



Índice creado por la Escuela de Estadística pasó de 39,6 puntos en agosto, a 44,0 en noviembre

La confianza de los consumidores se revitaliza al finalizar el 2022

La cifra es la más alta del año, aunque refleja temor ante los efectos de eventos internacionales en la economía nacional.

7 DIC 2022 Economía



La percepción en torno a la capacidad actual y futura de la población sobre su consumo y el panorama económico nacional mejoró notablemente desde agosto al pasado mes de noviembre, reveló la IV Encuesta de Confianza del Consumidor 2022, de la Escuela de Estadística de la UCR. Karla Richmond

Parece que la **esperanza de un mejor 2023** animó, aunque sea un poco, al grueso de **consumidores costarricenses**. Así lo dan a entender las cifras publicadas este miércoles 7 de diciembre por la Escuela de Estadística (EEs) y la Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Universidad de Costa Rica (UCR), extraídas de la [IV Encuesta del Consumidor del 2022](#).

Según este estudio, el [Índice de Confianza del Consumidor](#) (ICC) mostró un **crecimiento significativo de 4,4 puntos** (de 39,6 puntos a 44,0) entre la encuesta anterior realizada en agosto y la más actualizada, que se efectuó **entre el 7 de noviembre y el primero de diciembre**.

En total, se entrevistaron a **721 personas** mayores de 18 años en todo el territorio nacional, **usuarias de teléfono celular**. El **error de muestreo** se situó en **±1,8 puntos para el ICC y en ±3,7 puntos para los porcentajes**, con un nivel de confianza del 95%. La encuesta es coordinada por la investigadora de la [Escuela de Estadística, Fernanda Alvarado Leitón](#).

En términos generales, la **mayoría de las personas no se perciben ni pesimistas ni optimistas** (52,1 %, definidas como ambivalentes), mientras que las pesimistas se redujeron a un 26,7 % (en agosto eran el 30,6 %, o lo que es igual, 3,9 puntos porcentuales menos). Las optimistas, por su parte, conforman un 21,3 % de la muestra, lo que significa un aumento de 6 puntos porcentuales con respecto a la encuesta anterior.

VER TAMBIÉN: [El dólar tendría más estabilidad para el próximo año, prevé experto de la UCR](#)

Fernanda Alvarado, investigadora de la Escuela de Estadística: ICC mejoró desde agosto y llegó a 44 puntos (aumentó 4 puntos).

Si se desagregan estos datos por sexo, se observa que **las mujeres mostraron una mejoría en su confianza en el consumo**, pasando de 35,8 puntos a 41,1. En el caso del sexo masculino, el positivismo del panorama económico se mantuvo estable desde agosto y registró 47,3 puntos para noviembre. Si se considera la edad, las **personas con mejores expectativas son las que tienen 34 años o menos**, donde el ICC subió casi nueve puntos (pasó de 44,4 puntos a 53,2).

Por nivel educativo, son las **personas con estudios universitarios y de secundaria las que mejor ICC obtuvieron** (ambos 47,9 puntos), mientras que los hogares con tres o más miembros económicamente activos son las más optimistas con el horizonte económico, las cuales alcanzaron un puntaje de 55,9, muy superior a los 46,6 puntos de agosto.

Vale aclarar que **en todas las distintas categorías** y subcategorías (según el sexo, la edad, el nivel educativo, los ingresos familiares o la cantidad de personas con trabajo) **hubo una mejora** en las perspectivas del ICC para el 2023, en algunas más que en otras.

Percepción económica actual y futura

Como es costumbre, en el ICC se realizan dos mediciones: el **Índice de Condiciones Económicas Actuales** (ICEA) y el **Índice de Expectativas Económicas** (IEE). El primero valora la confianza de las personas consumidoras en la coyuntura económica presente y el segundo lo hace como una previsión hacia el futuro.

Así, el **ICEA tuvo un ascenso importante de 6,2 puntos**, pasando de 26,6 en agosto a 32,8 en noviembre. A la vez, el **IEE subió de 48,3 puntos a 51,4** entre esos mismos meses. Es decir, la población continúa mostrando más desconfianza con la situación económica actual en

comparación con lo que auguran para los próximos meses, aunque en menor medida en ambas en el caso de este noviembre. Esta es una situación que se repite desde los inicios de la pandemia.

