



ICC subió a 47,8 puntos en febrero

Encuesta: consumidores reportan la mayor confianza desde mayo del 2014

El incremento de 3,8 puntos se debería a la desaceleración de la inflación, el descenso en el precio de los combustibles, la baja en el dólar y la reducción del desempleo

9 MAR 2023

Economía

El [buen momento por el que pasa el panorama económico nacional](#) que impacta directamente en los bolsillos de los hogares quedó patente en la [Encuesta del Consumidor 2023](#). El estudio fue presentado este miércoles 8 de marzo por la [Escuela de Estadística \(EEs\)](#) y la [Unidad de Servicios Estadísticos \(USES\)](#) de la Universidad de Costa Rica (UCR).

De acuerdo con los resultados, el **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)** volvió a crecer de forma consecutiva y se **incrementó en 3,8 puntos**, pasando de 44,0 puntos en noviembre a 47,8 en febrero, con lo que alcanza la **mejor nota desde mayo del 2014**. Con este resultado, parece que queda atrás el comportamiento irregular que mantuvo este índice durante los años más crudos de la pandemia.

En total, **se entrevistaron a 717 personas** mayores de 18 años en todo el territorio nacional, usuarias de teléfono celular. La encuesta se realizó **entre el 2 y el 15 de febrero** de este año. El error de muestreo se sitúa en $\pm 1,8$ puntos para el ICC y en $\pm 3,7$ puntos para porcentajes,

con un nivel de confianza del 95 %. La encuesta es coordinada por la investigadora de la EEs, [Fernanda Alvarado Leitón](#).

Según el informe de la EEs, hay varias razones que justifican esta mejora sustancial. El primero es la **reducción de la inflación**, que se ha visto erosionada en los últimos meses gracias a la [baja en el tipo de cambio del colón con respecto al dólar](#) y el [descenso en el precio de la gasolina](#).

Además, según las últimas cifras del [Instituto Nacional de Estadísticas y Censos \(INEC\)](#) publicadas el pasado 2 de marzo, [el desempleo también se redujo de manera interanual](#): unas **31 mil personas lograron colocarse en algún trabajo** entre inicios del 2022 y comienzos del 2023, con lo que la tasa de desempleo volvió a bajar también consecutivamente y se sitúa ahora en 11,8 %. Este factor hace que la población con **poder adquisitivo aumente** y, por lo tanto, haya un mejor panorama para el consumo.

Pese a todos los rasgos positivos, cabe destacar que, de acuerdo con el ICC, la **economía nacional aún no adquiere una percepción de estabilidad** desde la población, la cual se certifica a partir de los 50 puntos en esta medición.

Características del Índice

La **mayoría de las personas** se sigue percibiendo como ni pesimista ni optimista (definidas como **ambivalentes**), pues suman el **55,4 %**, 3,3 puntos porcentuales más que en noviembre. Otro porcentaje que también aumentó, como era de esperar, es el de los consumidores optimistas, que pasaron del 21,3 % en noviembre al 25,2 % en febrero (aumento de 3,9 puntos). En cambio, los individuos pesimistas se redujeron nuevamente y pasaron del 26,7 % a finales del año pasado a un 19,4 % en esta última medición (-7,3 puntos).

Si se desagregan estos datos por sexo, se observa que **las mujeres**, con 43,6 puntos, **siguen teniendo menor confianza en su consumo que los hombres**, quienes registraron 52,6 puntos (un aumento de 5,2 puntos con respecto a los 47,3 de noviembre). Si se considera la edad, las personas con un mayor incremento en sus expectativas son las que tienen entre 35 y 49 años, donde el ICC subió de 43,5 a 48,7 puntos en febrero.

Por nivel educativo, quienes muestran **mejores ICC son las personas con estudios de secundaria**, con 51,1 puntos (+ 3,2 puntos con respecto a noviembre), y con similar puntaje quienes tienen **estudios universitarios** (un 51,0 estable con respecto a noviembre). Aquellas con estudios de primaria también mejoraron su índice, alcanzando los 42,4 puntos (+ 4,9).

Como es de esperar, la **población que percibe ingresos superiores a los 500 mil colones tiene un mejor ICC** (55,5) que quienes ganan menos de esa cifra (42,1). Sin embargo, cabe destacar que este último grupo mejoró su percepción en comparación con la encuesta previa (+ 4,2 puntos).

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.

En esta oportunidad, el **ICEA volvió a aumentar**, pasando de 32,8 en noviembre a **37,1 en febrero** (+ 4,3 puntos). A la vez, **el IEE subió de 51,4 a 54,9 puntos** entre esos mismos meses. La principal novedad de estos índices es que presentan la **brecha más baja (17,8 puntos) entre ambos** desde que se empezó a registrar el efecto de la pandemia, en mayo del 2020.

Con respecto al ICEA, el **18,8 % de consumidores reportan que son mejores tiempos para comprar artículos grandes** para el hogar, porcentaje que ahora es el doble del que se registraba en mayo del año pasado (9,0 %).

