



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

EEs

Escuela de  
Estadística

USEs

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° 54 Mayo 2017

## 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) a 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 48 más. Actualmente se cuenta con un total de 54 encuestas. Desde mediados del 2015, la Encuesta del Consumidor es parte del Sistema Estadístico Nacional (SEN) y se convirtió en una estadística nacional que es reportada a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

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 prevé, 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 asigna importancia al poder del consumidor.

<b>La Confianza del Consumidor. Encuesta N° 54. Mayo, 2017</b>	
Revisión del documento:	Fernando Ramírez Hernández, Director Escuela de Estadística
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística. Coordinador: Fernando Ramírez Hernández
Coordinadora de trabajo de campo:	Yorlene Quirós Díaz
Supervisores:	Michael Morales y Michelle Saucedo
Fecha de la encuesta:	Del 2 al 12 de mayo del 2017
Población de interés:	Hogares con teléfono fijo (residencial) en todo el territorio nacional (50%)
Tamaño de la muestra:	701 hogares con teléfono fijo
Informante:	Principal sostén económico del hogar (98%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, se pregunta a una persona adulta informada de la situación económica del hogar. Ver Cuadro Anexo para más detalles.

**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.

## ENCUESTA DEL CONSUMIDOR

### Metadato de la encuesta

Datos de contacto		
<b>País</b>	Costa Rica	
<b>Encuesta</b>	Consumidores	
<b>Organización</b>	Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica	
<b>Dirección oficial</b>	Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José. San Pedro de Montes de Oca. Código 2060. Tercer piso de la Facultad de Ciencias Económicas.	
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.estadistica.ucr.ac.cr">www.estadistica.ucr.ac.cr</a>	
REPRESENTANTE		
<b>Nombre</b>	Fernando Ramírez Hernández, Director Escuela de Estadística	
<b>Número de teléfono</b>	(506) 2511 6483 / 2511 6500	
<b>Número de fax</b>	(506) 2511 6510	
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:fernando.ramirezhernandez@ucr.ac.cr">fernando.ramirezhernandez@ucr.ac.cr</a>	
PERSONA DE CONTACTO		
<b>Nombre</b>	Johnny Madrigal Pana	
<b>Número de teléfono</b>	(506) 2511 6483 / (506) 8381 7197	
<b>Número de fax</b>	(506) 2511 6510	
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:johnny.madrigal@ucr.ac.cr">johnny.madrigal@ucr.ac.cr</a>	
Metodología		
<b>Población y marco muestral</b>	<b>Población de estudio</b>	Principal sostén económico en viviendas con teléfono residencial
	<b>Marco muestral de la encuesta</b>	Primeros cuatro dígitos activos de las centrales telefónicas residenciales del Instituto Costarricense de Electricidad en todo el país
	<b>Tamaño del marco muestral</b>	No está determinado
	<b>Características</b>	Incluye únicamente teléfonos residenciales
	<b>Fecha de actualización</b>	2016
	<b>Sectores y/o categorías cubiertas actualmente</b>	Se cubren todos los bancos telefónicos activos del país
<b>Muestreo y precisión</b>	<b>Método de muestreo</b>	Muestreo estratificado proporcional de bancos telefónicos residenciales activos del país, utilizando el procedimiento de Waksberg, para entrevistar al principal sostén económico de los hogares
	<b>Tamaño de muestra esperada</b>	700 entrevistas
	<b>Cobertura de la muestra</b>	Se cubre aproximadamente el 50% de las viviendas del país
	<b>Error de muestreo</b>	El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es un promedio que revela diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a $\pm 1,8$ puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a $\pm 3,7$ puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%)
	<b>Tasa de respuesta</b>	Aproximadamente 90%
	<b>Tratamiento de la no respuesta</b>	Se realizan cuatro llamadas telefónicas en diferentes días y a diferentes horas para localizar al principal sostén económico del hogar. Así se completa el 90% de las entrevistas.
	<b>Sistema de ponderación</b>	La muestra es auto-ponderada y no se hacen ajustes
<b>Recolección de datos</b>	<b>Periodicidad</b>	Trimestral (febrero, mayo, agosto y noviembre)
	<b>Método de encuesta</b>	Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI en inglés)
	<b>Período de trabajo de campo</b>	Primeros 15 días del mes en que la encuesta es ejecutada
	<b>Presentación de resultados</b>	Último miércoles del mes en que es ejecutada la encuesta
<b>Última actualización del metadato</b>		28 de febrero del 2016

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

**La confianza de los consumidores.** En el transcurso de los últimos nueve meses, la confianza de los consumidores muestra una tendencia de aumento que llega a su máximo en mayo del presente año, al alcanzar una magnitud de 42,4 (en una escala de cero a 100) (Gráfico 1). Esta tendencia de aumento inició en agosto del 2016, cuando el ICC registró un nivel de 36,0, por lo que a la fecha la confianza se fortaleció en 6,5 puntos, revelando un ambiente de confianza creciente entre los consumidores. Es necesario aclarar que el grado actual de confianza (42,4) no refleja optimismo en el campo económico, pero la tendencia comentada es clara, mostrando, en otras palabras, un pesimismo que decrece en los últimos nueve meses.

Esta situación que revela el ICC se observa en la clasificación de los consumidores, pues aunque actualmente el porcentaje de pesimistas es 1,4 veces más grande que el de optimistas, en las encuestas anteriores casi lo llegó a triplicar (2,2 veces, 2,7 veces y 2,9, respectivamente). Esto significa que la magnitud de consumidores pesimistas disminuyó, lo que puede corroborarse en los últimos nueve meses, ya que los pesimistas decrecieron de 34,2% a 24,7% (-9,6 puntos porcentuales), los ambivalentes aumentaron de 54,0% a 57,9% (3,9 puntos porcentuales) y los optimistas de 11,8% a 17,4% (5,6 puntos porcentuales) (Gráfico 2).

El estudio de las tendencias del ICC en diferentes segmentos poblacionales muestra que, en los últimos nueve meses, la confianza aumentó. Esto se menciona porque la tendencia de aumento se presenta en hombres y mujeres que llevan el rol de principal sostén económico del hogar, así como en diferentes grupos de edades y en todos los niveles educativos (Gráficos 3, 4 y 5). Lo mismo sucede cuando se analizan las familias según el monto de ingreso familiar que reciben, la capacidad de realizar gastos discrecionales y el ingreso subjetivo (opinión sobre el ingreso mensual familiar) (Gráficos 6, 7, 8 y 9). Un detalle de interés que siempre muestra la serie de encuestas es que la confianza es significativamente mayor en los grupos socioeconómicos más favorecidos. Un ejemplo de esto es que quienes admiten tener capacidad de ahorro con el ingreso familiar recibido mensualmente poseen un grado de confianza que supera por mucho al de quienes manifiestan grandes dificultades económicas ( $ICC_{ahorran}=55,7$  e  $ICC_{dificultades}=25,0$ , respectivamente, en mayo del 2017, Gráfico 9). Este resultado evidencia una brecha importante en la confianza de los consumidores, quienes por su condición económica subjetiva perciben desigualmente el disfrute de las oportunidades que ofrece la economía nacional.

**El momento actual y el futuro económico.** El ICC puede dividirse en dos mediciones: 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 proporciona una valoración de la confianza de los consumidores en la situación económica actual, el segundo lo hace sobre el futuro económico del país.

Ambos índices muestran aspectos importantes. Lo primero que destaca es que, en los últimos nueve meses, la tendencia de aumento se presenta tanto en el ICEA como en el IEE (aumento de poco más de seis puntos en los dos índices). Además, en este período de nueve meses, la magnitud de ambos índices es prácticamente la misma (41,9 y 42,8, respectivamente en la presente encuesta) (Gráfico 16), un hecho que hasta ahora se presenta en la serie de encuestas. Ambos resultados (la tendencia de aumento y la similitud de los índices) permiten afirmar que la valoración del momento actual y la expectativa por el futuro económico del país están mejorando, lo que disminuye el grado de incertidumbre que experimentaban los consumidores nueve meses atrás.