Con respecto al ICEA, el **18% de consumidores reportan que su situación económica es mejor ahora que hace un año**. Esto se ve reflejado en la intención de comprar artículos grandes para el hogar, que pasó de un 11,3 % en agosto a un 20,3 % en noviembre. En el sentido contrario, el porcentaje de quienes creen que no es un buen momento para una inversión de este tipo cayeron de un 73,1 % en agosto al 61,8 % en noviembre.

En cuanto al comportamiento reciente del IEE, el **porcentaje de la muestra que espera peores condiciones económicas en el futuro próximo disminuyó del 31,4 % en agosto al 25,1 % en noviembre**. Además, quienes aguardan un panorama negativo para las empresas también cayeron de un 32,3 % en agosto a un 25,8 % en noviembre. Finalmente, aquellos consumidores que presagian una situación económica de crisis para los próximos cinco años mermaron del 44,7 % al 37,1 %.

Los **efectos a futuro de la economía nacional sobre la personal** muestran dos cambios en comparación con el estudio pasado. Por un lado, descendió el porcentaje de las personas que pensaban que las tasas de interés para préstamos iban a subir (65,9 % en agosto versus 53,4 % en noviembre). La segunda variante es en torno a la valorización de la capacidad de compra de la población, pues ahora **solo el 35,4 % de la muestra espera un aumento en los precios**, a diferencia del 39,7 % de agosto. Y, en términos generales, el porcentaje de gente que pronostica una mejoría en sus ingresos familiares casi no se modificó (52,9 % en agosto y 53,4 % en noviembre, ambas cifras dentro del error de muestreo).

Se erosiona la popularidad de las políticas económicas del gobierno

La encuesta muestra que las políticas sociales y económicas de la [administración Chaves Robles](#) siguen teniendo **más consideraciones positivas que negativas** con respecto a agosto, pero ahora la **diferencia es mucho menor**.

Mientras que hace cuatro meses el 35,5 % de la muestra validaba su gestión en estas áreas como “buena”, hoy ese **porcentaje se reduce al 31%** (- 4,5 puntos). En cambio, quienes la **desaprueban** subieron del 24,9 % al **28,3 %** (incremento de 3,4 puntos).

Sobre el **porcentaje de consumidores que espera un aumento de la pobreza** para los próximos 12 meses, este se redujo de un 46,5 % en agosto a un **41,2 % en noviembre**. En cuanto a quienes prevén más desempleo, este grupo se mantuvo estable desde agosto, y en noviembre alcanzó un 31,8%.

Fernanda Alvarado, investigadora de Estadística: consumidores esperan reducción futura en pobreza

Comprar casa o carro sigue siendo una “mala idea”

Las **inversiones en bienes muebles o inmuebles también continúan con una opinión negativa** a pesar de la mejora en el ICC. No obstante, quienes afirman que son malos

tiempos para comprar casa (69,1 %) o carro (76.0 %) ahora son mucho menos que en agosto (74,7 % y 84,9 %, respectivamente), reportando un descenso de -5,6 puntos en el pesimismo para inversiones inmobiliarias y de -8,9 puntos en el caso de las negativas para adquisiciones de automóviles.

Por otra parte, la **previsión del aumento en los precios de los combustibles** para el próximo año **descendió a su valor más bajo desde mayo del 2020** y mantuvo la tendencia a la reducción de todo el 2022: ahora el 58,3 % de las personas esperan un encarecimiento de los hidrocarburos en el 2023, porcentaje que sigue siendo alto, pero mucho menor al 67 % que mostró agosto. Lo anterior podría verse ocasionado por la **caída de la cotización del precio del barril de crudo** en el mercado internacional, que pasó [de los 117 dólares a mediados de año a 90 dólares en este noviembre](#).

En cuanto al comportamiento del **dólar**, apenas un poco **más de la mitad de la muestra espera aumentos en el valor de la divisa estadounidense** (50,2 %) un porcentaje mucho menor al que mostró agosto (59,0 %). Al igual que con el petróleo, esto podría explicarse por un [descenso en el tipo de cambio](#), que bajó de los 696 colones por dólar a finales de junio, a 602 colones por esa misma moneda el pasado 30 de noviembre.



[Pablo Mora Vargas](#)

Periodista, Oficina de Divulgación e Información

pablo.moravargas@ucr.ac.cr

Etiquetas: [encuesta](#), [confianza](#), [consumidores](#), [economía](#), [consumo](#), [compra](#), [dólar](#), [empleo](#).