



Consumidores se muestran optimistas ante nuevo gobierno

1 MAR 2006

La encuesta que define el Índice de la Confianza del Consumidor (ICC) que alcanza un 44% en febrero reveló que los costarricenses se mostraron más optimistas, 10 puntos más que hace tres meses, con respecto a la economía nacional, lo que podría deberse a la campaña electoral y al aproximarse un nuevo gobierno.

El M.Sc. Johnny Madrigal Pana de la Escuela de Estadística y coordinador de la Encuesta dijo que el aumento en el índice fue generalizado en todos los niveles de educación, ingreso y gasto discrecional.

Añadió que aunque el ICC registrado no permite afirmar que estamos ante un ambiente de optimismo, si se puede deducir que la confianza de los consumidores se fortaleció en los últimos tres meses. Algunas de las razones podrían ser la esperanza que generó la campaña electoral y la participación de los consumidores apoyando a un candidato específico.

Al respecto recordó que la encuesta se realizó entre el 8 y el 15 de febrero, en esas fechas aún no se había definido quién era el nuevo Presidente y los entrevistados, que simpatizaban con los dos partidos mayoritarios en esta última campaña, tenían la esperanza de que su candidato ganara las elecciones.

El director de la Escuela de Estadística Dr. Edgar Gutiérrez Espeleta dijo que los resultados de la encuestas hubieran variado si el Candidato de Liberación Nacional hubiera ganado las elecciones por un amplio margen, si el candidato del partido Acción Ciudadana hubiera sido el trinfador de la contienda electoral o si se hubiera dado una segunda ronda.

Añadieron los estadísticos que para validar el ICC alcanzado en febrero es importante hacer la comparación con las próximas encuestas de mayo y de agosto del 2006 para corrororar qué tanto prevalece este sentimiento.

Acerca del tema de la inflación la encuesta muestra que en el área de los préstamos personales, se acentuó una perspectiva más favorable. Mientras en febrero del 2006 el 54% esperaba aumentos en las tasas de interés, en noviembre del 2005 la magnitud era de 62%.

En el área de los ingresos familiares sucedió algo similar, actualmente el 69% de los consumidores cree que los ingresos familiares para los próximos 12 meses serán mayores que los del año pasado, lo que en noviembre pasado era 7 puntos porcentuales menor (62%). Este resultado revela que la expectativa de un ingreso familiar mayor se acentuó.

Además, existe evidencia de que las expectativas de una pérdida en la capacidad de compra durante los próximos 12 meses son menores que en noviembre del 2005 (49 y 55%, respectivamente).

Por otra parte, la calificación de los consumidores de la política económica del gobierno es desfavorable (77% dicen que se hace un trabajo pobre), similar a la encontrada en la encuesta anterior. Contrario a esto, las perspectivas de lo que sucederá con el desempleo y la pobreza durante los próximos 12 meses se fortalecieron con respecto a la encuesta de noviembre del año pasado.

Aunque actualmente el 43% de los consumidores piensa que el desempleo será mayor durante los próximos 12 meses y el 54% piensa de igual manera sobre la pobreza, estas expectativas eran 15 y 18 puntos porcentuales mayores en la encuesta anterior, respectivamente.

La valoración del momento actual para la compra de carro y casa es desfavorable, sin embargo, ambas mejoraron al compararlas con la obtenida en noviembre del 2005. En el caso del carro, para febrero del 2006, el 68% afirma que son malos tiempos para comprarlo y con respecto a la casa la magnitud es de 55%.

Los resultados de esta encuesta en forma completa se pueden consultar en la Sección de Documentos, localizada en el botón de Investigación de este sitio web.

[Elizabeth Rojas Arias.](#)

Periodista Oficina de Divulgación e Información

erojasa@cariari.ucr.ac.cr