



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

Escuela de  
Estadística

Unidad de Servicios  
Estadísticos

60  
55  
50  
45  
40  
35  
30  
0

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° 38 Mayo 2013

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) hasta marzo del 2005, su frecuencia fue semestral (marzo y setiembre) y se ejecutaron seis encuestas. A partir de agosto del 2005 se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre), contabilizando 32 más. Actualmente se cuenta con un total de 38 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, positiva o negativamente, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurre previo 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 38. Mayo del 2013	
Investigador principal:	Johnny Madrigal Pana
Investigador asociado:	Edgar Gutiérrez Espeleta.
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 10 de mayo del 2013
Población de interés:	hogares con teléfono fijo (residencial) en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de la muestra:	738 hogares
Informante:	principal sostén económico del hogar (99,7%) 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 es un índice promedio que 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.** La confianza de los consumidores se incrementó en mayo del presente año a 44,3 puntos (en una escala de cero a 100), después de nueve meses de encontrarse estancada en niveles de 40 puntos (Gráfico 1). Si bien es cierto que el incremento registrado con respecto a las tres encuestas anteriores es estadísticamente significativo, también lo es que todavía la confianza es baja y está lejos de alcanzar la magnitud que registró tres años atrás, cuando ésta llegó un nivel de 53,5. En otras palabras, esto significa que el pesimismo que se venía experimentando hacia la actividad económica del país es tan solo menos acentuado en el presente.

Este incremento en la confianza se refleja en la clasificación de los consumidores (Gráfico 2). Si se comparan las últimas dos encuestas se observa que la magnitud de consumidores pesimistas disminuyó de 30,1% a 22,6% y la de optimistas aumentó cerca de dos puntos porcentuales (de 17,3% a 19,0%). Otra forma de corroborar este incremento es observando que en febrero pasado los consumidores pesimistas casi duplicaban a los optimistas, pero actualmente las magnitudes son casi iguales (una diferencia de 3,7 puntos porcentuales).

Las tendencias del ICC en diferentes segmentos poblacionales revelan al menos dos aspectos de interés. Lo primero es que el reciente incremento de la confianza se produjo 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 las familias del ingreso mensual que reciben (Gráficos del 6 al 9). Esto significa que el incremento reciente de la confianza fue generalizado en toda la población. Lo segundo es que, por lo general, la confianza es significativamente mayor en los grupos socioeconómicamente más favorecidos. Un ejemplo de ello es que quienes respondieron que pueden ahorrar expresan una confianza muy por encima a la de quienes tienen grandes dificultades económicas con el ingreso familiar (ICC=53,9 y 36,2, respectivamente en mayo del 2013) (Gráfico 9).

**El momento actual y el futuro económico.** El ICC puede subdividirse en dos índices: 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 de los consumidores en la situación económica del momento actual, el segundo lo hace sobre el futuro económico.

Ambos índices revelan que el incremento de la confianza se produjo porque aumentó tanto la valoración de la situación económica actual como de las expectativas hacia el futuro económico del país (Gráfico 16). Específicamente, mientras el ICEA aumentó de 37,9 en la encuesta anterior a 40,9 en la presente, el IEE lo hizo de 41,3 a 46,6. Pese a que ambos incrementos son estadísticamente significativos, el IEE aumentó más (5,3 puntos) que el ICEA (2,9). Esto significa, entonces, que la valoración del futuro económico del país se fortaleció más que la valoración del momento actual. Muestra de ello es que al preguntarle a los consumidores *¿Diría que durante los próximos 5 años el país tendrá buenos tiempos, períodos de crisis o qué?* el 48,4% respondió períodos de crisis, cifra que era de 56,2% tres meses atrás (Gráfico 14).

**Expectativas sobre la inflación.** Las expectativas acerca de las tasas de interés continúan mejorando. Esto se afirma porque actualmente el 45,7% respondió que las tasas de interés de los préstamos de dinero aumentarán durante los próximos 12 meses. Pese a que esa cifra es alta, en mayo del 2012 esa magnitud era 71,0% (Gráfico 17). La tendencia reciente de esta variable revela dos aspectos de interés. Por una parte, un patrón de aumento desde febrero del 2010 (50,2%) hasta mayo del 2012 (71,0%). Por la otra, una disminución de 25,3 puntos en los últimos 12 meses (71,0% en mayo del 2012 y 45,7% en la actualidad). Este último hallazgo podría ser explicado, en gran parte, como producto de la aprobación del proyecto de Eurobonos en la Asamblea Legislativa, el que, entre otros, empezó a favorecer la baja de las tasas de interés. Adicionalmente, en el campo de la inflación se encontró que durante los próximos 12 meses el 53,5% espera que el ingreso

familiar supere el del año pasado, cifra que era menor en la encuesta anterior (50,5%), pero que muestra una tendencia irregular (Gráfico 18). Sobre la expectativa en la capacidad de compra durante el próximo año, el 41,6% espera que el ingreso familiar aumente menos que los precios o, en otras palabras, esa magnitud espera una pérdida en la capacidad de compra. Tres meses atrás esta magnitud era de 48,7%, por lo que disminuyó (Gráfico 19). Aquí es importante observar que la expectativa en la capacidad de compra no se fortaleció, pues quienes esperan que el incremento del ingreso familiar supere el nivel de precios se mantiene igual (14,4%). Lo que sí es cierto es que aumentó la magnitud de consumidores que esperan que su capacidad de compra al menos se mantenga igual (de 34,1% a 41,6%). En síntesis, las perspectivas que poseen los consumidores sobre el comportamiento de la inflación (tasas de interés, ingresos y capacidad de compra) son actualmente más positivas que hace tres meses.

**Política económica y social.** La calificación a la política económica del gobierno actual continúa siendo bastante negativa. Esto se afirma porque solamente el 5,8% respondió que se está haciendo un trabajo bueno y una mayoría, de 70,2%, opinó que se está haciendo un trabajo pobre. La tendencia de estas respuestas muestra que durante los últimos dos años las calificaciones negativas superan las positivas en magnitudes importantes (Gráfico 20).

En el ámbito de la política social las expectativas no son favorables, pero mejoraron con respecto a la encuesta anterior. Actualmente, el 52,2% de los consumidores cree que el desempleo será mayor durante los próximos 12 meses, cifra que tres meses atrás era de 57,0% (Gráfico 21). Con respecto a la pobreza la situación es similar, pues actualmente el 59,3% cree que aumentará durante los próximos 12 meses y en la encuesta anterior era de 64,2% (Gráfico 22).

**Compra de casa y carro.** La valoración del momento para la compra de casa es desfavorable, pero se está fortaleciendo desde hace nueve meses, pues en noviembre del 2012 el 19,5% respondió que eran buenos tiempos para comprar, luego aumentó a 22,6% en febrero del 2013 y ahora alcanzó una magnitud de 26,4% (Gráfico 23). Por otra parte, sobre la compra de carro, las valoraciones presentan un patrón similar, pues en noviembre del 2012 el 12,3% afirmaba que eran buenos tiempos para comprar, en febrero fue de 14,4% y actualmente es de 19,5% (Gráfico 24).

**Otros factores relacionados con la confianza.** Información adicional puede contribuir a entender el reciente incremento de la confianza. Para los próximos 12 meses, los consumidores que esperan incrementos en el precio de los combustibles (diesel y gasolina) representan una magnitud importante, de 79,1%. No obstante, ésta era mayor tres meses atrás (83,0%), por lo que esa expectativa mejoró (Cuadro 1). Además, actualmente el 58,1% piensa que el tipo de cambio se mantendrá igual, cifra que era de 47,9% tres meses atrás (Cuadro 3). En otras palabras, esta expectativa también se fortaleció. También hay que tomar en cuenta que actualmente el 18,9% opina que es fácil encontrar trabajo en lo que hace, cuando en la encuesta anterior esa magnitud era de 14,8%, por lo que también ésta mejoró (Cuadro 4).

La baja confianza que manifiestan los consumidores, y el reciente incremento de ésta, también hay que analizarla desde la perspectiva de la actividad económica del país. Sobre esto, se estima que el PIB crecerá 4,0% en el bienio 2013-2014 y es importante destacar que el informe del Banco Central, referente al Programa Macroeconómico 2013-2014, menciona que este crecimiento representa una tasa inferior al promedio de los últimos tres años<sup>4</sup>. En realidad, esto concuerda con lo sucedido durante el presente año, pues se sabe que la actividad económica avanzó durante el primer trimestre del presente año, que las exportaciones crecieron y que las tasas de interés bajaron, no obstante, también se sabe que el IMAE está mostrando una desaceleración. Además, mientras que en el 2012 la tasa de inflación fue de 4,6%, la que se ubicó por cuarto año consecutivo dentro del rango esperado (5%±1 p.p.), el Banco Central proyecta como meta de inflación para

<sup>4</sup> Banco Central de Costa Rica. Programa Macroeconómico 2013-2014.

el bienio 2013-2014 una cifra dentro de ese mismo rango. Sobre esto debe mencionarse que el 2,46% de incremento de la inflación en el primer trimestre del año que proporciona el Instituto Nacional de Estadística y Censos amenaza el cumplimiento de esa meta. Esto es más evidente en la actualidad con los incrementos en los precios de la electricidad, gasolina y leche que recientemente fueron establecidos.

