



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Gobierno de Carlos Alvarado aumenta confianza de los consumidores

Con el inicio de una nueva administración, siempre se genera una ola optimista

30 MAY 2018 Economía



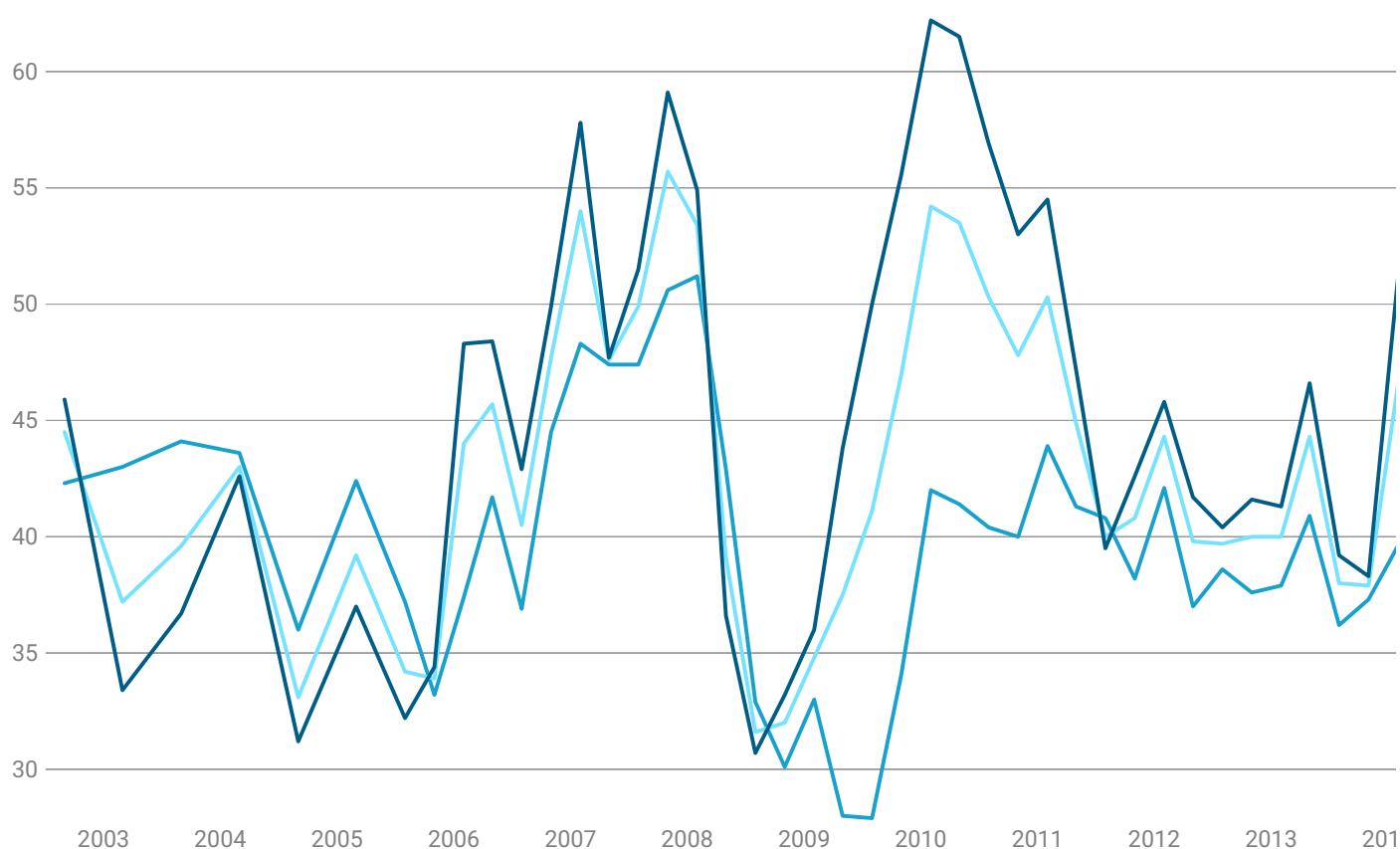
El Índice de Expectativas Económicas de los consumidores sube 6 puntos en los últimos tres meses, pasando de 41.7 a 47.8, lo que demuestra optimismo hacia el futuro económico del país. Los datos los reveló la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica este 30 de mayo, 2018. Cristian Araya Badilla

La última medición del estudio sobre la Confianza de los Consumidores realizada para mayo del 2018 demuestra que hay un aumento generalizado de la confianza. El Índice de

Confianza de los Consumidores (ICC), medido cada tres meses por la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica, aumentó de 40.9 a 45 puntos –en el periodo entre febrero y mayo–, lo que significa un ambiente menos pesimista.

