



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

Escuela de  
Estadística

Unidad de Servicios  
Estadísticos

Investigador:  
Johnny Madrigal Pana, M.Sc.  
e-mail:  
johnny.madrigal@ucr.ac.cr

Documento disponible en :  
[www.estadistica.ucr.ac.cr](http://www.estadistica.ucr.ac.cr)  
[www.ucr.ac.cr](http://www.ucr.ac.cr)

# La Confianza de los Consumidores Encuesta N° 34 Mayo 2012

60  
55  
50  
45  
40  
35  
30  
0

San José, Costa Rica

## SÍNTESIS METODOLÓGICA

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica. De setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta) hasta marzo del 2005, su frecuencia fue semestral (marzo y setiembre) y se ejecutaron seis encuestas. A partir de agosto del 2005, con el apoyo de la Rectoría, se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre), contabilizando 28 encuestas más. Actualmente se cuenta con un total de 34 encuestas realizadas.

Para realizar la encuesta se asume que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, aumenta el deseo de realizar gastos y contraer deudas, y que, por el contrario, la incertidumbre produce pesimismo y, por ello, el deseo de reducir los gastos y reorganizar las reservas financieras. Se prevee, entonces, que cuando muchos consumidores cambian al mismo tiempo de una perspectiva a otra, surge un cambio generalizado en su comportamiento de compra y esto afecta, de manera favorable o desfavorable, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurren previamente al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica doméstica. De esta manera, el planteamiento le asigna importancia al poder del consumidor.

Síntesis metodológica La Confianza del Consumidor. Encuesta No 34. Mayo del 2012	
Investigador principal:	Johnny Madrigal Pana
Investigador asociado:	Edgar Gutiérrez Espeleta. Director Escuela de Estadística
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística. Coordinador: Fernando Ramírez
Coordinadora de trabajo de campo:	Yorlene Quirós Díaz
Supervisoras:	Ana Ruth Román Lara, Ana Vargas Ulate y Pamela Rodríguez Fonseca
Fecha de la encuesta:	del 2 al 15 de mayo del 2012
Población de interés:	hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de la muestra:	707 hogares
Informante:	principal sostén económico del hogar (95,9%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, una persona adulta informada de la situación económica del hogar. Ver Cuadro Anexo para más detalles.
Muestreo de teléfonos:	estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg).
Error de muestreo:	el ICC, que es un índice promedio, revela diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a 1,8 puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a 3,7 puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%).

**El cálculo del ICC** se hace con las respuestas a cinco preguntas: dos referentes a las condiciones económicas actuales y otras tres relacionadas con las expectativas económicas<sup>1</sup>. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es favorable, 50 a las respuestas neutras o “no sabe” y cero a las desfavorables. Luego se calcula un promedio con los cinco puntajes. El rango alcanza un mínimo en cero, el valor más bajo del ICC, es decir el pesimismo más acentuado. El máximo se alcanza en 100, el mayor grado de optimismo. La posición intermedia (ni pesimista ni optimista, neutral, indecisa o de incertidumbre) se alcanza cuando el valor es de 50.

El ICC se descompone en dos índices adicionales. Uno de ellos es el **Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA)**<sup>2</sup>, que se deriva de las preguntas que valoran el momento para la compra de bienes duraderos y la percepción de la situación económica de la familia comparada con un año atrás. El otro es el **Índice de Expectativas Económicas (IEE)**<sup>3</sup>, que se obtiene de las preguntas sobre la situación económica de la familia y de las empresas dentro de un año, y la situación del país dentro de los próximos cinco años. Para calcular ambos índices se procede de manera semejante al ICC.

<sup>1</sup> Los resultados de las preguntas individuales que componen el ICC se encuentran en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15.

<sup>2</sup> Los resultados de las preguntas individuales que componen el ICEA se encuentran en los Gráficos 10 y 15.

<sup>3</sup> Los resultados de las preguntas individuales que componen el IEE se encuentran en los Gráficos 11, 13 y 14.

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

**La confianza de los consumidores.** Los consumidores están experimentando una pérdida importante de confianza en la economía nacional. Esto se afirma porque el ICC de mayo disminuyó a 39,8 (en una escala de cero a 100), cifra que tres meses atrás era de 44,3 (cayó 4,5 puntos) (Gráfico 1). Pese a que entre noviembre del 2011 y febrero del 2012 hubo indicios de una leve mejoría, lo cierto es que desde febrero del 2010 la tendencia general del índice refleja consumidores cada vez más pesimistas. Prueba de ello es que en poco más de dos años la confianza disminuyó 14,4 puntos.

El pesimismo hacia la economía se manifiesta en la clasificación de los consumidores (Gráfico 2). Por un lado, el grupo de optimistas es de 14,0%, pero el de los pesimistas alcanza al doble de los consumidores (28,9%). Además, mientras el grupo de optimistas cayó 4,0 puntos en los últimos tres meses, el de pesimistas aumentó casi 9 puntos porcentuales. Estos cambios hacen que la diferencia entre el grupo de consumidores pesimistas y optimistas sea actualmente de -14,9 puntos porcentuales, cuando en noviembre pasado esa cifra era de -2,1.

Si se compara con la encuesta anterior es factible observar que la incertidumbre se acentuó en hombres y, principalmente, en mujeres que llevan el rol de principal sostén económico del hogar. También se observa en todos los grupos de edades, principalmente en las personas de 50 años y más, así como en todos los niveles educativos (Gráficos del 3 al 5). Sucede lo mismo cuando se considera el número de perceptores de ingreso en el hogar, los ingresos familiares, la capacidad de realizar gastos discrecionales y al valorar la situación que experimentan las familias con el ingreso mensual que reciben, especialmente entre quienes manifestaron grandes dificultades económicas (Gráficos del 6 al 9). Esto significa que la pérdida de la confianza registrada durante los últimos tres meses es generalizada, pues así lo revelan los diferenciales demográficos y socioeconómicos.

**¿Por qué cae la confianza?** Para responder a esta pregunta es necesario recordar que el ICC puede subdividirse en dos índices adicionales: el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA, de los Gráficos 10 y 15) y el Índice de Expectativas Económicas (IEE, de los Gráficos 11, 13 y 14). Mientras el primero brinda una valoración sobre la confianza en la situación económica actual, el segundo lo hace sobre el futuro económico.

Estos índices revelan que la caída en la confianza (4,5 puntos en los últimos tres meses), se produjo porque se deterioraron tanto las valoraciones por el momento actual como las expectativas sobre el futuro de la economía (Gráfico 16). Específicamente, durante los últimos tres meses el ICEA disminuyó 5,1 puntos (de 42,1 a 37,0) y el IEE lo hizo en 4,1 puntos (45,8 a 41,7). Dos observaciones sobre estos dos indicadores son, por una parte, que cayeron en magnitudes similares y, por la otra, que están mostrando los niveles más bajos alcanzados desde hace poco más de dos años.

La disminución de la confianza también puede justificarse porque, para los próximos 12 meses, el 79,3% de los consumidores cree que el precio de los combustibles (diesel y gasolina) aumentará, cifra que era más baja tres meses atrás (74,3%). No obstante, y contrario a lo esperado, actualmente solo el 38,3% piensa que el tipo de cambio aumentará, magnitud que era mayor hace tres meses (47,4%). Esto significa mientras las expectativas por el precio de los combustibles son más negativas que hace tres meses, las del tipo de cambio son más favorables (Cuadros 1 al 5).

Lo anterior permite pensar que en el país se están presentando otras circunstancias, no medidas por la encuesta, que están erosionando la confianza hacia la economía. Desde una perspectiva nacional pueden mencionarse diversos factores. Los más actuales, desde un punto de vista económico, son la falta de ingresos que está experimentando el Gobierno Central, el rechazo por inconstitucionalidad de la Sala IV a la Ley de Solidaridad Tributaria y, como consecuencia, el aumento del 13% en el impuesto de ventas a productos alimenticios suntuarios decretado recientemente por el Gobierno de la República. A esto se le suma que, como

consecuencia de la falta de recursos por parte del Gobierno Central, ya se anuncia que serán afectados los presupuestos dirigidos a salud, educación y seguridad ciudadana. Es claro que dichas medidas podrían contribuir a generar el pesimismo que está captando la población, particularmente por el aumento del 13% en el impuesto de ventas.

No obstante, también pueden agregarse como factores que están socavando la confianza, otros que no pasan desapercibidos por los consumidores. Uno de ellos es el escándalo que se presentó en el Ministerio de Hacienda y que culminó con la renuncia del Ministro y del Director de Tributación Directa ante las acusaciones hacia ambos por evasión de impuestos. A esto se le deben sumar el pago de dádivas detectado en el proceso de construcción de la trocha fronteriza paralela al Río San Juan y la falta de planificación para ejecutar la obra, lo que provocó, entre otros, la renuncia del Ministro de Obras Públicas y Transportes. Además, no puede dejar de mencionarse que todavía está latente la problemática institucional que se manifiesta en el área de la salud, por la deficiente administración de los recursos financieros en la Caja Costarricense de Seguro Social; en la administración de la justicia, por la fuga de información en el Poder Judicial y en la impunidad ante la inseguridad que afecta el país, solo para mencionar algunos ejemplos recientes. Resulta evidente que una situación como la descrita podría estar erosionando la confianza de los consumidores.

Es necesario mencionar que el desaliento y la incertidumbre que padecen los consumidores contrasta con el desenvolvimiento de la actividad económica que viene experimentando el país en los años recientes. Esto se afirma porque, si bien es cierto, a nivel mundial la actividad económica continuó cayendo por el efecto de las políticas de contención del gasto público que están practicando los países desarrollados después de la crisis financiera internacional del 2008-2009, Costa Rica pasó de tener una de las inflaciones más altas de América Latina a una que la ubica entre los países con menor inflación, incluso la menor de Centroamérica en el 2011 (5%  $\pm$ 1 punto porcentual). Además, en el 2011, el Producto Interno Bruto (PIB) registró un crecimiento real de 4,2%, lo que puede considerarse positivo, luego de la caída observada en el 2009<sup>4</sup>. Adicionalmente, se sabe que la tasa de desempleo abierto en el 2011 se mantuvo estable (7,7%) con respecto a la del 2010 (7,3%) y que la incidencia de la pobreza total (21,3% en 2010 y 21,6% en 2011), así como la de la pobreza extrema (6,0% en 2010 y 6,4% en 2011), se mantuvieron en los mismos niveles para ambos años<sup>5</sup>. Con este panorama se proyecta que el PIB podría crecer alrededor del 3,8% en el 2012, alcanzando niveles que, en el mejor de los casos, no generarán presiones inflacionarias adicionales sobre la meta de inflación definida en un rango de 5%  $\pm$ 1 puntos porcentuales<sup>6</sup>. El efecto de estos hechos no es menor ya que, por ejemplo, la Promotora de Comercio Exterior continúa informando sobre el fuerte crecimiento de las exportaciones en el primer trimestre del año y el Reporte Global de Facilitación del Comercio, publicado por el Foro Económico Mundial, mostró que Costa Rica ocupa el tercer lugar en América Latina y el Caribe entre los países más abiertos al comercio exterior, solo superada por Chile y Uruguay (puesto 43 de un total de 132 economías del mundo).

En otras palabras, todo hace indicar que, por diferentes motivos, actualmente la confianza de los consumidores está divorciada de lo que realmente está experimentando la economía nacional y es de esperar que no solo los factores económicos la estén deteriorando (los aumentos en los precios de los alimentos, en los precios del petróleo, en las tasas de interés, etc.), sino que también contribuya la crisis institucional, social y política que está atravesando el país. Otros elementos que pueden tomarse en cuenta se enuncian seguidamente.

