UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

La confianza de los consumidores permanece en el suelo

La Escuela de Estadística presentó los resultados del estudio trimestral que consulta la opinión de los consumidores sobre el momento actual y futuro

28 AGO 2019 Economía

Los consumidores permanecen pesimistas sobre el cosnumo actual y futuro, según ICC de agosto del 2019. Karla Richmond

La confianza de los consumidores se deterioró en los últimos seis meses y actualmente registra 28,5 puntos (en una escala de cero a 100), lo que revela un aumento del pesimismo hacia la economía nacional. Es probable que, entre otras razones, esto se explique porque

los consumidores no están percibiendo medidas efectivas y de corto plazo que tiendan a reactivar la economía nacional. También es probable que la entrada en vigencia del IVA, medida que tiende a incrementar la recaudación de impuestos, contribuya a este hecho.

Así lo reveló la Encuesta N°63 realizada por la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica, que mide la Confianza del Consumidor y que fue presentada este 28 de agosto.

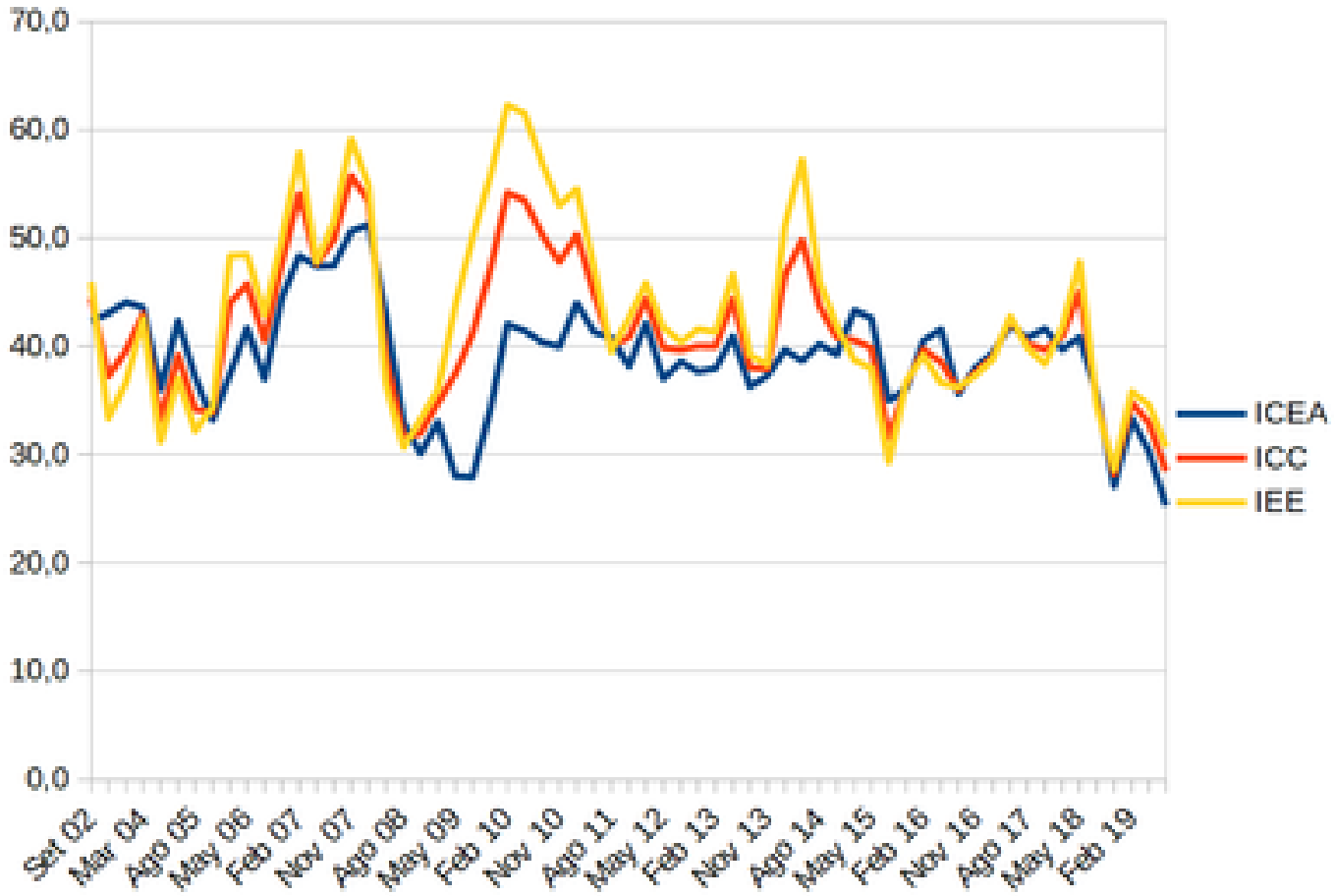
CONSULTE: Informe del ICC agosto 2019

Según el investigador Jhonny Madrigal Pana, un factor que deteriora el indicador es la percepción de la situación económica personal, particularmente en lo referente a la pérdida en la capacidad de compra en magnitudes importantes. De hecho, más de un **53% de la población consultada afirmó que su situación económica ahora es peor que la de antes**.

