

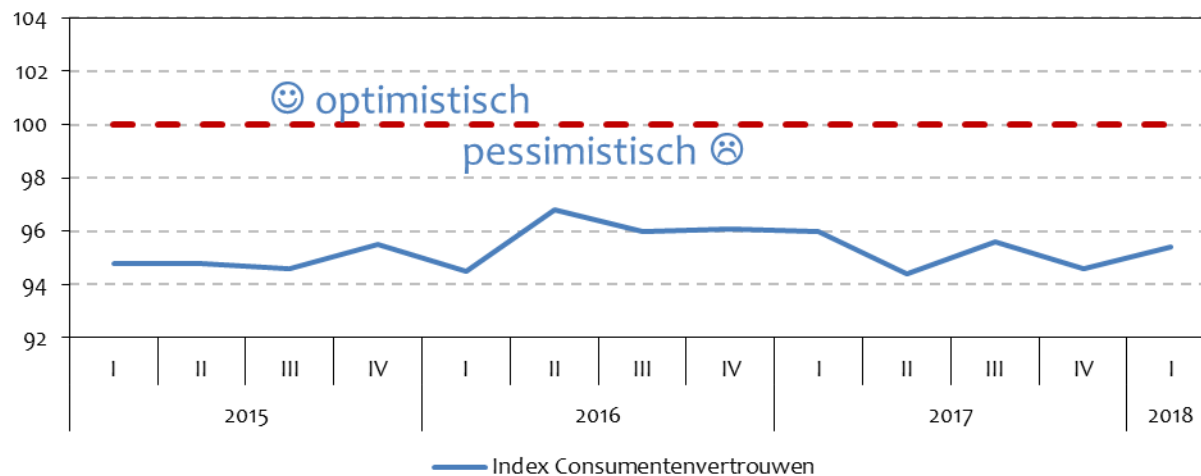
## Ondanks een positieve beweging blijven consumenten pessimistisch

Persbericht<sup>1</sup>

30 april 2018

Hoewel het consumentenvertrouwen licht verbeterde in het eerste kwartaal van 2018, bleven consumenten pessimistisch, aldus de meest recente uitkomst van de Consumer Confidence Survey (CCS) van de Centrale Bank van Aruba (grafiek 1).<sup>2</sup>