Lo anterior muestra que el país está experimentando una actividad económica que se está desacelerando y que existen amenazas evidentes para alcanzar las metas inflacionarias impuestas en el presente año. Ante esto, los consumidores incrementaron su confianza durante los últimos tres meses (ICC=44,3), pero la magnitud del índice revela que todavía existe incertidumbre hacia la economía.

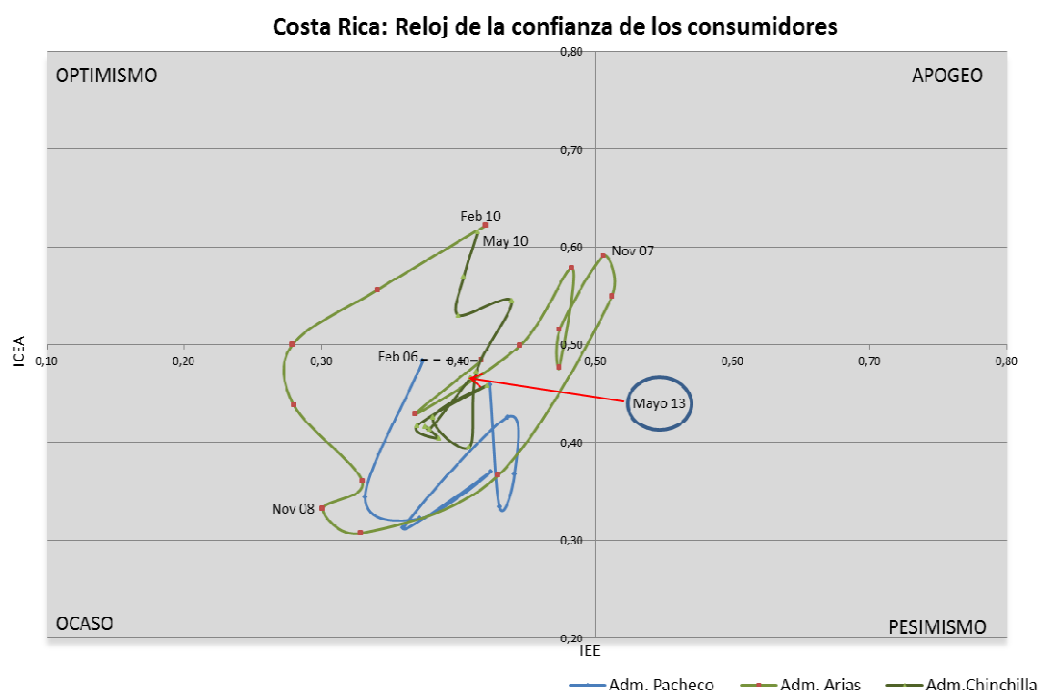
Por otra parte, debe tomarse en cuenta que también es lógico asumir que en el país se están experimentando eventos, no medidos por la encuesta, que afectan la confianza de los consumidores. Así por ejemplo, el incremento de la publicidad de las diversas acciones y logros alcanzados por el gobierno en los medios de comunicación puede estar generando más optimismo en la población. También, puede estar teniendo una influencia positiva el hecho de que Costa Rica asumió este año la presidencia Pro-Témpore del Sistema de Integración Centroamericana (SICA), lo que ha provocado diversas reuniones en el país. La más importante fue la que reunió a los presidentes de Centroamérica en Costa Rica para participar en una cumbre con el Presidente de los Estados Unidos, Barack Obama. Este hecho pudo impactar positivamente la confianza ante la efervescencia social que experimentó su presencia en el país y la atracción que tuvo este evento a nivel mundial. Debe tomarse en cuenta que las entrevistas para la encuesta empezaron a realizarse el 2 de mayo y que la visita del Presidente Obama se produjo el 3 y 4 de mayo, por lo que existe la posibilidad de que su breve estancia en el país haya fortalecido las expectativas sobre el futuro económico del país.

Por otra parte, no pueden dejar de mencionarse eventos importantes que podrían afectar negativamente la confianza, como lo son la crisis institucional, social y política que está atravesando el país. Un ejemplo de ello fue la oposición ciudadana a la propuesta de reparar y ampliar la ruta San José-San Ramón mediante una concesión, ante los elevados costos en que se incurrirían por recorrer esa ruta de 58 kilómetros. Otro hecho reciente, que probablemente tendrá consecuencias negativas en la confianza de los consumidores, es el escándalo que surgió por el viaje de la Presidenta Laura Chinchilla al Perú en un avión privado perteneciente a empresas que ahora están siendo investigadas por la Fiscalía. Esto no solo afectó la imagen de la Presidenta, sino también la del país y provocó la renuncia de al menos tres funcionarios de alto rango de Casa Presidencial. Esta situación se hizo pública recién finalizadas las entrevistas, por lo que esta encuesta no se vio afectada por esa situación.

## NOTA TÉCNICA 1 EL RELOJ DE LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES<sup>5</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>6</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.

La trayectoria de la confianza del consumidor desde la Administración Pacheco se ha mantenido, con raras excepciones, en el cuadrante del “Ocaso”, es decir, en aquel donde el consumidor siente que hoy la economía no está bien y que mañana tampoco lo estará, tal como se observa en la gráfica. En esta medición de mayo del 2013, a pesar de mantenerse en el mismo cuadrante del Ocaso, se presenta un punto de inflexión en la caída de la confianza de los consumidores. ¿Podría ser este un signo de que mejores tiempos se acercan? Lo que sí pareciera ser cierto es que la campaña de la Casa Presidencial sobre los logros y acciones alcanzadas por la Administración Chinchilla están resultando positivos para que los habitantes muestren un cambio sobre su percepción de la situación económica del país.



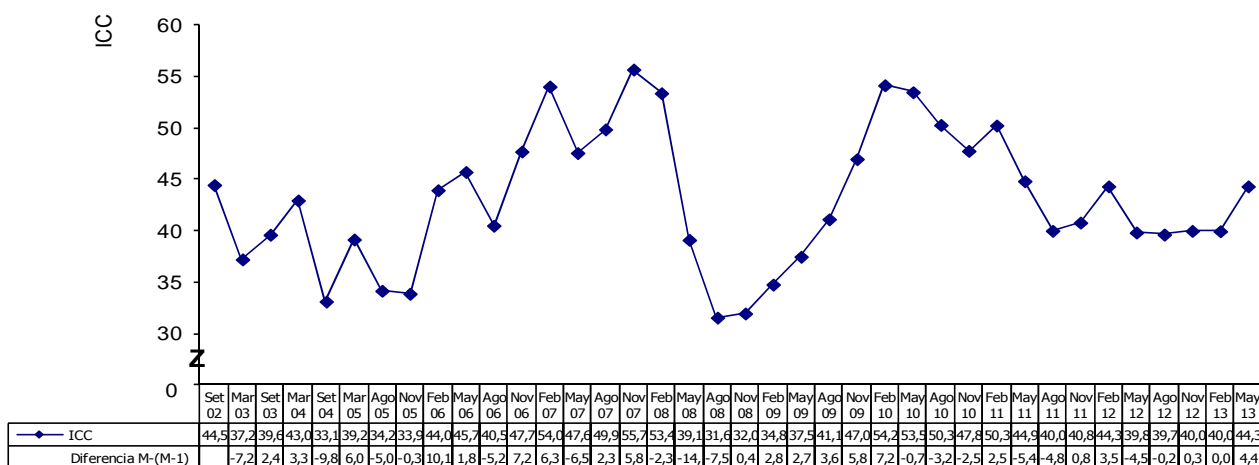
<sup>5</sup> Contribución del Dr. Edgar E. Gutiérrez Espeleta, Director de la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica.

<sup>6</sup> En la síntesis metodológica se mencionan las variables que componen cada uno de los índices.