**Otras percepciones sobre la economía.** En el ámbito de la inflación, las expectativas de aumento en las tasas de interés para los préstamos de dinero son negativas, pues quienes piensan así constituyen el 71,0% de los consumidores, cifra que muestra una tendencia de aumento desde febrero del 2010 (Gráfico 17). Por otra

<sup>4</sup> Una amplia explicación de la situación mundial y de la de Costa Rica en particular se encuentra en el documento: Banco Central de Costa Rica. Programa Macroeconómico 2012-2013. Documento en línea: <http://www.bccr.fi.cr/>

<sup>5</sup> Instituto Nacional de Estadística y Censos. Encuesta Nacional de Hogares. Cifras básicas sobre fuerza de trabajo, pobreza e ingresos. Julio del 2011. Documento en línea: <http://www.inec.go.cr/>

<sup>6</sup> Banco Central de Costa Rica. Programa Macroeconómico 2012-2013. Documento en línea: <http://www.bccr.fi.cr/>

parte, el 52,8% espera que durante los próximos 12 meses el ingreso de su familia sea mayor que el del año pasado y esta magnitud muestra una tendencia irregular durante los últimos dos años (Gráfico 18). Adicionalmente, está la expectativa sobre la capacidad de compra de los consumidores. Sobre esta, el 50,1% espera que el ingreso familiar aumente menos que los precios o, en otras palabras, la mitad de los consumidores espera pérdidas en la capacidad de compra durante el próximo año. En los últimos dos años, esta variable también refleja un comportamiento irregular (Gráfico 19).

Otra área de resultados muestra que la calificación a la política económica del gobierno actual es bastante negativa. Esto se afirma porque solamente el 5,0% responde que se está haciendo un trabajo bueno y una mayoría del 73,7% opina que se está haciendo un trabajo pobre. La tendencia de la calificación a la política económica del actual gobierno viene cayendo desde febrero del 2010. Sobre este tema puede afirmarse que desde hace dos años las calificaciones negativas superan a las positivas y que actualmente se registró la calificación más negativa para la actual Administración (-68 puntos porcentuales) (Gráfico 20).

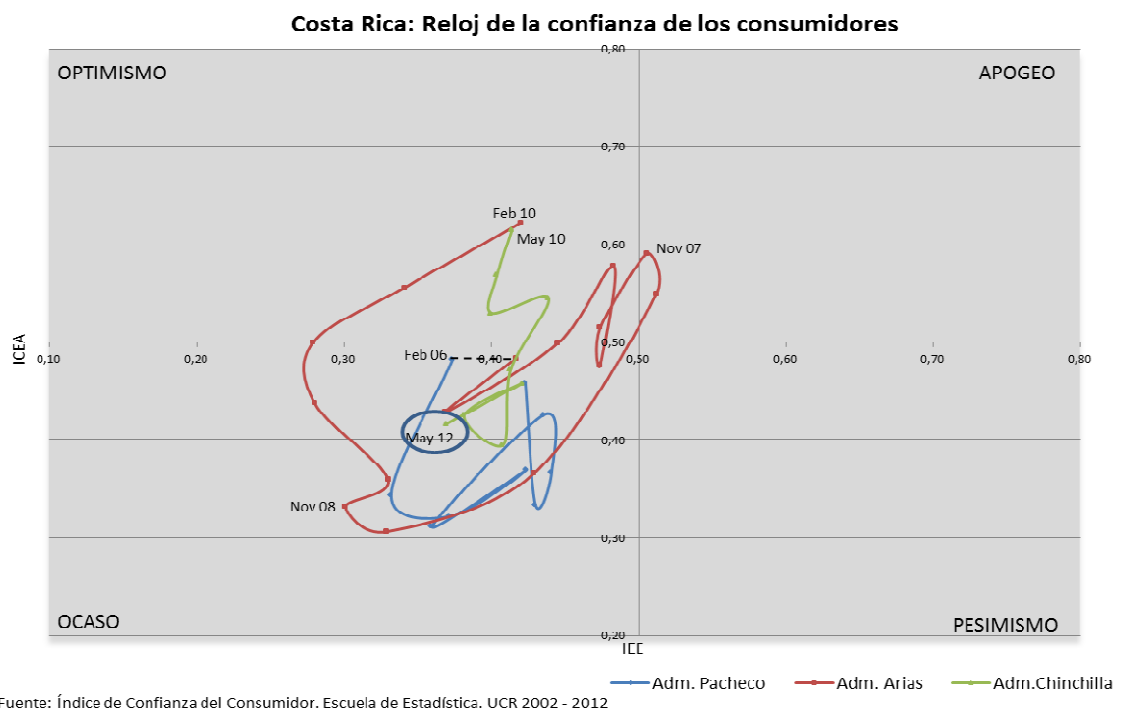
En el ámbito de la política social las expectativas también son negativas. Actualmente, el 55,2% de los consumidores cree que el desempleo será mayor durante los próximos 12 meses y esta cifra es parecida en las últimas tres encuestas (Gráfico 21). Con respecto a la pobreza la situación es similar, pues el 65,8% cree que aumentará durante los próximos 12 meses y prácticamente no registra cambios durante el último año (Gráfico 22).

La valoración del momento para la compra de casa muestra un deterioro. Esto se afirma porque actualmente el 19,5% piensa que son buenos tiempos para comprar. Sin embargo, esta magnitud era de 23,6% tres meses atrás y la tendencia revela que esta valoración viene deteriorándose, pues hace más de un año esa cifra era de 30,6%(Gráfico 23). Por otra parte, sobre la compra de carro, actualmente el 15,8% responde que son buenos tiempos para comprarlo y las variaciones registradas durante el último año no son significativas, por lo que dichas valoraciones continúan en niveles bajos (Gráfico 24).

## NOTA TÉCNICA 1 EL RELOJ DE LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES<sup>7</sup>

La confianza del consumidor puede verse como el grado de optimismo sobre el estado de la economía que los consumidores expresan por medio de las actividades de ahorro y gasto y de expectativas de demanda tanto para el presente como para el futuro cercano. El ICC se calcula considerando dos grandes dimensiones: la primera genera el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA) mientras que la segunda permite calcular el Índice de Expectativas Económicas (IEE)<sup>8</sup>. Esto permite construir posibles situaciones, considerando, por un lado, cómo percibe el consumidor su confianza en la economía actual y, por el otro, la percepción sobre la economía en el futuro. Por ejemplo, si se percibe una baja confianza en la situación actual pero se vislumbra un futuro mejor, podría decirse que estamos en la presencia de una situación de optimismo, pero si el futuro no se percibe de igual manera, podría decirse que se encierra un sentimiento de ocaso o decadencia. Igualmente, si los consumidores perciben una situación económica actual muy favorable y no vislumbran un futuro promisorio, se estaría bajo una situación de pesimismo, mientras que una percepción contraria del futuro podría definir una percepción de apogeo o de clímax.

Tal como se observa en la gráfica, la trayectoria de la confianza del consumidor, desde que se inició su medición, ha venido del "ocaso", en la Administración Pacheco, transitando momentos de "optimismo", "apogeo" y vuelta al "ocaso", para repuntar al "optimismo" al final de la Administración Arias. Durante la Administración Chinchilla se ha observado un comportamiento que va del "optimismo" en caída franca hacia el "ocaso", con una sola excepción en la medición de febrero 2011, donde se registró un repunte en las expectativas de los consumidores sobre la situación económica del país. Esta última situación no logró mantenerse para las siguientes mediciones en las que se muestra el deterioro de la percepción tanto en las expectativas como en la correspondiente a las condiciones económicas actuales. Esta última medición de mayo del 2012 muestra como al caerse las expectativas y las valoraciones sobre las condiciones actuales, la trayectoria de la confianza apunta hacia una profundización en el estado de "Ocaso".



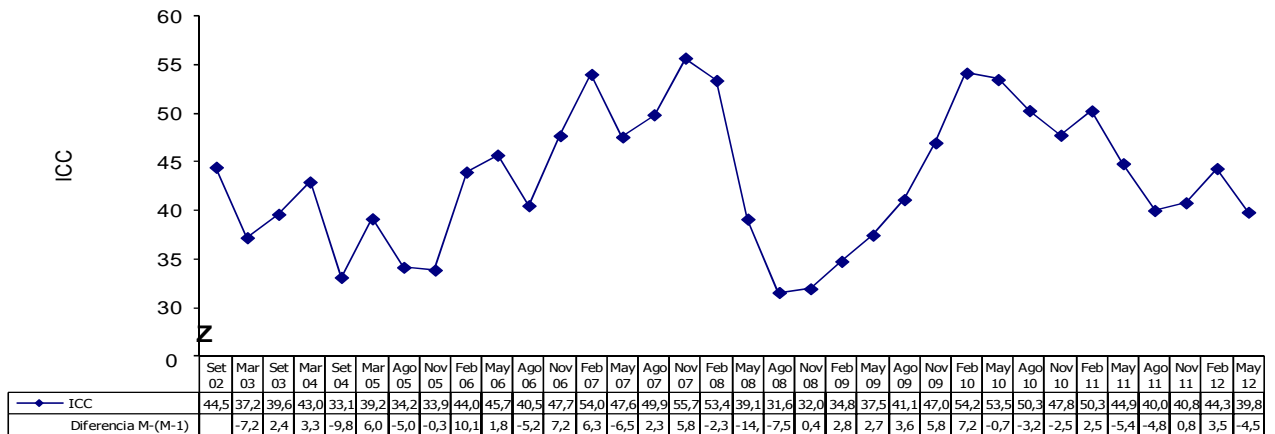
<sup>7</sup> Contribución del Dr. Edgar E. Gutiérrez Espeleta, Director de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica.

<sup>8</sup> En la síntesis metodológica se mencionan las variables que componen cada uno de los índices.