Esto puede corroborarse con las preguntas que componen cada indicador. En el ICEA, la pregunta que indaga por la situación económica de la familia comparada con un año atrás muestra un resultado

positivo, ya que quienes respondieron estar peor disminuyó de 42,3% a 29,5% en los últimos nueve meses (-12,8 puntos porcentuales) (Gráfico 10). La valoración del momento actual para adquirir artículos grandes para el hogar indica que quienes consideran que actualmente son malos tiempos bajó de 49,3% a 44,4% (-4,9 puntos porcentuales) (Gráfico 15). Las tres preguntas que registran lo sucedido con el IEE muestran algunos cambios. Quienes respondieron que estarán económicamente peor dentro de un año disminuyó 4,6 puntos porcentuales (de 34,2% a 29,7%). Además, el porcentaje de consumidores que considera que en los próximos 12 meses las empresas estarán peor disminuyó 16 puntos porcentuales (de 47,9% a 32,0%). Y la valoración general del país en los próximos cinco años, en lo que referente a respuestas que indican períodos de crisis, disminuyó 5,9 puntos porcentuales (de 56,0% a 50,1%) (Gráficos 11, 13 y 14).

**Expectativas ante la situación económica personal.** Las expectativas ante las tasas de interés de los préstamos en dinero muestran que 56,8% espera que estas sean mayores en los próximos 12 meses y en agosto del 2016 esa cifra era 50,6% (Gráfico 17). Es decir, actualmente más consumidores espera aumentos en las tasas de interés de los préstamos en dinero que hace nueve meses (6,2 puntos porcentuales). En lo que respecta al ingreso familiar, actualmente 36,8% espera que en los próximos 12 meses este sea mayor y hace nueve meses esa cifra era 29,3% (Gráfico 18). Es decir, la expectativa por un ingreso familiar mayor para el próximo año se fortaleció en los últimos nueve meses (7,5 puntos porcentuales). En el tema de la capacidad de compra, actualmente 42,2% de los consumidores espera que el ingreso familiar crezca menos que el nivel de precios en los próximos 12 meses (espera pérdidas en la capacidad de compra) y nueve meses atrás esa cifra era 49,4% (Gráfico 19). Es decir, actualmente menos consumidores espera pérdidas en su capacidad de compra (-7,2 puntos porcentuales).

**Política económica y social.** La calificación a la política económica del gobierno indica que actualmente 15,1% afirma que está haciendo un trabajo bueno, 38,4% que hace lo necesario y 42,4% que está haciendo un trabajo pobre (Gráfico 20). Estas calificaciones muestran varios aspectos de interés. El primero es que, aunque las valoraciones negativas todavía superan las positivas (saldo de -27,2 puntos porcentuales), esta encuesta muestra la mejor calificación obtenida por la actual administración en materia de política económica. El segundo aspecto es que, como consecuencia de lo anterior, la calificación de trabajo pobre en materia de política económica disminuyó sensiblemente en los últimos nueve meses, pues bajó de 70,5% a 42,4%, es decir, -28,1 puntos porcentuales. Debido a esto, las calificaciones positivas (trabajo bueno) mejoraron sustancialmente, al aumentar de 4,1% a 15,1% en el mismo período (11 puntos porcentuales). En el ámbito de la política social las expectativas están mejorando, pues aunque actualmente 45,9% espera que el desempleo aumente en los próximos 12 meses, nueve meses atrás era 58,8% (-12,9 puntos porcentuales). En el campo de la pobreza sucede algo similar, pues actualmente 51,6% espera que aumente en los próximos 12 meses, pero nueve meses atrás era 61,8% (-10,1 puntos porcentuales) (Gráficos 21 y 22). Es importante observar que tanto en materia de desempleo como en el de la pobreza existe una tendencia de expectativas más positivas en los próximos 12 meses.

**Valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro).** La valoración del momento para la compra de casa, a lo largo del tiempo, es negativa, pues generalmente se observa que las opiniones negativas superan a las positivas. Actualmente, 22,8% opina que son buenos tiempos para comprar casa y 50,8% que son malos tiempos (Gráfico 23). Esta última cifra muestra un cambio positivo en los últimos nueve meses, pues su magnitud era 56,1%. En otras palabras, en los últimos nueve meses, quienes valoran negativamente el momento para la compra de casa disminuyó. Por otra parte, en lo referente a la compra de carro 14,0% dice que son buenos tiempos para comprar y 63,1% que son malos tiempos. Al comparar estos resultados con las encuestas anteriores no se observa una tendencia definida (Gráfico 24).

**Otros factores relacionados con la confianza.** Datos adicionales de la encuesta indican otros aspectos de interés. Por ejemplo, actualmente 80,6% de los consumidores espera aumentos en el precio de los combustibles, cifra que se mantiene alta y similar en las últimas encuestas (Cuadro 1). Sobre el tipo de cambio, 71,3% espera aumentos en este rubro en los próximos 12 meses, cifra que viene aumentando desde hace aproximadamente un año (Cuadro 2). Esto significa, en otras palabras, que las expectativas que favorecen un tipo de cambio estable se están deteriorando fuertemente con el paso del tiempo y muestra de ello es la tendencia al alza que se registró en las primeras dos semanas de mayo del presente año. Debe mencionarse que tanto el precio de los combustibles como el tipo de cambio son eventos que impactan directamente el bolsillo de las familias, por lo que es de esperar que estén afectando negativamente la confianza.

### ¿Qué puede concluirse?

En los últimos nueve meses, la tendencia del ICC revela una confianza creciente (menor incertidumbre) hacia la economía nacional y actualmente registra una magnitud de 42,4 (en una escala de cero a 100). Esta mejora en la confianza se presenta tanto en la valoración de la situación económica actual como en lo referente al futuro económico del país.

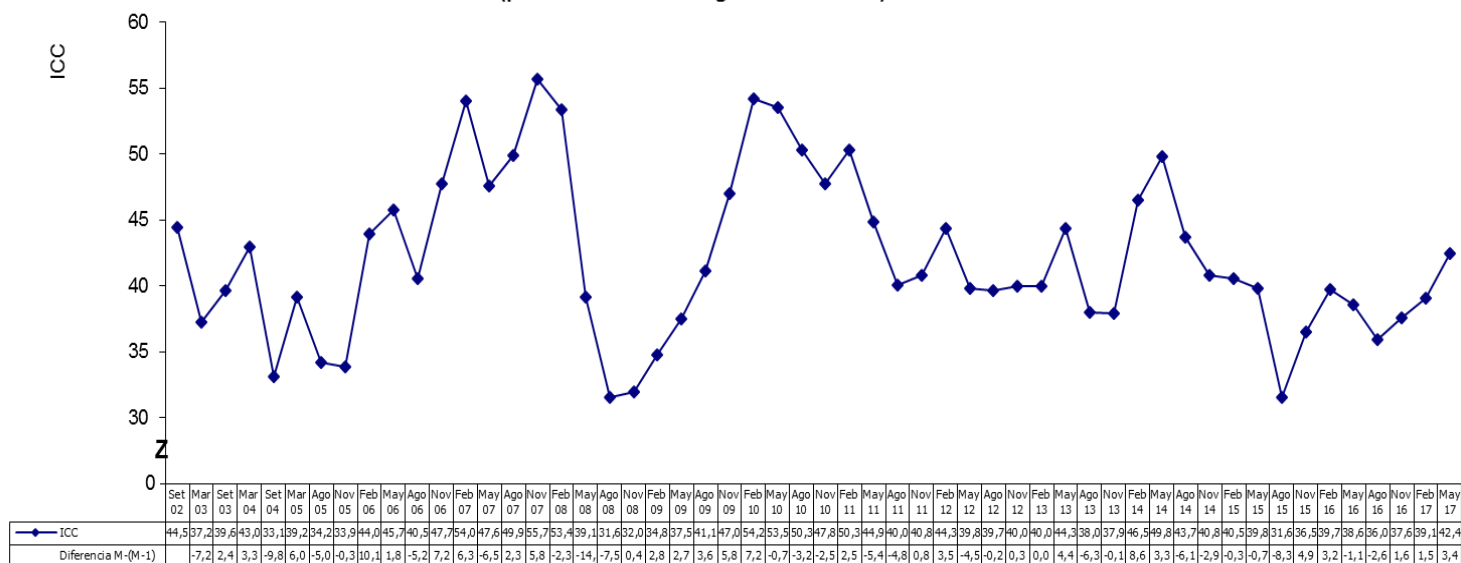
¿Lo negativo en los últimos nueve meses? Por una parte, más consumidores espera aumentos en las tasas de interés de los préstamos en dinero (de 50,6% aumentó a 56,8%) y, por la otra, en las últimas encuestas el porcentaje que espera aumentos en el precio de los combustibles se mantiene alto (80%) y las expectativas que favorecen un tipo de cambio estable se están deteriorando fuertemente con el paso del tiempo (actualmente 71,3% espera aumentos en este rubro en los próximos 12 meses). El comportamiento errático de la valoración del momento para la compra carro se perfila como otro factor negativo, pues no revela cambios positivos en el período.

