

Confianza del consumidor cae

Las condiciones de la economía permanecen similares a las de los meses anteriores; los mismos problemas en Oriente, crecimiento económico lento, amenaza de alzas en petróleo y alimentos, pero los consumidores sienten que han tenido un deterioro del costo de la vida.

El Índice de Confianza del Consumidor, que mide la percepción sobre el entorno macroeconómico por parte de los jefes de hogar de todas las edades y niveles educativos, cayó 5,4 puntos en mayo, con respecto al último dato de febrero.

La confianza actual del consumidor se ubicó en una magnitud de 44,9 en mayo tras estar en 50,3 en febrero y las expectativas a futuro se ubican aún más bajo, en 41,3.

El aumento en los precios del petróleo y el incremento del temor a perder el empleo son las principales razones para que los compradores vean que su economía está en problemas y estará aún peor.

“Por primera vez desde 2002, cuando iniciamos estas encuestas, el 90% de los consultados piensa que el combustible va a aumentar”, dijo Johnny Madrigal, investigador de la Universidad de Costa Rica (UCR).

Entre los temores expresados por las familias encuestadas están que perciben que habrá un aumento en la inflación (pérdida en la capacidad de compra), también un incremento en las tasas de préstamos personales lo que encarecería el crédito y un mal manejo de la política económica nacional, sobre todo en términos sociales.

Asimismo, el 34,2% de los encuestados considera que durante los próximos 12 meses habrá escasez en los alimentos básicos, mientras hace tres meses la proporción de personas que opinaba eso era del 28%.

Por otro lado, existen razones no tan económicas para que estos indicadores sean negativos, entre ellas se citan la pérdida de fe en los sistemas como el Judicial y la injerencia política del Poder Ejecutivo en el Legislativo, que tuvo su momento cumbre el 1º de mayo.

“Podríamos decir que es una situación ingrata, porque el efecto de mayo se lo están cobrando a Laura Chinchilla. Lo que sí es cierto es que este gobierno no ha logrado “ilusionar” al consumidor porque la Presidenta se “echó al hombro” la Asamblea”, opinó Edgar Gutiérrez-Espeleta, profesor de la UCR.

Para reforzar su opinión, Gutiérrez-Espeleta añadió que este panorama de desconfianza también se vivió hace unos años cuando se tuvo a dos expresidentes en la cárcel, lo que indica que a los consumidores les asusta ver a sus líderes en problemas.

El pesimismo de mayo no es aislado, ya que desde el inicio del gobierno de Laura Chinchilla, en 2010, la confianza del consumidor marca una caída. El único momento en que repuntó el optimismo fue en febrero de 2011, influenciado por la sensación de bienestar que generó la inauguración del Estadio Nacional.

“La tendencia del Índice desde 2010 es negativa, lo que revela una clara pérdida de esperanza sobre el bienestar de la economía”, se explica en el informe publicado por la Universidad de Costa Rica.

Esta encuesta se realizó de manera telefónica a 701 hogares entre el 2 y el 16 de mayo, abarcando el 65% del territorio nacional, por la escuela de Estadística de la UCR.

Carolina Acuña
cacuna@larepublica.net

HACIA ABAJO

Desde el inicio del gobierno de Laura Chinchilla la confianza del consumidor cae, el único momento en que repunta es en febrero, influenciada por la sensación de bienestar que generó la inauguración de una megaobra de infraestructura: el Estadio Nacional.