## RESULTADOS GRÁFICOS: de setiembre del 2002 a febrero del 2012

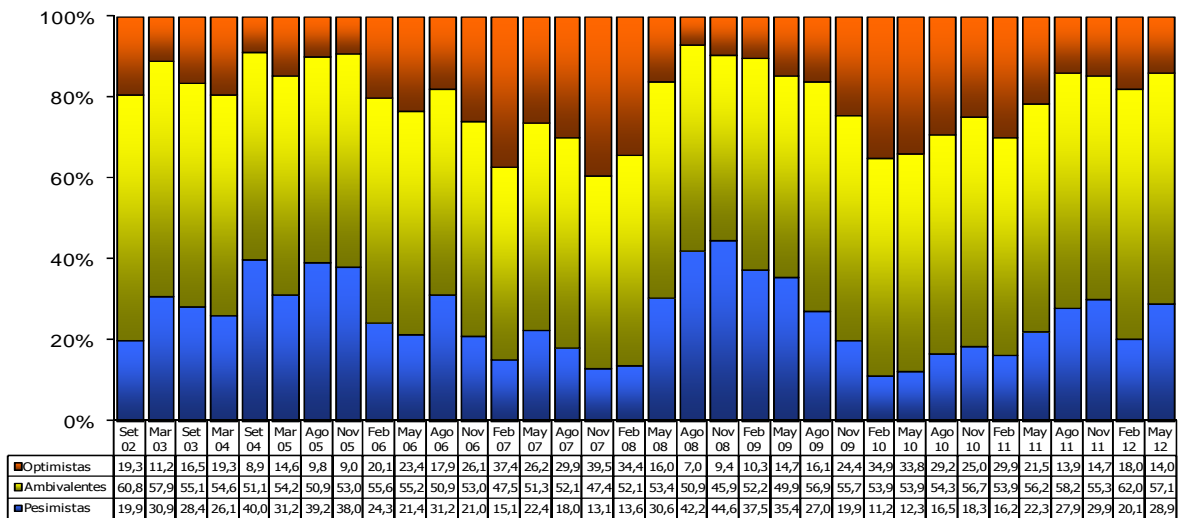
### LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

**Gráfico 1**  
Índice de Confianza del Consumidor (ICC)  
(promedios en un rango de cero a 100)



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 2**  
Distribución porcentual de la clasificación de los consumidores con base en el ICC

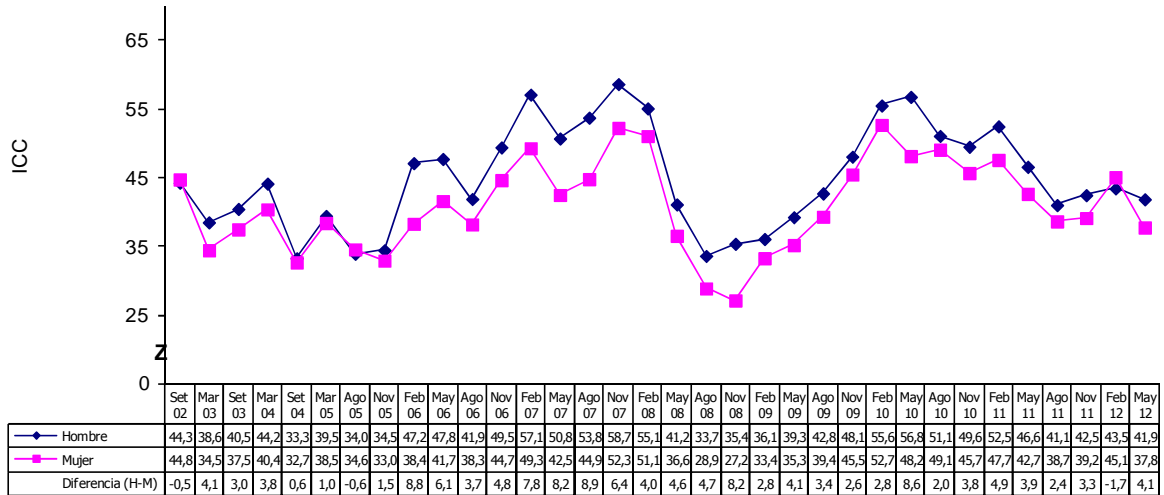


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada grupo es fijo y en el de consumidores pesimistas es 13,6, en los ambivalentes es 43,1 y en los optimistas de 77,9.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

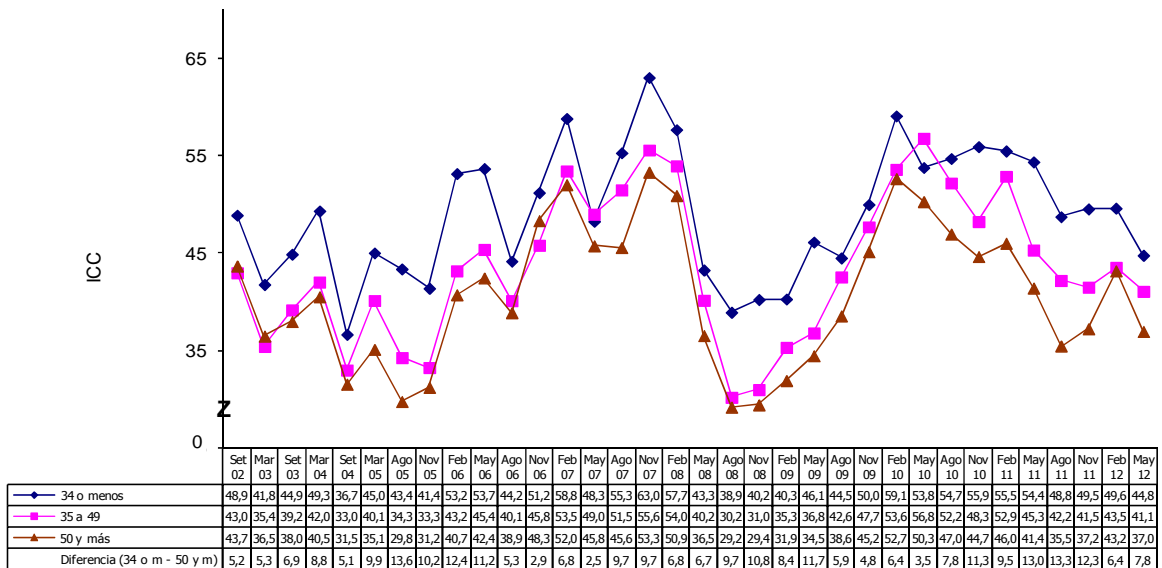
## DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

**Gráfico 3**  
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

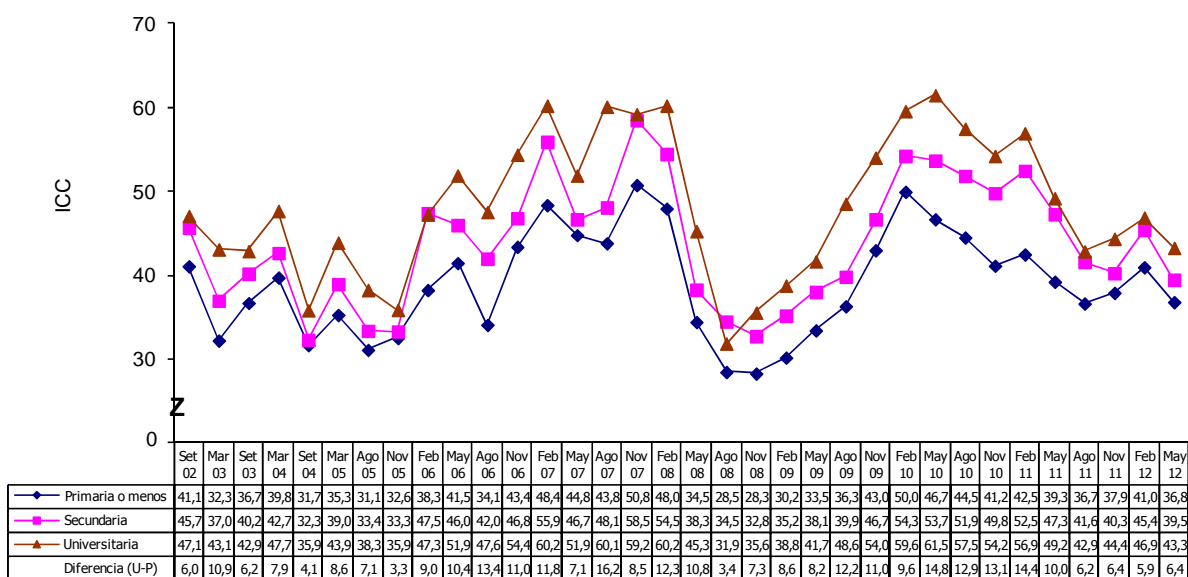
**Gráfico 4**  
ICC según edad del principal sostén económico del hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.



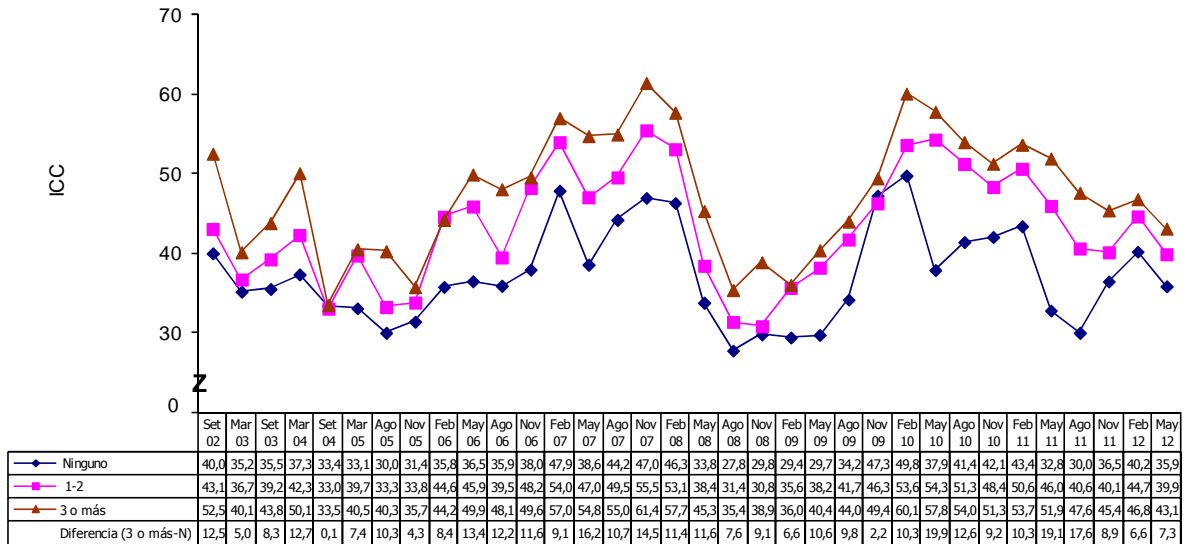
**Gráfico 5**  
**ICC según niveles de educación del principal sostén económico del hogar**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

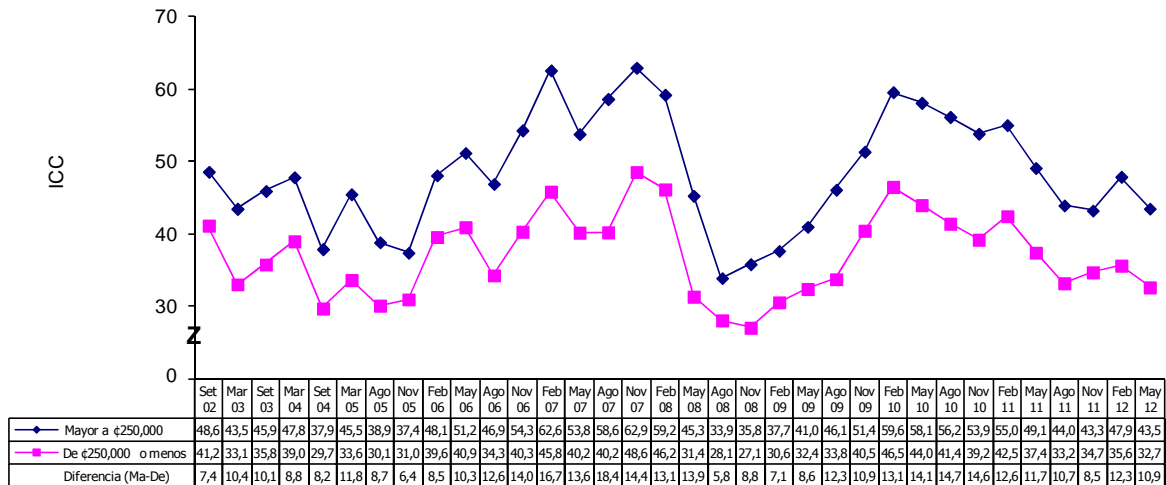
## DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