¿Lo positivo en los últimos nueve meses? Desde el punto de vista de la situación económica personal, se está fortaleciendo la expectativa por un ingreso familiar mayor (de 29,3% a 36,8%) y menos consumidores esperan pérdidas en su capacidad de compra (de 49,4% a 42,2%). En el ámbito de la política económica sobresale que la calificación que hacen los consumidores al gobierno actual está mejorando (15,1% afirma que está haciendo un trabajo bueno, 38,4% que hace lo necesario y 42,4% que está haciendo un trabajo pobre) y en el campo de la política social, tanto en materia de desempleo como en el de pobreza, las expectativas se fortalecieron (12,9 y 10,1 puntos porcentuales, respectivamente).

# RESULTADOS GRÁFICOS

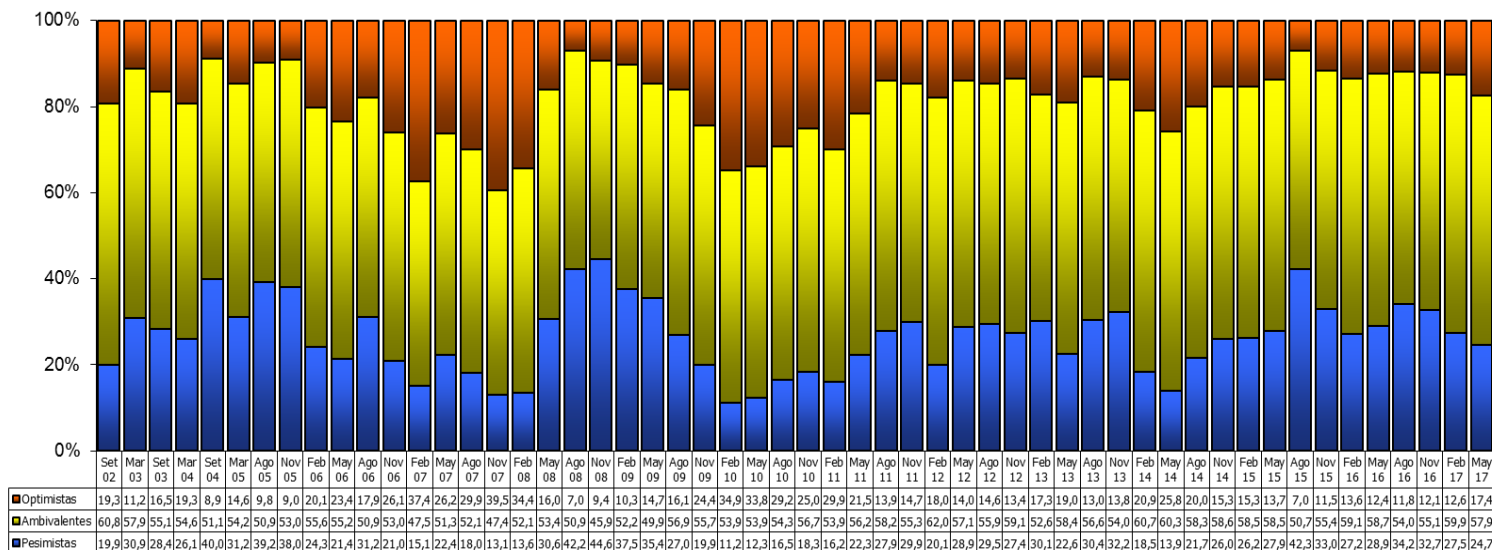
## LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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° 54. Mayo, 2017.

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

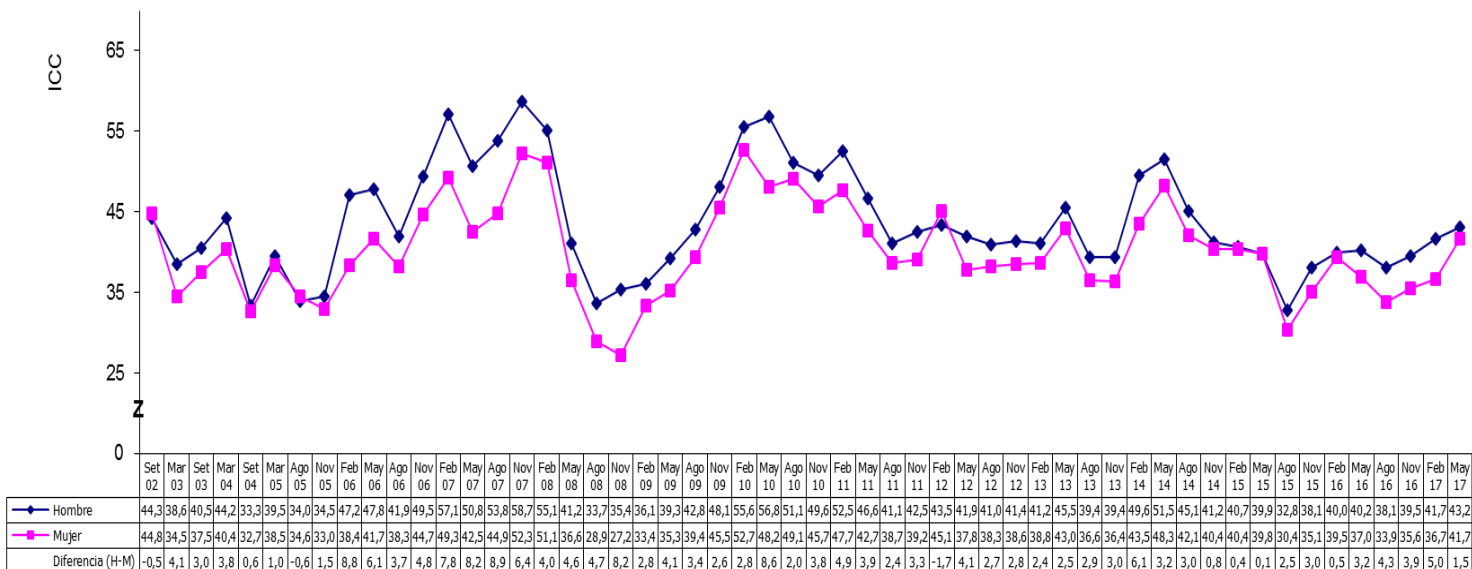


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada 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° 54. Mayo, 2017.

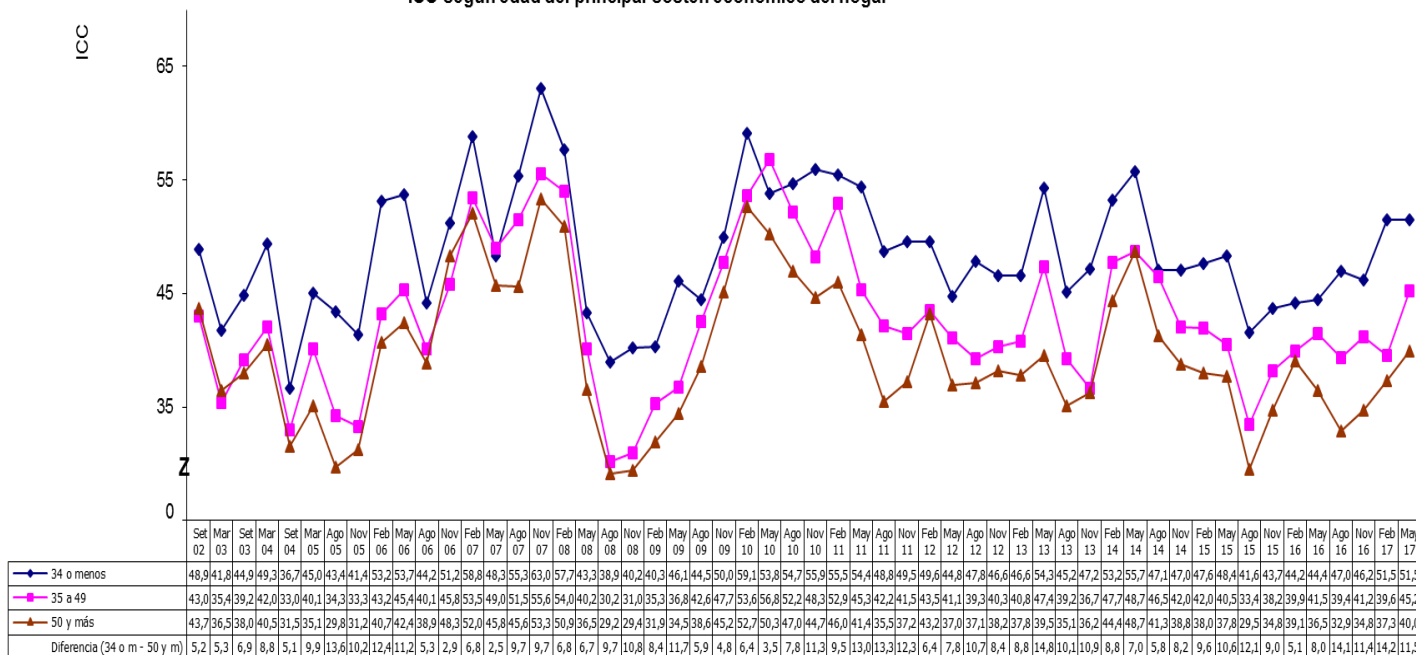
# DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

