input type="checkbox"/> Ropa (incluye sus accesorios, tales como: calzado, corbatas, aros, etc...)	15 <input type="checkbox"/>
<b>VI Consumo en transporte</b>	
16 <input type="checkbox"/> Transporte Privado (bencina o Diesel y Aceites)	16 <input type="checkbox"/>
17 <input type="checkbox"/> Transporte Público (micro, colectivo, taxi, bus interurbano, lancha)	17 <input type="checkbox"/>
<b>VII Consumo en salud</b>	
18 <input type="checkbox"/> Servicios médicos	18 <input type="checkbox"/>
19 <input type="checkbox"/> Medicamentos	19 <input type="checkbox"/>
20 <input type="checkbox"/> Aseo personal (pasta de dientes, perfumes, shampoo, jabón, entre otros)	20 <input type="checkbox"/>
<b>VIII Consumo en educación y enseñanza</b>	
21 <input type="checkbox"/> Libros y revistas para la educación	21 <input type="checkbox"/>
22 <input type="checkbox"/> Fotocopias	22 <input type="checkbox"/>
23 <input type="checkbox"/> Servicios y artículos de educación (lápices, cuadernos, entre otros; incluye además la educación de sus hijos menores de edad en la comuna de Valdivia si los tiene).	23 <input type="checkbox"/>
24 <input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	24 <input type="checkbox"/>
<b>IX Consumo en ocio y recreación</b>	
25 <input type="checkbox"/> Consumo y entradas a eventos culturales y cine	25 <input type="checkbox"/>
26 <input type="checkbox"/> Consumo y entradas a Pub y Discotheques	26 <input type="checkbox"/>
27 <input type="checkbox"/> Artículos de recreación (cartas, diarios, revistas, CDs y DVDs, novelas y otros)	27 <input type="checkbox"/>
28 <input type="checkbox"/> Tabaco	28 <input type="checkbox"/>
29 <input type="checkbox"/> Alcohol	29 <input type="checkbox"/>
30 <input type="checkbox"/> Otros, especifique _____	30 <input type="checkbox"/>

Cuestionario 3 Funcionarios, elaborado por Tesistas Boris Borneck B. borneck@hotmail.com ,  
Reinaldo Guerrero G. joseguerrero@uach.cl , Prof. Patrocinante Teodoro Kausel K. tkausel@uach.cl  
- Valdivia, Octubre de 2006 -

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.

#### 4. Tabla de Intervalos de Consumo

**TABLA DE INTERVALOS**

Código	Desde	Hasta
0*	\$ 0	\$ 1
1	\$ 1	\$ 5.000
2	\$ 5.000	\$ 10.000
3	\$ 10.000	\$ 15.000
4	\$ 15.000	\$ 20.000
5	\$ 20.000	\$ 25.000
6	\$ 25.000	\$ 30.000
7	\$ 30.000	\$ 35.000
8	\$ 35.000	\$ 40.000
9	\$ 40.000	\$ 45.000
10	\$ 45.000	\$ 50.000
11	\$ 50.000	\$ 55.000
12	\$ 55.000	\$ 60.000
13	\$ 60.000	\$ 65.000
14	\$ 65.000	\$ 70.000
15	\$ 70.000	\$ 75.000
16	\$ 75.000	\$ 80.000
17	\$ 80.000	\$ 85.000
18	\$ 85.000	\$ 90.000
19	\$ 90.000	\$ 95.000
20	\$ 95.000	\$ 100.000
21	\$ 100.000	\$ 105.000
22	\$ 105.000	\$ 110.000
23	\$ 110.000	\$ 115.000
24	\$ 115.000	\$ 120.000
25	\$ 120.000	\$ 125.000
26	\$ 125.000	\$ 130.000
27	\$ 130.000	\$ 135.000
28	\$ 135.000	\$ 140.000
29	\$ 140.000	\$ 145.000
30	\$ 145.000	\$ 150.000

Código	Desde	Hasta
31	\$ 150.000	\$ 155.000
32	\$ 155.000	\$ 160.000
33	\$ 160.000	\$ 165.000
34	\$ 165.000	\$ 170.000
35	\$ 170.000	\$ 175.000
36	\$ 175.000	\$ 180.000
37	\$ 180.000	\$ 185.000
38	\$ 185.000	\$ 190.000
39	\$ 190.000	\$ 195.000
40	\$ 195.000	\$ 200.000
41	\$ 200.000	\$ 205.000
42	\$ 205.000	\$ 210.000
43	\$ 210.000	\$ 215.000
44	\$ 215.000	\$ 220.000
45	\$ 220.000	\$ 225.000
46	\$ 225.000	\$ 230.000
47	\$ 230.000	\$ 235.000
48	\$ 235.000	\$ 240.000
49	\$ 240.000	\$ 245.000
50	\$ 245.000	\$ 250.000
51	\$ 250.000	\$ 255.000
52	\$ 255.000	\$ 260.000
53	\$ 260.000	\$ 265.000
54	\$ 265.000	\$ 270.000
55	\$ 270.000	\$ 275.000
56	\$ 275.000	\$ 280.000
57	\$ 280.000	\$ 285.000
58	\$ 285.000	\$ 290.000
59	\$ 290.000	\$ 295.000
60	\$ 295.000	\$ 300.000
61	\$ 300.000	\$ 305.000

(\*) El código 0 no es realmente un intervalo, y solo úselo cuando Ud. consume 0 pesos en un ítem determinado.

Fuente: Elaboración propia en base a metodología utilizada.