



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
www.ucr.ac.cr

La Confianza de los Consumidores Encuesta N° 35 Agosto 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 29 encuestas más. Actualmente se cuenta con un total de 35 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.

| La Confianza del Consumidor. Encuesta No 35. Agosto 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 3 al 14 de agosto del 2012 |
| Población de interés: | hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%) |
| Tamaño de la muestra: | 725 hogares |
| Informante: | principal sostén económico del hogar (98,2%) 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 económicas¹. 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)**², 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)**³, 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.

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

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

³ 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 no solo están experimentando incertidumbre hacia la economía nacional, sino que ésta se estancó en los últimos tres meses. Esto se afirma porque el ICC de agosto es de 39,7 (en una escala de cero a 100) y tres meses atrás era prácticamente igual (39,8) (Gráfico 1). Una revisión del índice desde febrero del 2010 muestra una tendencia que refleja consumidores cada vez más pesimistas; prueba de ello es que en poco más de dos años la confianza cayó 14,5 puntos. Ahora queda por esperar en las próximas encuestas si la pausa en la disminución de la confianza es un síntoma de mejores percepciones económicas hacia el futuro o, si por el contrario, es el preámbulo hacia épocas de mayor pesimismo.

La pérdida de confianza experimentada durante los últimos dos años, y el reciente estancamiento de ésta, se manifiestan en la clasificación de los consumidores (Gráfico 2). Por un lado, en febrero del 2010 los consumidores optimistas (34,9%) triplicaban al de los pesimistas (11,2%). No obstante, actualmente los pesimistas (29,5%) duplican al de los optimistas (14,6%). Esta es otra manera de observar el pesimismo que se viene generando desde hace dos años. No obstante, esta clasificación también revela que en los últimos tres meses esa tendencia tuvo una pausa, pues las magnitudes de consumidores optimistas y pesimistas se mantienen iguales.

Si se analizan las tendencias de la confianza en diferentes segmentos poblacionales es claro que el pesimismo viene creciendo desde hace poco más dos años en hombres y mujeres que llevan el rol de principal sostén económico del hogar. También se observa este patrón en diferentes edades, así como en los diferentes niveles educativos (Gráficos del 3 al 5). Sucede lo mismo cuando se consideran los ingresos familiares, la capacidad de realizar gastos discrecionales y la valoración que hacen de su situación con el ingreso mensual que reciben (Gráficos del 6 al 9). Esto significa que la pérdida de la confianza en este lapso es generalizada, pues así lo revelan los diferenciales demográficos y socio-económicos. Esta misma comparación entre las últimas dos encuestas no revela cambios importantes, con excepción de las familias que pueden ahorrar con el ingreso familiar que reciben. Éstos, a diferencia del resto de la población, manifiestan más optimismo desde hace un año, pues el ICC aumentó de 51,6 a 55,5 (agosto 2011 y agosto del 2012, respectivamente).

¿Por qué se estancó 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, Gráficos 10 y 15) y el Índice de Expectativas Económicas (IEE, 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 el estancamiento en bajos niveles de confianza se produjo porque tanto las condiciones actuales como las expectativas económicas son igualmente negativas (Gráfico 16). Específicamente, mientras el ICC es actualmente de 39,7, el ICEA registró un valor de 38,6 y el IEE uno de 40,4. Esto significa que las magnitudes de los índices son cada vez más parecidas entre sí, lo que produce una diferencia de 1,8 puntos entre el ICEA y el IEE (tres meses atrás era de 4,8 puntos). Aquí es importante también observar las tendencias de ambos índices. Por un lado, el ICEA se ha mantenido en valores cercanos a 40 puntos desde hace poco más dos años, por lo que es posible afirmar que las condiciones económicas actuales se perciben en forma negativa desde entonces. Por otro lado, el IEE era de 62,2 en febrero del 2010 y empezó a disminuir hasta llegar a 40,4 (disminución de 21,8 puntos). Esto significa, de manera conjunta, que desde hace más de dos años no solo las valoraciones actuales son negativas, sino que también los consumidores experimentaron durante este período una pérdida importante de confianza en el futuro económico del país.

Información adicional puede contribuir a entender los niveles actuales de confianza. Para los próximos 12 meses, el 72,0% de los consumidores cree que el precio de los combustibles (diesel y gasolina) aumentará y el 29,2% espera aumentos en el tipo de cambio, pues la mayoría (51,7%) cree que éste se va a mantener estable.

Pese a la alta magnitud de la primera cifra, es importante observar que ambas mejoraron con respecto a tres meses atrás. No obstante, la magnitud de quienes temen quedarse sin trabajo aumentó en los últimos tres meses (de 15,4% a 20,6%) (Cuadros 1 al 5).

Lo anterior hace pensar que en el país se están presentando circunstancias que favorecen tanto las percepciones positivas como las negativas y que, evidentemente, tienen más fuerza éstas últimas. Además, es lógico asumir que en el país se están presentando eventos, no medidos por la encuesta, que afectan la confianza hacia la economía. A lo interno del país pueden mencionarse diversos factores. Los más actuales, desde un punto de vista económico, están la falta de ingresos que está experimentando el Gobierno Central, lo que, entre otros, ocasionó 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 debe sumar el alza constante que se está experimentando de las tasas de interés, lo que está encareciendo el crédito.

No obstante, también pueden agregarse otros factores que no pasan desapercibidos. Uno de ellos son los actos de corrupción por 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.

Es necesario mencionar que el desaliento y la incertidumbre que padecen los consumidores contrastan con el desenvolvimiento de la actividad económica que viene experimentando el país. 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 las más bajas, 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 2009⁴. Con este panorama se proyecta que el PIB podría crecer alrededor del 3,8% durante el presente año, 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 porcentuales⁵. 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 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).

Lo anterior evidencia que, desde una perspectiva económica, existen aspectos positivos y negativos que están afectando la confianza de los consumidores, pero también existen otros que podrían estar contribuyendo, especialmente los que se derivan de 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 así piensa el 60,7% de los consumidores (Gráfico 17). La tendencia de esta variable revela dos factores de interés. Por una parte, un patrón de aumento desde febrero del 2010 (50,2%). Por otra parte, una disminución de poco más de 10 puntos en los últimos tres meses (71,0% en mayo y 60,7% en agosto). Este último hallazgo podría ser producto de la aprobación reciente del

⁴ 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/>

⁵ Banco Central de Costa Rica. Programa Macroeconómico 2012-2013. Documento en línea: <http://www.bccr.fi.cr/>

proyecto de Eurobonos en la Asamblea Legislativa, el que, entre otros, favorecería la baja de las tasas de interés. Adicionalmente, en el campo de la inflación se encontró que el 51,7% espera durante los próximos 12 meses que el ingreso de su familia sea mayor que el del año pasado y esta variable muestra una tendencia irregular durante los últimos dos años (Gráfico 18). Sobre la expectativa en la capacidad de compra el 46,6% espera, durante el próximo año, que el ingreso familiar aumente menos que los precios o, en otras palabras, esa magnitud espera pérdidas en la capacidad de compra. En los últimos dos años, esta variable también refleja un comportamiento irregular (Gráfico 19).

Otra área de resultados revela que la calificación a la política económica del gobierno actual es bastante negativa. Esto se afirma porque solamente el 4,8% responde que se está haciendo un trabajo bueno y una mayoría, de 73,7%, opina que se está haciendo un trabajo pobre. La tendencia de estas respuestas muestra que desde hace poco más de dos años las calificaciones negativas superan a las positivas y que la presente encuesta registró la más negativa. Ésta no sufrió cambios en los últimos tres meses (-68 puntos porcentuales) (Gráfico 20).