# RESULTADOS GRÁFICOS

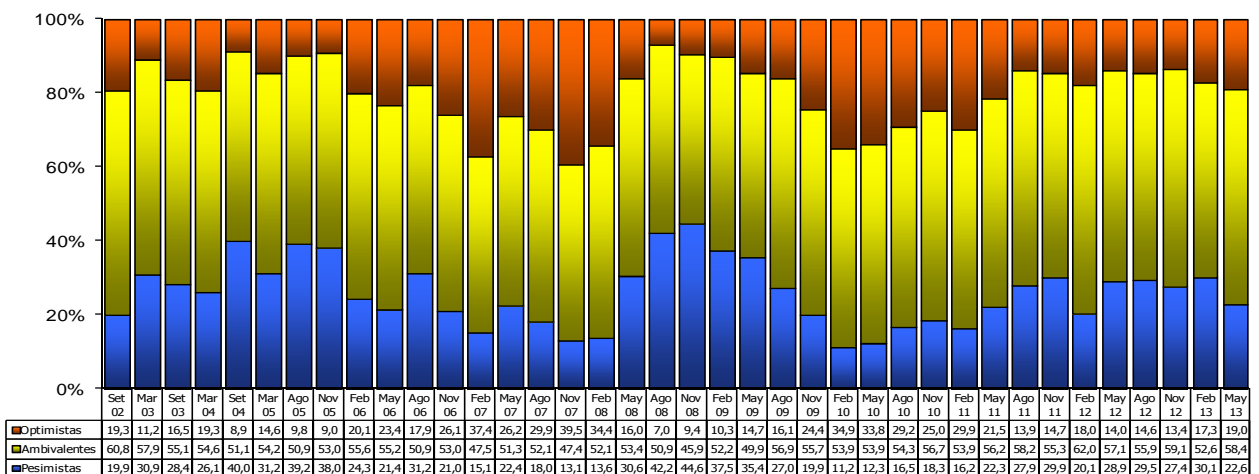
## LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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° 38. Mayo, 2013

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

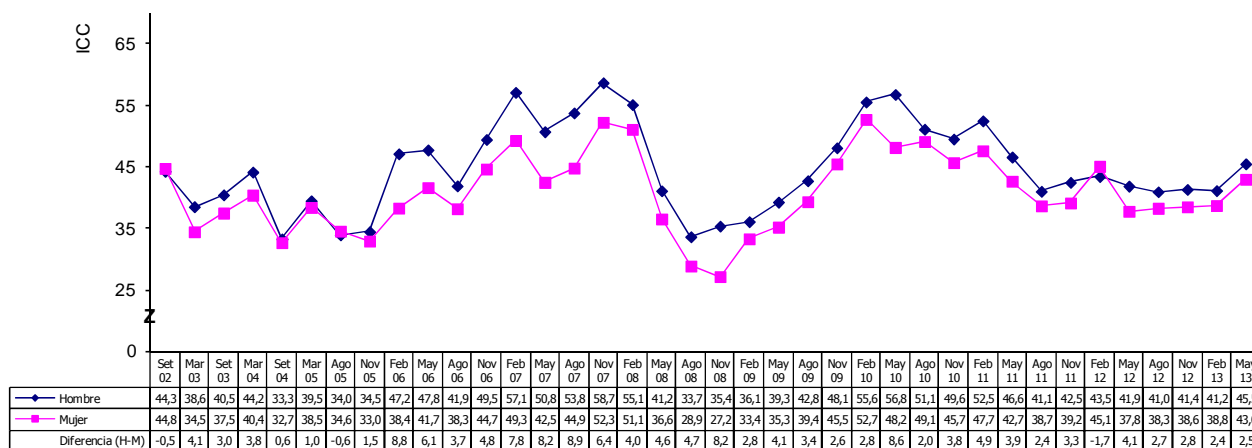


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada 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° 38. Mayo, 2013.

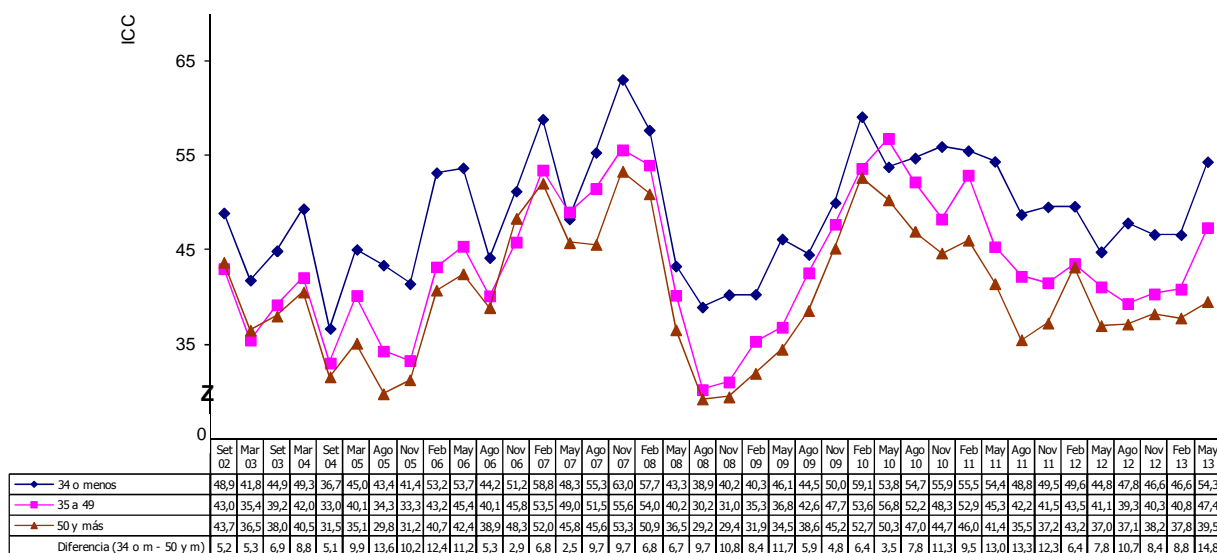
## DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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° 38. Mayo, 2013.

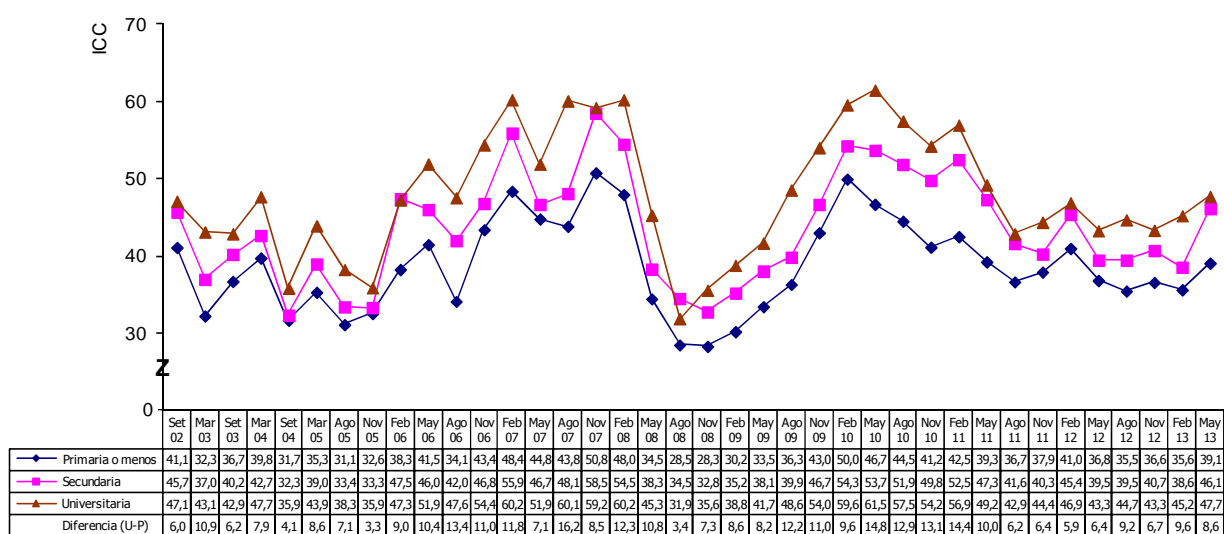
Gráfico 4  
ICC según edad del principal sostén económico del hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.



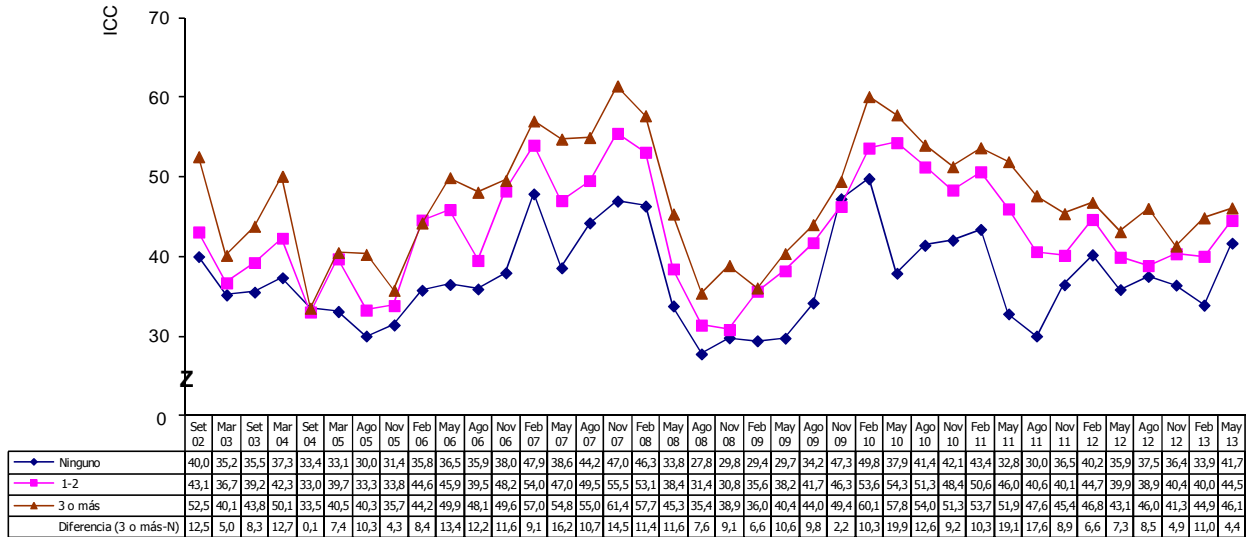
**Gráfico 5**  
**ICC según niveles de educación del principal sostén económico del hogar**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

