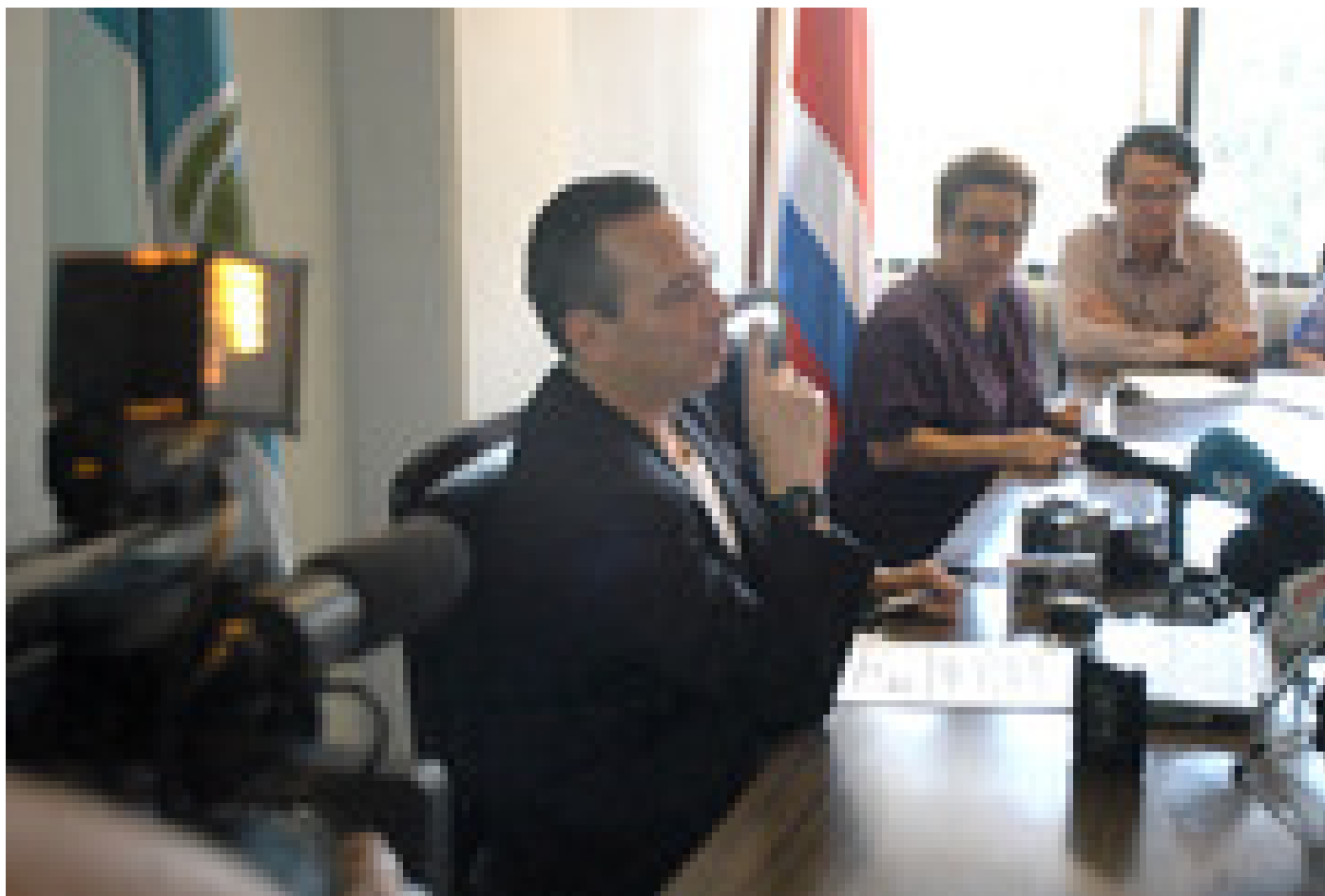




UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Aumenta confianza de consumidores pero no lo suficiente

29 ABR 2005



El M.Sc. Johnny Madrigal Pana expone el nuevo Índice de Confianza del Consumidor a la prensa nacional. A su lado la rectora Ymileth González y el Dr. Edgar Gutiérrez Espeleta, director del OdD

De acuerdo con el resultado de la última encuesta que mide el Índice de Confianza de los Consumidores costarricenses en un rango de 0 a 100, el resultado de 39.2 obtenido en el mes de marzo, es decir 6.1 puntos mayor al de setiembre del 2004, no es suficientemente alto para variar la percepción negativa ante la economía nacional.

Así lo afirmó el coordinador de la encuesta e investigador de la Escuela de Estadística y del Observatorio del Desarrollo M.Sc. Johnny Madrigal Pana, quien añadió que la confianza

que reflejan los consumidores actualmente presenta un nivel similar (37.2) a la que se experimentó en marzo del 2003, fecha en la que Estados Unidos inició la invasión a Irak.

Los especialistas afirman que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, el deseo de realizar gastos y contraer deudas, y que la incertidumbre produce pesimismo y, por ello, el deseo de reducir los gastos y reorganizar las reservas financieras.

La encuesta para medir el ICC se realizó entre el 10 y el 19 de marzo del 2005 en 808 hogares con teléfono en todo el territorio nacional. Se entrevistó al principal sostén económico del hogar o, en su defecto, después de tres intentos de localizarlo, a una persona adulta, informada de la situación económica de la familia.

Un aspecto positivo que recoge la presente encuesta es que, aunque el grado de confianza sobre la economía todavía no es favorable, lo cierto es que el ICC experimentó un incremento de 6.1 puntos con respecto a la encuesta anterior. Este incremento fue generalizado, es decir, se dio en todos los niveles de educación, ingreso y gasto discrecional. Concretamente, la confianza aumentó en los consumidores con primaria completa o menos, aumentó de 32 a 35 y en los universitarios (de 36 a 44). De igual manera, el ICC se fortaleció en quienes poseen un ingreso familiar menor a 250,000 colones mensuales (de 30 a 34) y en los que tienen ingresos familiares iguales o mayores a ese monto (de 38 a 46). El índice también ascendió en las familias que no poseen la capacidad de realizar gastos discrecionales (de 28 a 33) y en las familias que sí la poseen (de 41 a 48).

Pese a que el ICC se incrementó en 6.1 puntos con respecto a la encuesta anterior, su nivel (39.1) todavía refleja un ambiente de pesimismo hacia la economía nacional entre los consumidores. Este incremento fue general, es decir, se dio en todos los niveles de educación, ingreso familiar y capacidad de realizar gastos discrecionales.

En términos generales, las perspectivas ante la inflación y la política económica del gobierno son desfavorables, y casi no experimentaron cambios. La percepción del momento para la compra de carro y casa son desfavorables, aunque se registró una mejoría con respecto a la encuesta anterior.

El análisis de las percepciones en el ámbito económico muestra que lo que sucederá con el ingreso familiar durante los próximos 12 meses es la variable que más explica el comportamiento del ICC. Entre las variables relacionadas con la política económica y social del gobierno, la percepción de lo que sucederá con la pobreza es la que más explica el ICC. Y en la percepción del momento para la compra de bienes parece que ambas variables contribuyen por igual.

Esta encuesta la realiza la Escuela de Estadística y el Observatorio del Desarrollo (OdD) cada seis meses desde el mes de setiembre del año 2002.

[Elizabeth Rojas Arias](#)

Periodista Oficina de Divulgación e Información

erojasa@cariari.ucr.ac.cr