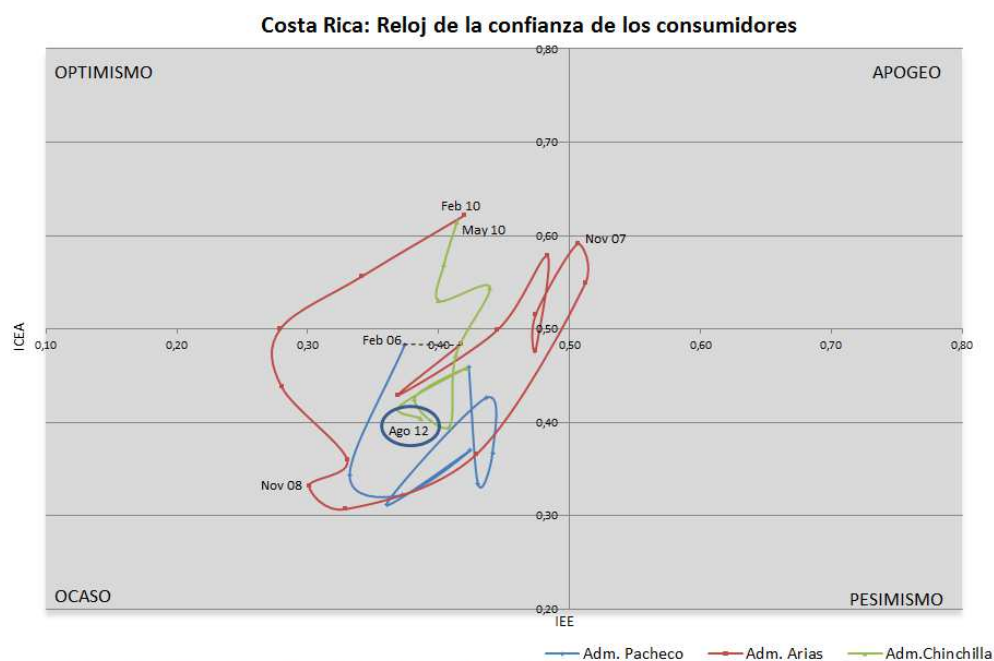
En el ámbito de la política social las expectativas también son negativas. Actualmente, el 54,8% de los consumidores cree que el desempleo será mayor durante los próximos 12 meses y esta cifra es parecida desde hace un año (Gráfico 21). Con respecto a la pobreza la situación es similar, pues el 65,0% cree que aumentará durante los próximos 12 meses y prácticamente no registra cambios desde principios del 2011 (Gráfico 22).

La valoración del momento para la compra de casa continúa deteriorándose. Esto se afirma porque quienes consideran que es un mal momento para comprar casa continúa aumentando y quienes opinan lo contrario muestran la tendencia inversa. Actualmente el 62,6% considera que son malos tiempos para comprar casa y el 19,6% piensa que son buenos tiempos (diferencia de 43 puntos porcentuales) (Gráfico 23). Por otra parte, sobre la compra de carro, las valoraciones continúan siendo más negativas que positivas y se mantienen estables desde hace aproximadamente un año (Gráfico 24). Actualmente, el 55,3% dice que son malos tiempos para comprar carro y el 16,0% opina que son buenos tiempos.

NOTA TÉCNICA EL RELOJ DE LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES⁶

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)⁷. 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 una muestra de repunte en las expectativas de los consumidores sobre la situación económica del país. Esta última situación no logra 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 agosto del 2012 muestra un leve decrecimiento en la expectativas haciendo que la confianza de los consumidores permanezca en el estado de "Ocaso".



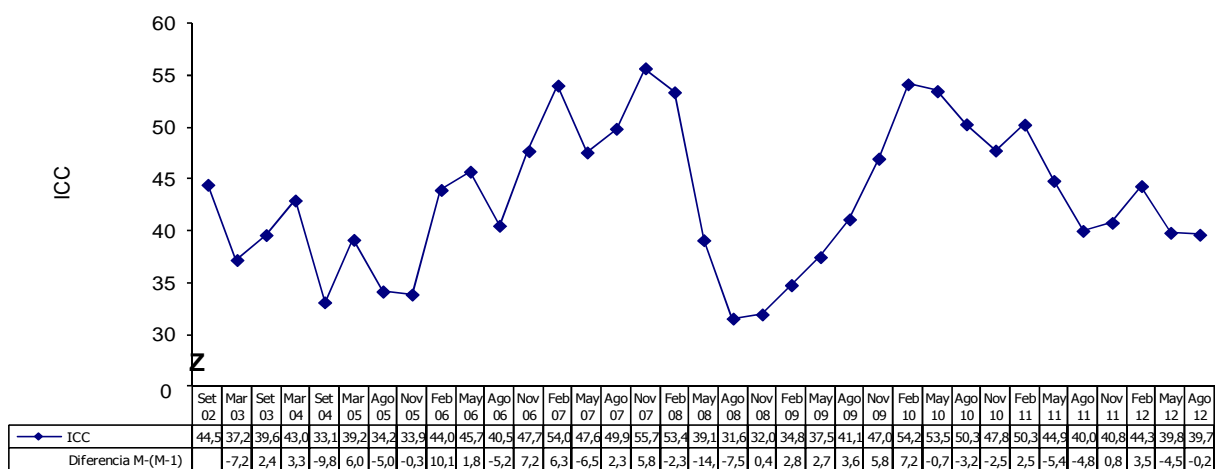
⁶ Contribución del Dr. Edgar E. Gutiérrez Espeleta, Director de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica.

⁷ En la síntesis metodológica se mencionan las variables que componen cada uno de los índices.

RESULTADOS GRÁFICOS

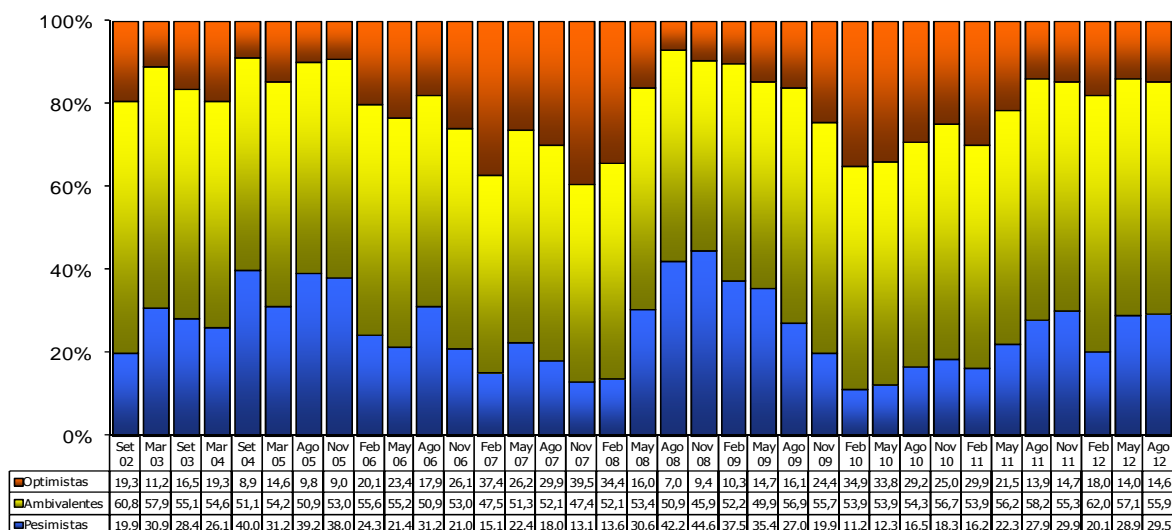
LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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° 35. Agosto, 2012.

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

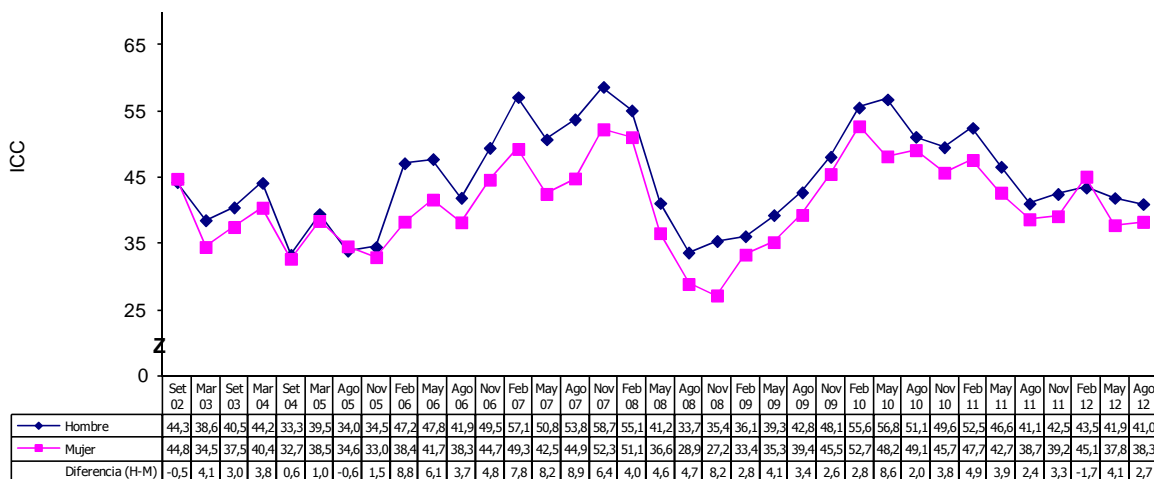


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada 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° 35. Agosto, 2012.

