

Alex von Baer y Jessica Henríquez

Dos encuestas han medido la opinión ciudadana sobre la rebaja del impuesto corporativo —el que pagan las empresas— del 27% al 23%, desde que comenzó el gobierno de José Antonio Kast.

Cuando el Presidente la incluyó en su megaproyecto de Reconstrucción Nacional como el corazón de la iniciativa, solo 38% de los consultados por Cadem se mostró de acuerdo (56% en contra). Y en la Critería del domingo, incluso incluyéndose en el enunciado de la pregunta el propósito de “lograr un mejor crecimiento económico” que argumenta La Moneda, solo 28% optó por reducir el tributo “que pagan las grandes empresas” para lograrlo (72% abogó por aumentarlo).

En ese contexto, desde la semana pasada parlamentarios RN y UDI vienen transmitiendo al Gobierno que avanzar en una “medida impopular” como aquella rebaja —y cuando la ciudadanía enfrenta el alza de bencinas y la creciente inflación—, requería tomar medidas potentes para la clase media, de modo que ese sector “aplauda” también la iniciativa, y no sienta que solo es “castigado”.

El temor oficialista es que permee la crítica opositora de que suben las bencinas mientras se baja impuestos a “los más ricos”. ¿Pero es real que la opinión pública está haciendo esa relación y experimenta un descontento? ¿O el oficialismo entró en pánico en forma anticipada ante una batalla comunicacional cuesta arriba, justo cuando —según Cadem— la economía rebasa a seguridad como el principal problema?

2 de 3 expertos en opinión pública apuntan a que ese sentir aún no aparece patente, pero que sí se configura terreno para que suceda más adelante.

“Hoy esa percepción no está cristalizada en la opinión pública masiva. Eso de ‘este gobierno beneficia a los ricos’ circula en el mundo opositor y la élite política, pero no permea los votantes obligados. No porque no les haga sentido, sino que porque a la mitad del país no le interesa la política y no consume ese debate. Ahora, el terreno está abonado para que sí permee. Ese es el gran riesgo: el día que ese contraste le llegue al votante obligado, el costo puede ser muy alto”, explica el gerente del Panel Ciudadano-UDD, **Juan Pablo Lavín**. Apunta así a que los principales apoyos del Presidente hoy son de ese grupo, con “menor nivel socioeconómico y de los más golpeados por la inflación y los combustibles. Necesitas un contrapeso visible para la clase media y popular”.

Datavoz: Clase media, la que más confía

La socia de Datavoz **Paulina Valenzuela**, mientras, cree que “es difícil dar una respuesta” de si el relato que atomiza al oficialismo ha permeado aún, y que primero “hay que esperar el anuncio del Presidente y que se dé el debate”. Pero sí pone



El Presidente Kast, en el consejo de gabinete del lunes, con el ministro Jorge Quiroga unos puestos más allá.

Medida es rechazada en sondeos
Rebaja a empresas: Encuestadores creen que relato del Gobierno no alcanza

No ven claro que hoy la ciudadanía asocie que mientras aumenta la inflación se baja la tasa a empresas, pero “hay terreno fértil”: el relato de reactivación no convence.

como contexto que “los niveles de confianza son más bien bajos”, basándose en los resultados de su estudio GPS Ciudadano, que arrojó —en una medición que abarcó hasta el 26 de marzo— que un 38,1% cree que Kast logrará un “cumplimiento moderado” de su programa (entre 40%-60%), mientras solo 29,8% cree en un cumplimiento alto (sobre 70%), y 31,9% cree en un avance bajo (menos de 30%).

Eso sí, quienes más confianza expresan es la clase media (34% apunta a un alto cumplimiento). “Son ellos los que más creen que las cosas se pueden hacer en mayor medida, pero las medidas tendrán que ser

coherentes con esa expectativa”, explica. Cree que solo se podrá saber si La Moneda tiene la batalla comunicacional de su rebaja tributaria cuesta arriba “cuando las personas empiecen a captar el impacto en su costo de vida”.