**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° 54. Mayo, 2017.

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

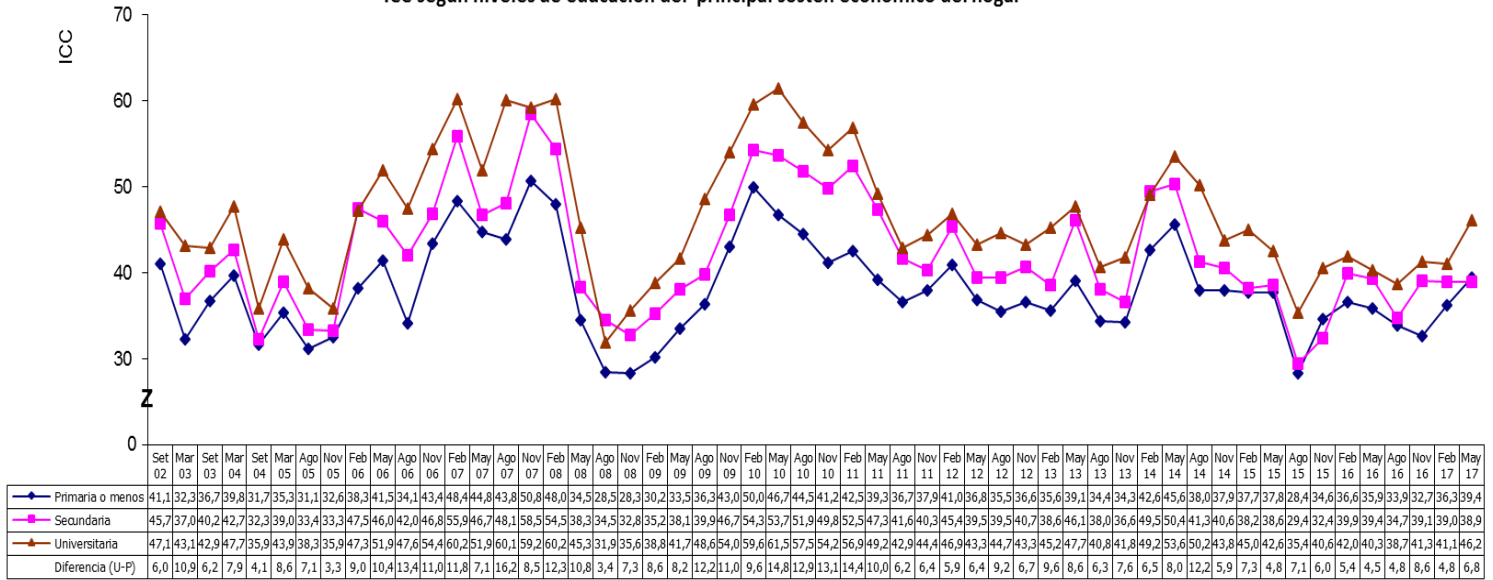


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.



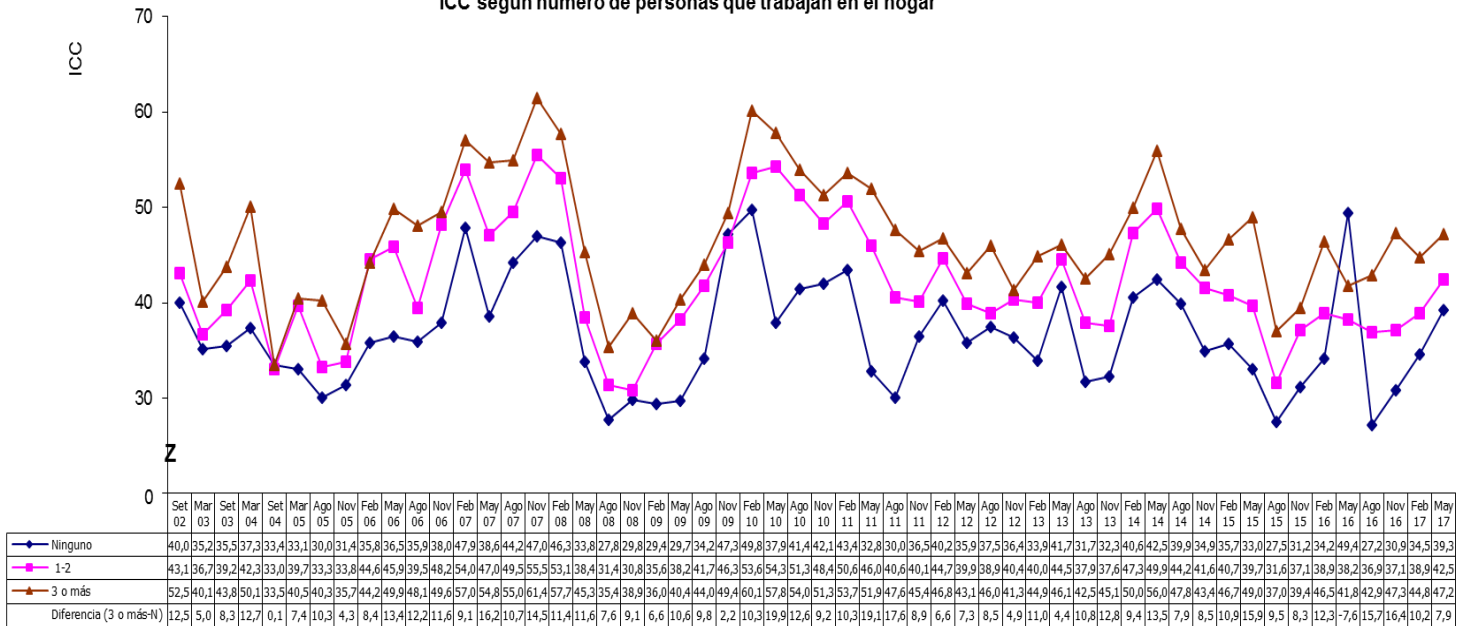
# DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



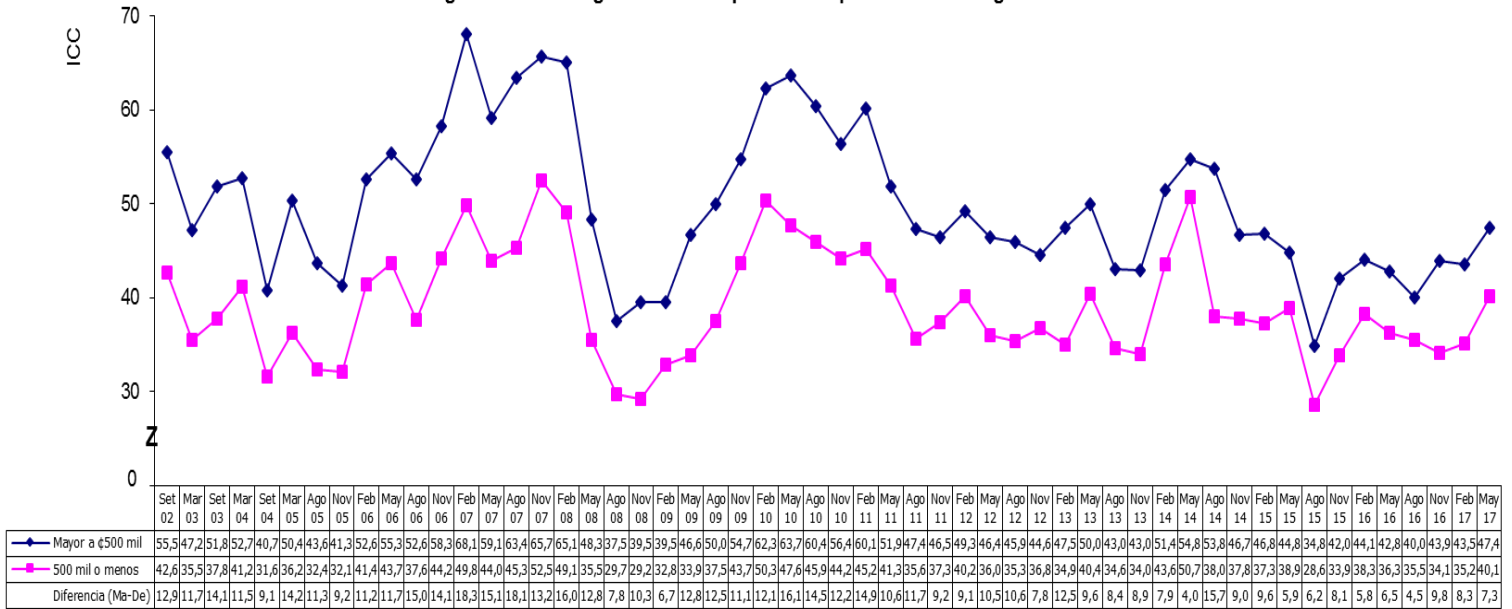
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