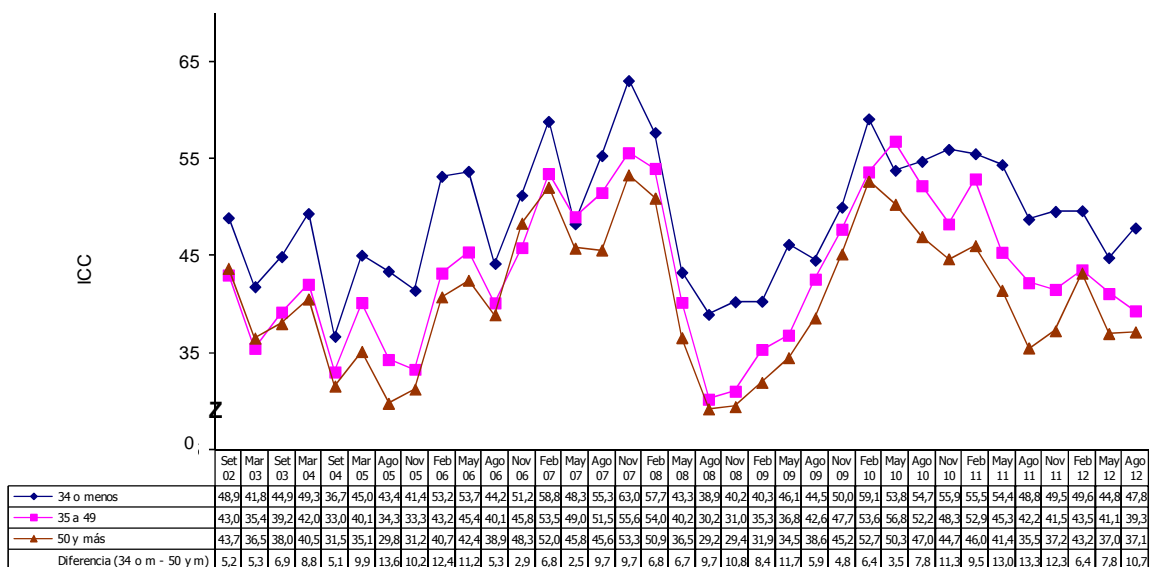
DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



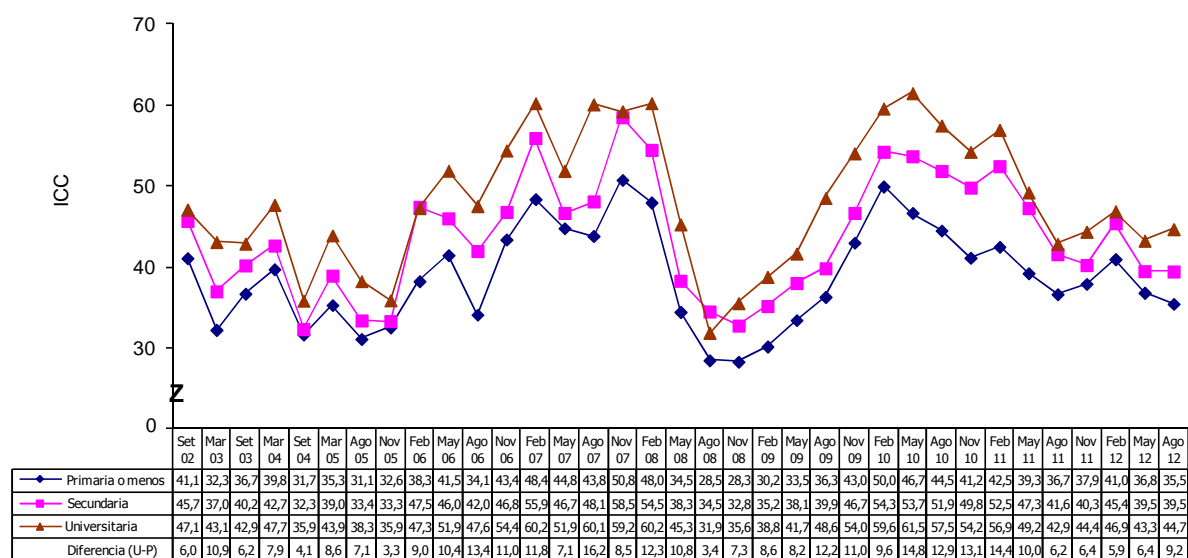
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

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° 35. Agosto, 2012.

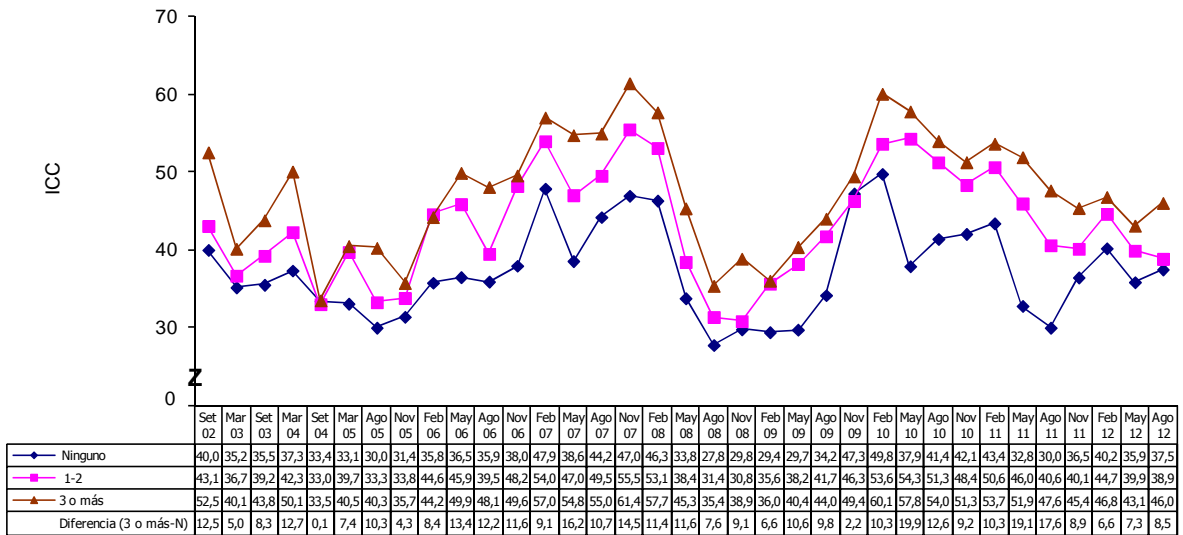
Gráfico 5
ICC según niveles de educación del principal sostén económico del hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

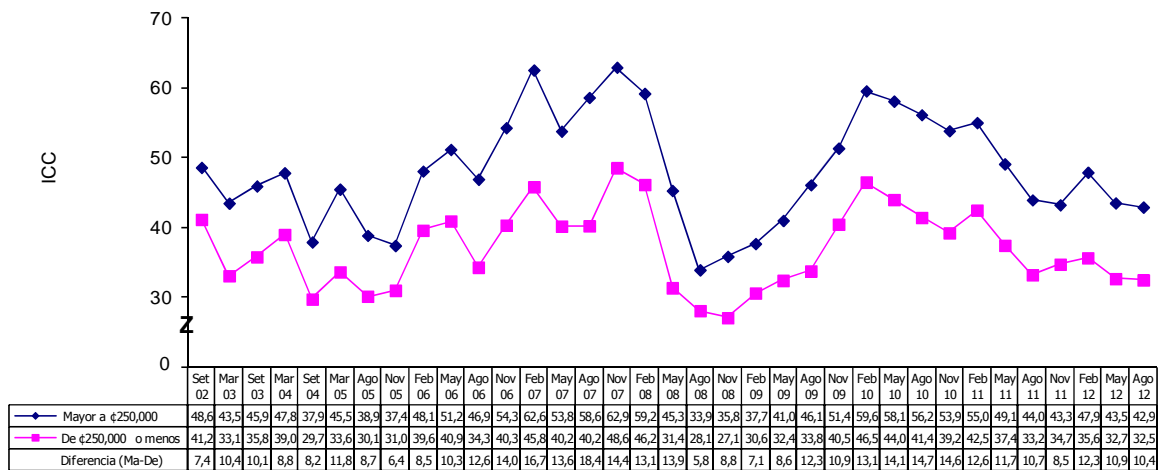
DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