Así, más que la reforma de Kast “hoy su preocupación principal es pasar el mes”, dice, aunque sí apunta que “la utilización política de estas medidas (tributarias) es compleja, porque las personas, cuando les dicen que les van a bajar impuestos a los más ricos, es fuerte y piensan ‘pucha, pero a mí me están subiendo el costo de la vida’. Aún así, es complejo el análisis de la ciudadanía, porque todavía no ven el impacto completo en su vida. Solo saben que subió la bencina, porque es un efecto directo y automático, fueron a llenar el auto, que subió la UF y el IPC. Pero el impacto de bajar un impuesto no es tan automático, lo que no significa que las personas en su emoción no lo lean como algo contraintuitivo. Es un riesgo (para el Gobierno)”.

Quien sí cree que la ciudadanía ya asocia la rebaja a empresas y el alza de bencinas es el director de Activa, **Ramón Caviers**.

“Hay un descontento con la rebaja, sobre todo porque se da en contexto de que se traspasó un alza muy drástica en las bencinas a la ciudadanía, que no necesariamente entiende que una rebaja de impuestos pueda significar mayor inversión, y ya está con una sensación de que los problemas son más de orden económico que de seguridad. Apareció fuerte la inflación, cuando el alza de las bencinas aún no muestra totalmente su efecto”, dice.

“Vuelta muy larga” En el Gobierno, no obstante, mantienen hasta ahora que el relato a desplegar es que el proyecto ya favorece a la clase media, pues reactivar la inversión y crecimiento —a través de la rebaja tributaria, y medidas pro pyme— tendría un “efecto intensivo” en crear empleos formales para la clase media, y en un alza de sueldos. Ayer, como parte del Plan, se anunció un crédito tributario del 15% sobre la remuneración bruta para fomentar la contratación formal, lo que beneficiaría a unos 4,8 millones de trabajadores.

¿Es una explicación digerible por la ciudadanía, como para que La Moneda evite el rechazo de su iniciativa clave? ¿O tarda tiempo en que la ciudadanía perciba efectos económicos que suelen ser más paulatinos y espera beneficios inmediatos y no promesas?

Para Lavín, “la vuelta es demasiado larga” en la explicación de La Moneda, “no porque el argumento económico sea incorrecto, sino porque la comunicación con la opinión pública debe ser más simple y directa: no hay interés ni paciencia para procesar cadenas causales de 3-4 eslabones. Decirles ‘bajo los impuestos a las empresas para que inviertan, generen empleo y eventualmente tu vida mejore’ compite

Fecha: 16-04-2026
Medio: La Segunda
Supl. : La Segunda
Tipo: Noticia general

Pág. : 7
Cm2: 108,0

Tiraje: 11.692
Lectoría: 33.709
Favorabilidad: No Definida

Título: **Rebaja a empresas: Encuestadores creen que relato del Gobierno no alcanza**

con una bencina que subió ayer. La ciudadanía evalúa el bolsillo: ¿estoy mejor o peor que el mes pasado? Si es peor, cualquier explicación que empiece con 'pero en el mediano plazo' ya perdió".

Ello, añade, producto de que como "los debates tributarios son muy técnicos" y de élite, "se requiere un vehículo emocional que lo baje", y hay "territorio fértil" para que ese "mensaje emocional y simple" sea "les bajan los impuestos a los ricos y a ti te

suben la bencina". Una ciudadanía "con bolsillo apretado te enfrenta a un estado hipersensible donde cualquier cosa que se perciba como inequidad puede ser el combustible para que esa frase prenda -crea-. Entonces, si lo que encabeza la conversación es la rebaja de 27% a 23%, el Gobierno está dejando que la oposición ponga el marco y transforme esa medida en el símbolo de 'a quién beneficia este gobierno'. El riesgo es enorme".

Valenzuela apunta, a partir del rechazo ciudadano a la rebaja tributaria, que "cómo lo ha planteado el Gobierno, parece que los ciudadanos lo entienden en 'cómo van a bajarlo tanto (el impuesto)'. El efecto inmediato que tienen las medidas sobre su vida es bien central en cómo se hacen una imagen, porque está la creencia que las cosas van a andar mejor, ven la zanja y beneficios, pero es complicado cuando son medidas que están lejos".

Cavieres, mientras, también refuerza que la defensa del Gobierno no alcanza para revertir el rechazo. "Los gobiernos de derecha son proinversión y ésta aumenta si hay incentivos, como menos impuestos. Pero las medidas técnicas, como impuestos, deben comunicarse de manera mucho más didáctica para que se entienda el objetivo, porque la gente solo entiende 'rebaja a empresas' y se queda con eso. Al Gobierno le ha faltado relato".