

Recesiones económicas y opinión pública en los Estados Unidos

El acercamiento de México con los Estados Unidos nos obliga a vigilar qué ocurre en ese país, debido a las repercusiones que provoca en el nuestro. Tal es el caso de la recesión económica de los Estados Unidos, cuya existencia se debate en el mundo desde hace varios meses. Como la recopilación de las fuentes es un proceso muy lento, no es fácil disponer de un diagnóstico oportuno; de ahí que los estudios de opinión sean una invaluable ayuda.

La gráfica que se muestra a continuación presenta los dos indicadores más importantes en los Estados Unidos: el *índice del Sentir del Consumidor*, que se detecta desde 1952 en la Universidad de Michigan, y el *índice de Confianza del Consumidor*, iniciado en 1966. Las áreas sombreadas de la gráfica muestran los años de recesiones económicas (1974, 1980 y 1981-82) donde ambos índices declinan claramente. Nótese la aguda caída desde mediados de 1990.

¿Confirma esto una situación recesiva de ya no tan corta duración? ¿Repercutirá ello positiva o negativamente hacia México? ¿Acelerará la transferencia de capitales hacia México? ¿Se convertirá esa transferencia en una corriente de inversión hacia proyectos de mediano y largo plazo o se alojará en mercados más redituables, pero volátiles, como el bursátil?

Otra encuesta telefónica efectuada por el *New York Times*, del 1 al 3 de abril a mil 283 adultos, parece confirmar la persistencia de las dificultades económicas conforme se muestra en el siguiente cuadro.

La percepción de tiempos económicos difíciles

		%	%
		Un miembro de la familia estuvo desempleado y buscando trabajo durante el año pasado	Es más difícil lograr financieramente las metas que hace un año
edad	18 a 29 años	46	49
	30 a 44 años	32	42
	45 a 64 años	27	47
	65 o más	10	49
educación	sin bachillerato	34	54
	con bachillerato	36	51
	Universidad/algo	24	38
	Universidad/toda	22	35
lugar de residencia	grandes ciudades	40	45
	pequeñas ciudades	33	47
	suburbios	34	46
	pueblos y rural	24	47
	renta su casa dueño de su casa	46 25	52 44
sexo	hombre	31	44
	mujer	30	49
total		31	46

Índice de confianza del consumidor

Índice del sentir del consumidor

