

Confianza empresarial del comercio se mantiene en terreno pesimista y Kast lidera en percepción positiva de candidatos

De acuerdo al índice general de confianza del Comercio, Hoteles y Restaurantes que elabora la Cámara Nacional de Comercio (CNC), hay una mejor perspectiva hacia adelante, versus un primer semestre más negativo.

CARLOS ALONSO

Pese a que la economía ha mostrado mejores cifras de actividad, con una expansión del PIB en el primer semestre de 2,8%, esto no se ha reflejado en el mercado laboral. Y ese es uno de los factores que explican que la confianza del empresariado del sector comercio, hoteles y restaurantes, se mantenga en terreno pesimista.

Así lo muestra el Índice General de Confianza del Comercio, Hoteles y Restaurantes que elabora la Cámara Nacional de Comercio (CNC), el que se ubicó en terreno "levemente pesimista" en enero-junio, alcanzando los -3 puntos (escala de confianza de -100 a 100 pts., donde 0 implica nivel neutro). Además, con este registro da cuenta de siete períodos de pesimismo, aunque con una mejora marginal en esta última medición frente a lo marcado en enero de 2025.

En el desglose se muestra una mejor perspectiva hacia adelante, versus un primer semestre más complicado. Sin embargo, se evidencian diferencias según rubro, destacando Grandes Tiendas y Supermercados con un índice inicial y futuro optimistas, versus Compra y Venta de Automóviles que se muestra pesimista en ambos indicadores. Por su parte, Hoteles y Restaurantes recupera terreno y Otros Negocios al por menor se mantiene más rezagado.

De esta manera, de acuerdo al informe de la CNC, a nivel general el indicador, pese a estar aún en terreno pesimista, evidencia una tendencia levemente más positiva que en las últimas cinco mediciones.

Por tamaño de empresa, persiste y se amplía la brecha entre grandes y pequeñas. Las micro y pequeñas empresas se mantienen en niveles pesimistas, afectadas por caídas en ventas, reducción de personal y menor inversión, mientras que las grandes se sitúan en terreno claramente optimista, impulsadas por me-

jores resultados y expectativas positivas hacia el segundo semestre. Las empresas medianas, en tanto, se ubican en un rango levemente optimista, con una posición intermedia entre ambos extremos.

Entre las principales preocupaciones del sector destacan la situación política y electoral (28,2%), la falta de seguridad (11,1%) y el estancamiento económico (7,3%), reflejando un contexto en el que factores externos y de incertidumbre inciden de forma directa en la confianza empresarial.

Por el lado de los aspectos positivos, el cambio de gobierno es mencionado por un 27,8% de las empresas, seguido de expectativas de mayor crecimiento económico (11,3%), mayor inversión (6,1%) y alza en el consumo (4,4%).

Respecto a la percepción empresarial sobre los candidatos presidenciales, el representante del partido Republicano, José Antonio Kast, lidera con la mayor proporción de opiniones positivas (56,5%), seguido por la abanderada de Chile Vamos Evelyn Matthei (44,1%), quien además registra el nivel más bajo de percepción negativa (6,7%). El candidato del Partido de la Gente, Franco Parisi, y Johannes Kaiser (Libertario), obtienen valoraciones positivas más moderadas, con altos porcentajes de encuestados que no esperan impacto en sus negocios ante su eventual elección.

En contraste, la abanderada del oficialismo y la DC, Jeannette Jara, presenta la mayor proporción de impacto negativo (40,5%) y una baja valoración positiva (12,2%). "Este panorama refleja un escenario polarizado, donde algunos candidatos generan expectativas favorables claras, mientras otros despiertan rechazo, coexistiendo con una fracción importante de empresas que no anticipan cambios relevantes, cualquiera sea el resultado electoral", menciona el análisis de la CNC. 