Con el inicio de una nueva administración, siempre se genera una ola optimista. Al respecto, el investigador Johnny Madrigal Pana explica que incluso a nivel internacional este comportamiento siempre se repite, pues las elecciones son ganadas por la mayoría y esa mayoría suele estar optimista con los resultados electorales logrados.

En el caso de Costa Rica, cuando se eligió al presidente Oscar Arias, la confianza aumentó en 11.8 puntos; para la elección de Laura Chinchilla, el aumento fue de 6.5 puntos y el gane electoral en segunda ronda de Luis Guillermo Solís generó un aumento de 11.9 puntos. Para la elección de Carlos Alvarado, el aumento fue de 5.3 puntos. Los datos anteriores miden los resultados del índice de noviembre de cada año a mayo del año siguiente, luego de cada elección presidencial.



Get the data • Created with Datawrapper

Para leer el gráfico: Índice de Expectativas Económicas (IEE) / Índice de Confianza del Consumidor (ICC) / Índice de Condiciones Económicas Actuales.

Hay menos pesimistas

En general, el incremento de la confianza de los últimos tres meses refleja una disminución de la cantidad de personas que se sienten pesimistas, la cual bajó del 27.2 % a 22.9 % para totalizar 4.4 puntos menos, mientras que los optimistas aumentaron en 6.4 puntos totalizando al 20.4 % de los encuestados.



El investigador Johnny Madrigal Pana durante la conferencia de prensa de presentación de los resultados del Índice de Confianza del Consumidor, este 30 de mayo, 2018.

Destaca el hecho de que este aumento de la confianza es generalizado en hombres y mujeres, en todos los grupos de edad, en todos los sectores económicos y por nivel educativo. Sin embargo, la confianza entre quienes manifiestan no tener problemas económicos casi duplica la que señalan tener quienes enfrentan grandes o algunas dificultades con el ingreso familiar mensual.

Con respecto al futuro, hay mayor confianza, pues el Índice de Expectativas Económicas (IEE) aumentó 6 puntos pasando de 41.7 a 47.8. Este resultado muestra que los consumidores están percibiendo mejoras en la situación económica actual y que valoran positivamente el futuro económico del país.

El ambiente menos pesimista permite que aumente, de forma relativa, la proporción de consumidores que se sienten confiados para adquirir bienes duraderos, como casa o carro nuevo. En la actualidad, un 23.6 % de los consumidores creen que es un buen momento para comprar casa; hace seis meses atrás esa proporción era de 18.6 %.

En el caso de la compra de carro, un 17 % dice que son buenos tiempos para adquirir un vehículo; en este caso, la proporción es similar a la obtenida en los meses anteriores.

Sobre la Encuesta de Confianza de los Consumidores

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la UCR; la misma se genera desde setiembre del 2002

(fecha de la primera encuesta). Actualmente tiene una periodicidad trimestral y sus resultados se presentan en febrero, mayo, agosto y noviembre de cada año. **Desde mediados del 2015, la Encuesta del Consumidor es parte del Sistema Estadístico Nacional (SEN) y se convirtió en una estadística nacional que es reportada a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).**

En esta ocasión, la encuesta se aplicó vía telefónica a 700 jefes de hogar entre el 2 y el 25 de mayo anterior.

Para realizar la encuesta se asume que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, aumenta el deseo de realizar gastos y contraer deudas; y que, por el contrario, la incertidumbre produce pesimismo y, por ello, el deseo de reducir los gastos y reorganizar las reservas financieras. Se prevé, entonces, que cuando muchos consumidores cambian al mismo tiempo de una perspectiva a otra, surge un cambio generalizado en su comportamiento de compra y esto afecta, positiva o negativamente, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurre previo al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica doméstica. De esta manera, el planteamiento asigna importancia al poder del consumidor.

[La Confianza de los Consumidores Encuesta N° 58, Mayo 2018](#)

Encuesta de Confianza de los Consumidores de mayo del 2018.



[Gabriela Mayorga López](#)
Editora digital y periodista, Oficina de Divulgación e Información.
gabriela.mayorgalopez@ucr.ac.cr

Etiquetas: [icc](#), [confianza del consumidor](#), [consumo](#), [estadística](#).