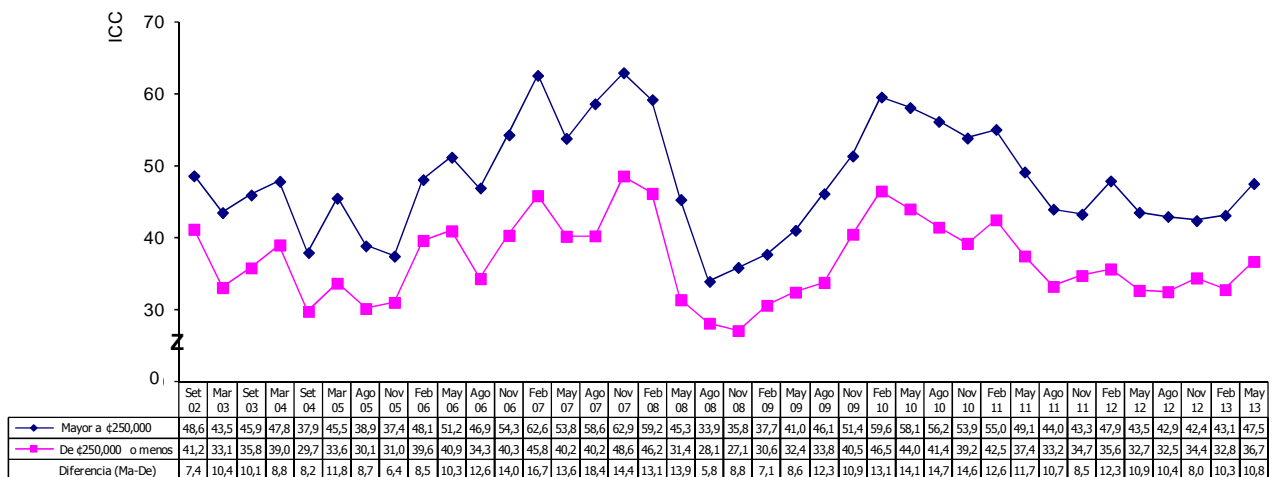
## DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



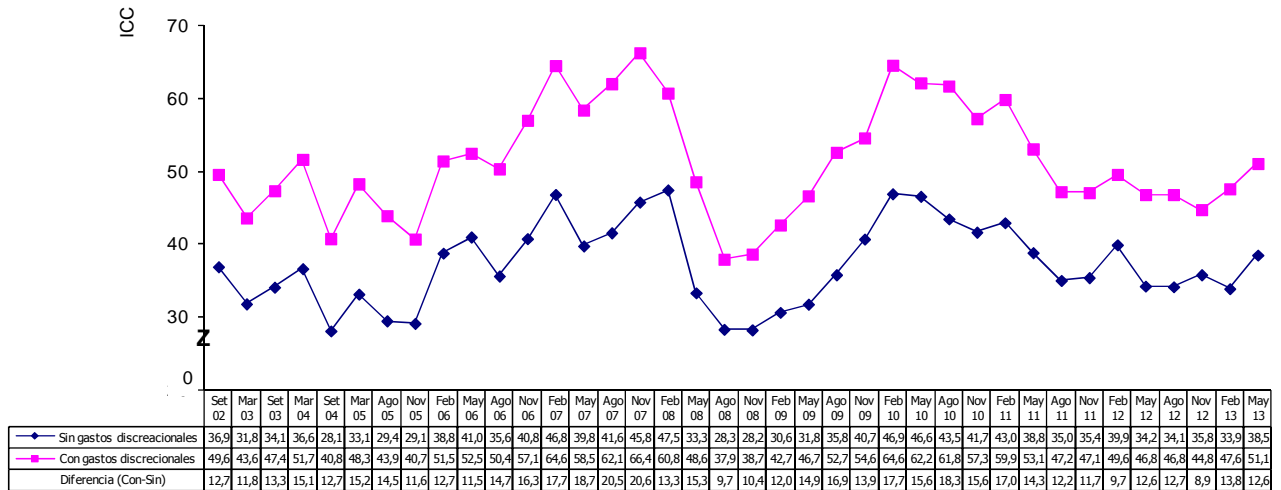
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

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° 38. Mayo, 2013.

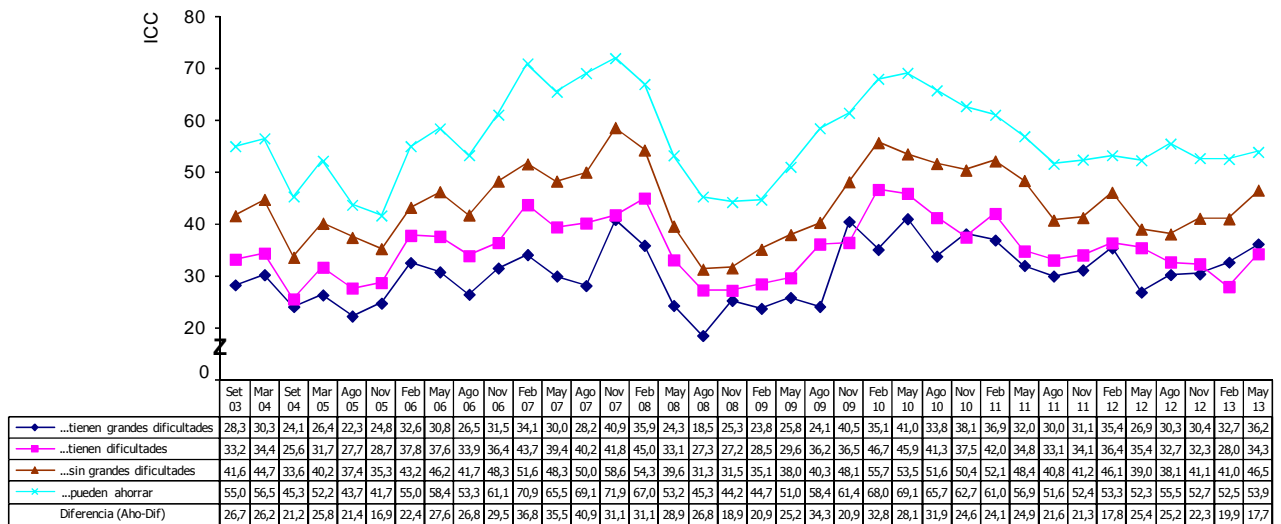
**Gráfico 8**  
**ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>**



<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° 38. Mayo, 2013.

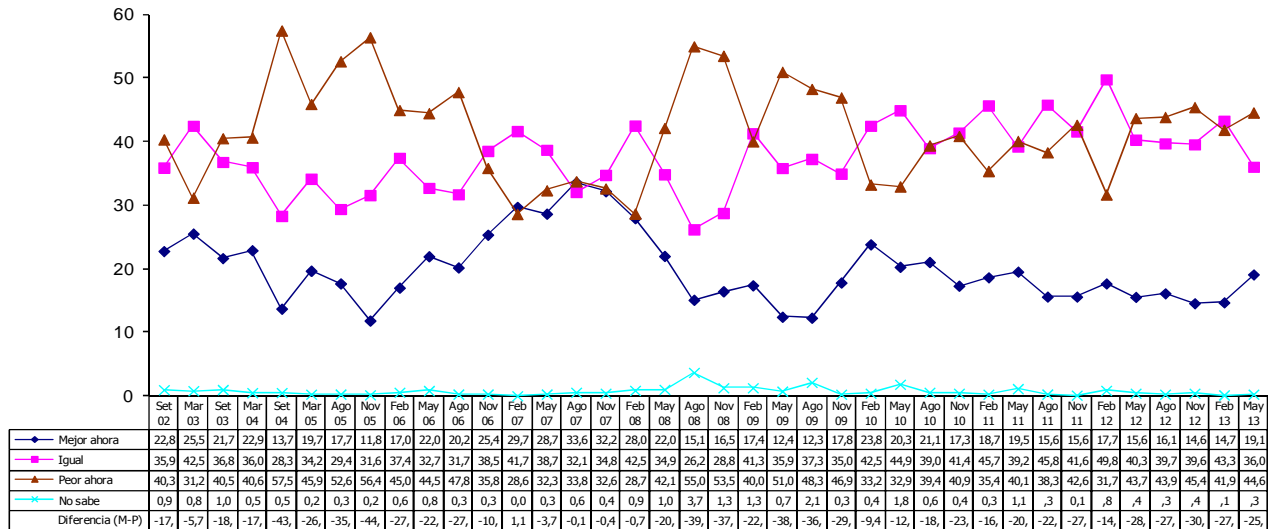
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