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



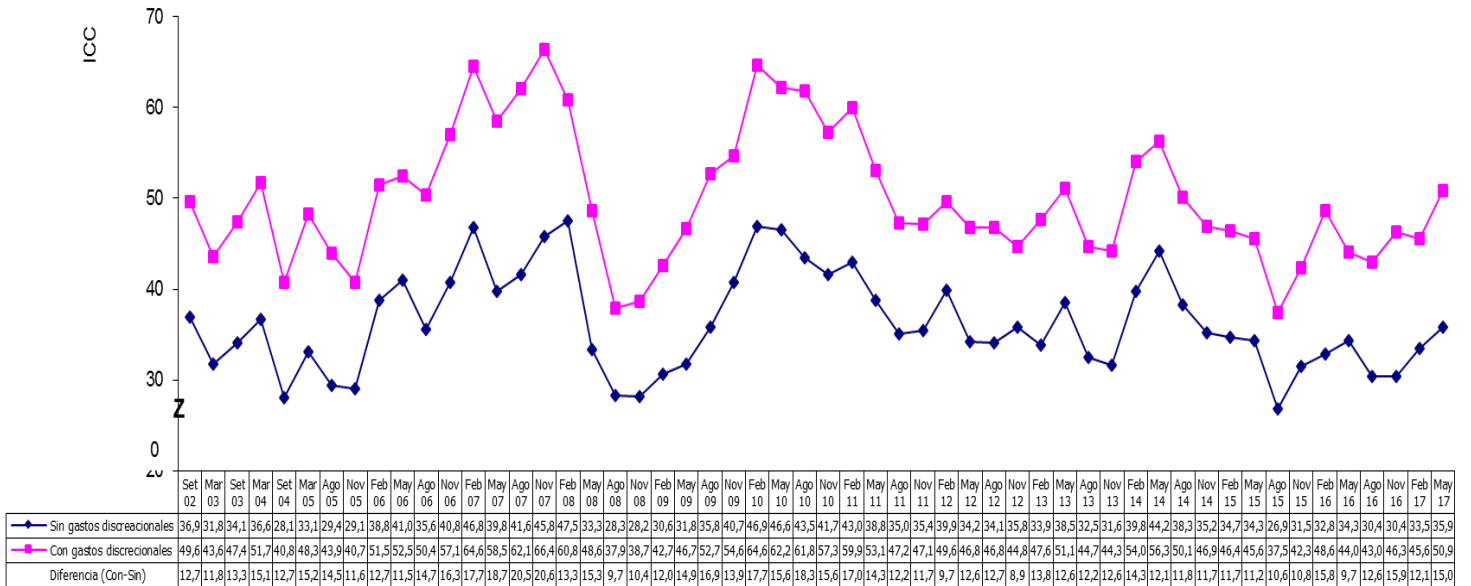
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

**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° 54. Mayo, 2017.

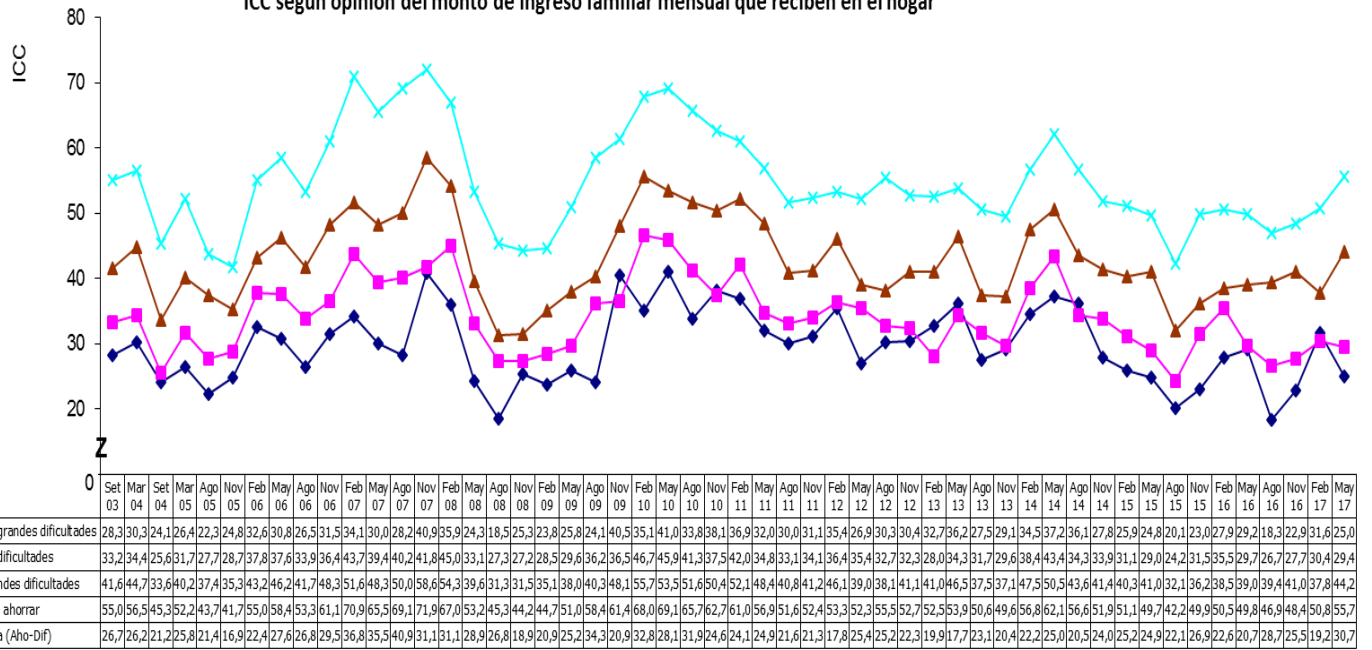
**Gráfico 8**  
**ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>**



<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° 54. Mayo, 2017.

