



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Aumenta la confianza de los consumidores en niveles significativos

La mejora, sin embargo, no supone optimismo por parte de la población, pero sí un descenso de la desconfianza y mejores expectativas a futuro

26 FEB 2020 Economía



El investigador principal del ICC, Johnny Madrigal Pana, y el director de la Escuela de Estadística, Fernando Ramírez Hernández. Laura Rodríguez Rodríguez

La confianza de los consumidores medida por el Índice de Confianza del Consumidor (ICC), calculado por la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica, alcanzó en la

medición de febrero un nivel de 36,7 puntos (en escala de cero a 100), un movimiento que supone 8,2 puntos de aumento en los últimos 6 meses.

Durante dos encuestas continuas se han cuantificado incrementos significativos del ICC, lo cual **revela el inicio de una tendencia positiva de la confianza**.

El investigador principal de la Encuesta Trimestral de Confianza del Consumidor, Johnny Madrigal Pana, explicó que es preciso mencionar que la tenencia igual denota incertidumbre, aunque en menores niveles, hacia la economía nacional.

La medición demuestra que tanto el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA) — que mide la percepción sobre el tiempo presente— como el Índice de Expectativas Económicas (IEE) —que mide las expectativas de las familias a futuro— registraron un aumento significativo. Sin embargo, la percepción es mejor respecto al futuro, pues el IEE pasó de 30,7 a 39,0 puntos, es decir, hubo una mejora de 8,3 puntos en seis meses.

El estudio señala que entre los factores que ayudaron a mejorar la confianza está el que los consumidores están a la expectativa de una situación económica personal más favorable, pues aumentó la magnitud de quienes esperan un ingreso familiar mayor en los próximos 12 meses (45,5 %) y se fortaleció la expectativa por una mayor capacidad de compra. Además, disminuyó la magnitud de quienes consideran que el tipo de cambio aumentará.

El análisis evidencia también la mejora en la confianza y la valoración positiva que hacen los encuestados sobre el momento para la compra de bienes duraderos. Esta aumentó el porcentaje de quienes valoran positivamente el momento para comprar casa. Hoy, un 17,6 % de los encuestados cree que sí podría tomar una decisión de compra de este tipo, respecto a un 12, 2% que tenía esa opinión tres meses atrás. Para el caso de la compra de vehículo, antes el 83,3 % de la población creía que era un mal momento y hoy ese porcentaje disminuyó a 77 %.

Baja la valoración negativa al Gobierno

Sobre la calificación de la política económica del Gobierno, actualmente un 11,5 % afirma que se está haciendo un trabajo bueno, un 27 % dice que se hace lo necesario y un 60,5 % cree que se está haciendo un trabajo pobre. Sin embargo, esta calificación mejoró si se compara con los resultados obtenidos en las dos encuestas anteriores.

Seis meses atrás, el 71 % creía que el Gobierno estaba haciendo un trabajo pobre, de manera que hay un saldo favorable de la valoración que se está haciendo de la política económica. Esta es la primera vez que no hay un resultado más adverso que la encuesta anterior.

Además, se detuvo la tendencia de quienes creen que el desempleo va aumentar, un dato que venía creciendo desde febrero del 2019, pero que presenta una valoración estable desde hace seis meses. También se detuvo la tendencia creciente de quienes creen que la pobreza aumentará.

Desde mayo del 2018, crecía el porcentaje de personas que percibían que el desempleo aumentaría, sin embargo, desde mayo pasado ese dato se mantiene estable. Hoy, un 62,5 % de la población cree que el desempleo aumentará.

Para el caso de la pobreza, un 68,5 % de los encuestados considera que aumentará, pero también se trata de una medición que dejó de crecer desde mayo anterior.

Histórico de la Confianza del Consumidor



ENCUESTA DEL CONSUMIDOR, FEB 2020

En febrero del 2020 la confianza de los consumidores alcanzó un nivel de 36,7 puntos (en una escala de cero a 100), por lo que aumentó 8,2 puntos en los últimos seis meses (ICC=28,5 en agosto del 2019) (Gráfico 1). Esto significa que dos encuestas consecutivas (noviembre del 2019 y febrero del ...

Tabla metodológica

El ICC es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica desde septiembre del 2002. Desde mediados del 2015, la Encuesta del Consumidor es parte del Sistema Estadístico Nacional.

La encuesta N.º 65 de la Confianza del Consumidor se efectuó del 3 al 14 de febrero del 2020 a un total de 712 personas de 18 años o más, nacionales y extranjeros, que usan telefonía móvil dentro del territorio nacional (97 % de cobertura).



[Gabriela Mayorga López](#)

Editora digital y periodista, Oficina de Divulgación e Información

Áreas de cobertura: ciencias económicas, derecho, innovación y emprendimiento

gabriela.mayorgalopez@ucr.ac.cr