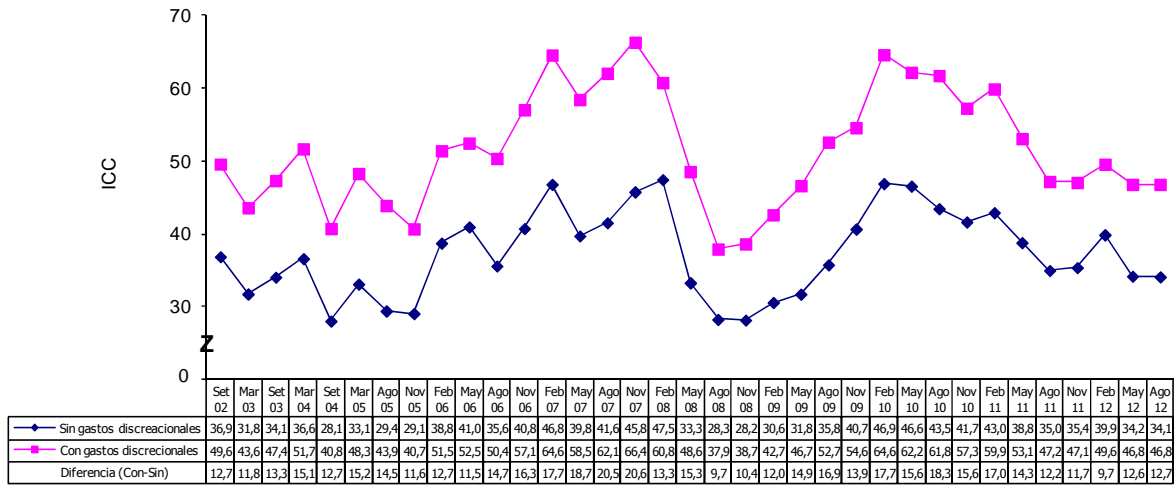
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 35. Agosto, 2012.

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 Nº 35. Agosto, 2012.

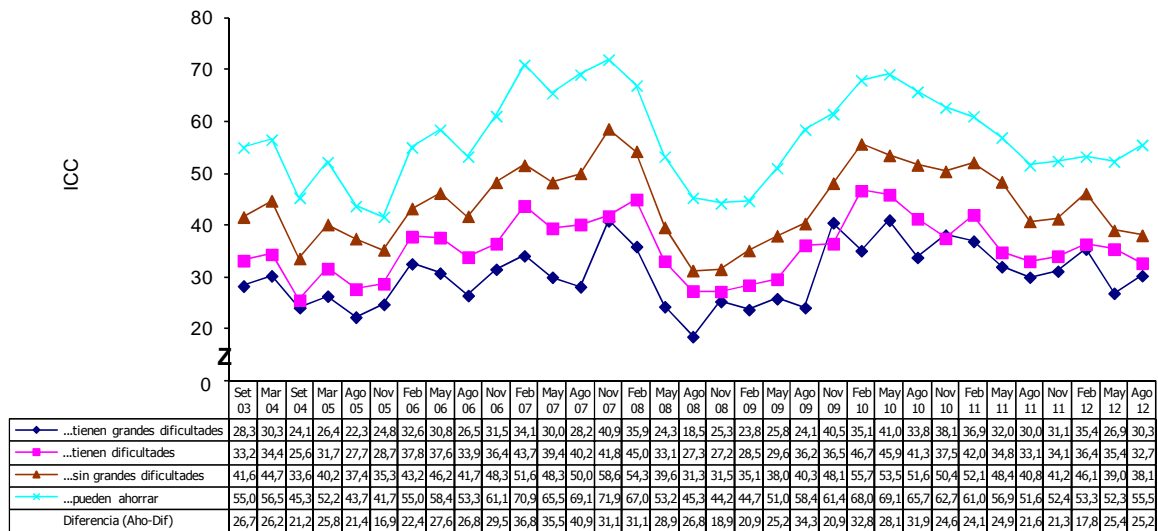
Gráfico 8
ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales¹



¹Es 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° 35. Agosto, 2012.

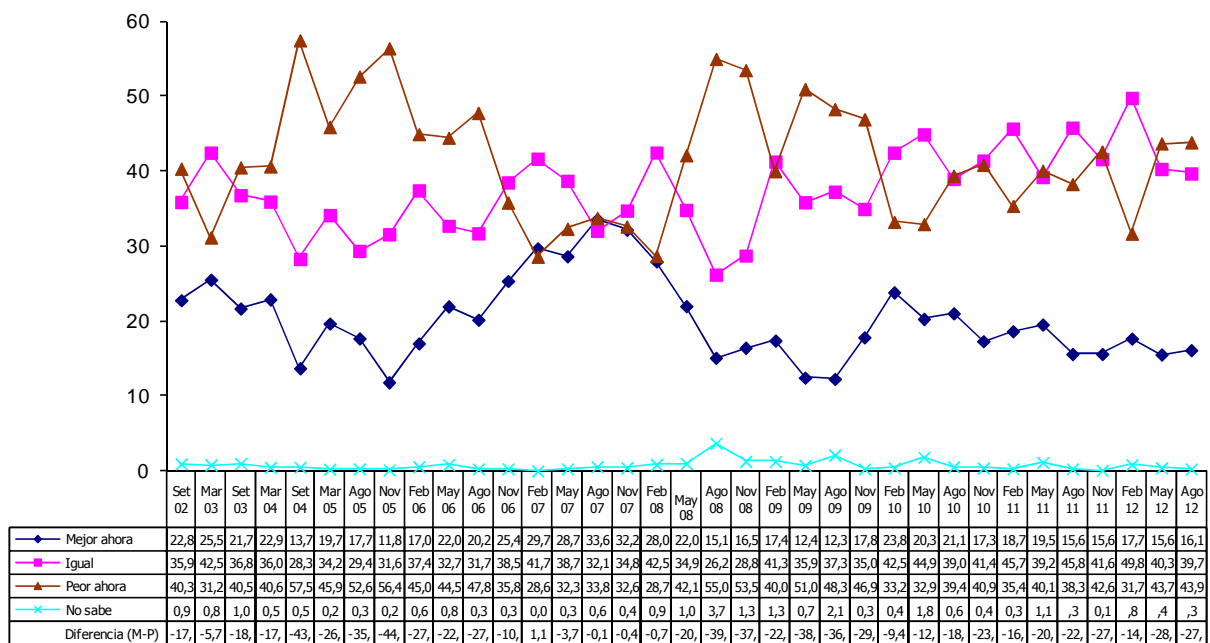
Gráfico 9
ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)⁸

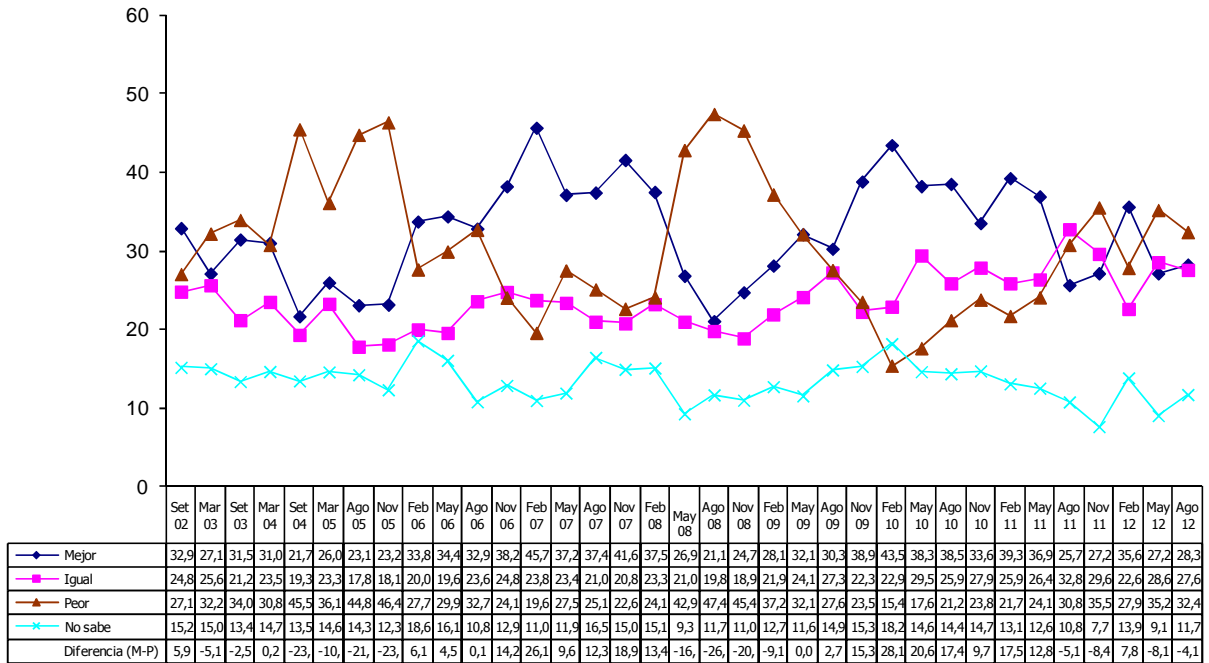
Gráfico 10
¿Podría decirme si, económicamente, Usted y su familia están mejor, peor o igual que hace un año?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 35. Agosto, 2012.