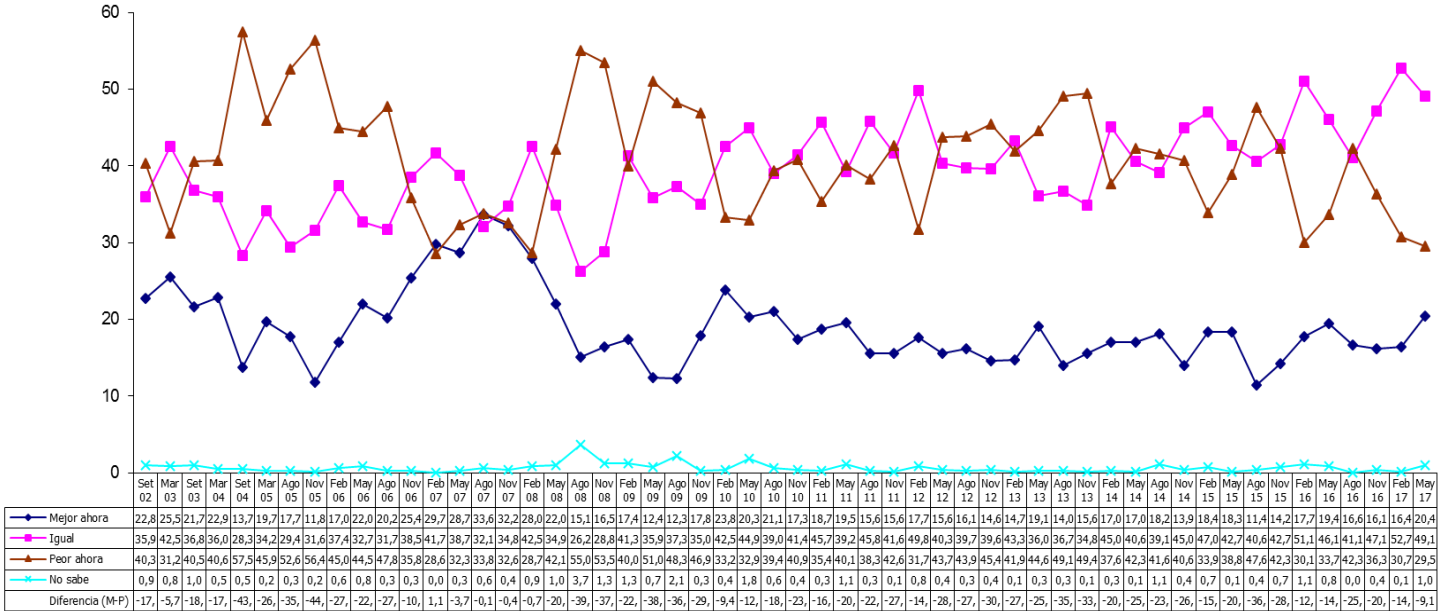
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 54. Mayo, 2017.

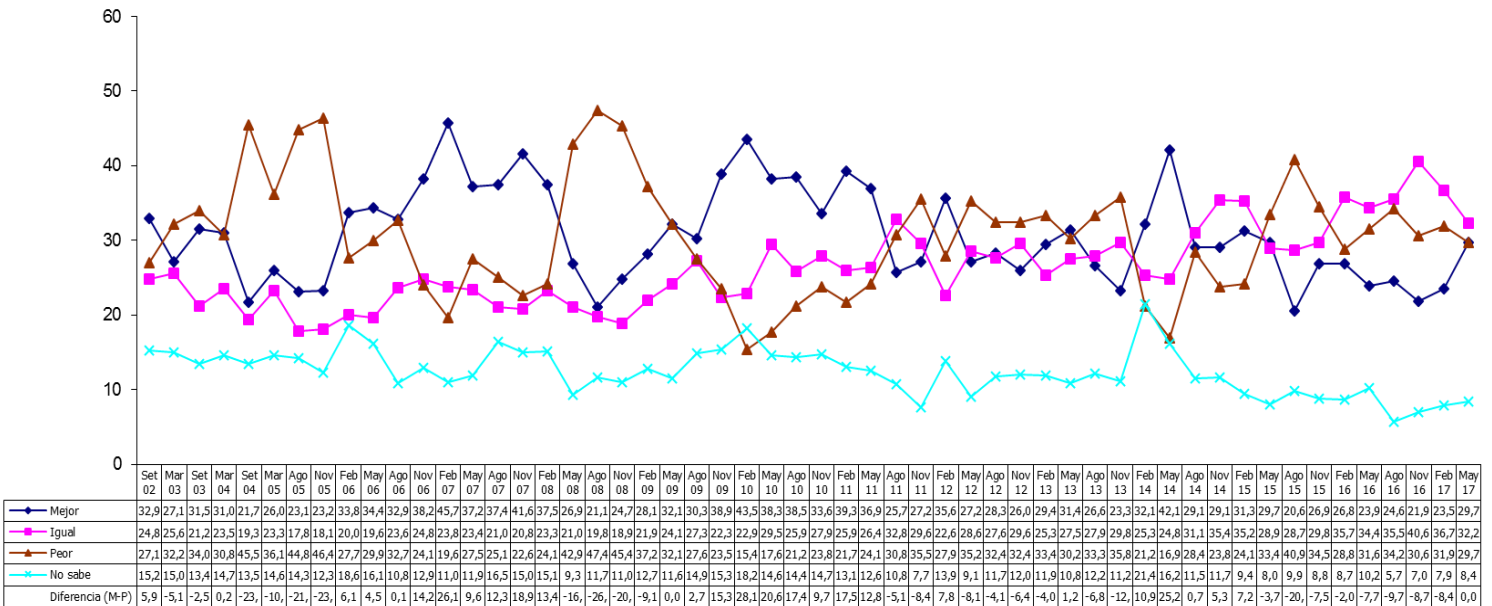
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>4</sup>

**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° 54. Mayo, 2017.

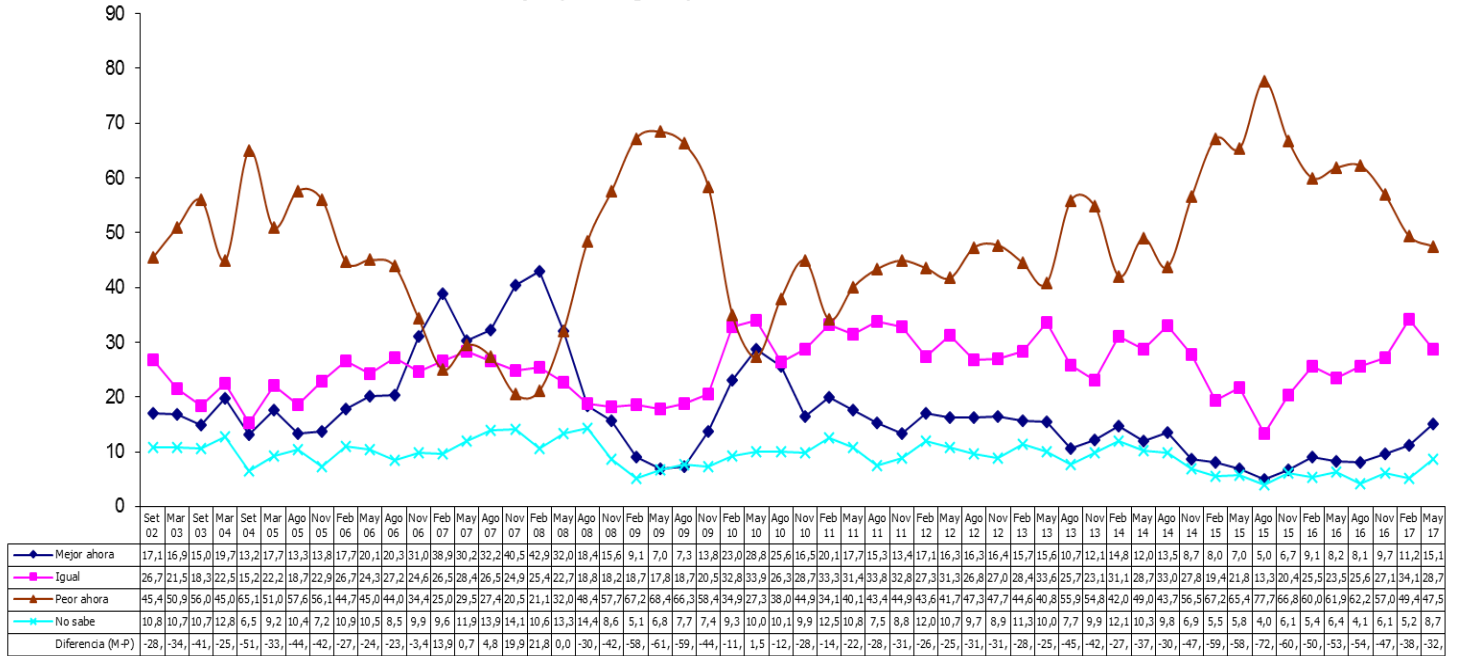
**Gráfico 11**  
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