**Gráfico 6**  
ICC según número de personas que trabajan en el hogar



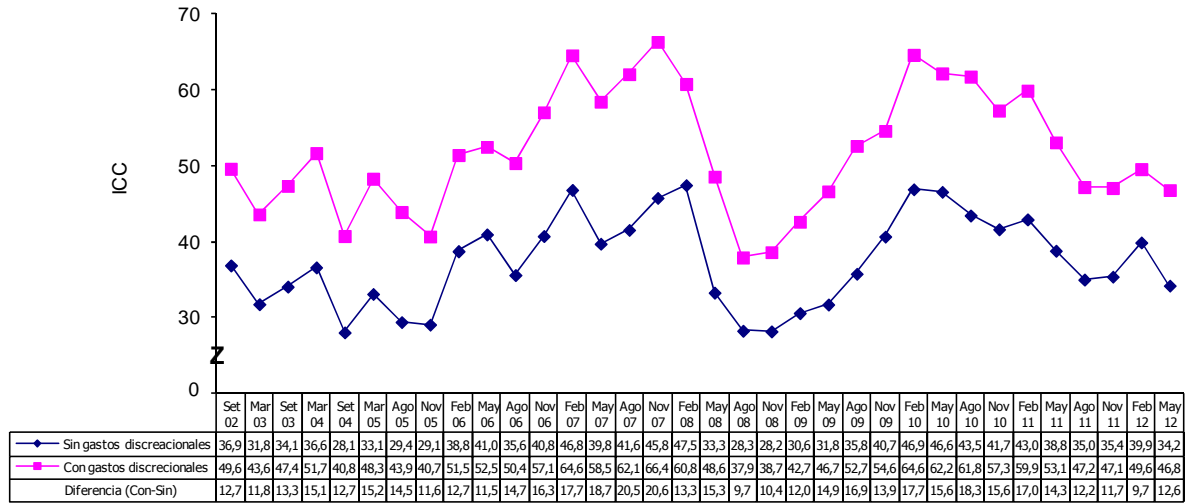
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 7**  
ICC según monto de ingreso familiar que reciben por mes en el hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

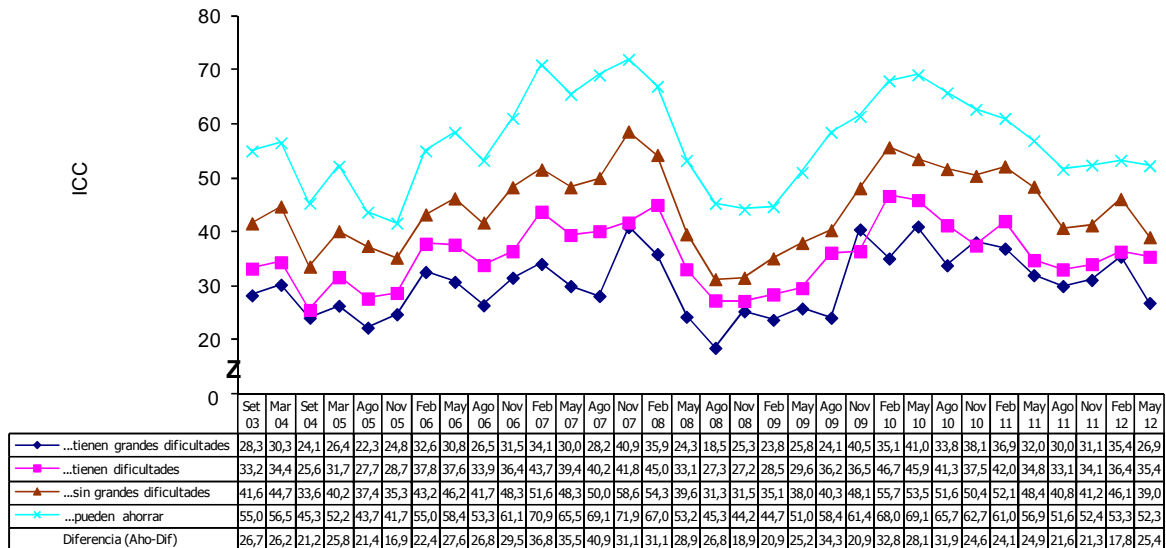
**Gráfico 8**  
**ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>**



<sup>1</sup>Es la capacidad que manifestó el consumidor de realizar, en el corto plazo, al crédito o al contado, compras de al menos uno de los siguientes bienes: artículos grandes para el hogar, microcomputadora, terreno, viaje de placer, vehículo y casa. Ver Cuadro y Gráfico Anexo.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

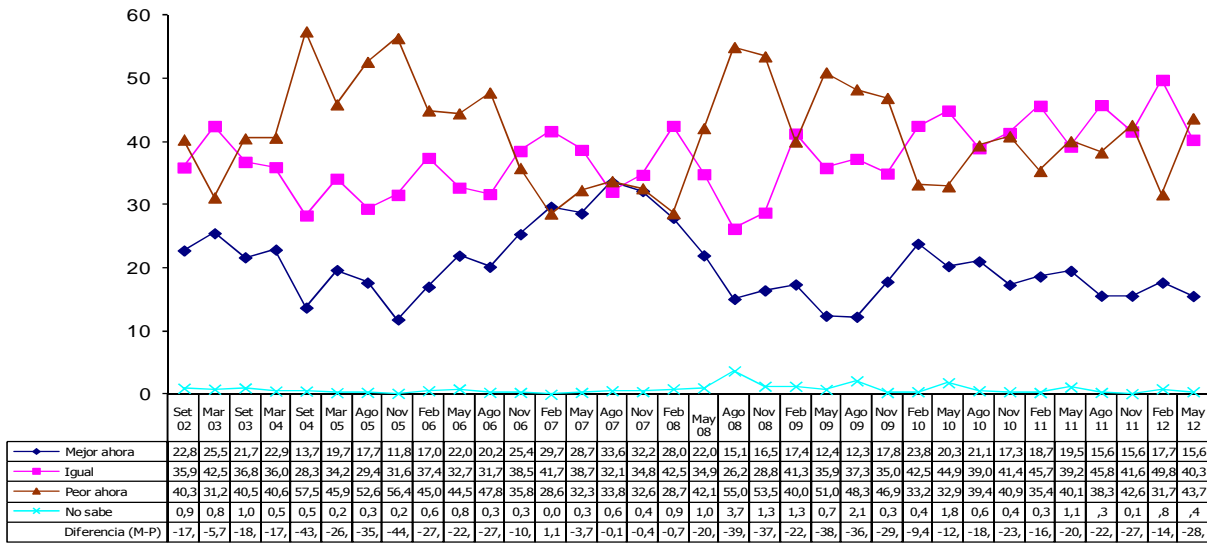
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

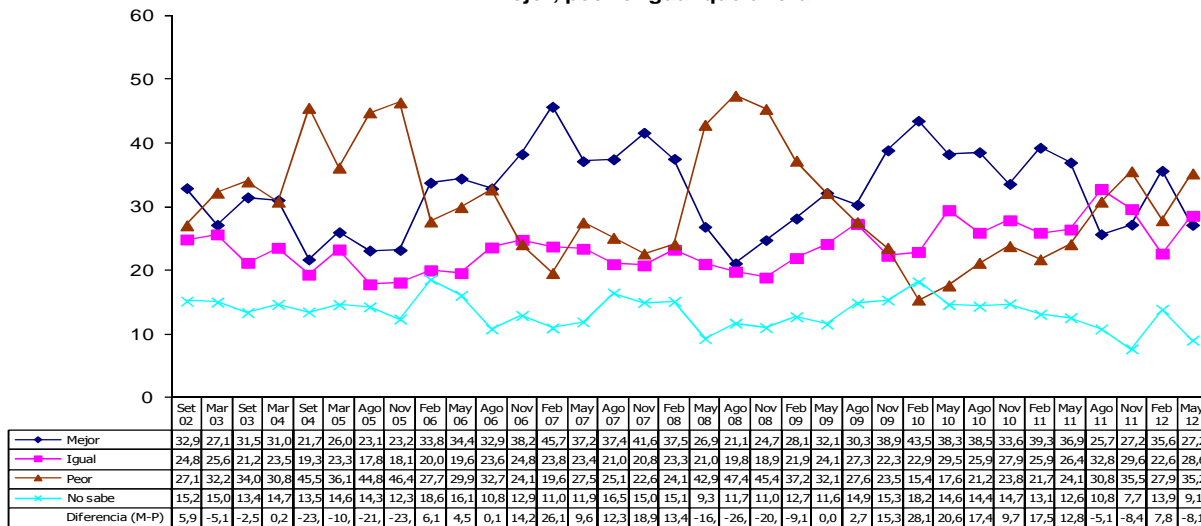
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>9</sup>

**Gráfico 10**  
¿Podría decirme si, económicamente, Usted y su familia están mejor, peor o igual que hace un año?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

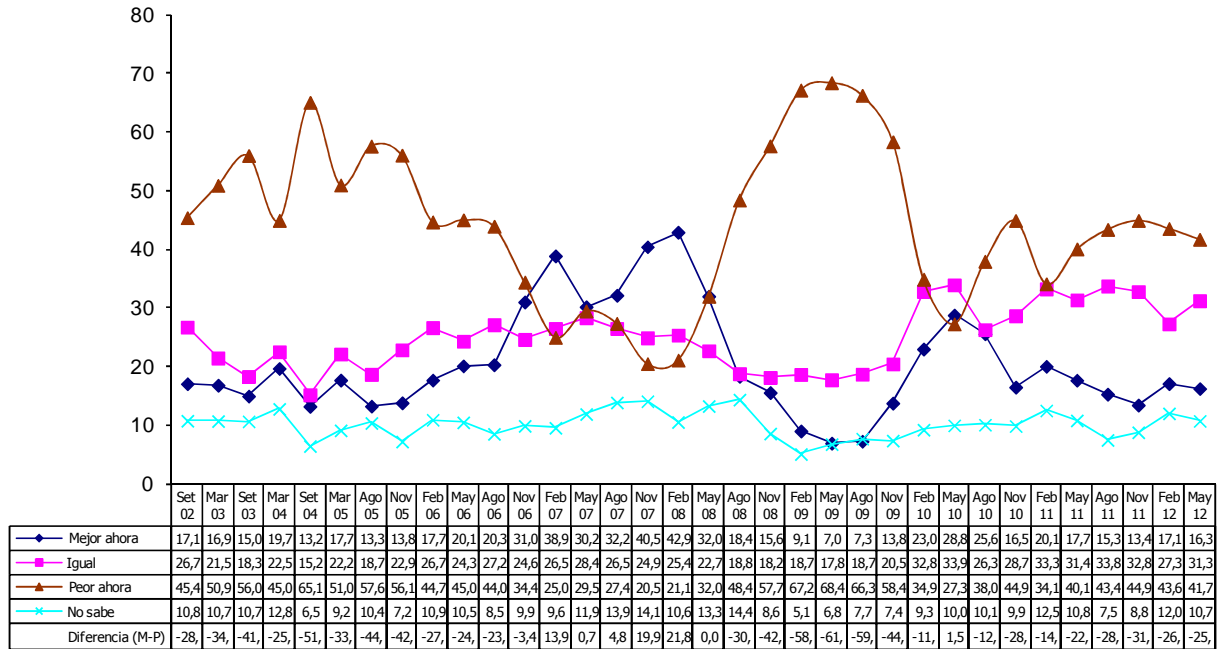
**Gráfico 11**  
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

