



Ipec, de la consultora GfK, aumentó a 35,3 puntos en enero:  
**Percepción económica de consumidores sube a su mayor nivel en tres años por expectativas de largo plazo**

GABRIELA GEISSE

La mirada de los consumidores sobre la economía nacional comenzó el 2025 con un nuevo avance. El Índice de Percepción de la Economía (Ipec), que elabora la consultora GfK, registró en enero un incremento desde 33,3 puntos a 35,3 puntos y alcanzó su mejor nivel en los últimos tres años. El indicador en enero superó por cuatro puntos al de hace doce meses, y excede en 10,8 unidades al registro del primer mes de 2023, que fue el peor en 20 años.

El Ipec sumó una tercera alza consecutiva en la racha que acumula desde octubre del año pasado, cuando registraba 30,8 puntos. Eso sí, pese a que esta recuperación lo consolida sobre la barrera de los 30 puntos, la confianza de los consumidores no logra salir del terreno pesimista de la medición —por debajo de los 50 puntos—, nivel que mantiene desde mediados de 2018. “Refleja una consolidación en la mejora de la percepción económica que ha venido fortaleciéndose desde el último trimestre de 2024. Si bien aún se mantiene en niveles bajos, la tendencia al alza sugiere una mayor confianza de los consumidores en el contexto económico actual”, asegura Salomé Martínez, de GfK.

En todos los subindicadores del Ipec se constata un mejor desempeño en relación a diciembre, sin embargo, el que más impulsó la variación mensual fue el que mide la percepción sobre la estabilidad del país hacia los próximos cinco años. Este indicador aumentó 2,6 puntos porcentuales, pasando de 29,4 a 32 unidades entre diciembre y enero. El resultado también lo diferencia respecto al mismo mes del año pasado, cuando este subíndice era el más bajo (27,5 puntos) de la medición.

El Ipec se calcula mediante la apli-

La confianza de los ciudadanos alcanzó su nivel más alto en tres años y el mayor avance estuvo en la mirada sobre el país por los próximos cinco años. El repunte también fue más pronunciado en el caso de las mujeres, lo que podría vincularse a la nueva reforma previsional.

cación mensual de un cuestionario estructurado a una muestra aproximada de 1.100 personas mayores de 18 años, residentes en las principales ciudades del país.

**Las causas**

De acuerdo al análisis de la consultora, la discusión sobre la reforma previsional, que se extendió durante todo el mes y terminó por aprobarse la semana pasada en el Congreso, “puede haber tenido un impacto relevante sobre el indicador”. En particular, dicen, por el foco que pone la nueva normativa en beneficiar a las mujeres. De hecho, uno de los índices que tuvo un mayor incremento fue el de este segmento, el cual tuvo un alza desde 30,1 a 34,6 unidades.

En contraste, el único grupo donde la percepción económica cayó fue el de los hombres de 36,7 a 36 puntos.

Por otro lado, en la distribución etárea, el índice que mide el tramo entre 36 y 55 años fue el que tuvo un salto más pronunciado, desde 30 a 34,6 puntos. En cuanto a grupos socioeconómicos, el mayor optimismo se constató en segmentos medios y bajos.

Por otro lado, la expectativa económica a 12 meses creció en 1,6 puntos hasta ubicarse en 41 unidades, superando los 39,4 de diciembre y reflejando una mayor confianza en la evolución de la economía para este año. En tanto, la percepción de la situación económica personal de los hogares al-

canzó los 36,8 puntos, con un alza de 2 puntos en comparación con el mes anterior.

El índice que mide las expectativas sobre el nivel de empleo en los próximos doce meses registró un leve aumento respecto al mes anterior, pasando de 33,3 a 34,8 puntos. Sin embargo, esta cifra aún se encuentra por debajo del nivel registrado en enero del año pasado, cuando el indicador alcanzó los 36,3 puntos.

**Baja inflacionaria**

Otro factor relevante es la baja en la percepción de inflación, que cayó de 40,7 a 38 puntos porcentuales y alcanzó su menor nivel desde marzo de 2022. Este resultado está en línea con el IPC negativo de diciembre (-0,2%).

Asimismo, la proporción de la población encuestada que piensa que los precios “han subido mucho” en relación al mes anterior disminuyó desde 40,7% a 38%, y quienes perciben que “subieron poco” disminuyeron desde 42,9% a 41,3%.

En cuanto al consumo, la disposición a comprar artículos para el hogar aumentó de 30,7 a 32,6 puntos, reflejando un mayor optimismo en la capacidad de gasto de los hogares. Sin embargo, el informe advierte que la expectativa de inflación futura solo bajó en 1,1 puntos, lo que indica que todavía hay cautela respecto a la evolución de los precios en los próximos meses.

