

COORDENADAS

Resurge la desconfianza

ENRIQUE QUINTANA



Por varios meses, los consumidores mexicanos vieron una mejoría.

En octubre, sin embargo, volvieron las dudas.

Cuando, en el mes de septiembre, los encuestadores del INEGI le preguntaron a la gente por sus posibilidades de comprar bienes duraderos, 4.4 por ciento señaló que era mejor que 12 meses atrás.

Pero cuando se repitió esta pregunta en octubre, el resultado fue que **6.2 por ciento** dijo que **la posibilidad era menor a la que había un año antes**.

Tome en cuenta que no se trata de cifras objetivas, sino exclusivamente de percepciones de la población.

A partir de junio, y con la sola excepción de agosto, la confianza de los consumidores mexicanos había mejorado. Esto parece explicarse por el comportamiento del empleo, que no sólo dejó de caer, sino que aumentó respecto a los meses anteriores.

Pero en octubre hubo un giro.

La explicación a este nuevo brote de desconfianza tiene que ver con la percepción de la **fragilidad de la recuperación y, sobre todo, con los mayores impuestos**.

Es cierto que la gente está menos nerviosa respecto a la posibilidad de perder su trabajo que a principios del año. Pero ahora duda de que pueda mantener su poder adquisitivo en el futuro.

Por ejemplo, cuando se pregunta acerca de cuál considera que será la situación de su hogar dentro de 12 meses, estamos en **el mayor grado de pesimismo de todo este año**; lo mismo cuando se cuestiona respecto a cómo ve la situación del País.

Pocas cosas inciden tan negativamente en la opinión de la gente como la sensación de que tendrán que pagarle más al Gobierno. Esto significa que se tiene la percepción de que al final habrá menos dinero para gastar.

Aunque el típico asalariado de clase media tenga un impacto inferior al 2 por ciento por el paquete fiscal y el de estrato más bajo incluso no lo tenga, la percepción queda allí y genera **una pérdida de optimismo o, de plano, pesimismo**.

A ver si en este mes, que es el de la definición del gasto, cambian un poco las cosas. Pero, por lo pronto, si el ánimo sigue como va podemos anticipar una mala temporada navideña, pues los consumidores estarán muy cautos frente a un

año en el que consideran que les quedarán menos pesos en el bolsillo.

EL 'DOBLE PUENTE'

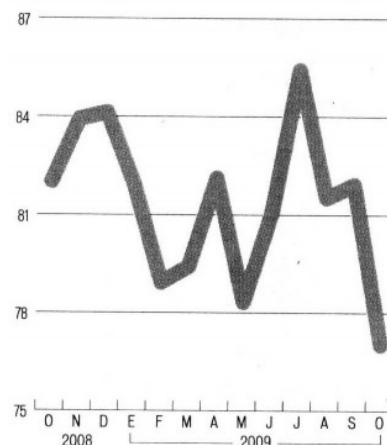
Dicen por allí que aunque fueron dos diputados panistas quienes presentaron la iniciativa, la propuesta de pasar el feriado del 16 al 20 de noviembre en realidad vino de la Presidencia de la República.

Luego se dieron cuenta -con ayuda de algunos funcionarios de la revivida Secretaría de Turismo- del desastre que ocasionarían en la industria turística con el cambio de última hora.

Pero como la petición de hacer feriado el 20 de noviembre venía de Presiden-

La pérdida del optimismo

(Índice de confianza del consumidor. 2003=100)



Fuente: INEGI



Fecha 11.11.2009	Sección Negocios	Página 4
----------------------------	----------------------------	--------------------

cia, pues la opción que eligieron es hacer feriados los dos.

El Senado ya se dio cuenta del desastre y todo indica que este jueves dará reversa oficialmente.

Bueno, por si al Senado le hiciera falta algún dato para tomar su decisión, debemos decirle que si la producción promedio diaria de este mes fuera igual a la de noviembre de 2008, por el puro efecto de tener menos días hábiles por el feriado adicional, habría una caída de 4.2 por ciento en el volumen de producción de noviembre.

Pero la realidad es que la producción diaria promedio no va a ser igual, sino que será inferior en cerca de 3 por ciento. Bueno, pues en lugar de que la caída sea de esa cifra, con el efecto del “doble puente”, el descenso sería de alrededor de 7 por ciento.

enrique.quintana@reforma.com