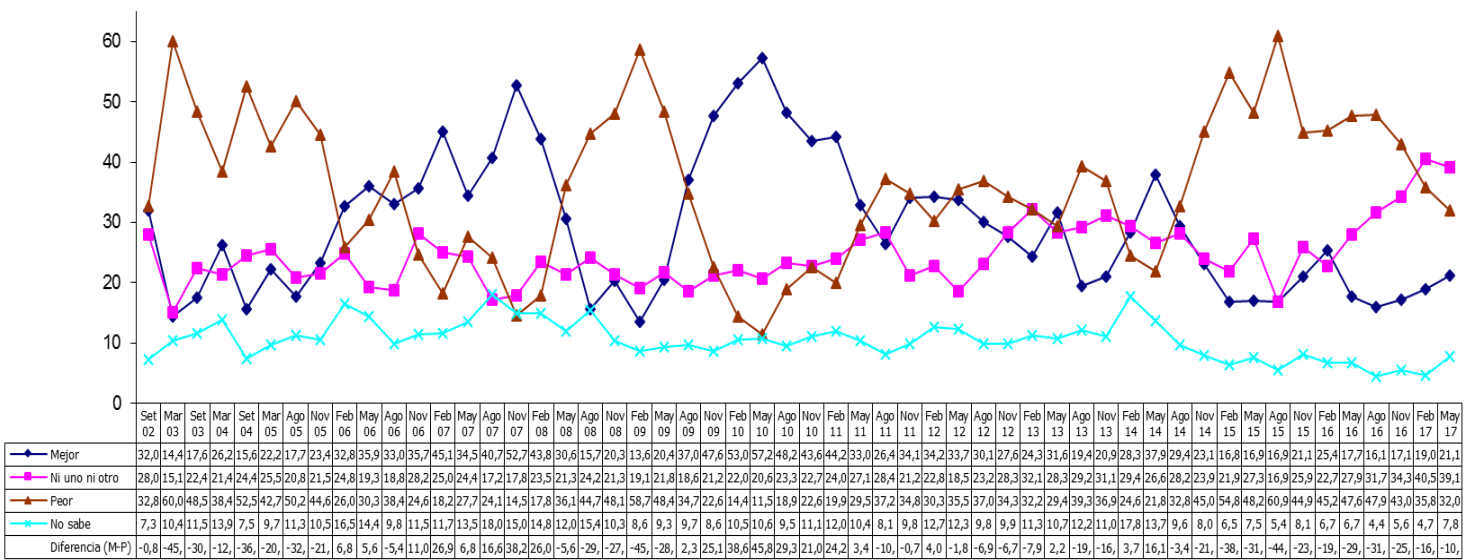
<sup>4</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

**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?**



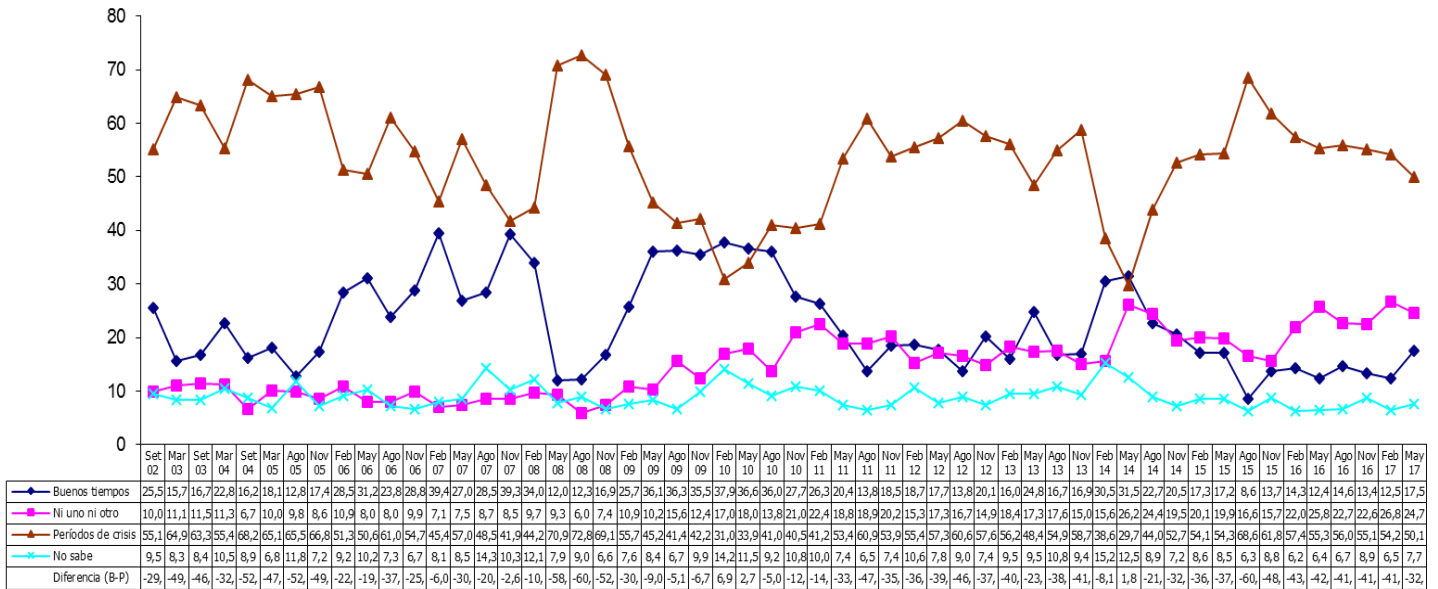
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

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



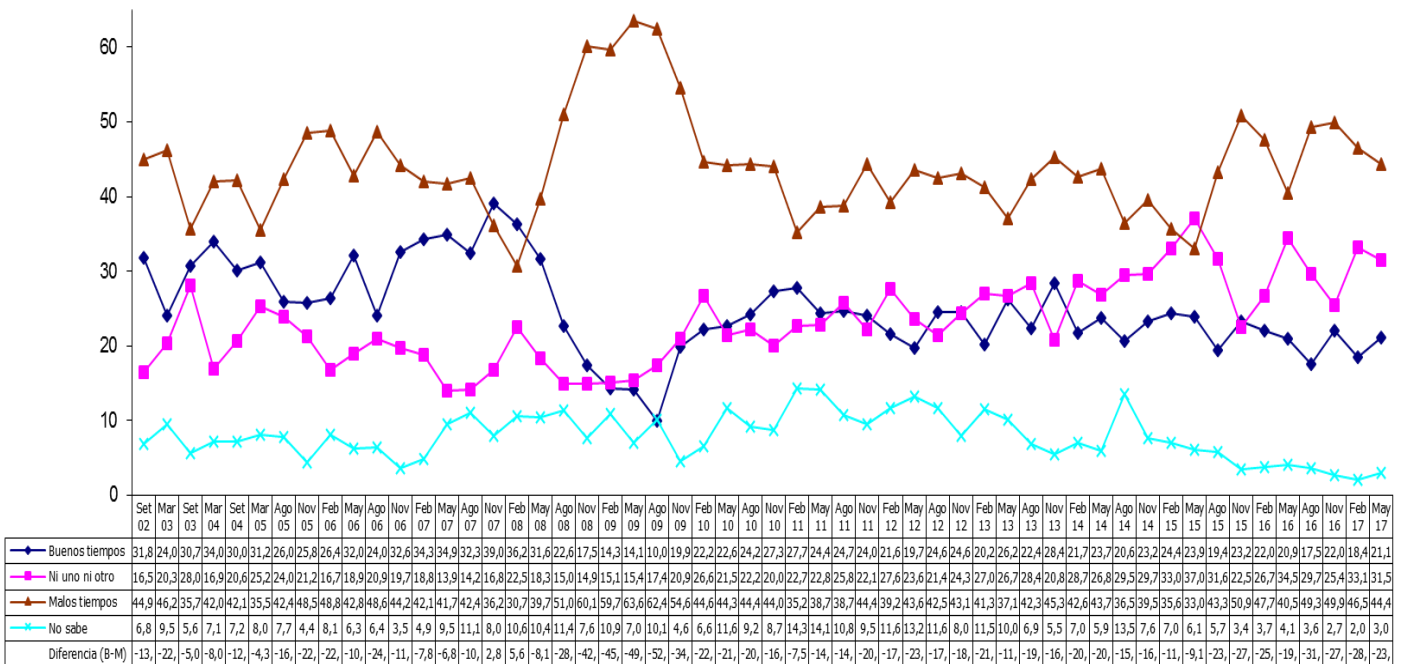
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

**Gráfico 14**  
**Pensando ahora en general sobre el futuro. ¿Diría Usted que en 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° 54. Mayo, 2017.

