

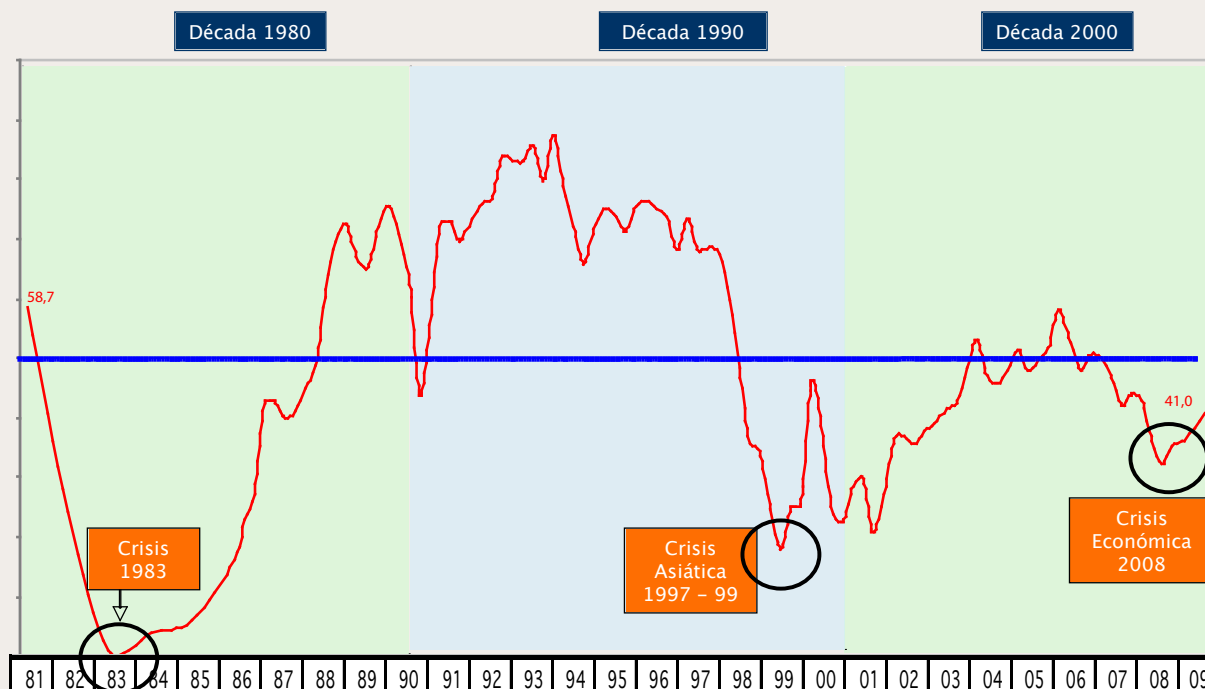
2009: La gran crisis que no dobló los ánimos de los consumidores

> La economía chilena durante el primer semestre del 2009 estuvo marcada por los efectos devastadores de la crisis económica internacional. Desde septiembre del 2008 hemos visto como se han desplomado los indicadores de demanda interna y la venta de bienes durables, además de un aumento significativo del desempleo. En junio del 2009 completamos ocho meses

de contracción y las cifras oficiales ya hablan de que la variación del PIB este año será de -1,5%.

A pesar de lo anterior, y a diferencia de las dos grandes crisis económicas anteriores, de 1983 y 1999, hubo un indicador que no se desplomó, o al menos no tan fuertemente: la confianza del consumidor (ver gráfico n° 1).

Índice de confianza del consumidor (IPEC) 1981-2009: Serie histórica de 29 años (promedios trimestrales)



Fuente: Adimark GfK.

Comparativamente, lo que objetivamente hemos vivido durante el 2009 es peor que la crisis anterior. Basta con resumir que la economía chilena se contrajo en -0,7% durante 1999, la mitad de la caída esperada para este año, y que la caída en indicadores como la producción industrial, la venta de los super-

