

Ámbito: Percepción Económica Futura de los Consumidores

# Mejorando las confianzas en el futuro



**CRISTIÁN ECHEVERRÍA V.**  
Director Ejecutivo Centro de Estudios  
en Economía y Negocios, UDD



Pese a la continuación de la desaceleración de la economía, desde fines del año pasado las perspectivas de mediano plazo de los consumidores han mejorado moderadamente, en promedio.

Mirando hacia un año más, nuestra encuesta muestra que en el último año, la confianza de los consumidores respecto de su situación económica personal, ingresos familiares futuros, gasto en vivienda, o perspectiva de compra de artículos para el hogar mejoró moderadamente.

Sin embargo, mirando hacia tres años más, el resultado es más esperanzador, pues la confianza de los consumidores reveló una percepción decididamente más optimista. Más de la mitad de los consumidores declararon que en tres años más, su situación económica personal, sus ingresos familiares, su gasto en vivienda y su disposición a la compra de artículos para el hogar serán mejor de lo que son actualmente. El significativo mejoramiento de la confianza de los consumidores en estos aspectos, permite anticipar que el crecimiento del consumo podría continuar contribuyendo a estabilizar la economía en el mediano plazo.

Dentro de esta tendencia de mayor optimismo hacia el mediano plazo, destacó el fuerte incremento de la visión de los consumidores durante el último año respecto del nivel esperada de educación de su familia. Mirando hacia un año más, hubo una gran mejora en esta expectativa, reflejada en que quienes creen que el nivel educacional de la familia mejorará, pasaron de poco más de un tercio, a casi la mitad del total. La visión hacia tres años más muestra un aumento aún mayor en la confianza, pues quienes creen que el nivel de educación de su familia será mayor aumentaron desde poco

**“El significativo mejoramiento de la confianza de los consumidores en estos aspectos, permite anticipar que el crecimiento del consumo podría continuar contribuyendo a estabilizar la economía en el mediano plazo”.**

más de dos quintos, a dos tercios del total.

Esta visión general muestra, en promedio, una importante recuperación de la confianza de mediano plazo de los consumidores. Sin embargo, esta visión se vio matizada porque algunos aspectos mostraron un deterioro de la confianza, como por ejemplo el fuerte empeoramiento de las visiones respecto del desempleo mirando hacia un año más, donde los pesimistas pasaron desde poco menos de un tercio, a poco más de la mitad del total. Mirando hacia tres años más, también hubo un empeoramiento de las visiones pesimistas, que avanzaron desde un quinto hasta casi un tercio del total. Este deterioro de la confianza en el de-

semplo futuro, sin embargo, fue parcialmente compensado por un aumento de las visiones optimistas, que alcanzaron dos quintos del total. Estas visiones reflejan un elevado grado de incertidumbre entre los consumidores respecto de la evolución esperada de mediano plazo del desempleo, que es tan importante para los ingresos esperados de los hogares, y la evolución esperada de la demanda agregada y la actividad económica futuras.

En esta dirección también estuvo el aumento moderado del pesimismo de los consumidores respecto de su percepción sobre la situación general del país en un año más. Si bien la mitad de los consumidores declaró que ésta permanecería igual, cuatro de cada diez anticipa que será peor, y solo uno de cada diez cree que ésta mejorará. Sin embargo, en una perspectiva de mediano plazo, mirando hacia los próximos tres años, los consumidores manifestaron más optimismo y estas visiones se revierten, pues casi la mitad espera que la situación general del país mejore, poco más de un tercio que permanezca igual, y solo un 17% que estará peor que en la actualidad.

En resumen, la confianza de los consumidores respecto de aspectos que influyen sobre su percepción económica de mediano plazo ha mejorado moderadamente en promedio en el último año, destacando especialmente las fuertes mejoras en sus visiones a tres años más respecto de su situación económica personal, ingresos familiares, gasto en vivienda, compra de artículos para el hogar, y nivel educacional de la familia. Sin embargo, esta visión favorable se ve matizada por un significativo deterioro en la percepción del desempleo futuro, así como un retroceso moderado de las visiones sobre la situación general del país en un año más. ●