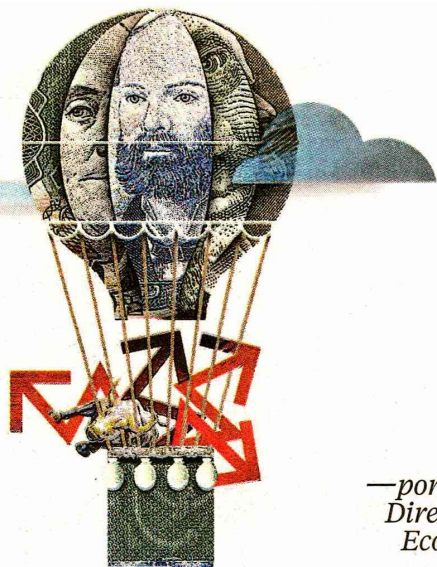


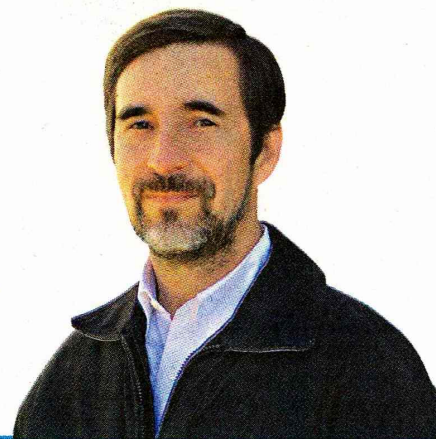
Fecha: 27/11/2015
 Fuente: DIARIO PULSO - STGO-CHILE
 Pag: 14
 Art: 2
 Título: YA VENDRAN TIEMPOS MEJORES

Tamaño: 22,7x27,4
 Cm2: 622,3
 Valor VPE: 3.475.821

Tiraje: Sin Datos
 Lectoría: 45.479
 Estimación:



PERCEPCIÓN ECONÓMICA



—por **CRISTIÁN ECHEVERRÍA**—
 Director Centro de Estudios en
 Economía y Negocios, UDD.

Ya vendrán tiempos mejores

C

COMO EL CONSUMO de los hogares es aproximadamente dos tercios de la demanda agregada, es muy relevante identificar la tendencia que puede mostrar hoy la confianza de los consumidores hacia el futuro. Esta tendencia permite anticipar la dirección que puede tomar la actividad económica de nuestro país en el mediano plazo, por el lado del gasto de los hogares.

Con este propósito, realizamos la primera encuesta en Chile sobre percepciones económicas de mediano plazo de los consumidores. Por una parte, nuestro análisis corrobora el deprimido nivel de la confianza de los consumidores en aspectos importantes. Mirando a un año más, solo un 28% estima que la situación económica general mejorará, solo un 40% estima que el desempleo disminuirá, y un 44% que su situación económica personal mejorará. Sin embargo, un 71% estima que sus ingresos futuros aumentarán en un año más, y dos tercios de los consumidores manifestaron la percepción de que su gasto en vivienda y la compra de artículos del hogar aumentará en el mismo período.

La buena noticia es que el conjunto de las visiones de corto y mediano plazo, a uno y tres años hacia adelante, muestran claramente una mejora de la confianza de los

consumidores respecto de su situación económica personal y del entorno económico general actual, así como de su capacidad de generación de ingresos. Un 57% de los consumidores estima que su situación será mejor en un año más, y un 71% que su situación será mejor en tres años más, esto último impulsado de modo importante por expectativas favorables de la situación económica personal, y de sus ingresos futuros. Este avance en las percepciones de mediano plazo es bastante transversal, tanto a nivel regional como en la Región Metropolitana, como por estratos socioeconómicos y por género.

Los consumidores revelaron que esta mejora de la confianza también va de la mano con una mejora en la disponibilidad para gastar en vivienda y en artículos del hogar, es decir en inversión del hogar y en bienes durables. Estos dos son ítems de alto impacto sobre el crecimiento del consumo y de la demanda agregada, por lo que de mantenerse esta expectativa, al menos por el lado del gasto de los hogares e inversión en la vivienda, debiera haber una recuperación gradual de nuestra economía en los próximos años.

Las principales visiones que impulsan el avance de la confianza en el mediano plazo, es decir en los próximos tres años, son una mejor percepción de la situación económica personal, una disminución importante en el desempleo y un mejoramiento significativo en la situación económica general, en la que si un 28% de los consumidores espera que ésta mejore en un año, el optimismo avanza hasta un 66% en tres años más.

Finalmente, destacó en nuestro sondeo la elevada percepción de que un 82% de los encuestados estima que el nivel educacional de su hogar será mayor en un año más, que sube a 90% en tres años más. Esto da cuenta de la importancia del esfuerzo en educación para los hogares, y a su vez es esperanzador, pues implica un incremento en el conocimiento y habilidades, que está a la base del crecimiento de largo plazo de nuestra economía. ●