Fernanda Alvarado Leitón, investigadora de la Escuela de Estadística, resume los principales resultados de la Encuesta de Confianza del Consumidor

En términos generales, las **personas encuestadas que afirman que su situación actual es “igual”** que la del año anterior suman un **44,2 %**, (aumento de 8 puntos con respecto a noviembre), mientras que quienes perciben su condición económica como “peor” tuvieron una disminución significativa de 12,4 puntos porcentuales, cayendo al 32,7 %. En cambio, quienes afirman estar mejor que el año pasado constituyen el 22,3 % de la muestra.

En cuanto al comportamiento reciente del IEE, el porcentaje de la muestra, que espera **mejores condiciones económicas para su familia** y para el próximo año, **subió 6,3 puntos porcentuales** alcanzando el 40,4 % en febrero. **Ese mismo porcentaje** alcanzaron quienes esperan un **panorama positivo para las empresas** en los próximos 12 meses. Finalmente, quienes presagian una situación económica de crisis para los próximos cinco años constituyen el 41,7 %, mientras que aquellas personas con una mejor esperanza para ese lapso suman el 31,5 %. El porcentaje que se ubica en una expectativa intermedia llegó al 19,7 %.

En previsiones más en detalle, se mantiene estable el porcentaje de las personas que **piensan que subirán las tasas de interés para préstamos de dinero (51,6 % en febrero)**. En cuanto a la valorización de la capacidad de compra de la población, el **32,6 %** considera que los **precios aumentarán más que sus salarios**, aunque ese porcentaje sigue bajando sin detenerse desde hace un año. A la vez, el porcentaje de gente que cree que sus **ingresos familiares mejorarán** se mantiene estable (**56,3 % en febrero**).

Percepciones positivas de la política económica del gobierno ya no son mayoritarias

Por primera vez desde el inicio del gobierno de [Rodrigo Chaves Robles](#), la encuesta de la EEs reveló que existe un **empate entre las opiniones positivas y negativas de las políticas sociales y económicas** que esta administración ha implementado.

Mientras que hace cuatro meses el 31 % de la muestra consideraba su gestión económica como “buena”, hoy ese porcentaje se reduce al **29,0 %** (-2 puntos). En cambio, **quienes la desaprueban** o consideran como “pobre” subieron del 28,3 % al **29,1 %** (incremento de 0,8 puntos). Este es un resultado muy significativo, tomando en cuenta que en agosto del año pasado las percepciones positivas de las políticas económicas del gobierno estaban 11 puntos porcentuales por encima de las negativas.

Sobre el porcentaje de **consumidores que espera un aumento de la pobreza** para el próximo año, estos pasaron de un 41,2 % en noviembre a un **44,8 % en febrero**. En cuanto a **quienes esperan más desempleo**, este grupo registró un 31,8 % en noviembre y un **34,5 %** en esta reciente encuesta.

Comprar casa o carro sigue siendo difícil para la población

Aunque la percepción para hacer fuertes inversiones en bienes muebles e inmuebles sigue siendo muy negativa, lo **es cada vez menos**. En noviembre, el 69,1 % afirmaba que **no era un buen momento para comprar casa**, mientras que en febrero ese porcentaje **cayó al 63,8 %**. Pese a que la idea sigue siendo poco favorable para la mayoría de la población, esta viene en descenso desde mayo del año pasado, donde alcanzó un 76,5 % y, de hecho, el de febrero es **el más bajo desde mayo del 2018**.

En cuanto a la **adquisición de vehículos**, las opiniones de que era un “mal momento” en noviembre eran de 76,0 %, y en este último estudio ese porcentaje registró un **73,6 %**. Esto significa que el porcentaje de personas que consideran que este contexto no es el indicado para adquirir un carro viene bajando desde agosto del año pasado (84,9 %) y es **el menor desde agosto del 2018**.

Por otra parte, **cada vez es menos la gente que espera un aumento en el precio de los combustibles**, aunque sigue siendo mayoritaria: así lo cree el **52,8 %** de la población encuestada. Este es el **menor porcentaje que registra la encuesta desde que esta considera esta pregunta**, lo cual puede explicarse por la caída del precio de los hidrocarburos en el país desde agosto del año pasado.

En cambio, el **56,9 %** de las personas **espera un aumento en el precio del dólar** para los próximos 12 meses, un porcentaje mayor del reportado en noviembre: 50,2 %. Esto podría explicarse por qué a inicios de febrero el dólar tendió a elevar un poco su precio, llegando a cotizar su venta en 586 colones, aunque su valor bajó posteriormente para situarse en los 554 colones de este miércoles 8 de marzo, según la referencia del [Banco Central de Costa Rica](#).



[Pablo Mora Vargas](#)
Periodista, Oficina de Divulgación e Información
pablo.moravargas@ucr.ac.cr