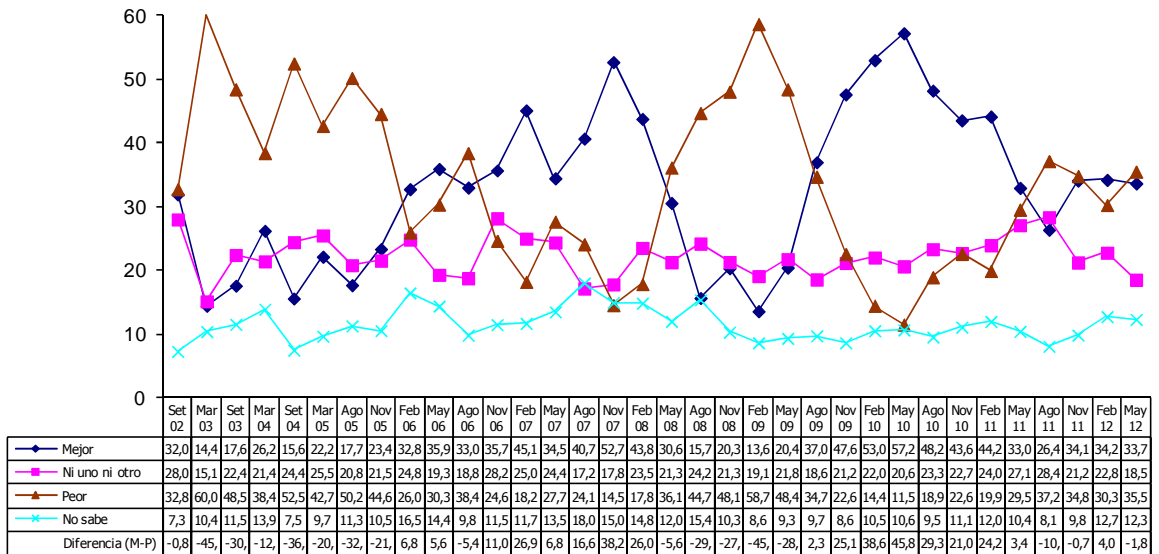
<sup>9</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

**Gráfico 12**  
**Hablando ahora sobre las empresas o negocios en el país como un todo. ¿Usted diría que la situación actual de éstas es mejor, peor o igual que hace un año?**



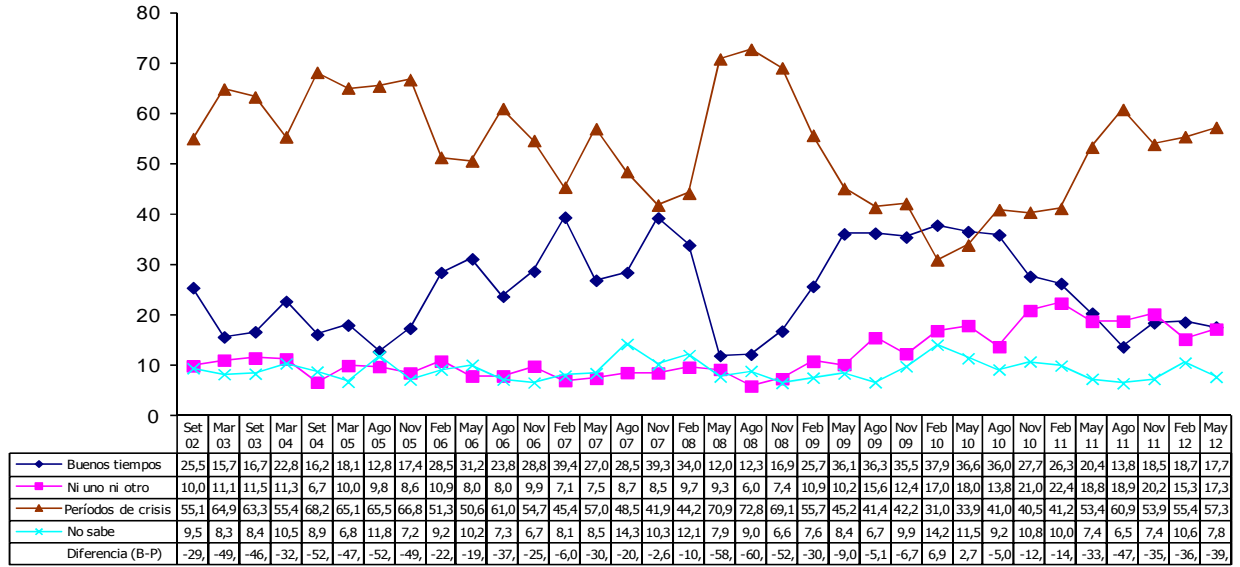
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 13**  
**¿Y durante los próximos 12 meses piensa que la situación económica de las empresas o negocios del país será mejor, igual que ahora?**



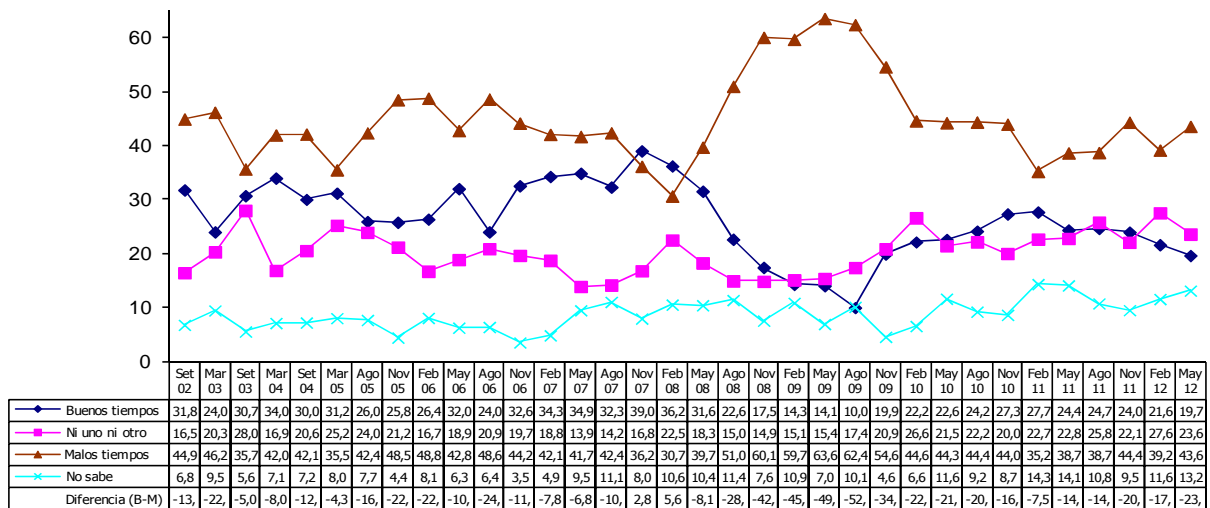
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 14**  
**Pensando ahora en general sobre el futuro. ¿Diría Usted que durante los próximos 5 años el país tendrá buenos tiempos, períodos de crisis o qué?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 15**  
**En términos generales ¿diría Usted que actualmente es un buen momento o un mal momento para que las familias compren esos artículos<sup>1</sup>?**

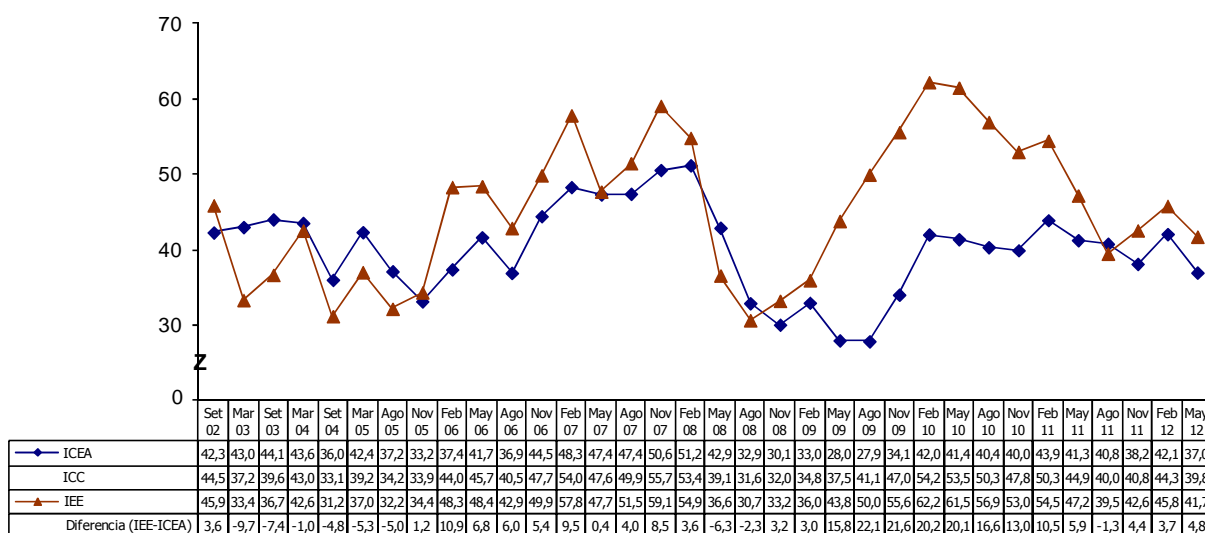


<sup>1</sup>Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

## VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)<sup>10</sup> Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)<sup>11</sup>

**Gráfico 16**  
Valoración de las condiciones económicas actuales (ICEA)  
y de las expectativas económicas (IEE)



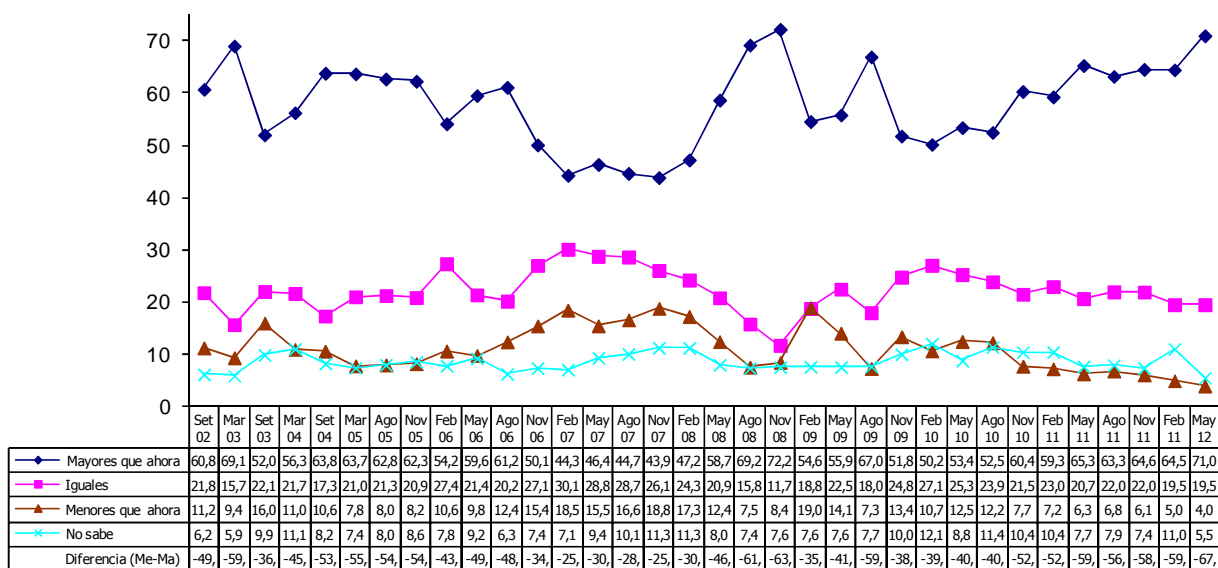
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

<sup>10</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

<sup>11</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 11, 13 y 14.

## PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

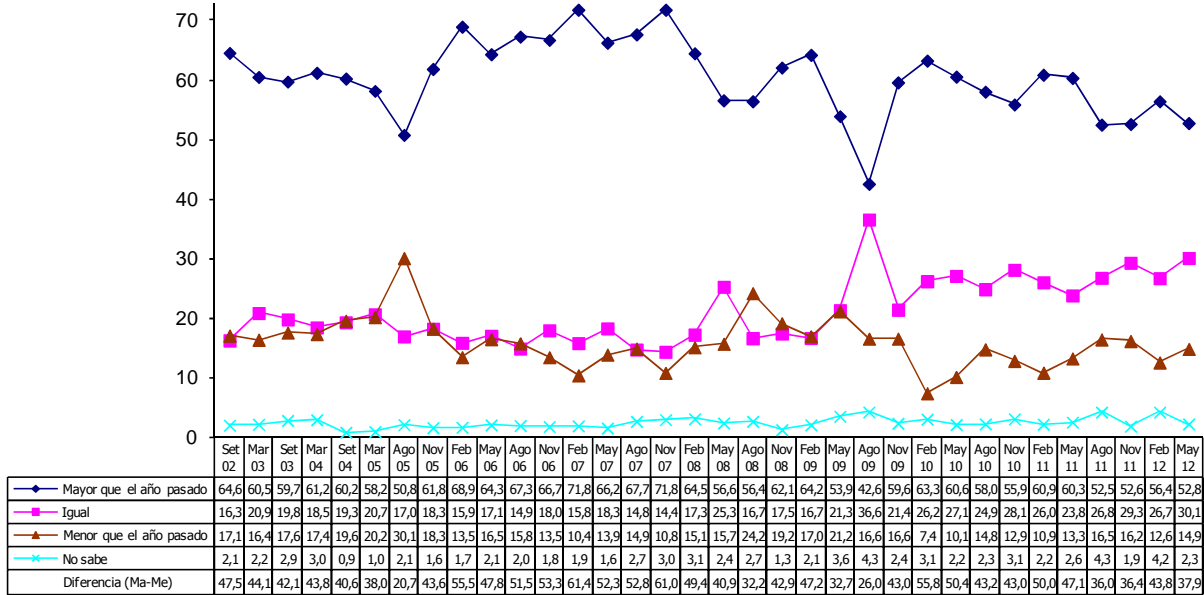
**Gráfico 17**  
 ¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero durante los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012

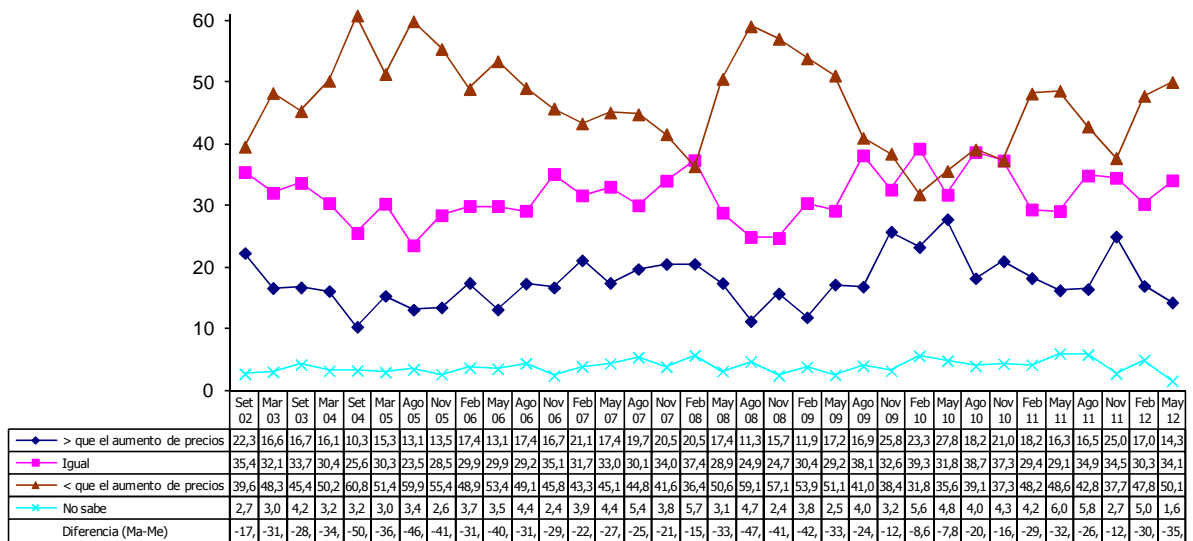


**Gráfico 18**  
**¿Durante los próximos 12 meses Usted espera que el ingreso de su familia sea mayor o menor que el año pasado?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

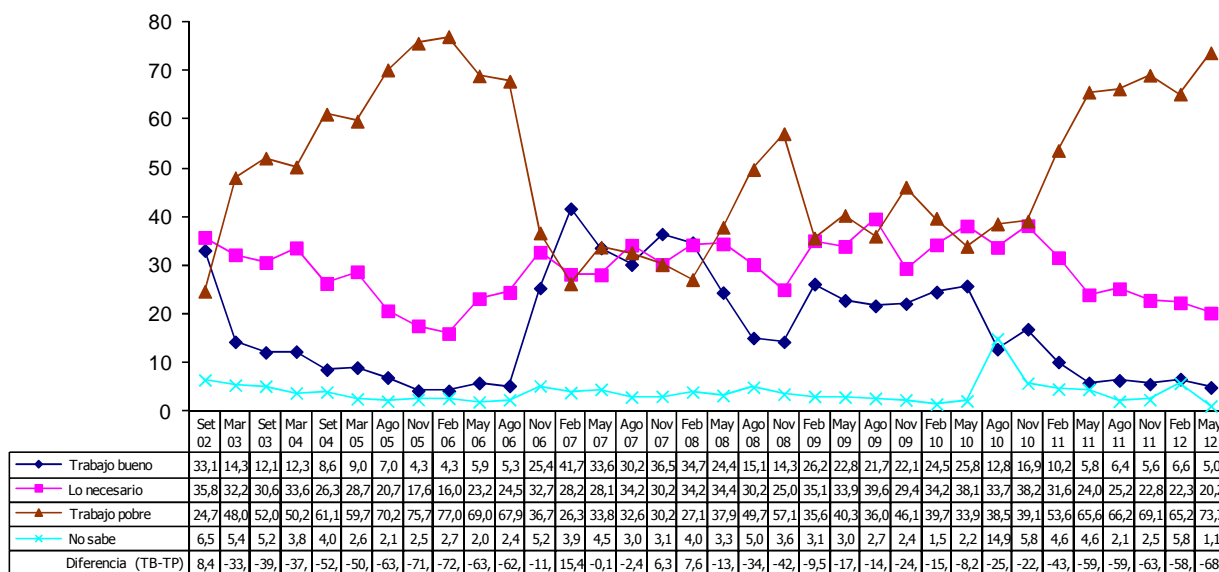
**Gráfico 19**  
**Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

## PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

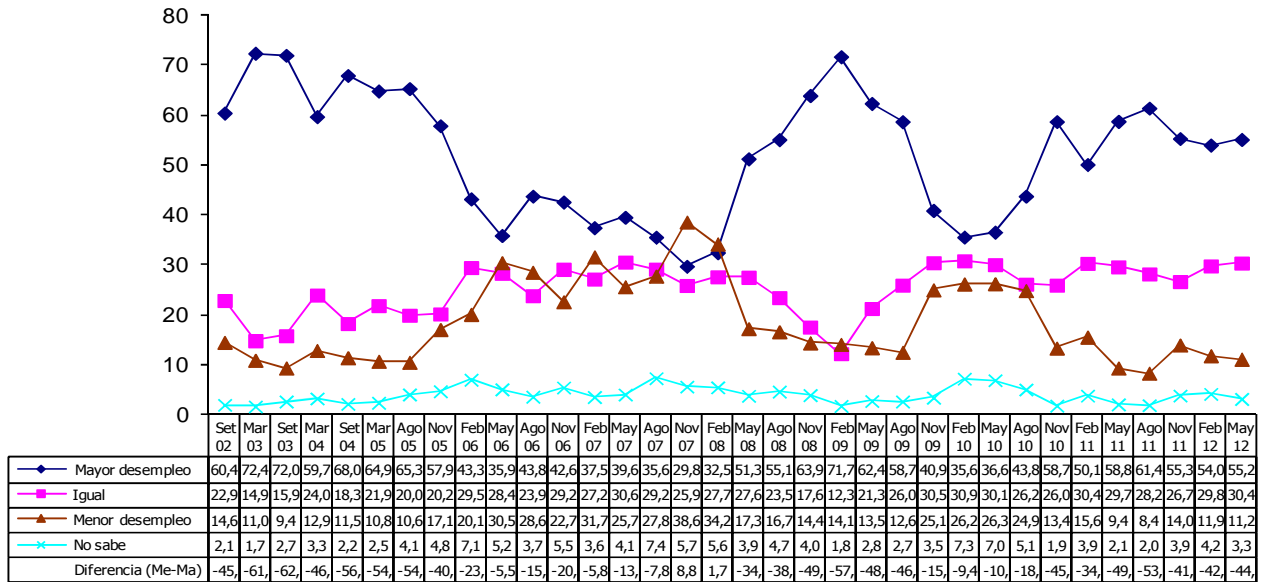
**Gráfico 20**  
 ¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual<sup>1</sup>? ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?



<sup>1</sup> Se aclara diciendo: "me refiero a las acciones para combatir la inflación, la pobreza y el desempleo".

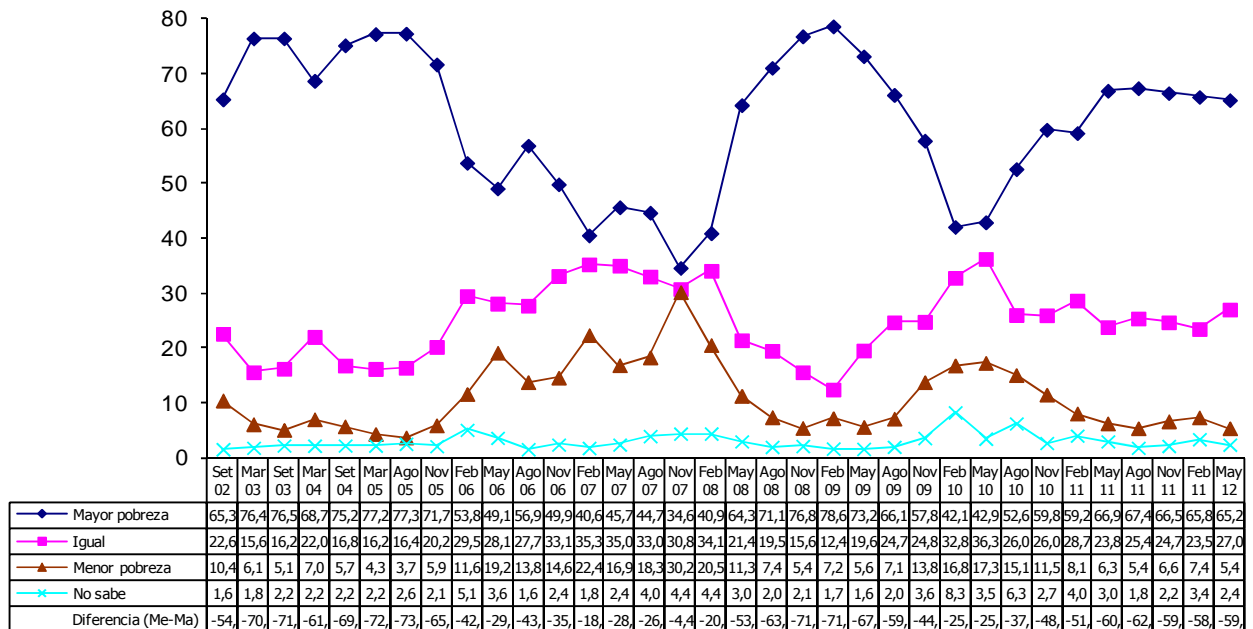
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 21**  
**¿Qué cree que sucederá con el desempleo durante los próximos 12 meses?**  
**¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 22**  
**¿Y qué cree que sucederá con la pobreza durante los próximos 12 meses?**  
**¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?**