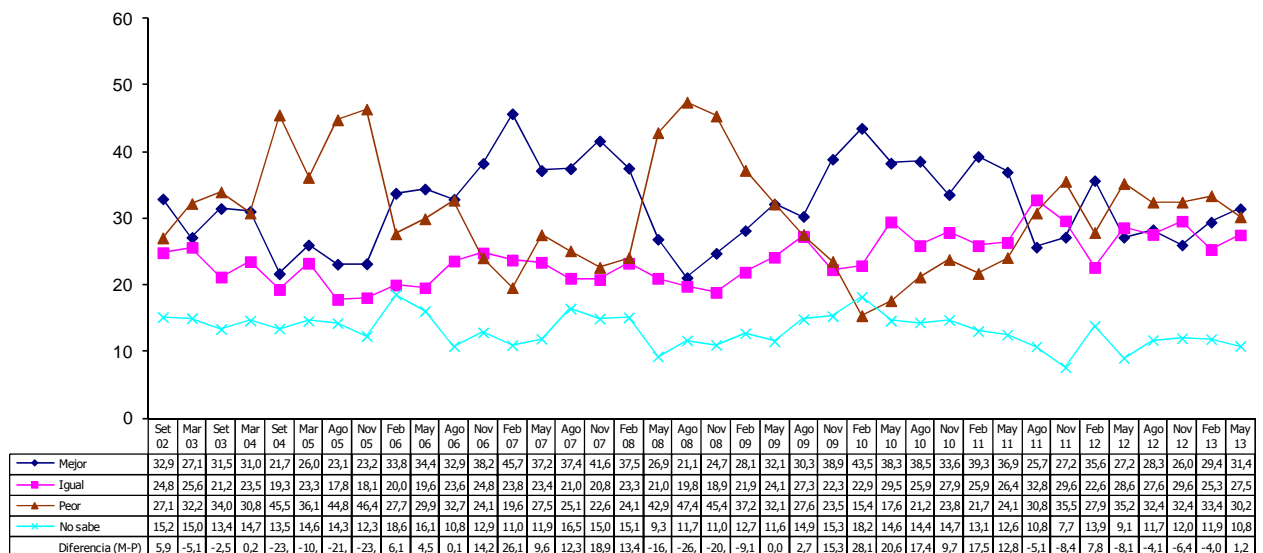
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>7</sup>

**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° 38. Mayo, 2013.

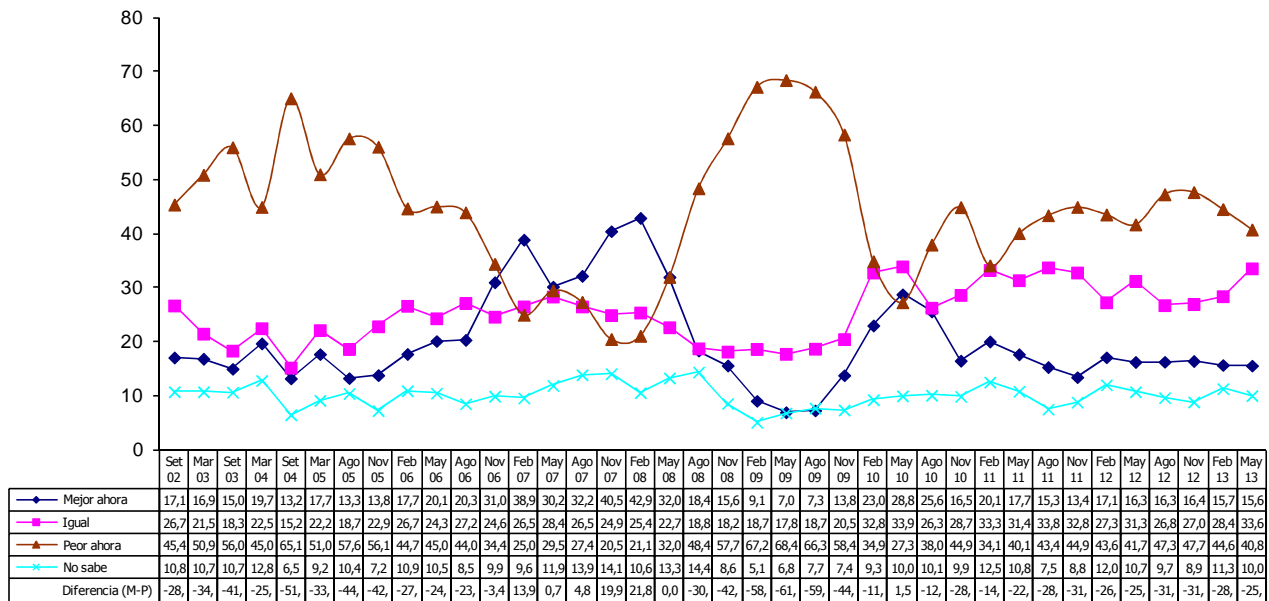
**Gráfico 11**  
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

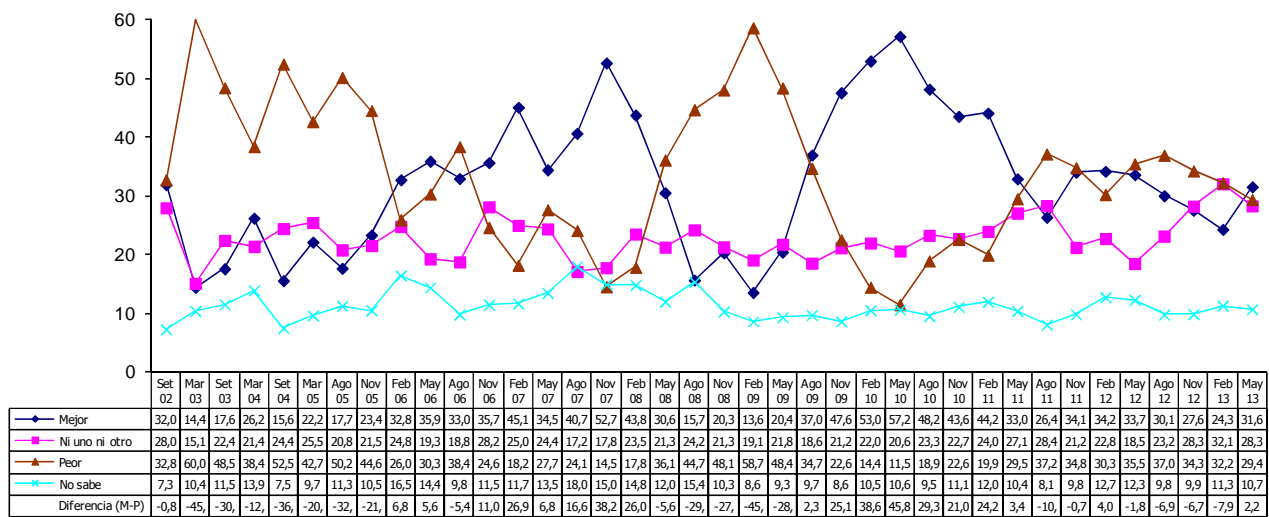
<sup>7</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

**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?**



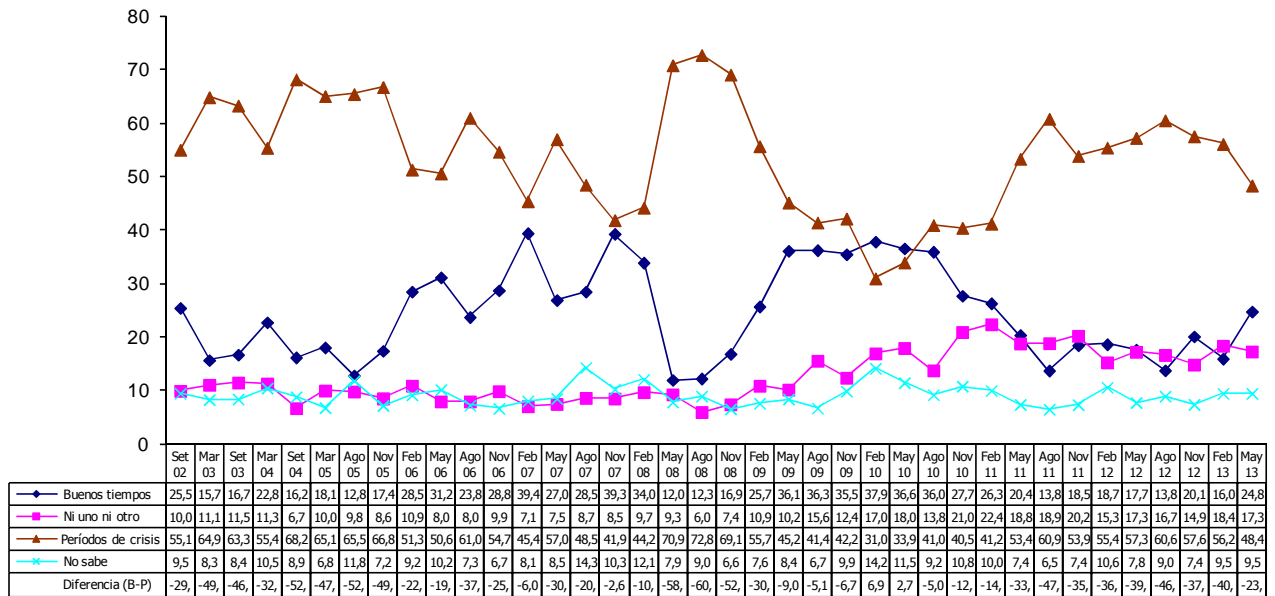
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

