

Advenimiento del aguinaldo no logra levantar el ánimo de los consumidores

Escándalo del 'cementazo' afecta confianza y favorece la incertidumbre

29 NOV 2017 Economía



Festividades de fin de año no logran animar a los consumidores. En la fotografía: Feria de regalos 2016 Archivo ODI-UCR

En un periodo en el que la confianza de los consumidores suele aumentar debido al ánimo festivo de la época de fin de año, para esta ocasión por el contrario baja según la última medición del Índice de Confianza del Consumidor (ICC), realizada por la Unidad de Servicios Estadísticos (Uses) de la Escuela de Estadística Universidad de Costa Rica.

Un factor que empuja a la baja el indicador, según el investigador Johnny Madrigal Pana, es el escándalo conocido como el ‘cementazo’.

“El resultado es relevante, pues se esperaba que con el advenimiento del aguinaldo, Navidad, vacaciones y fin de año se fortaleciera la confianza, como sí ha sucedido en años anteriores”, comentó Madrigal Pana.

[LEA TAMBIÉN: Fernando Ramírez Hernández afianza la internacionalización de la Escuela de Estadística](#)

Aunque esta encuesta se plantea desde el punto de vista económico, se ve influida por aspectos sociales, lo que implica comprender los bajos índices de confianza del consumidor a la luz de ambientes económicos y políticos negativos.

En este caso el ICC, en su lectura de noviembre, alcanzó el valor de 40 puntos (en una escala de 0 a 100), un dato que refleja una baja confianza de los consumidores. Aunque la cifra es similar a la obtenida en la encuesta anterior (agosto, 2017), sí se observa que desde mayo del 2017 la tendencia es de caída leve, evidenciando un aumento en la incertidumbre.

En los últimos tres meses el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA) muestra un leve crecimiento y por el contrario el Índice de Expectativas Económicas (IEE) decrece. El comportamiento de ambos indicadores, aunque es muy similar al de los tres meses anteriores en comparación con seis meses atrás, sí demuestra que ahora se espera una situación económica menos promisoría.

Dado lo anterior, la expectativa por la situación económica personal no es favorable, pues se esperan aumentos en las tasas de interés de los préstamos en dinero (57,4% espera aumentos en los próximos 12 meses) y también un deterioro en la capacidad de compra (45,7% espera que el ingreso familiar crezca menos que el nivel de precios en los próximos 12 meses).

Este ambiente de incertidumbre también provoca que la calificación a la política económica del gobierno actual sea negativa, pues 52,4% de los encuestados dijo que el Gobierno hace un trabajo pobre, y solo un 10,9% piensa que hace un trabajo bueno. En la valoración sobre la política social, 48,1% espera aumentos en el desempleo y 52,3% en la pobreza durante los próximos 12 meses.