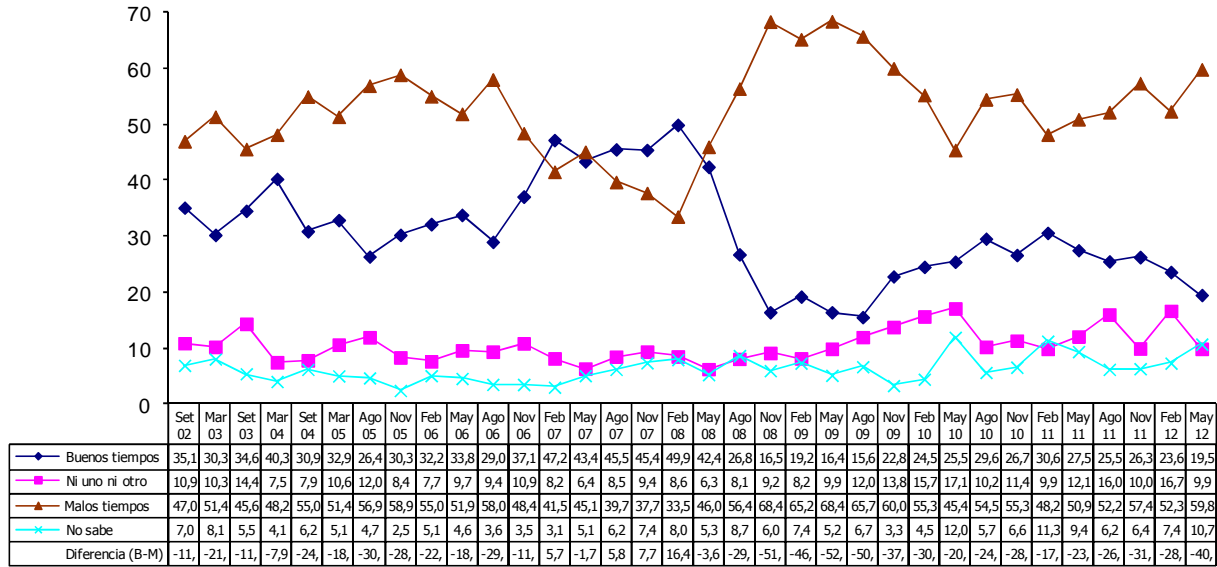


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

**Gráfico 23**

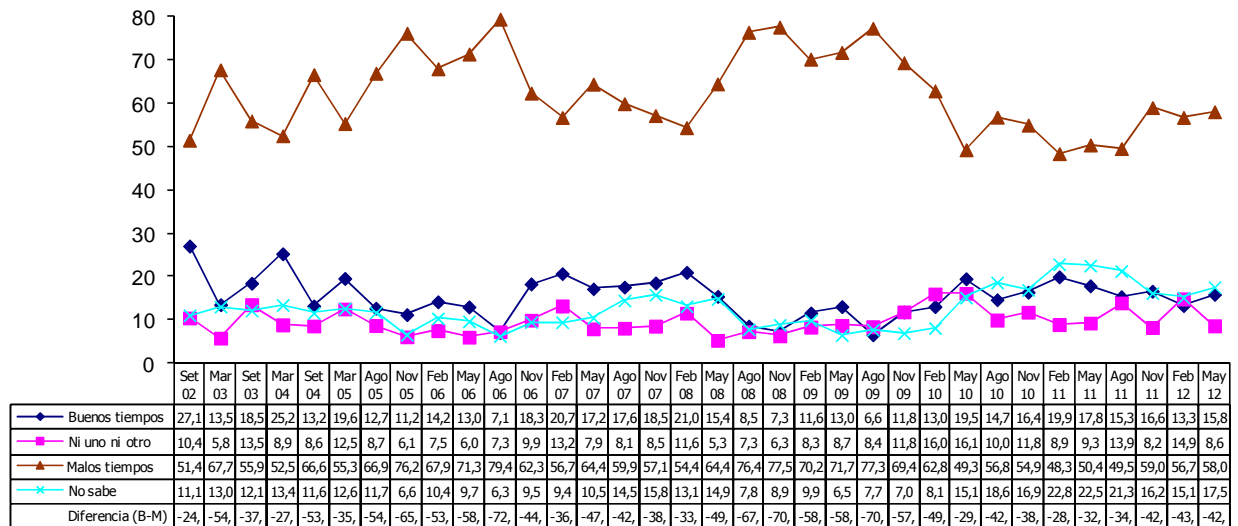
Hablando en general ¿piensa que estos son buenos tiempos o malos tiempos para comprar una casa?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico 24**

Y hablando sobre el mercado de los automóviles ¿diría que actualmente es un buen momento o un mal momento para comprar un carro?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

## OTROS FACTORES RELACIONADOS CON LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

**Cuadro 1**  
**Durante los próximos 12 meses ¿cree Usted que el precio de los combustibles (diesel y gasolina) aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?**

Año	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	NS/NR	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Ago 08	100	82,9	8,5	4,1	4,4	29,9	40,7	39,7	9,8
Nov 08	100	59,1	20,0	12,9	8,0	29,6	36,4	38,6	9,0
Feb 09	100	63,4	24,2	5,7	6,8	34,1	37,5	36,5	2,4
May 09	100	64,7	23,6	3,9	7,9	36,2	40,3	41,2	4,9
Ago 09	100	82,0	12,1	2,9	3,0	39,7	51,5	44,0	4,3
Nov 09	100	74,8	14,8	2,5	7,9	45,6	52,0	57,8	12,2
Feb 10	100	78,0	13,9	1,7	6,5	52,9	61,3	52,5	-0,4
May 10	100	79,7	13,0	2,3	5,0	52,7	60,3	52,1	-0,5
Ago 10	100	69,3	18,2	3,6	9,0	48,4	55,0	60,4	12,0
Nov 10	100	75,2	17,1	1,4	6,4	47,1	52,1	58,0	10,9
Feb 11	100	82,2	11,4	0,8	5,6	49,3	56,2	63,3	14,0
May 11	100	90,0	6,1	1,4	2,4	42,9	48,1	44,6	1,7
Ago 11	100	76,9	15,0	3,4	4,7	37,9	47,5	55,0	7,5
Nov 11	100	78,6	16,3	1,2	3,9	39,1	48,1	42,5	3,4
Feb 12	100	74,3	16,4	1,8	7,5	42,9	49,1	56,1	7,0
May 12	100	79,3	12,9	3,0	4,8	38,2	49,3	44,8	6,6

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Cuadro 2**  
**¿Y Usted cree que durante los próximos 12 meses habrá escasez de alimentos básicos en el país o piensa que no habrá escasez?**

Año	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
	Total	Habrà escasez	No habrà escasez	NS/NR	Habrà escasez	No habrà escasez	Diferencia
Ago 08	100	47,9	48,9	3,3	25,6	37,1	11,5
Nov 08	100	40,2	55,5	4,3	27,0	35,7	8,7
Feb 09	100	44,7	51,6	3,7	29,9	38,9	9,0
May 09	100	32,3	64,3	3,4	28,5	42,4	13,9
Ago 09	100	27,6	67,7	4,7	32,5	45,4	12,9
Nov 09	100	42,9	52,8	4,3	41,3	52,0	10,7
Feb 10	100	27,3	64,8	7,9	47,7	57,5	9,8
May 10	100	22,6	72,0	5,3	45,9	56,7	10,8
Ago 10	100	24,2	70,1	5,7	40,4	54,4	14,0
Nov 10	100	41,4	53,5	5,1	42,4	52,4	10,0
Feb 11	100	28,0	64,9	7,1	40,8	54,7	13,9
May 11	100	34,2	60,6	5,2	37,3	49,4	12,1
Ago 11	100	22,8	73,2	4,0	31,4	43,2	11,8
Nov 11	100	30,5	65,3	4,2	34,9	44,0	9,1
Feb 12	100	22,9	68,9	8,2	35,5	47,4	11,9
May 12	100	18,4	76,5	5,1	34,1	41,8	7,7

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Cuadro 3**  
**¿Usted diría que durante los próximos 12 meses el tipo de cambio aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?**

Año	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	NS/NR	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Ago 08	100	72,6	16,4	3,4	7,5	30,3	35,9	37,1	6,8
Nov 08	100	70,0	18,9	4,6	6,6	30,6	39,5	28,4	-2,2
Feb 09	100	70,0	19,2	5,7	5,1	34,1	36,1	40,0	5,9
May 09	100	71,0	20,0	4,1	4,9	36,2	40,7	40,0	3,8
Ago 09	100	80,4	14,0	2,6	3,0	40,7	44,8	41,1	0,4
Nov 09	100	67,8	18,5	7,9	5,7	46,8	48,9	46,8	0,0
Feb 10	100	67,3	22,9	2,8	7,0	53,1	59,5	46,5	-6,6
May 10	100	65,4	20,8	4,8	9,0	52,5	58,6	49,3	-3,2
Ago 10	100	56,0	26,7	5,5	11,7	49,9	53,5	46,4	-3,5
Nov 10	100	54,1	31,1	10,3	4,5	47,3	50,7	47,4	0,1
Feb 11	100	51,5	29,8	8,2	10,4	50,7	53,3	44,1	-6,6
May 11	100	53,1	34,0	6,8	6,1	44,8	45,7	46,0	1,2
Ago 11	100	47,0	32,7	9,1	6,8	37,7	44,2	36,9	-0,8
Nov 11	100	55,6	30,8	6,6	6,9	39,6	43,4	37,6	-2,0
Feb 12	100	47,4	36,8	5,1	10,7	43,2	47,0	38,3	-4,9
May 12	100	38,3	47,8	5,1	8,8	39,0	42,0	33,6	-5,4

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Cuadro 4**  
**¿Actualmente es fácil o es difícil encontrar trabajo en lo que Usted hace?**

Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
		Total	Fácil	Regular	Difícil	NS/NR	Fácil	Regular	Difícil	Diferencia
Ago 08	504	100	28,2	12,7	57,1	2,0	38,2	33,4	28,6	9,5
Nov 08	499	100	26,5	14,6	57,1	1,8	40,9	33,0	29,2	11,7
Feb 09	488	100	25,0	12,9	60,0	2,0	44,7	34,6	33,3	11,3
May 09	440	100	17,3	15,0	67,3	0,5	47,0	37,6	36,7	10,3
Ago 09	442	100	18,8	22,6	57,5	1,1	49,0	45,2	40,5	8,5
Nov 09	449	100	21,8	15,8	61,2	1,1	53,9	57,0	42,8	11,1
Feb 10	498	100	20,5	16,9	61,4	1,2	62,3	60,0	51,9	10,3
May 10	337	100	22,8	19,3	55,8	2,1	62,5	52,9	50,9	11,6
Ago 10	472	100	19,7	13,3	66,7	0,2	61,9	55,4	50,2	11,8
Nov 10	498	100	19,9	16,1	62,7	1,4	56,2	54,6	46,4	9,8
Feb 11	477	100	18,9	23,7	54,7	2,7	58,2	56,9	49,0	9,2
May 11	470	100	21,1	17,4	58,1	3,4	56,0	49,3	44,1	11,9
Ago 11	419	100	17,4	18,4	61,6	2,6	47,9	46,9	40,7	7,2
Nov 11	447	100	19,2	23,3	55,5	2,0	46,3	48,3	36,7	9,6
Feb 12	483	100	19,3	17,6	59,8	3,3	51,3	50,5	42,8	8,5
May 12	507	100	19,9	23,3	55,0	2,4	48,6	50,7	34,8	13,8

<sup>1</sup> Incluye únicamente al principal sostén económico del hogar que trabaja.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Cuadro 5**  
**¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o piensa que tendrá trabajo?**

Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	NS/NR	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Diferencia
Ago 08	504	100	12,7	82,3	5,0	24,8	33,2	8,4
Nov 08	499	100	12,6	83,8	3,6	25,1	34,1	9,0
Feb 09	488	100	12,7	82,0	5,3	30,2	37,9	7,7
May 09	440	100	13,4	81,8	4,8	28,3	41,0	12,7
Ago 09	442	100	20,1	77,8	2,0	39,9	44,4	4,5
Nov 09	449	100	18,3	75,1	6,7	39,5	49,9	10,4
Feb 10	498	100	21,7	71,9	6,4	46,5	58,9	12,5
May 10	337	100	20,8	72,4	6,8	47,0	57,0	10,0
Ago 10	472	100	19,5	74,8	5,7	41,5	56,9	15,3
Nov 10	498	100	21,5	72,9	5,6	40,7	52,7	12,0
Feb 11	477	100	19,3	71,1	9,6	41,7	56,8	15,0
May 11	470	100	22,3	71,9	5,7	41,0	50,4	9,4
Ago 11	419	100	19,1	74,7	6,2	40,5	44,6	4,1
Nov 11	447	100	18,6	78,7	2,7	35,5	43,4	7,9
Feb 12	483	100	15,3	75,6	9,1	35,7	48,8	13,1
May 12	507	100	15,4	80,1	4,5	33,3	43,3	10,0

<sup>1</sup> Incluye únicamente al principal sostén económico del hogar que trabaja.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

## ANEXOS

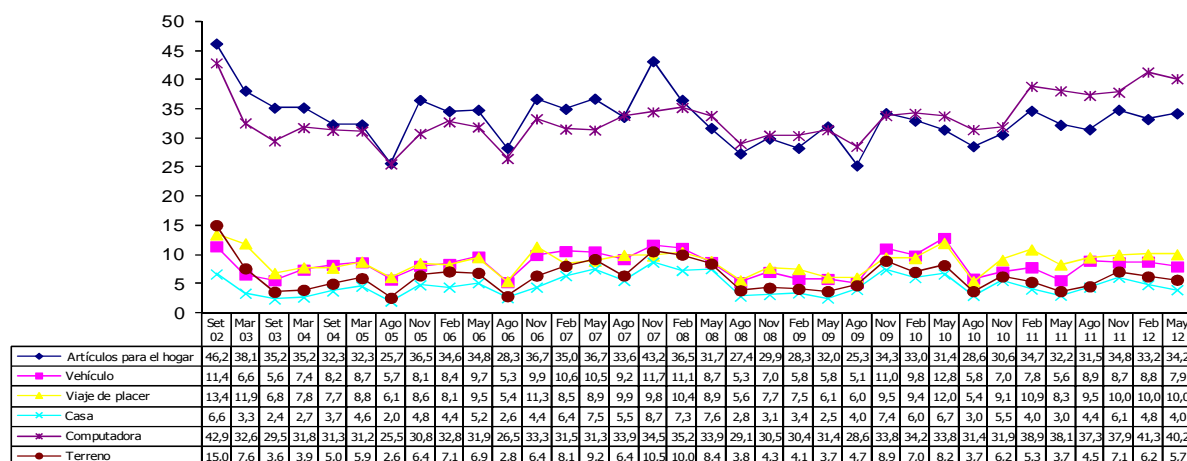
**CUADRO ANEXO: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL PRINCIPAL SOSTÉN ECONÓMICO DEL HOGAR**

Encuesta	Número de entrevistas	¿Quién respondió la entrevista?		Sexo		Educación			Ingreso familiar mensual			Situación económica (subjativa)				Gasto discrecional 1/	
		Principal sostén	Adulto informado	Hombre	Mujer	Primaria o menos	Secundaria	Universitaria	250 mil o más	Menos de 250 mil	NS/ NR	Tienen grandes dificultades	Tienen algunas dificultades	Sin grandes dificultades	Pueden ahorrar	No	Sí
Set 02	632	67,4	32,6	--	--	37,2	32,6	30,2	37,5	61,1	1,4	--	--	--	--	40,5	59,5
Mar 03	866	84,2	15,8	67,0	33,0	36,0	34,2	29,8	38,1	59,5	2,4	6,9	19,0	58,7	15,4	54,0	46,0
Set 03	807	81,0	19,0	67,6	32,4	38,5	32,7	28,8	37,2	61,1	1,7	8,7	31,4	46,0	13,9	58,4	41,6
Mar 03	812	77,5	22,5	67,1	32,9	39,4	31,8	28,8	40,2	58,1	1,7	9,7	27,9	42,2	20,2	58,0	42,0
Set 04	802	81,3	18,7	67,6	32,4	39,4	30,8	29,8	40,9	58,0	1,1	11,3	23,8	42,9	22,0	60,1	39,9
May 05	808	79,8	20,2	68,5	31,5	38,9	27,9	33,2	44,2	53,6	2,2	11,9	24,7	40,5	22,9	60,3	39,7
Ago 05	701	79,0	21,0	66,2	33,8	41,5	27,7	30,7	44,9	53,4	1,7	10,6	29,7	40,0	19,7	67,3	32,7
Nov 05	608	80,2	19,8	63,6	36,4	34,8	32,6	32,6	45,9	53,1	1,0	10,7	23,2	46,2	19,9	58,7	41,3
Feb 06	705	79,1	20,9	63,7	36,3	36,9	30,7	32,4	48,1	49,9	2,0	8,8	21,4	45,7	24,1	59,0	41,0
May 06	715	75,9	24,1	66,2	33,8	43,4	28,1	28,5	44,8	54,0	1,3	10,9	21,3	43,1	24,8	58,9	41,1
Ago 06	703	80,8	19,2	61,6	38,4	38,7	33,4	28,0	44,8	52,6	2,6	11,3	23,1	45,9	19,7	66,9	33,1
Nov 06	706	84,4	15,6	62,4	37,6	39,9	29,5	30,6	48,7	47,9	3,4	6,5	21,6	47,8	24,1	57,4	42,6
Feb 07	720	86,5	13,5	60,3	39,7	41,5	29,7	28,8	47,1	50,0	2,9	7,8	18,7	46,2	27,3	59,4	40,6
May 07	705	82,3	17,7	61,4	38,6	38,4	31,0	30,7	51,5	46,2	2,3	8,0	28,3	43,8	19,9	58,2	41,8
Ago 07	705	87,5	12,5	56,2	43,8	41,3	29,4	29,4	49,8	47,9	2,3	10,8	25,7	39,2	24,3	59,6	40,4
Nov 07	702	95,0	5,0	53,3	46,7	39,0	31,3	29,6	45,4	51,6	3,0	11,4	23,5	42,2	22,8	51,9	48,1
Feb 08	701	97,3	2,7	56,6	43,4	43,1	27,1	29,8	52,4	45,6	2,0	8,8	22,7	45,5	23,1	55,6	44,4
May 08	700	95,1	4,9	55,6	44,4	36,1	32,3	31,6	54,0	44,1	1,9	9,6	26,0	43,5	20,8	62,0	38,0
Ago 08	702	95,3	4,7	55,6	44,4	36,2	31,5	32,2	54,1	42,5	3,4	7,8	26,7	48,8	16,7	66,0	34,0
Nov 08	699	96,4	3,6	57,9	42,1	38,5	29,4	32,1	52,4	44,5	3,1	6,7	28,1	48,6	16,6	63,9	36,1
Feb 09	707	96,7	3,3	51,1	48,9	33,2	32,4	34,4	56,9	40,6	2,5	5,7	25,9	47,4	21,1	65,5	34,5
May 09	675	91,4	8,6	55,0	45,0	38,2	28,2	33,6	58,8	38,7	2,5	7,9	24,2	48,7	19,2	61,5	38,5
Ago 09	700	93,3	6,7	52,0	48,0	39,0	30,4	30,6	56,6	40,6	2,9	7,3	27,9	47,4	17,4	68,3	31,7
Nov 09	718	90,8	9,2	56,4	43,6	41,5	33,7	24,8	58,5	38,6	2,9	8,4	24,4	49,6	17,7	54,9	45,1
Feb 10	713	94,2	5,8	50,4	49,6	40,6	29,4	30,1	55,4	40,8	3,8	6,3	28,6	45,9	19,2	59,2	40,8
May 10	601	79,2	20,8	61,4	38,6	38,8	29,1	32,1	62,2	32,8	5,0	13,1	23,2	42,1	21,6	55,9	44,1
Ago 10	703	96,6	3,4	58,5	41,5	45,2	25,9	28,9	57,3	39,4	3,3	9,7	25,1	44,2	21,1	62,7	37,3
Nov 10	739	98,4	1,6	53,5	46,5	39,5	29,2	31,3	56,2	36,0	7,8	10,8	26,4	45,6	17,2	60,9	39,1
Feb 11	718	96,7	3,3	53,8	46,2	37,7	27,6	34,7	59,7	33,8	6,4	9,1	23,6	45,8	21,5	57,0	43,0
May 11	701	97,6	2,4	54,4	45,6	38,4	28,7	33,0	59,6	35,1	5,3	13,5	20,4	48,9	17,2	57,9	42,1
Ago 11	705	93,0	7,0	56,0	44,0	40,1	28,8	31,1	58,2	36,2	5,7	9,4	25,4	44,6	20,6	59,0	41,0
Nov 11	692	86,3	13,7	57,9	42,1	39,4	25,9	34,7	64,9	30,2	3,0	8,9	22,9	50,1	18,1	53,9	46,1
Feb 12	707	95,5	4,5	51,1	48,9	37,2	24,8	38,0	64,1	29,8	6,1	6,9	26,0	48,2	18,9	54,3	45,7
May 12	707	95,9	4,1	51,1	48,9	37,7	25,2	37,1	64,9	29,8	5,2	8,7	23,9	46,8	20,6	55,4	44,6

1/ Es la capacidad que manifestó el consumidor de realizar, en el corto plazo, al crédito o al contado, compras de al menos uno de los bienes por los que se preguntó (artículos grandes para el hogar, microcomputadora, terreno, viaje de placer, vehículo y casa).

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.

**Gráfico Anexo: Porcentaje de hogares que tiene la capacidad de realizar en el corto plazo (digamos tres meses), al crédito o al contado, compras de algunos bienes**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 34. Mayo, 2012.