La confianza de los consumidores. Actualmente el ICC es de 28,5 puntos (en una escala de cero a 100) y seis meses atrás era de 34,8 puntos, lo que significa que la confianza continúa deteriorándose y ya perdió 6,3 puntos con respecto a febrero del presente año. Esto revela que el nivel de confianza actual muestra consumidores pesimistas, una situación que se presenta en el país desde hace un año y que es el segundo nivel de confianza más bajo, luego del registrado en noviembre del 2018, en los 17 años de la encuesta.

El estudio indica que es probable que esta caída se explique porque los consumidores no están percibiendo medidas efectivas y de corto plazo que tiendan a reactivar la economía nacional. Además, debe tomarse en cuenta que puede estar contribuyendo a esta situación la entrada en vigencia del Impuesto al Valor Agregado (IVA), medida que es parte de la Reforma Fiscal aprobada en la Asamblea Legislativa en diciembre del año pasado, buscando generar más recursos económicos al gobierno para enfrentar la crisis financiera que atraviesa el país.

Actualmente por cada consumidor optimista existen 6,1 que son pesimistas. Otra forma de observar la caída de la confianza es el saldo de consumidores optimistas menos pesimistas, pues cambió de -27,6 a -43,9 puntos porcentuales.



Evolución de la confianza de los consumidores. El gráfico muestra la línea del Índice de Confianza del Consumidor (ICC), el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA) y el Índice de Expectativas Económicas (IEE).

La tendencia del Índice de Confianza del Consumidor (ICC) en diferentes segmentos poblacionales muestra que la pérdida de la confianza en los últimos seis meses es generalizada para hombres y mujeres, en diferentes grupos de edad y niveles de educación. Algo similar sucede, principalmente en los últimos tres meses, cuando se analizan las diferentes categorías del número de perceptores de ingreso en el hogar, el monto de ingreso familiar que reciben, la capacidad de realizar gastos discrecionales y la situación económica que dicen estar experimentando por el ingreso mensual familiar que reciben.

El momento actual y el futuro económico

En los últimos seis meses los indicadores actuales y futuros registran una caída definida. Mientras el ICEA baja de 33,3 a 25,3 puntos (-8,0 puntos), el IEE lo hace de 35,8 a 30,7 puntos (-5,2 puntos). Esto muestra que, en el ambiente de incertidumbre que perciben los consumidores, existe una valoración más negativa por la situación económica actual que por el futuro económico del país.

Esto se corrobora con las respuestas a las preguntas individuales de cada índice. En el caso del ICEA, en los últimos seis meses, quienes dicen tener una condición económica peor que hace un año aumenta de 38,3% a 53,5% (15,3 puntos porcentuales) y quienes afirman que es un mal momento para comprar artículos para el hogar crece de 60,3% a 73,7% (13,4 puntos porcentuales). En el mismo período, las respuestas a las preguntas que componen el IEE también se deterioran.

Esto se sabe al estimar que **quienes consideran que la situación económica de su familia será peor el próximo año aumenta de 37,6% a 44,2%** (6,6 puntos porcentuales) y quienes piensan lo mismo para las empresas crece de 50,6% a 58,2% (7,6 puntos porcentuales). Además, quienes perciben períodos de crisis en el país durante los próximos 5 años aumenta de 59,1% a 65,2% (6,1 puntos porcentuales).

Los consumidores esperan incrementos en las tasas de interés de los préstamos en dinero hecho que coincide con la disminución de las tasas de interés que están promoviendo los bancos (medida que se está promoviendo como parte de las estrategias para reactivar la economía).

En el ámbito de la política social, 62,8% espera que el desempleo aumente en los próximos 12 meses. En el caso de la pobreza, 69,8% espera que aumente, en ambos casos las expectativas se deterioraron respecto a encuestas anteriores.

Sobre la encuesta

La Confianza del Consumidor es una encuesta telefónica trimestral que realiza la Unidad de Servicios Estadísticos de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica y se perfila como un termómetro del optimismo o pesimismo que experimentan los consumidores ante la situación económica nacional. Además, proporciona información de las opiniones y expectativas en campos como la política económica y social, la compra de bienes duraderos (casa y carro), la situación económica del hogar, el tipo de cambio y el precio de los combustibles, entre otros. Esta información es proporcionada al país desde el 2002.

La encuesta está posicionada como una fuente de información obligatoria para quienes desean conocer sobre el tema, por lo que es consultada por tomadores de decisiones, políticos e investigadores. La Encuesta del Consumidor es una estadística oficial del país y por este motivo la Escuela de Estadística pertenece al grupo de instituciones que conforman el Sistema de Estadística Nacional. Los resultados de la encuesta son proporcionados también a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

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: icc, estadistica, consumo, consumidores, confianza.