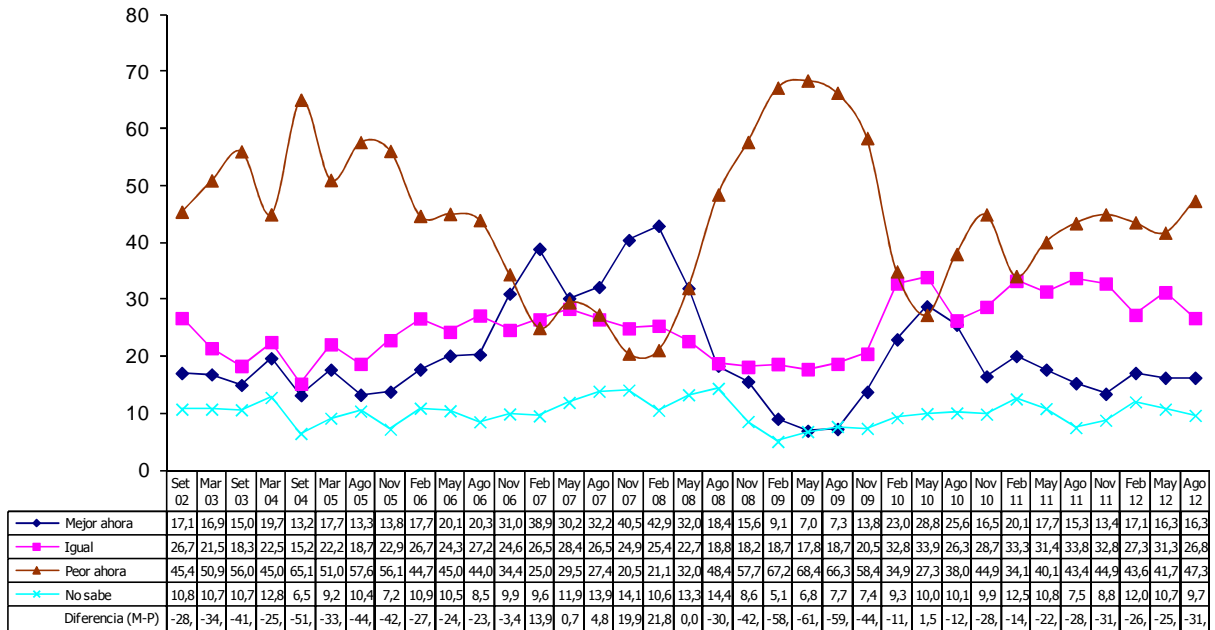
⁸ Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

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



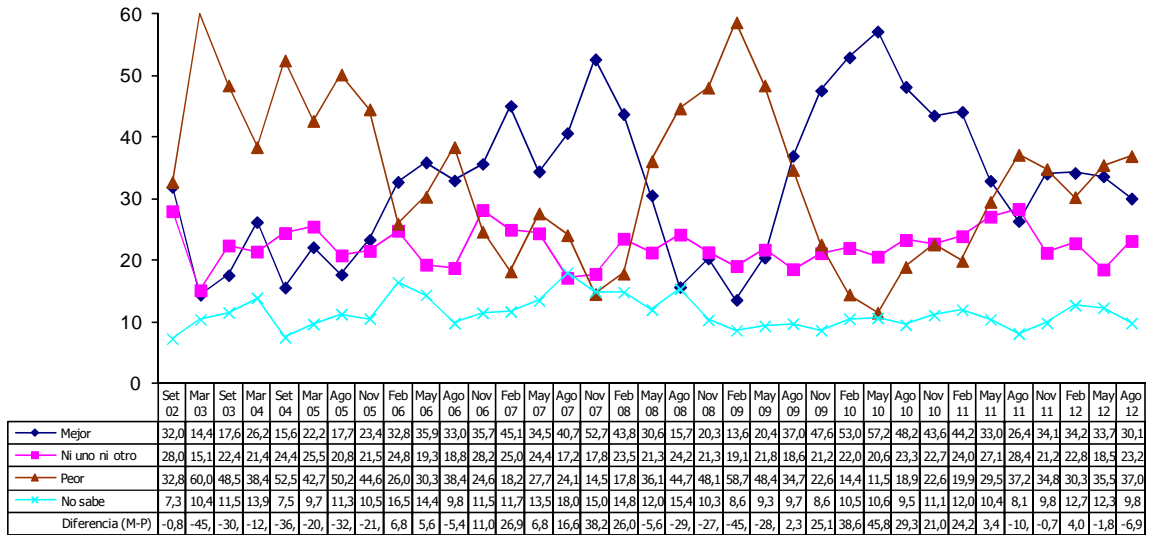
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

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?



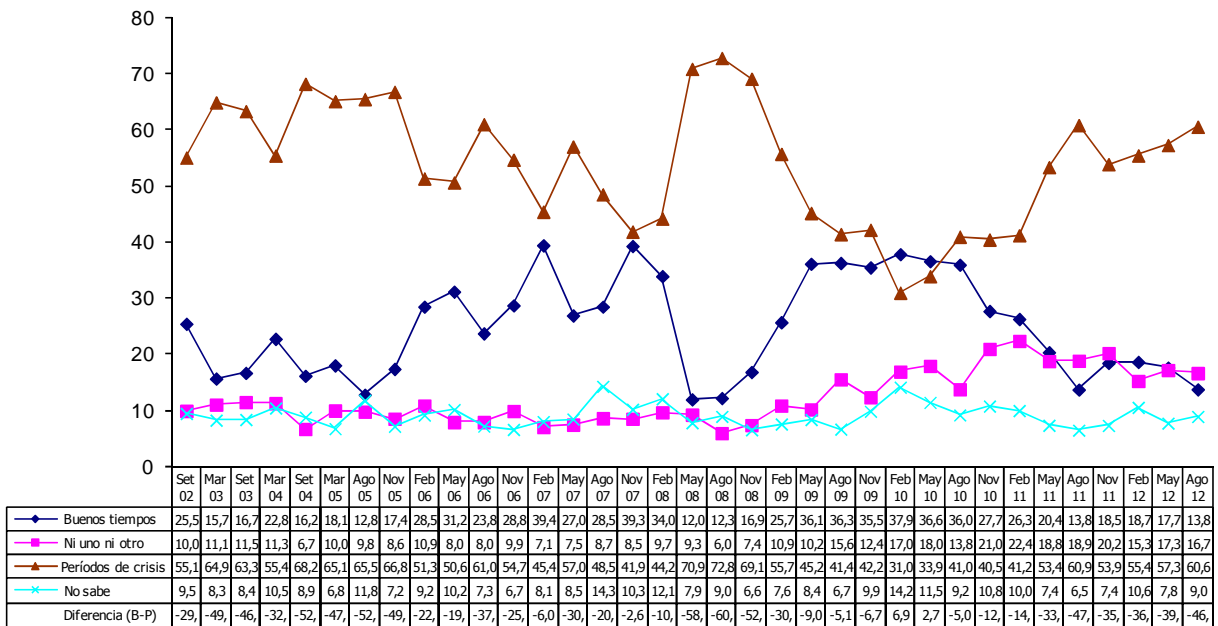
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

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?



