

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

El conjunto de indicadores que se construyen para medir la Confianza del Consumidor es una información crecientemente utilizada en el mundo para realizar proyecciones económicas de corto plazo.

El Índice de Confianza del Consumidor y los “Otros indicadores de confianza económica” permiten captar cambios en la percepción de los agentes que se traducen en decisiones que impactan en variables claves de la economía tales como, por ejemplo, consumo privado, ventas de empresas, crédito de instituciones financieras, estructura de ahorros de las familias, por mencionar algunos de los más importantes.

Por tanto, estos Índices aportan información complementaria relevante y oportuna para la toma de decisiones estratégicas tanto del sector público como del sector privado.

Medir la evolución de la confianza del consumidor es de utilidad, en primer lugar, porque está disponible antes que los datos económicos subyacentes, lo que permite mejorar la eficiencia de las decisiones. Por otra parte, su relevancia radica también en que brinda información independiente sobre el curso futuro de la economía, capturando el efecto de shocks de origen no económico que por tanto difícilmente podrían ser explicados o anticipados a través del comportamiento de otras variables económicas.

En este sentido, la capacidad de las mediciones de confianza del consumidor para predecir los cambios en el ciclo de la economía coincide con la de otras variables económicas en períodos de crecimiento estable, mientras que la confianza del consumidor resulta todavía más importante en puntos de inflexión o en coyunturas de cambios que resultan de shocks no económicos. En este marco, las mediciones de las expectativas de los consumidores brindan información que permite mejorar las proyecciones económicas de corto plazo.