**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?**



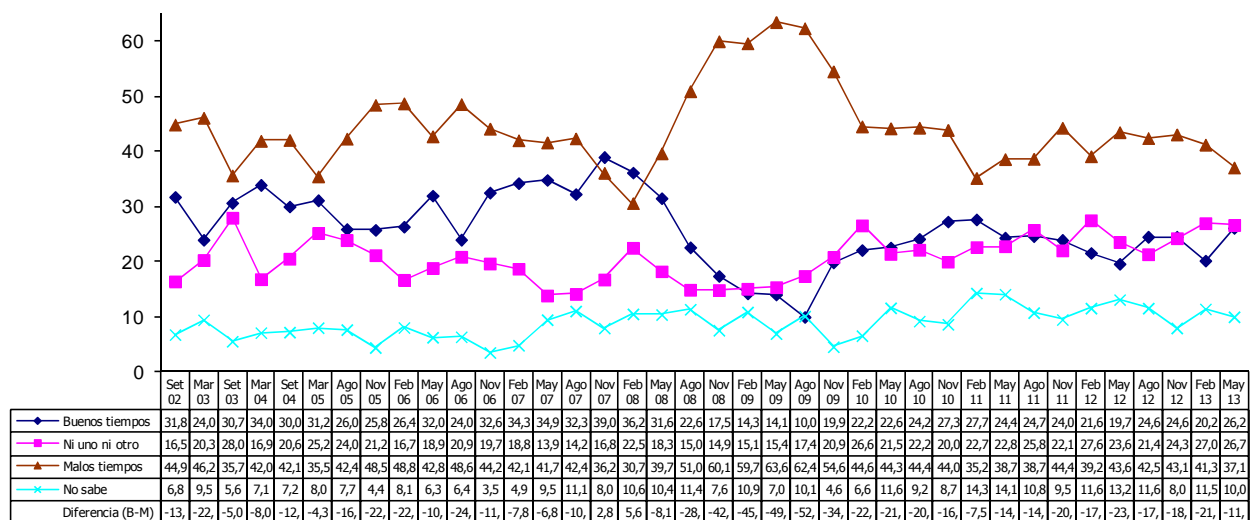
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

**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° 37. Febrero, 2013.

**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>?**

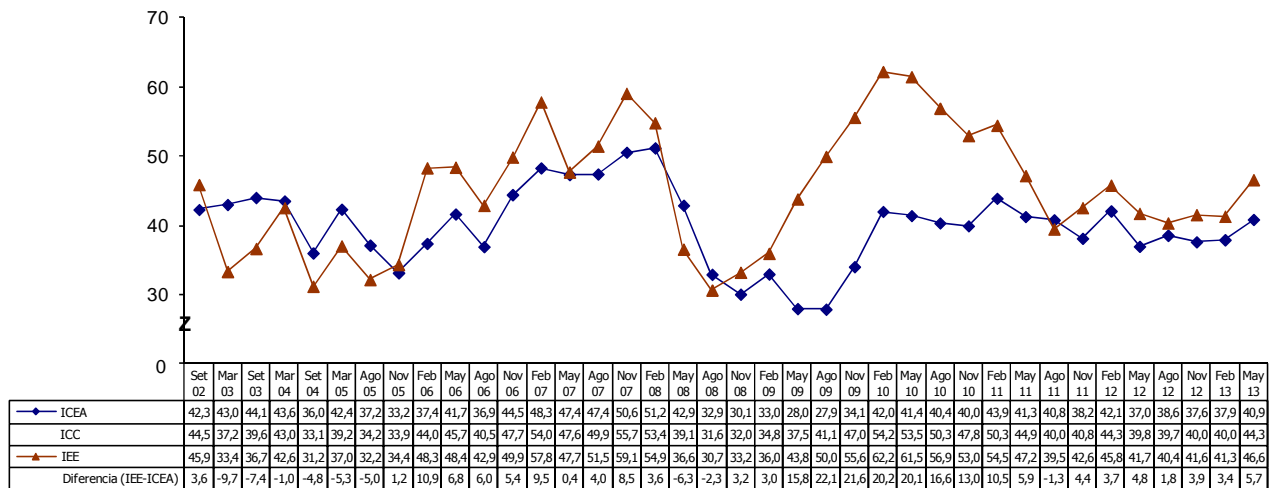


<sup>1</sup>Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

## VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)<sup>8</sup> Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)<sup>9</sup>

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



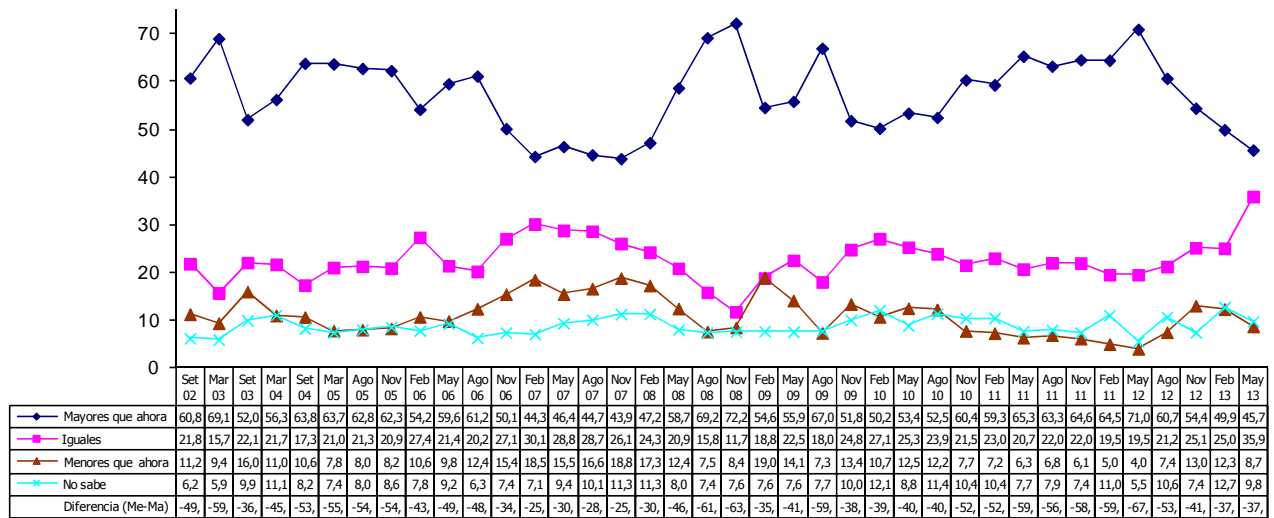
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

<sup>8</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

<sup>9</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 11, 13 y 14.

## PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

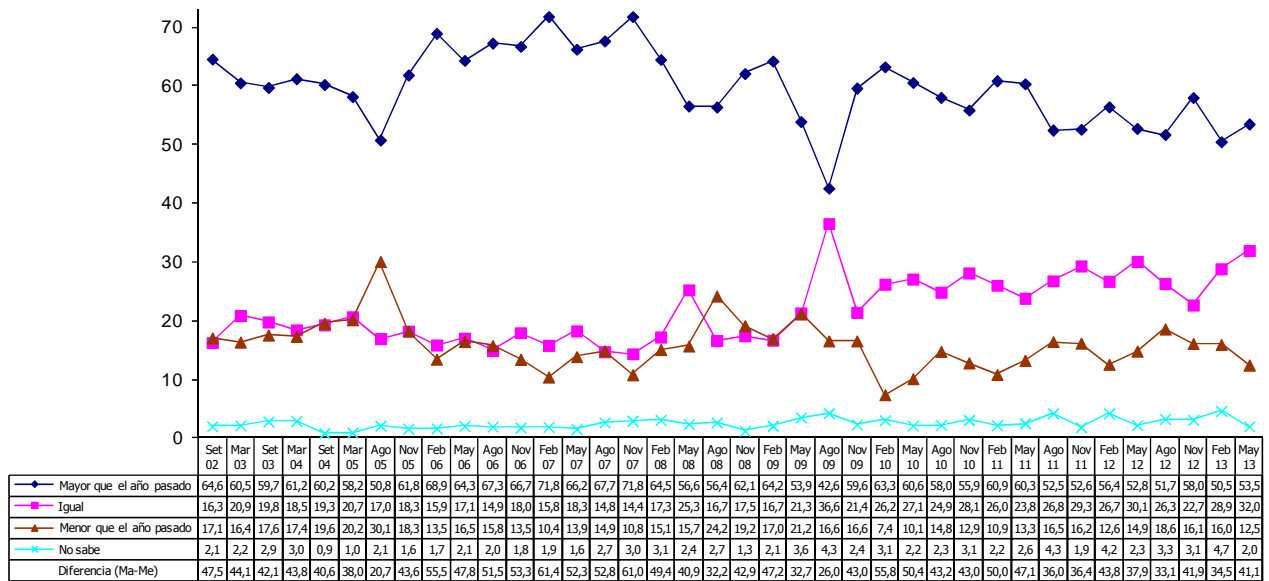
**Gráfico 17**  
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero durante los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 38. Mayo, 2013.