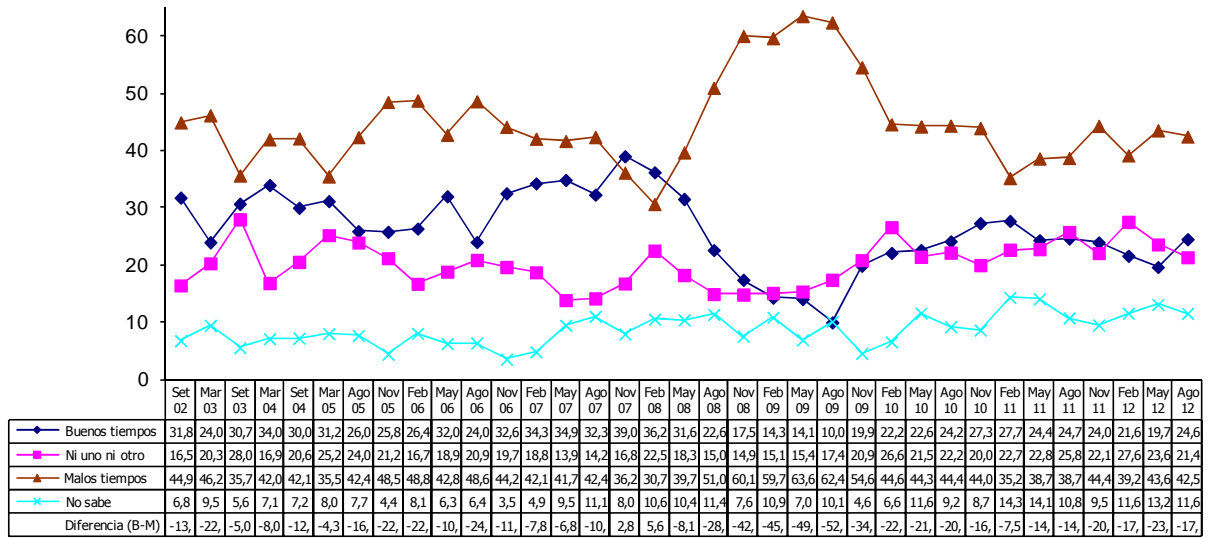
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 35. Agosto, 2012.

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 Nº 35. Agosto, 2012.

Gráfico 15
En términos generales ¿diría Usted que actualmente es un buen momento o un mal momento para que las familias compren esos artículos¹?

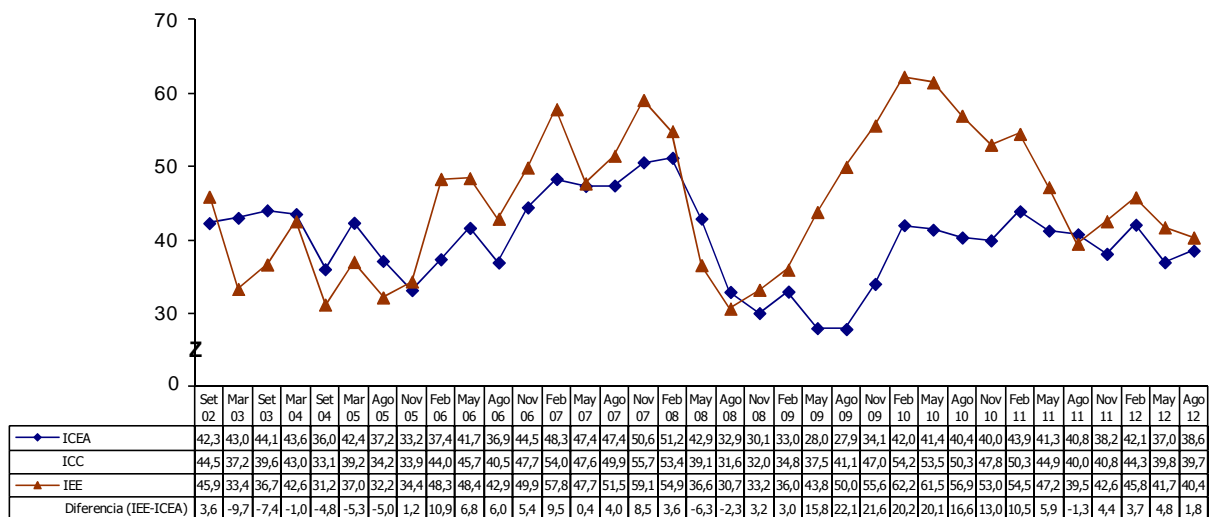


¹Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)⁹ Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)¹⁰

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



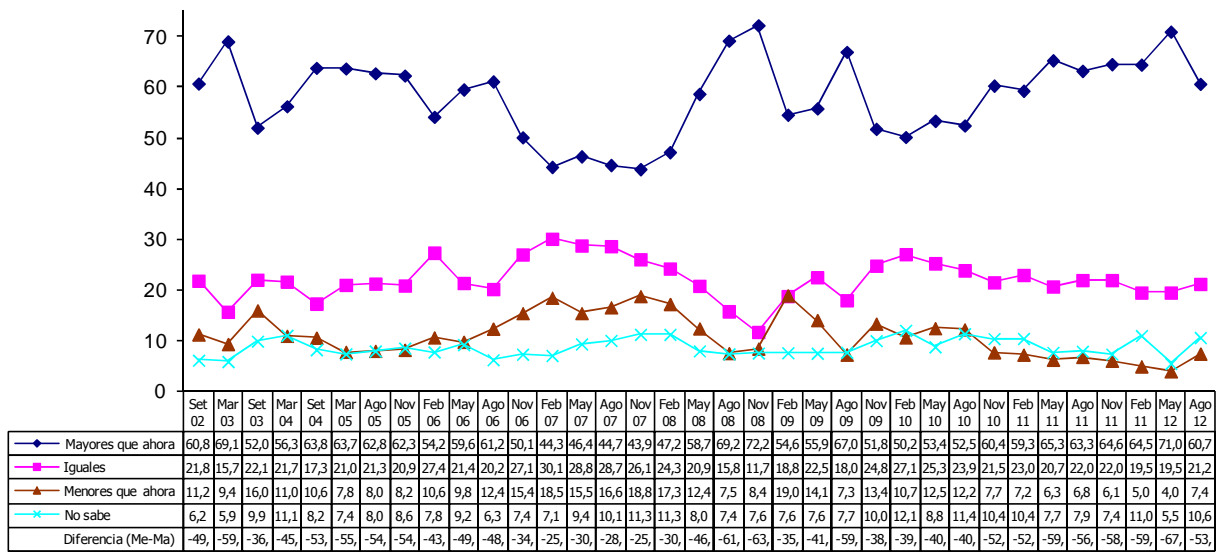
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

⁹ Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

¹⁰ Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 11, 13 y 14.

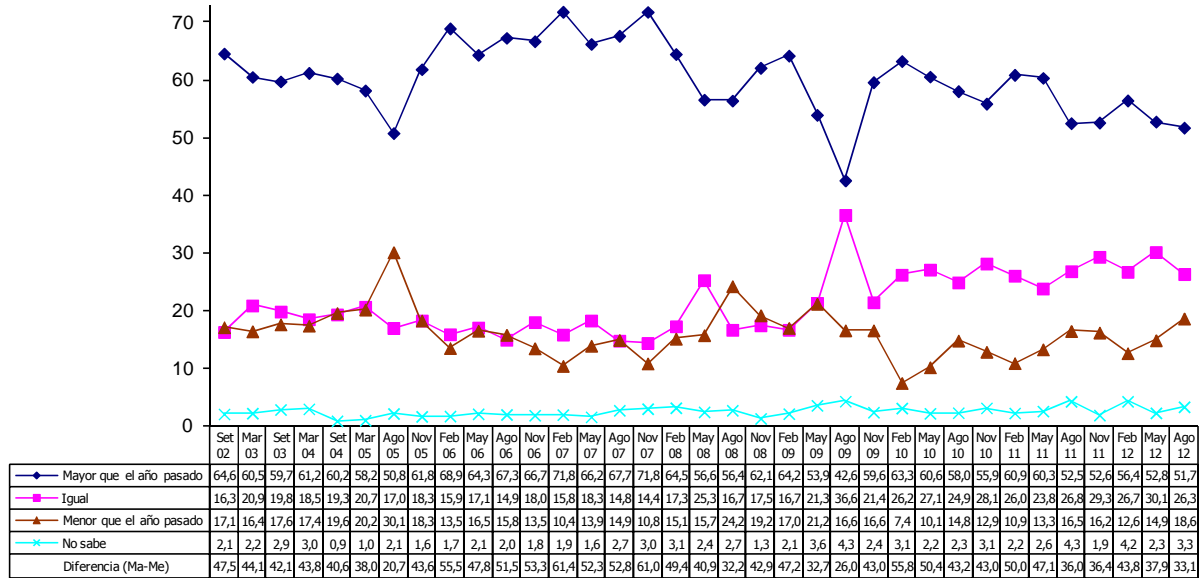
PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

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?