**Grafiek 1: Index Consumentenvertrouwen**

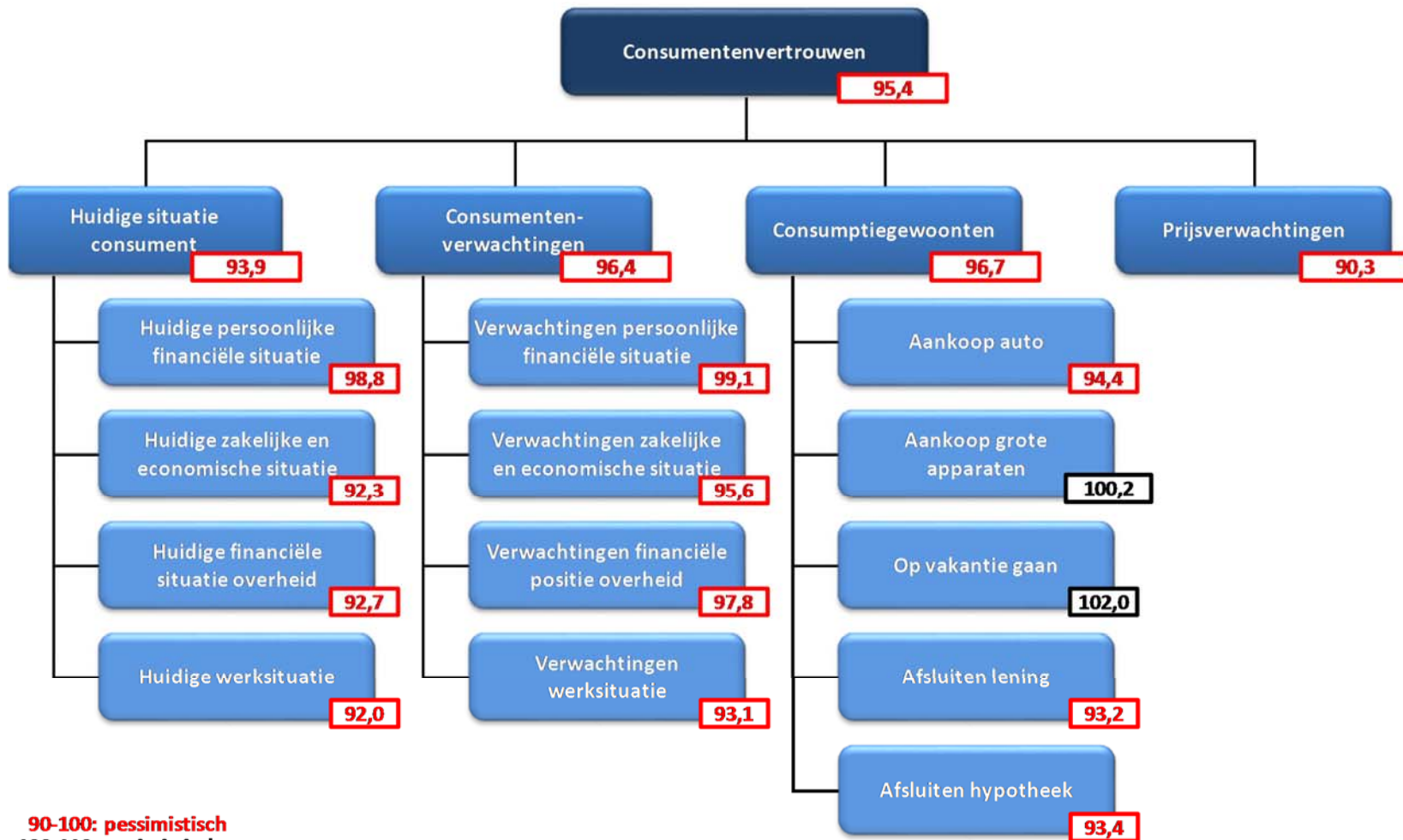


<sup>1</sup> De Engelse versie prevaleert.

<sup>2</sup> De index kan variëren van 90 tot 110. Tussen 90 en 100 duidt op een pessimistische situatie. Een index van precies 100 geeft aan dat de consumenten niet pessimistisch of optimistisch zijn, maar neutraal zijn over de economische ontwikkelingen in Aruba. Tussen 100 en 110 duidt op een situatie van optimisme in consumentensentiment.

De consumenten werden negatief over hun *huidige persoonlijke financiële situatie*, waarvan de index naar 98,9 daalde, evenals over hun *toekomstige persoonlijke financiële situatie* (99,1). De overige componenten van de index van de huidige situatie van de consument zijn weinig veranderd met als gevolg een kleine daling van de Huidige Situatie Index van 94,3 naar 93,9 (grafiek 2).

**Grafiek 2: Componenten Index Consumentenvertrouwen**



De index consumentenverwachtingen bleef vrijwel zonder wijziging op 96,4 staan, waar consumenten een minder negatieve kijk op de verwachtingen van de financiële situatie van de overheid rapporteerden: 24,3 procent van de respondenten verwachtten dat de financiële situatie van de overheid zou verbeteren tegenover 9,4 procent van de respondenten in het voorgaande kwartaal.

De index Consumptiegewoonten verbeterde in het verslagkwartaal. Consumenten waren positief over het aanschaffen van grote apparatuur en op vakantie gaan, wellicht onder invloed van het vooruitzicht van de naderende vakantieperiode. De overgrote meerderheid van de respondenten (88,0%) verwacht dat de prijzen in de komende zes maanden zullen stijgen, leidende tot een Index Prijsverwachtingen van 90,3.

Samengevat wordt de verbetering van het consumentenvertrouwen voornamelijk verklaard door een stijging in de consumptiegewoonten (Tabel 1).

**Tabel 1: Belangrijkste resultaten**

|                            | 2015 |      |      |      | 2016 |       |      |      | 2017 |      |      |      | 2018 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|
|                            | I    | II   | III  | IV   | I    | II    | III  | IV   | I    | II   | III  | IV   | I    |
| Consumentenvertrouwen      | 94,8 | 94,8 | 94,6 | 95,5 | 94,5 | 96,8  | 96,0 | 96,1 | 96,0 | 94,4 | 95,6 | 94,6 | 95,4 |
| Huidige situatie consument | 93,9 | 93,4 | 93,2 | 94,7 | 93,2 | 95,3  | 94,8 | 96,5 | 94,6 | 95,5 | 94,8 | 94,3 | 93,9 |
| Consumentenverwachtingen   | 95,4 | 95,0 | 96,6 | 98,0 | 95,1 | 100,2 | 99,6 | 99,3 | 97,6 | 94,7 | 97,3 | 96,3 | 96,4 |
| Consumptiegewoonten        | 95,9 | 96,6 | 95,0 | 95,1 | 96,0 | 96,4  | 95,2 | 94,3 | 96,8 | 94,2 | 95,7 | 94,4 | 96,7 |
| Prijsverwachtingen         | 90,2 | 90,7 | 90,2 | 90,5 | 90,7 | 91,0  | 90,7 | 90,2 | 91,2 | 90,3 | 90,9 | 90,7 | 90,3 |