

## NOTA DE PRENSA

### INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR 2023 (ICC 2023)

La Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) a través del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES) y el Observatorio Económico y de Emprendimiento (OEE) en colaboración con la Gerencia de Política Económica del Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) presentan los resultados de su último estudio, en el que se analiza la confianza que tienen los consumidores ante el panorama económico actual y futuro, tanto a nivel nacional como de sus hogares.

**Los resultados del Índice de Confianza del Consumidor (ICC) para el 2023 refleja una confianza del 59.50%**, indicando una posición optimista moderada por parte de los hogares encuestados respecto al funcionamiento de la economía en general y a su bienestar particular en términos de ingresos y gastos; tendencia que coincide con la observada en varios países del continente americano, la cual denota un incremento en sus niveles de confianza en comparación al año anterior.

Este nivel de confianza indica que la situación económica de los hogares no se ha deteriorado, sino que se está aproximando a las condiciones previas a la pandemia de la COVID-19. En este contexto, el ICC **ha experimentado un incremento de 3.1pp** con respecto a 2022, manifestando una mejor percepción hacia las condiciones económicas futuras a nivel nacional. A pesar de este aumento en la confianza, es importante señalar que la mejora del ICC ha mostrado una desaceleración para el año 2023.

A nivel comparativo, **se visualiza que las mujeres siguen siendo más optimistas que los hombres**, reflejando una diferencia de 3.46%. El menor grado de optimismo observado en los hombres es explicado, en parte, por la mayor incertidumbre que mantienen ante los diversos factores que pueden influir en sus ingresos o estabilidad laboral. Esta misma situación se presenta al comparar los distintos grupos generacionales por edad, en la que **los jóvenes se mostraron más optimistas que las personas con edades más avanzadas**, dado que, en este último grupo, su posición se ha mantenido en una confianza moderada pesimista.

Por otra parte, **las regiones Occidental, Litoral Atlántico y Valle de Sula presentaron un mayor grado de optimismo** con relación a otras regiones del país, alcanzando un optimismo atendible, sin embargo, la región Central sigue siendo la región en la que menos confianza se observa. Además, los resultados evidencian diferencias significativas por departamento, en donde, **Lempira,**



**Intibucá y Santa Bárbara fueron los que ostentaron los mayores niveles de confianza por parte de los consumidores,** alcanzando un optimismo atendible, en contraste con Islas de la Bahía y Gracias a Dios reflejaron un menor grado de confianza del 51.80% y 53.83%, respectivamente.

Es de destacar que **se observa una mejora en los niveles de confianza de los hogares a medida que los ingresos son mayores,** visualizándose que, en el caso de los estratos de ingresos bajos su optimismo tiende a ser menor que aquellos que cuentan con ingresos más altos, siendo más relevante cuando se compara a nivel de las expectativas para los próximos meses.

Los resultados del ICC de 2023 resumen los principales desafíos a que se enfrentan el entorno económico de Honduras, especialmente, desde la perspectiva de los hogares, ya que las expectativas y confianza que estos tienen sobre su economía familiar o nacional, influye en la dinámica económica por medio del consumo privado, el ahorro y la inversión, y por ende puede tener un efecto a corto, mediano y largo plazo.

Asimismo, es importante mencionar que estos hallazgos pueden ser de utilidad para los diferentes actores en la articulación y coordinación de toma de decisiones de política pública que primen el bienestar de la población en términos del mejoramiento del gasto de consumo privado y por ende en el crecimiento económico del país.

Tegucigalpa, MDC; 29 de febrero de 2024