



Confianza del consumidor asciende en época electoral

25 FEB 2010 Sociedad



El M.Sc. Johnny Madrigal manifestó que desde hace un año se vienen experimentando un aumento en la confianza de los consumidores Luis Alvarado Castro

El Índice de Confianza de los Consumidores (ICC) ascendió en febrero a 54,2%, siete punto más de confianza con respecto a noviembre del 2009 (47%) lo que hace pensar a los estadísticos que, al igual que hace cuatro años, este indicador se dispara durante el período electoral.

Precisamente fue entre el 1° y el 10 de febrero que se hizo la consulta de esta [encuesta trimestral](#) que realiza el Centro de Estudios de Opinión de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica.

El coordinador de la Encuesta M.Sc. Johnny Madrigal Pana destacó que el aumento de la confianza se puede calificar como de un optimismo reservado, no obstante aumentó en

toda la población consultada es decir en hombres, mujeres, en todos los rangos de edad y de nivel educativo.



De acuerdo con la encuesta del ICC de febrero del 2010 la valoración para la compra de bienes duraderos como carro o casa es más positiva. Los resultados del estudio se dio a conocer esta mañana en conferencia de prensa Luis Alvarado Castro

También comento que el Índice de Expectativas Económicas (IEE) que en esta ocasión alcanzó un 62.2% es el más alto que se ha registrado desde que se realiza la encuesta en el año 2002.

Esto significa que la personas encuestadas están más optimistas por el futuro que por el presente.

A pesar de que la confianza de los consumidores aumentó considerablemente en la época electoral, los resultados de la encuesta revelan que la población no tiene un buen concepto de la política económica del gobierno, casi un 40% de los consultados dicen que el gobierno ha hecho un trabajo pobre y solo un 24% lo califican con un buen trabajo.

Algunos de los aspectos que los especialistas valoran para que la confianza de los consumidores no sea más alta es que aún se mantiene latente el aumento de los combustibles, de tipo de campo, las dificultades para encontrar trabajo e incluso las posibilidades de quedarse sin trabajo.

