



Las personas consumidoras están reacias al optimismo

Encuesta trimestral de confianza de los consumidores muestra un panorama de estancamiento

1 DIC 2021 Economía



Anel Kenjekeeva

Pese a que el Banco Central revisó al alza las proyecciones de crecimiento económico para el presente y próximo año, las personas consumidoras no logran motivarse lo suficiente y elevar el Índice de Confianza del Consumidor que quedó estancado respecto a la lectura de los tres meses anteriores en un nivel de 38,9 puntos, en escala de 0 a 100.

Lo anterior se da pese a que existen datos positivos en el entorno, y que tanto la época de fin de año, como los meses previos al proceso electoral suelen impulsar el optimismo de los y las consumidoras en el país.

Para el coordinador del estudio y director de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica M.Sc. Johnny Madrigal Pana, en esta erosión de la confianza se puede deber a que la reactivación de la economía todavía no está permeando a la mayoría de la población o porque los escándalos por corrupción están afectando las expectativas más positivas hacia la economía nacional.

El estancamiento de la confianza se refleja en varios ámbitos. Uno es la expectativa por la situación económica personal, pues en los últimos tres meses no cambió: actualmente 61,8% espera aumentos en las tasas de interés de los préstamos en dinero, 26,3% espera ingresos familiares menores que los del año pasado y 39,6 % espera una pérdida en la capacidad de compra.

Otro ámbito es la valoración de la política económica y social. Al respecto, la calificación a la política económica es negativa (6,1% dice que se está haciendo un trabajo bueno y 73,6% un trabajo pobre) y continúa deteriorándose.

No obstante, en lo referente a la política social, las expectativas son más favorables, pues quienes esperan aumentos en el desempleo disminuyó 46,7 % a 41,1 (-5,6 pp) y en el caso de la pobreza la magnitud cayó de 58,3% a 51,0% (-7,3 pp). Un tercer ámbito en el que se refleja el estancamiento de la confianza es en la valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro), pues para ambos bienes es negativa y se mantuvo igual en los últimos tres meses (74,5% afirma que son malos tiempos para comprar casa y 81,4% afirma lo mismo para comprar carro).

Para el investigador, también la escasez de contenedores para el comercio marítimo, que puede promover un aumento de precios, así como la escasez de productos; la suspensión del código QR para control sanitario, en un país que favorece mucho los procesos de vacunación y los famosos casos de corrupción como Cochinilla y Diamante, pueden explicar el desencanto que está impulsando a que una inmensa mayoría del país no vea tiempos favorables para la compra de bienes duraderos.

En general, el contexto de la pandemia ha mantenido bajo el ánimo los y las consumidoras costarricenses y el Índice de Confianza del consumidor (ICC) no ha sido mayor a los 40 puntos a los largo de todos los meses de la crisis sanitaria.

Valoración de la política social y económica

La calificación a la política económica del gobierno revela que actualmente 6,1% dice que se está haciendo un trabajo bueno y 73,6 % que se está haciendo un trabajo pobre. Esta última valoración (trabajo pobre) se deterioró con respecto a tres meses atrás.

De febrero a mayo del 2020, la calificación positiva a la política económica aumentó de 11,0 % a 23,5 % (12,5 pp) y la negativa disminuyó de 60,5 % a 37,1% (-23,4 pp). Esto evidencia que, aunque al iniciar la pandemia con el COVID-19 se calificó más favorablemente la política económica de la actual administración, posteriormente esta se tornó más negativa, particularmente en esta última encuesta.

En el ámbito de la política social, en los últimos tres meses, quienes esperan aumentos en el desempleo disminuyó de 46,7% a 41,1% (-5,6 pp) y en el caso de la pobreza la magnitud cayó de 58,3% a 51,0% (-7,3 pp). Estos resultados muestran que, si se compara con tres meses atrás, la valoración hacia la política económica continúa deteriorándose, pero mejora en lo referente a lo social.

Metodología

La presente encuesta se hizo vía telefonía móvil celular del 3 al 20 de noviembre. La confianza se mide con 5 preguntas, 2 que hacen referencia a la situación económica actual y 3 que miden las perspectiva futura de la familia, de las empresas y el país en un periodo de 5 años.



[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

Etiquetas: [confianza](#), [consumides](#), [consumo](#), [estadistica](#).