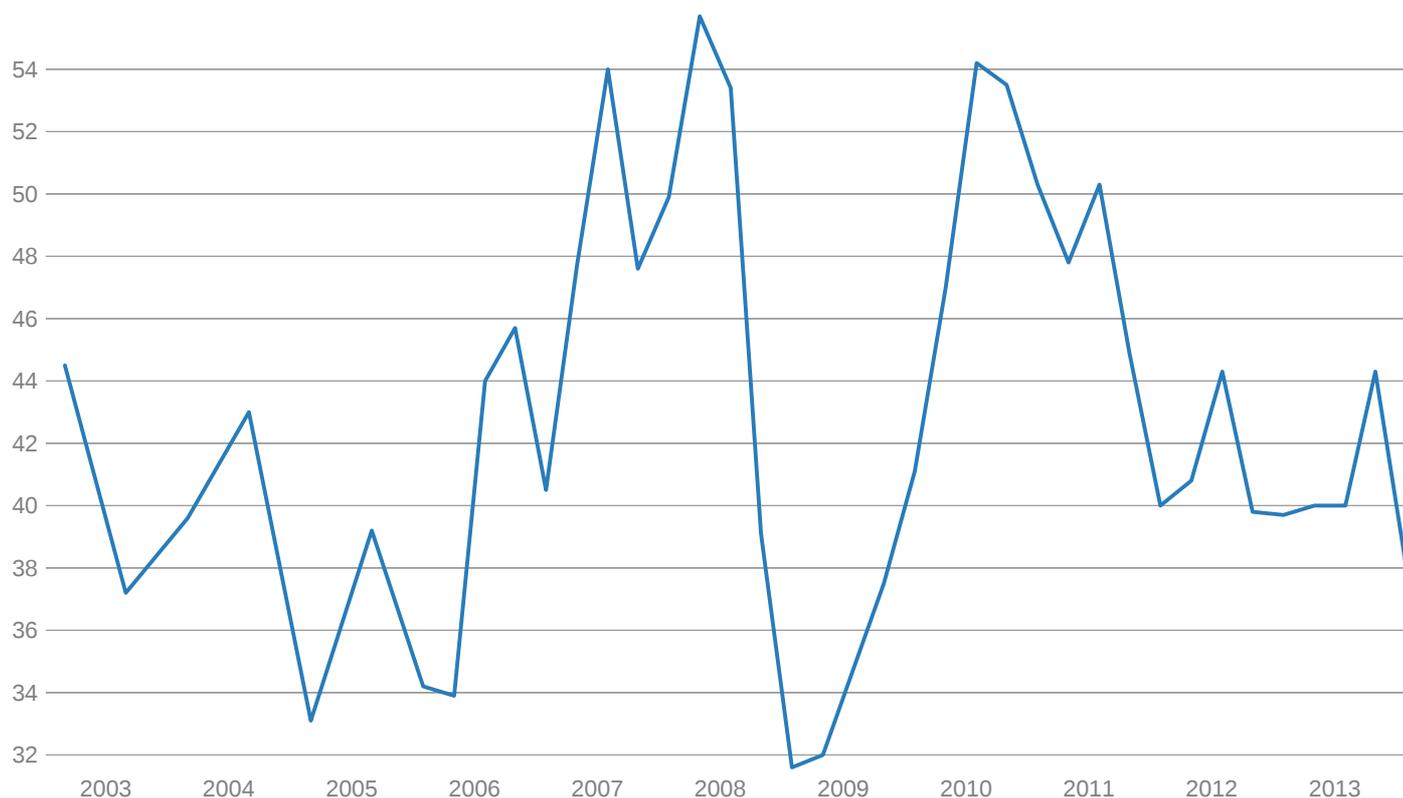
Sin ánimo de comprar

Sobre la compra de bienes duraderos como casa o carro la valoración de los consumidores es negativa. Un 60,3% de los encuestados cree que es un mal momento para comprar casa, un dato que además muestra un deterioro respecto a los últimos meses.

Con respecto a la compra de carro, es un 66,1% los que creen que son malos tiempos. El estudio considera que las advertencias constantes que se hacen sobre la difícil situación que está atravesando el país en materia fiscal y que podrían ocasionar una crisis financiera, están llamando a la cautela.

Pese a lo anterior, hay una valoración positiva del momento actual para la compra de artículos para el hogar, pues 29,7% cree que son buenos tiempos para adquirirlos, un porcentaje de la población que seguramente reaccionó a las ofertas de los comercios en el marco del viernes negro.

Índice de Confianza del Consumidor



Created with Datawrapper

Resultados Encuesta N°56 de Confianza de los Consumidores, Noviembre 2017



Resultados Encuesta N°56 de Confianza de los Consumidores, Noviembre 2017



Gabriela Mayorga López

Editora digital y periodista, Oficina de Divulgación e Información. Encargada área ciencias económicas, innovación y emprendimiento y derecho.

gabriela.mayorgalopez@ucr.ac.cr



Etiquetas: [icc](#), [confianza del consumidor](#), [consumo](#), [estadística](#).