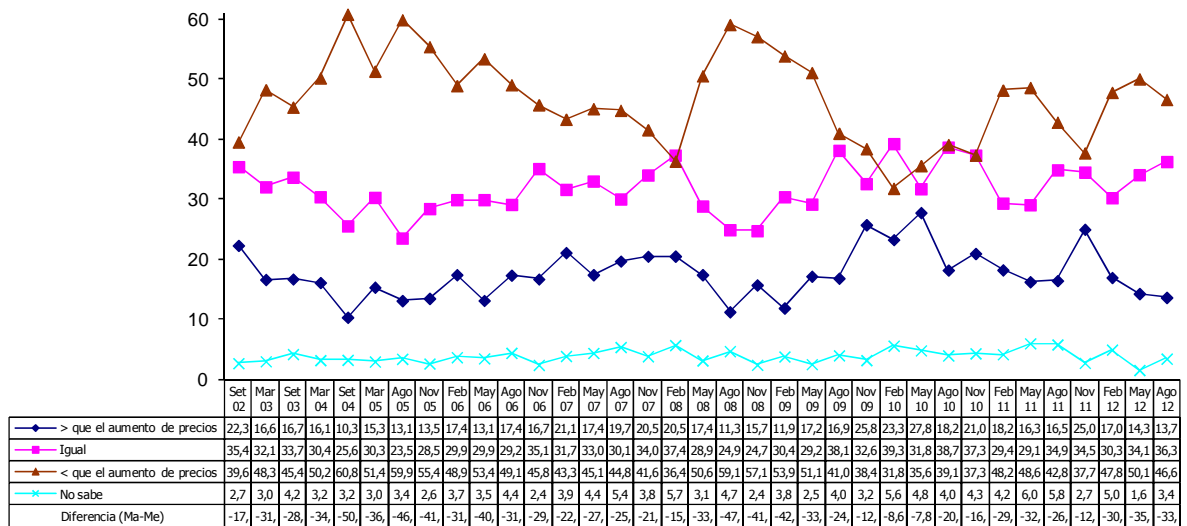
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012

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° 35. Agosto, 2012.

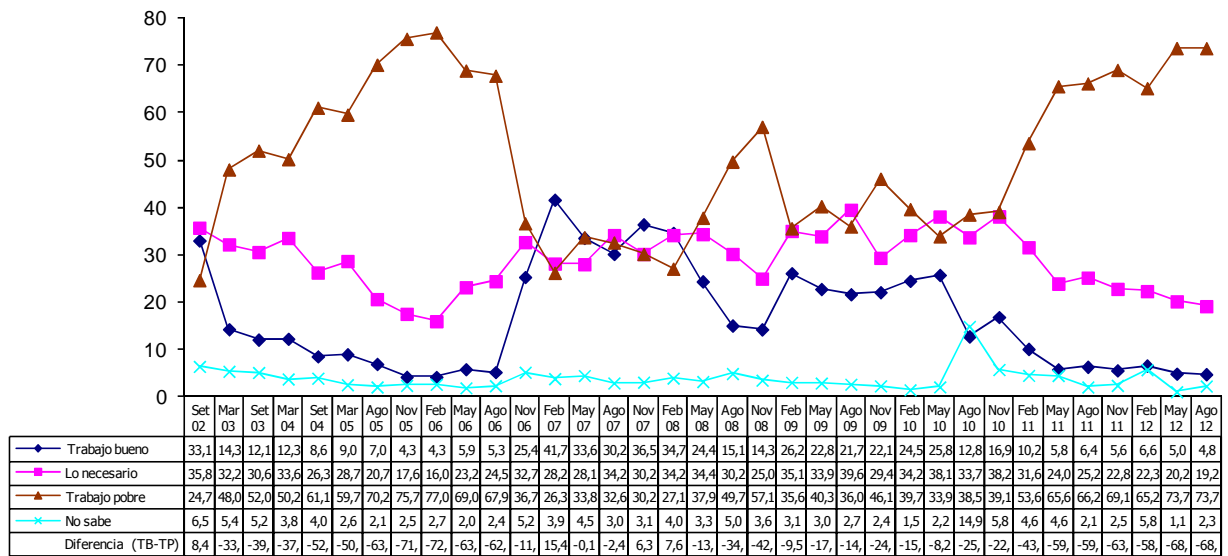
Gráfico 19
Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

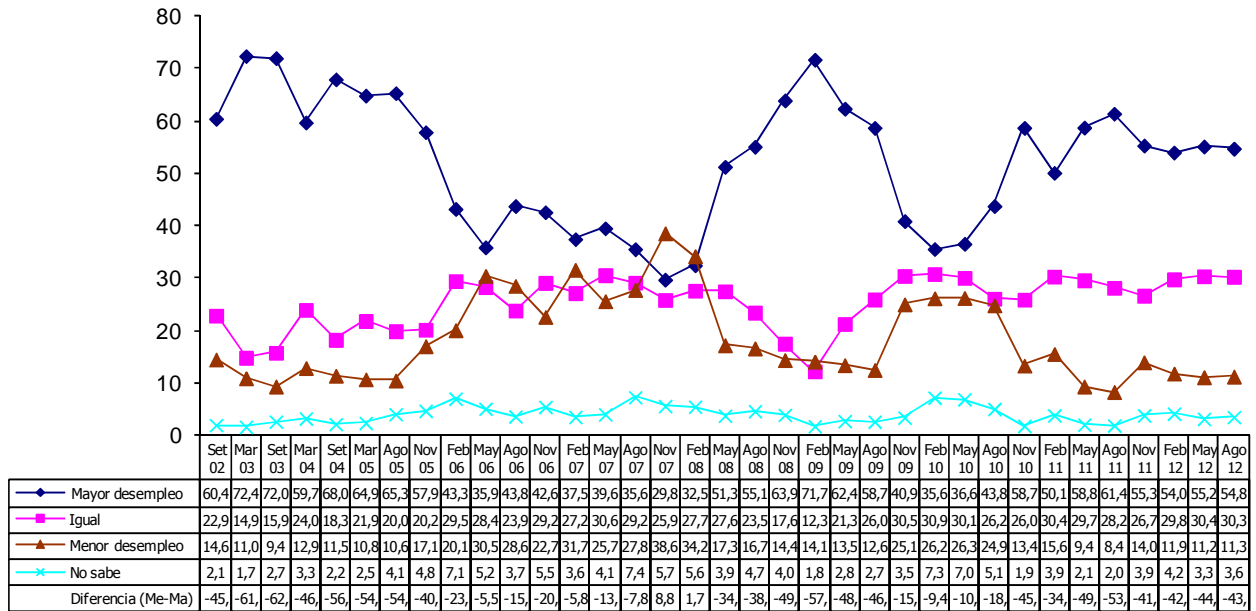
Gráfico 20
¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual¹? ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?



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

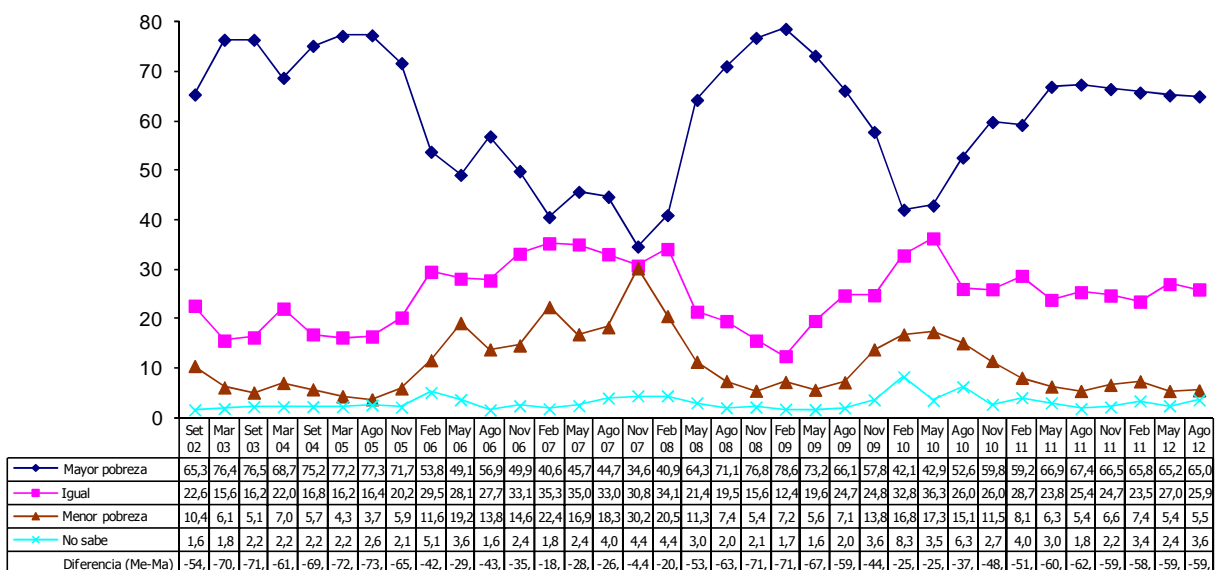
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012.

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 Nº 35. Agosto, 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?