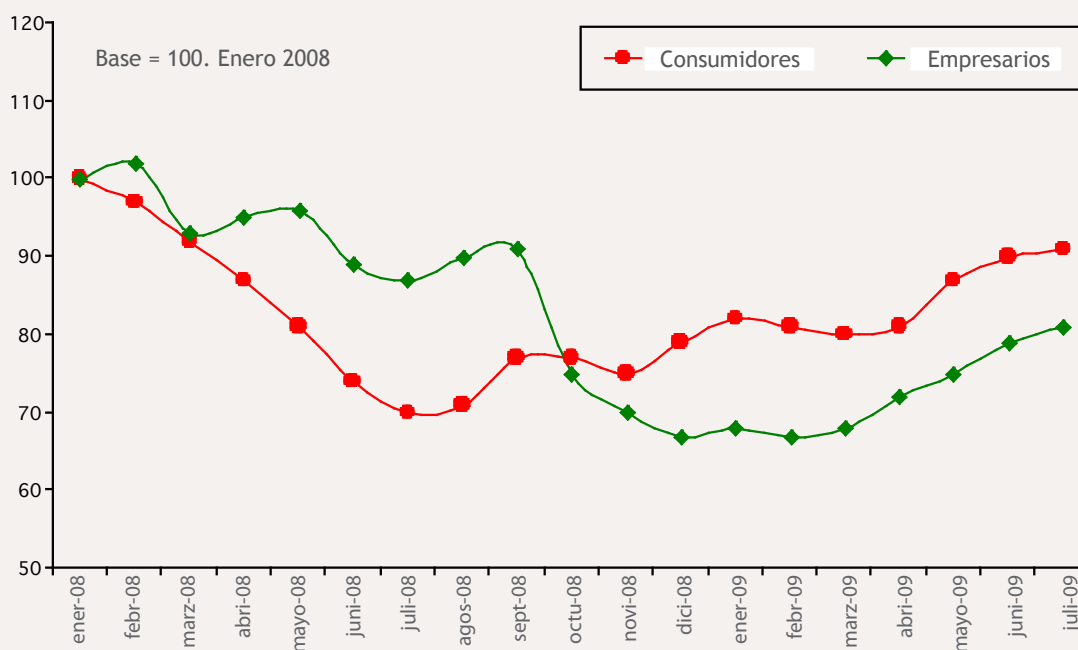
mercados y las colocaciones bancarias fueron mucho más moderadas que lo observado en este año. La paradoja del 2009 es, entonces, que las condiciones objetivas son peores, pero el ánimo de las personas es mucho mejor que lo observado en la "Crisis Asiática" de hace justamente 10 años.

> Consumidores vs empresarios.

> Si analizamos la evolución de la confianza de los consumidores en los últimos 2 años (desde comienzos del 2007 a la fecha) podemos observar que esta confianza alcanza su punto mínimo durante el tercer trimestre del año 2008, coincidiendo este resultado con uno de los periodos inflacionarios más altos que ha vivido el país en años recientes.

Una vez que se hace pública la crisis económica internacional en septiembre 2008 con la quiebra de Lehman Brothers, la confianza de los consumidores comienza a recuperarse lentamente (ver en el gráfico n° 2). En cambio, es la confianza y expectativa de los empresarios la que se desploma (medida por el IMCE), mucho más en línea con la caída en las expectativas económicas de los consumidores norteamericanos y europeos.

Comparación: IPEC (Adimark GfK)
IMCE Confianza Empresarial (Univ. Adolfo Ibáñez- ICARE)



Fuente: UAI/Icare y Adimark GfK.

Es difícil explicar con exactitud las causas de este fenómeno, especialmente la diferencia en la confianza de las personas comparada a la de los empresarios. Aparentemente, pareciera que los consumidores anticiparon mejor el ciclo económico. Parte de la explicación, sin embargo, puede deberse al desigual costo de la inflación en uno y otro grupo: Las personas resienten fuertemente el alza del costo de la vida, mientras que los empresarios pueden adaptarse más fácilmente a este problema. Así, puede observarse que la recuperación en las expectativas de los consumidores coincide con la notable disminución en la tasa de infla-

ción y en las expectativas inflacionarias (tendremos por primera vez en 74 años un IPC cercano a cero). Por último, hay que reconocer que el manejo comunicacional del gobierno de la Presidenta Bachelet, respecto a la crisis económica, ha sido exitoso. Las críticas por un gasto fiscal demasiado apretado en tiempos de la bonanza, se transformaron en alabanzas por un manejo prudente y garantía para enfrentar los tiempos adversos. La Presidenta Bachelet y su Ministro de Hacienda Andrés Velasco han demostrado, en los hechos, que el manejo de una crisis es en parte un problema técnico y en parte un problema de expectativas y estados de ánimo.