

Descendió en casi 10 puntos en abril:

Ánimo de consumidores marca la mayor caída desde terremoto de 2010

La mayoría cree que los precios “subirán mucho” y ve un deterioro en la situación actual y futura del país.

CATALINA MUÑOZ-KAPPES

Las expectativas de los consumidores marcaron en abril su mayor caída desde el terremoto de febrero de 2010, en medio de un ajuste de percepción debido al término de la “luna de miel” del nuevo Gobierno y del impacto de la guerra del Medio Oriente.

En abril, el Índice de Percepción de la Economía (IPEC) se ubicó en 34,2 puntos, con un retroceso de 9,4 puntos en el mes. El nivel de equilibrio, el punto donde las percepciones positivas son iguales a las negativas, se ubica en los 50 puntos. Bajo esa cifra, significa que la visión es más negativa que positiva.

“Es una caída relevante no solo desde el punto de vista estadístico, sino también en perspectiva histórica. Para dimensionarlo, no se observaban descensos de esta magnitud desde el terremoto de 2010, que registró una caída de 10,4 puntos, es decir, hasta 1 punto más profunda que la actual”, comenta el *senior research consultant* de NielsenIQ, Matías Rivas. “Estamos frente a un deterioro importante del ánimo económico, que vuelve a instalar un clima de mayor pesimismo en los consumidores”, dice.

Con esta baja, se profundiza la caída en el ánimo de los con-

sumidores. Abril es el tercer mes consecutivo que el indicador muestra una baja, luego de una breve racha alcista que llevó a las percepciones a fines del año pasado a su mejor nivel desde 2019.

La caída en el ánimo de los consumidores

Dos indicadores muestran un contexto más tensionado para los consumidores hoy.

Por un lado, la evaluación de la situación económica del país cayó con fuerza, en 12,4 puntos. Por otro lado, las expectativas a 12 meses bajaron en 10,6 puntos, lo que muestra un “deterioro simultáneo del presente y del futuro cercano”, dice Rivas. “A esto se suma un cambio muy marcado en la percepción de precios, donde aumenta significativamente la proporción de personas que siente que estos están subiendo mucho, junto con un debilitamiento en las expectativas de empleo. En conjunto, más que un solo factor, lo que se configura es un ajuste general de expectativas, donde la incertidumbre gana espacio y termina afectando directamente el ánimo económico”, señala.

La inflación esperada por los consumidores es otro factor que impacta en el ánimo económico. Rivas indica que un

61,6% anticipa que los precios subirán mucho en los próximos 12 meses, y además se produce un desplazamiento desde escenarios de baja inflación hacia rangos más altos, con una caída importante en el tramo de 0% a 2% y un aumento en el de 3% a 5%. La situación de compra de artículos para el hogar marcó una baja de 8,4 puntos.

Menor expectativa de empleo y diferencias entre grupos

“Esto no ocurre en el vacío: también se combina con una peor percepción del empleo”. En efecto, el índice de expectativas sobre el nivel de empleo marcó una caída de 9,8 puntos, lo que instala una sensación de mayor presión inflacionaria y menor certidumbre en el corto plazo entre los consumidores.

Además, hay diferencias relevantes entre los distintos segmentos socioeconómicos. “El grupo ABC1 muestra el mayor deterioro en su visión económica, mientras que en los C2 aumenta la sensación de que no es un buen momento para ahorrar. En el fondo, lo que se observa es una economía donde algunos anticipan el ajuste, pero otros ya lo están empezando a sentir con mayor intensidad”, comenta.