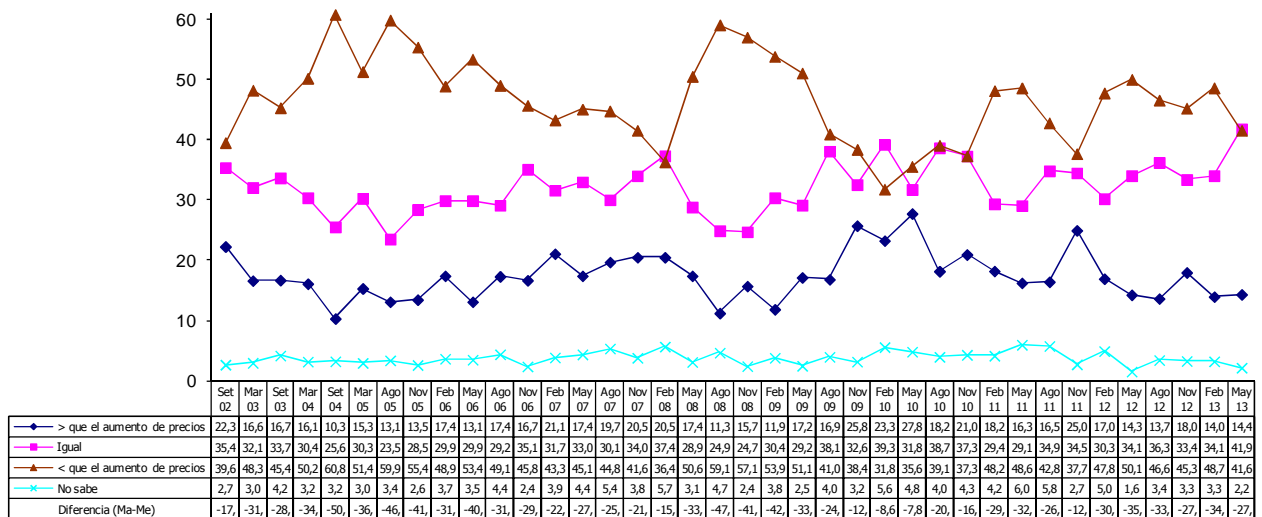


**Gráfico 18**  
**¿Durante los próximos 12 meses Usted espera que el ingreso de su familia sea mayor o menor que el año pasado?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

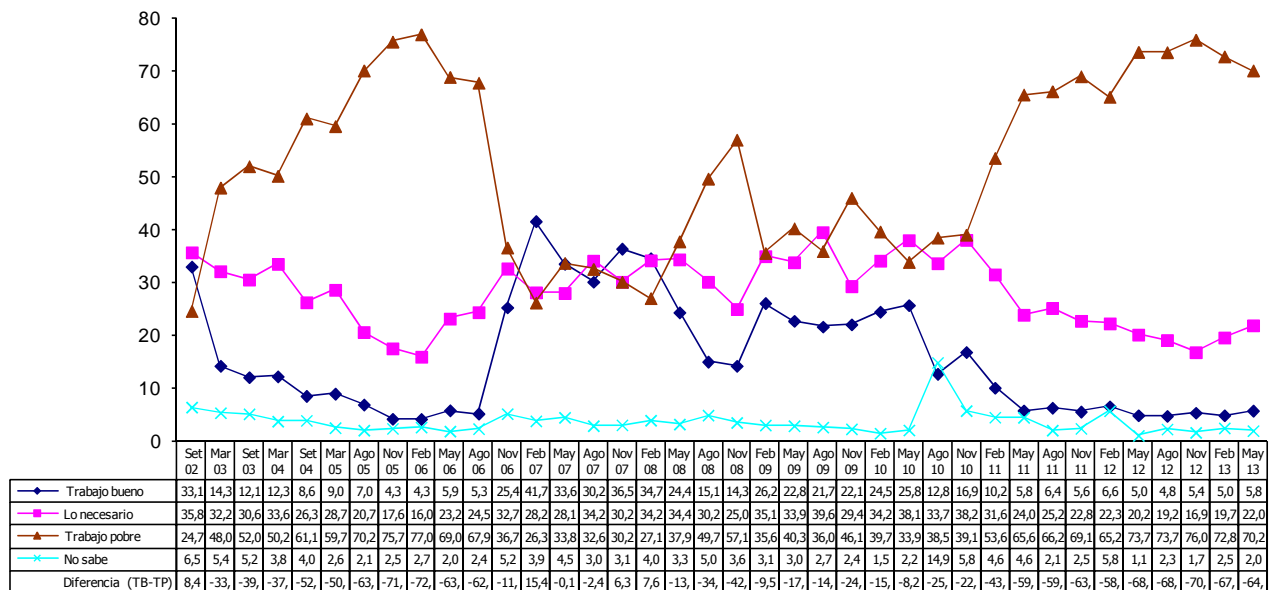
**Gráfico 19**  
**Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

## PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

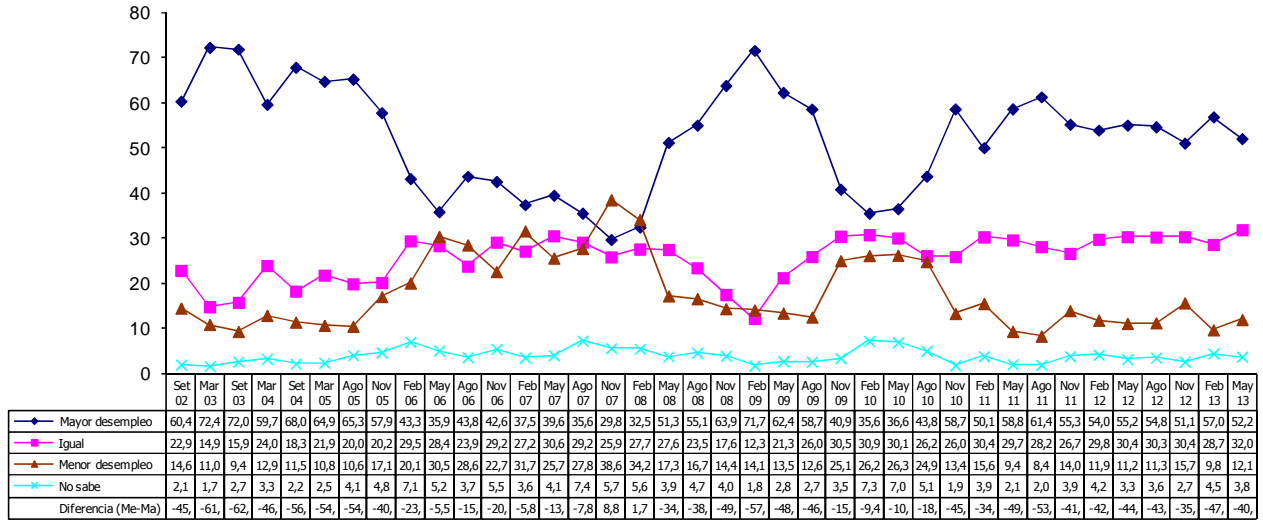
Gráfico 20  
¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual<sup>1</sup>? ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?



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

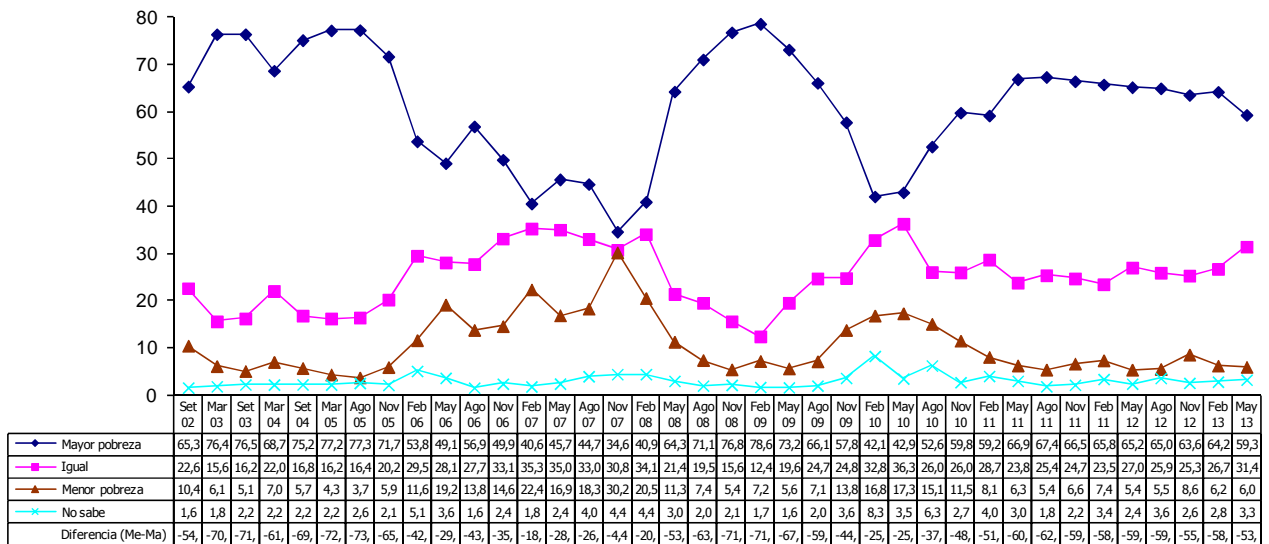
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