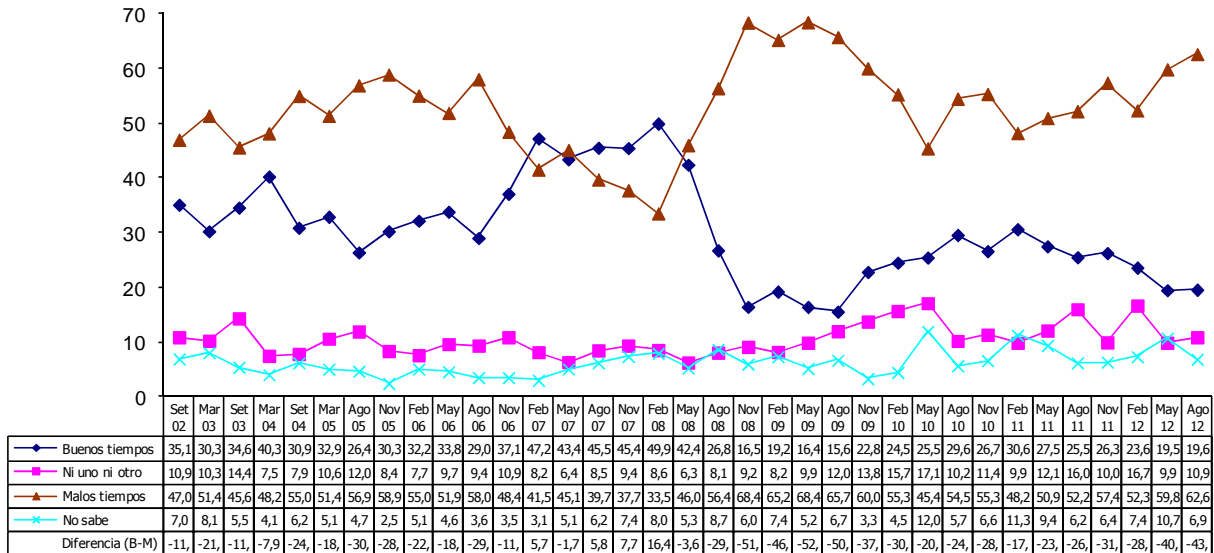


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 35. Agosto, 2012.

VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

Gráfico 23

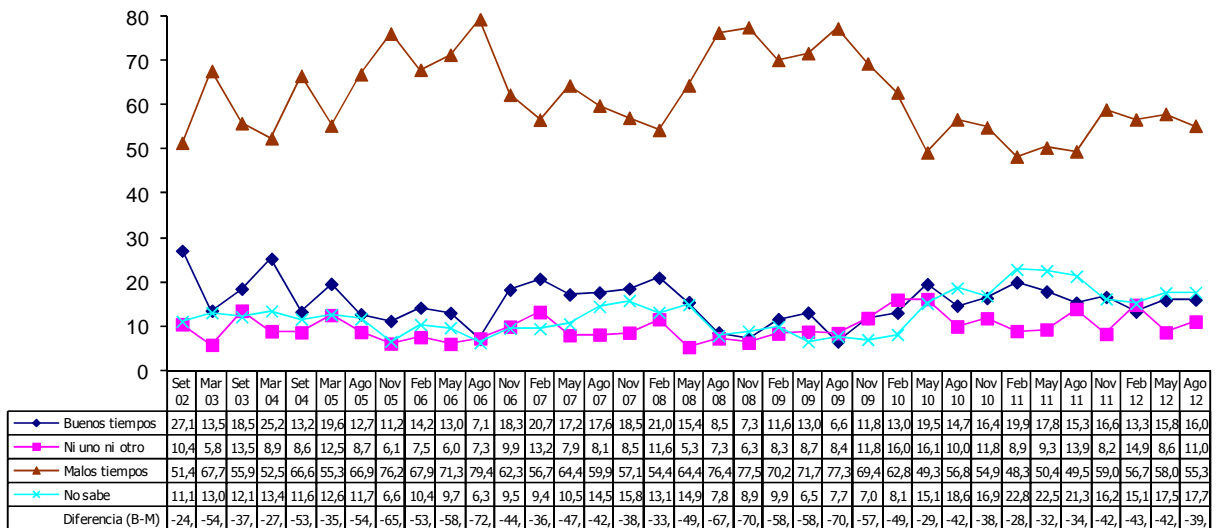
Hablando en general ¿piensa que estos son buenos tiempos o malos tiempos para comprar una casa?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 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° 35. Agosto, 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 | 5,0 |
| 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 | 17,1 |
| 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 | 13,2 |
| May 12 | 100 | 79,3 | 12,9 | 3,0 | 4,8 | 38,2 | 49,3 | 44,8 | 6,6 |
| Ago 12 | 100 | 72,0 | 18,6 | 2,3 | 7,0 | 37,5 | 47,0 | 44,1 | 6,6 |

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 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 |
| Ago 12 | 100 | 31,7 | 63,4 | 4,8 | 32,4 | 43,9 | 11,5 |

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 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 | 5,5 | 8,3 | 39,0 | 42,0 | 33,6 | -5,4 |
| Ago 12 | 100 | 29,2 | 51,7 | 10,2 | 8,8 | 37,5 | 42,5 | 37,7 | 0,2 |

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 35. Agosto, 2012

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

| Año | Número de entrevistas ¹ | 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 | 9,6 |
| 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 | 11,7 |
| 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 |
| Ago 12 | 504 | 100 | 18,1 | 16,7 | 63,3 | 2,0 | 44,6 | 46,0 | 39,6 | 5,0 |

¹ 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° 35. Agosto, 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 ¹ | 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 | 12,4 |
| 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 | 15,4 |
| 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 | 15,1 |
| 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 |
| Ago 12 | 504 | 100 | 20,6 | 75,6 | 3,8 | 33,8 | 43,5 | 9,7 |

¹ 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° 35. Agosto, 2012

ANEXOS

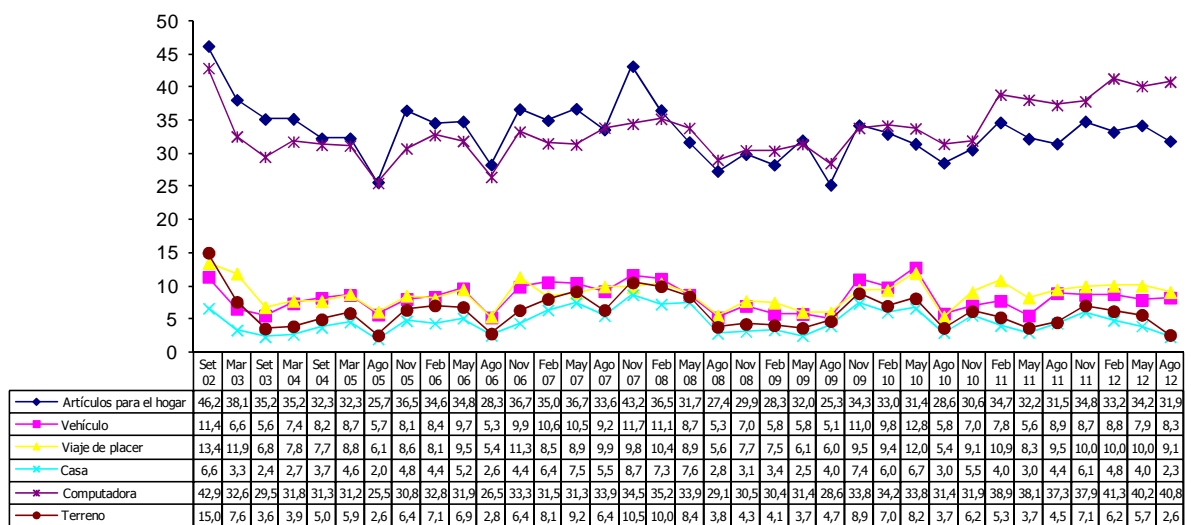
CUADRO ANEXO: DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL PRINCIPAL SOSTÉN ECONÓMICO DEL HOGAR

| Encuesta | Número de entrevistas | ¿Quién respondió la entrevista? | | Sexo | | Educación | | | Ingreso familiar mensual | | | Situación económica (subjativa) | | | | Gasto discrecional 1/ | |
|----------|-----------------------|---------------------------------|------------------|--------|-------|------------------|------------|---------------|--------------------------|------------------|--------|---------------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------|-----------------------|------|
| | | Principál 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 |
| Mar 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 |
| Ago 12 | 725 | 98,2 | 1,8 | 51,3 | 48,7 | 39,4 | 27,1 | 33,6 | 64,6 | 31,2 | 4,3 | 10,3 | 22,6 | 47,4 | 19,7 | 56,6 | 43,4 |

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° 35. Agosto, 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° 35. Agosto, 2012.