**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° 38. Mayo, 2013.

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

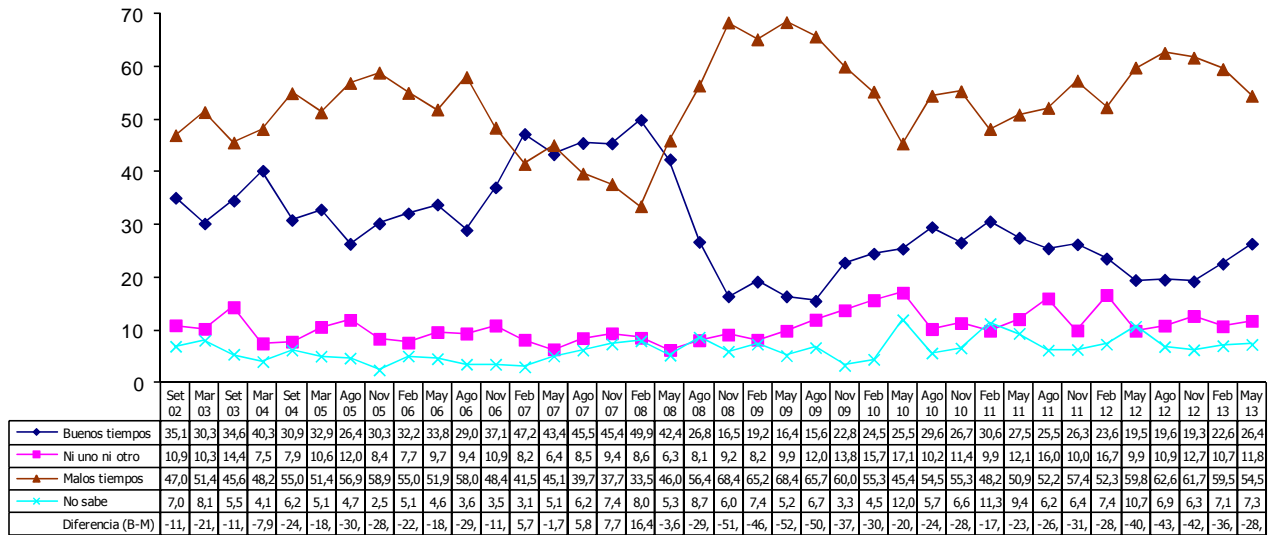


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

Gráfico 23

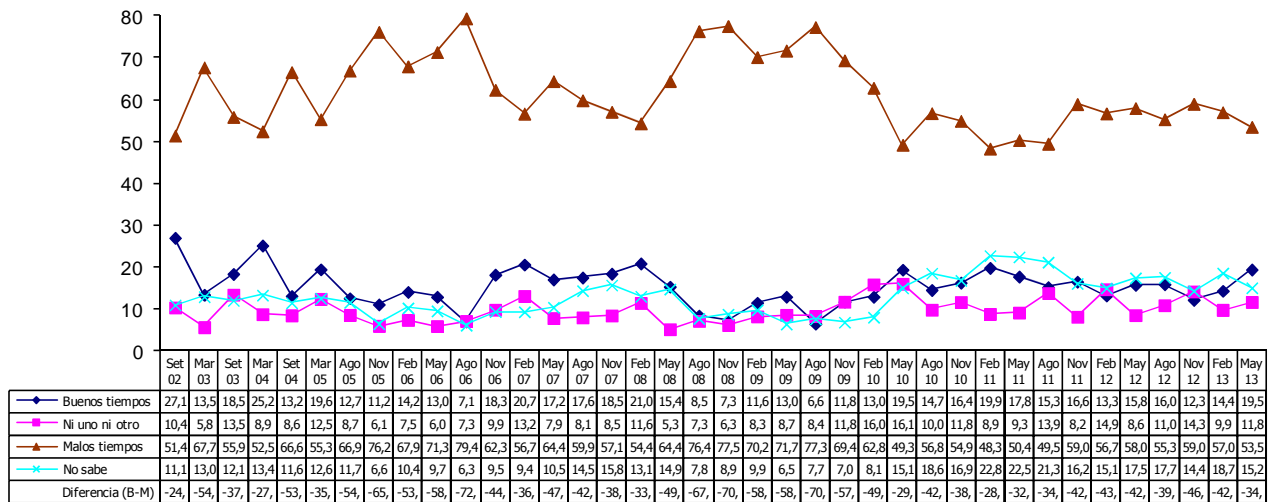
Hablando en general ¿piensa que estos son buenos tiempos o malos tiempos para comprar una casa?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

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° 38. Mayo, 2013.

## OTROS FACTORES RELACIONADOS CON LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES Y ANEXOS

**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	6,7
Nov 12	100	75,6	14,4	4,9	5,1	37,9	46,3	47,6	9,7
Feb 13	100	83,0	10,7	1,1	5,1	39,2	43,9	56,3	17,1
May 13	100	79,1	16,0	1,2	3,7	43,2	51,9	57,8	14,6

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

**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
Nov 12	100	29,1	66,3	4,6	33,6	43,0	9,4
Feb 13	100	24,3	69,6	5,2	33,3	42,4	9,1
May 13	100	19,9	75,2	4,9	33,8	47,3	13,5

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

**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
Nov 12	100	32,6	50,7	9,0	7,7	37,1	42,2	38,1	1,0
Feb 13	100	34,5	47,9	8,2	7,4	39,4	41,6	38,4	1,0
May 13	100	26,6	58,1	6,4	8,9	43,6	45,8	41,7	1,9

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 38. Mayo, 2013.

**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	9,6
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
Nov 12	417	100	21,6	12,9	64,5	1,0	48,6	46,9	37,1	11,5
Feb 13	487	100	14,8	16,6	67,4	1,8	51,3	45,7	38,3	13,0
May 13	507	100	18,9	14,8	64,3	2,0	54,6	53,2	41,9	12,7

<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° 38. Mayo, 2013.

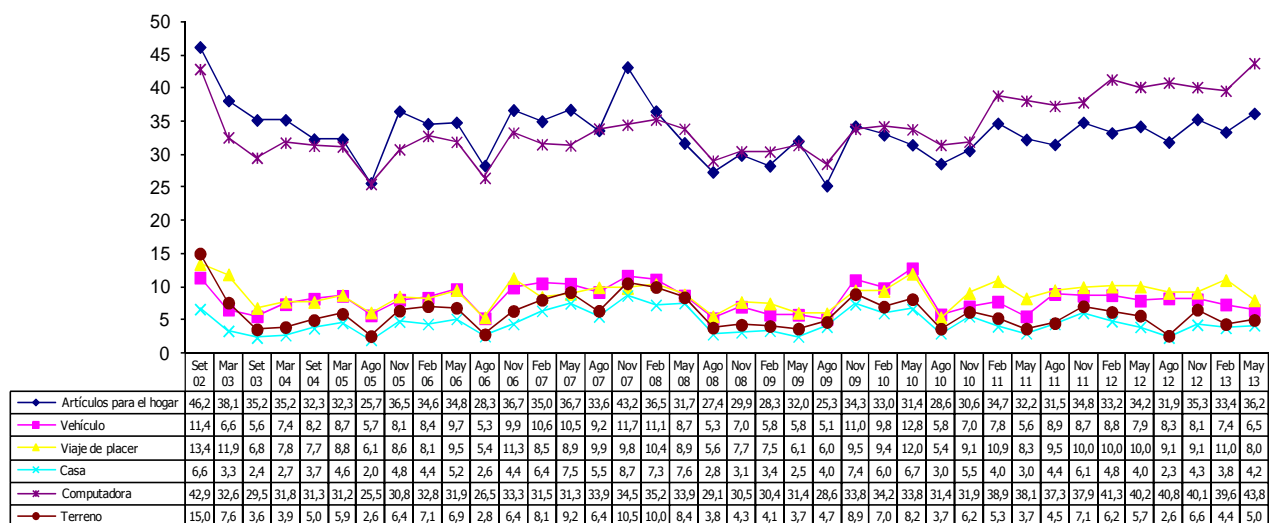
**Cuadro 5**  
**¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o piensa que tendrá trabajo?**

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	12,4
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
Nov 12	417	100	22,8	70,5	6,7	30,4	45,3	14,9
Feb 13	487	100	13,6	81,1	5,3	33,8	43,1	9,3
May 13	507	100	17,8	76,3	5,9	35,9	48,6	12,7

<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° 38. Mayo, 2013.

**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° 38. Mayo, 2013.

**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/	
		Principa sostén	Adulto infor mado	Hombre	Mujer	Primaria o menos	Secundaria	Univer sitaria	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
Nov 12	700	90,0	10,0	54,4	45,6	38,6	28,3	33,0	63,6	30,6	5,9	7,0	25,7	50,9	16,4	53,1	46,9
Feb 13	707	99,2	0,8	50,2	49,8	37,7	24,6	37,7	66,1	28,6	5,4	10,7	19,6	48,6	21,1	55,7	44,4
May 13	738	99,7	0,3	52,6	47,4	34,0	28,5	37,5	69,4	28,6	2,0	9,3	24,1	43,3	23,4	53,8	46,2

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° 38. Mayo, 2013.