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

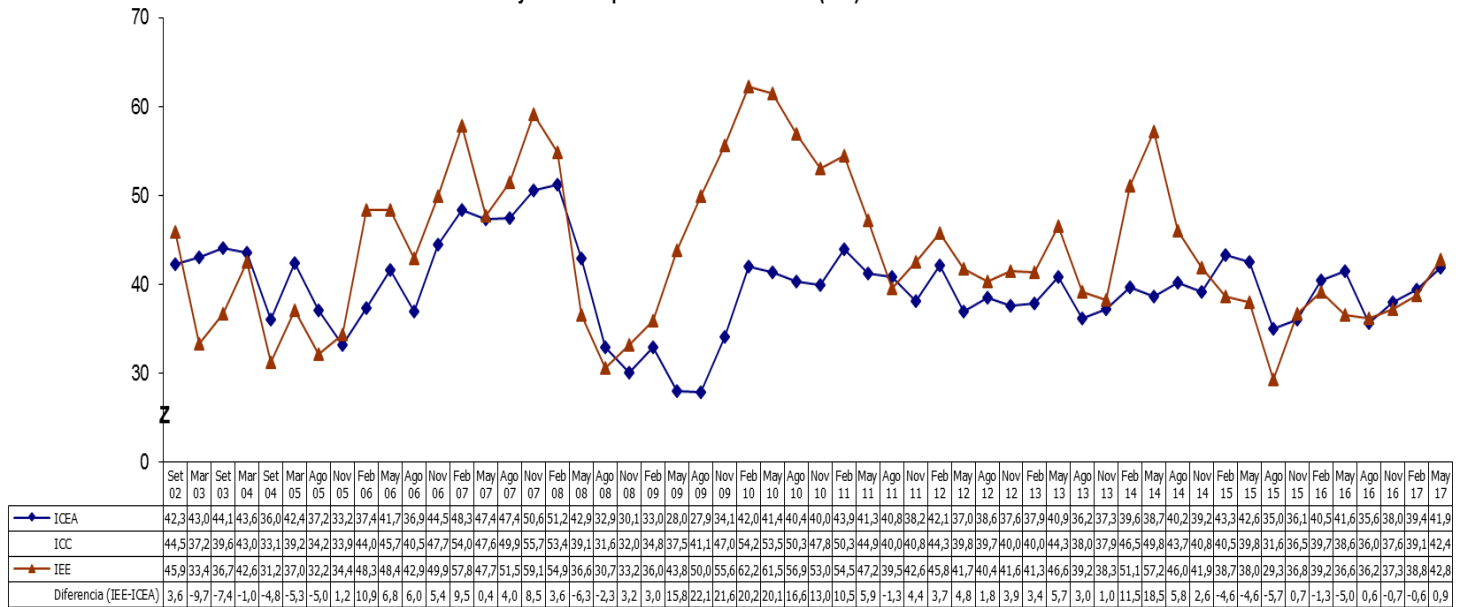


¹Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

## VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)<sup>5</sup> Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)<sup>6</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° 54. Mayo, 2017.

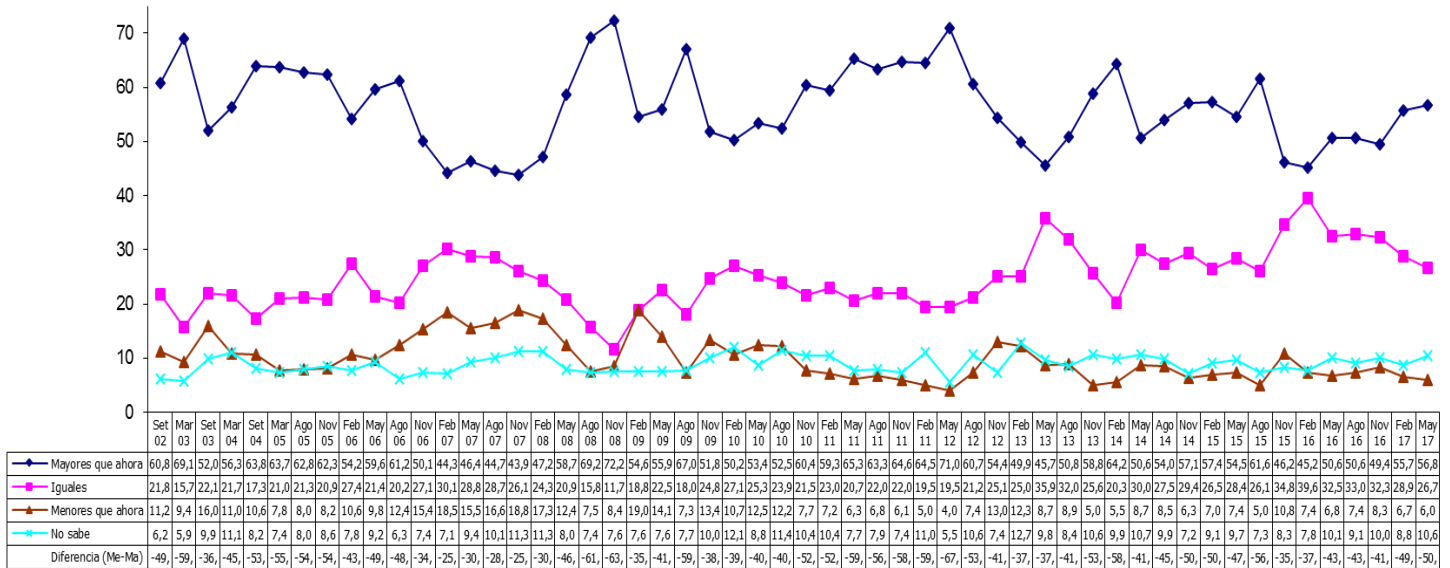
<sup>5</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

<sup>6</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 11, 13 y 14.

## EXPECTATIVAS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

Gráfico 17

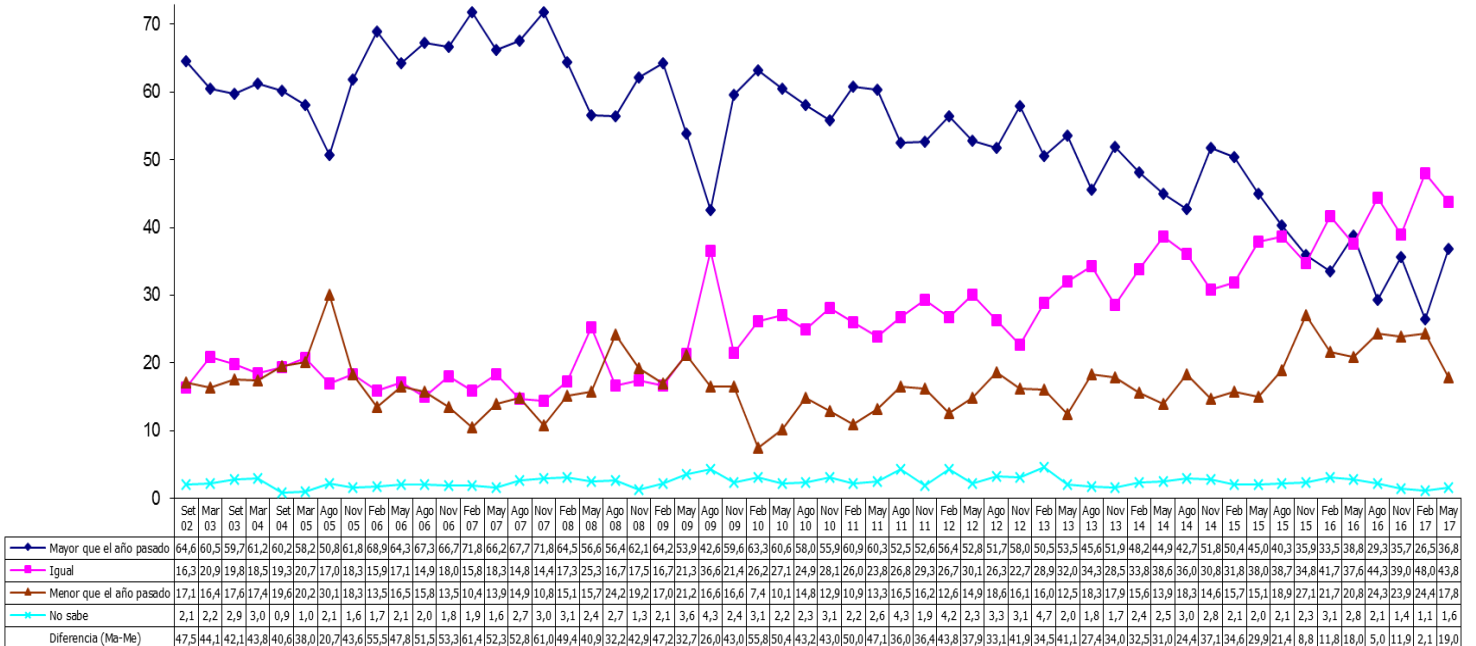
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero en los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

Gráfico 18

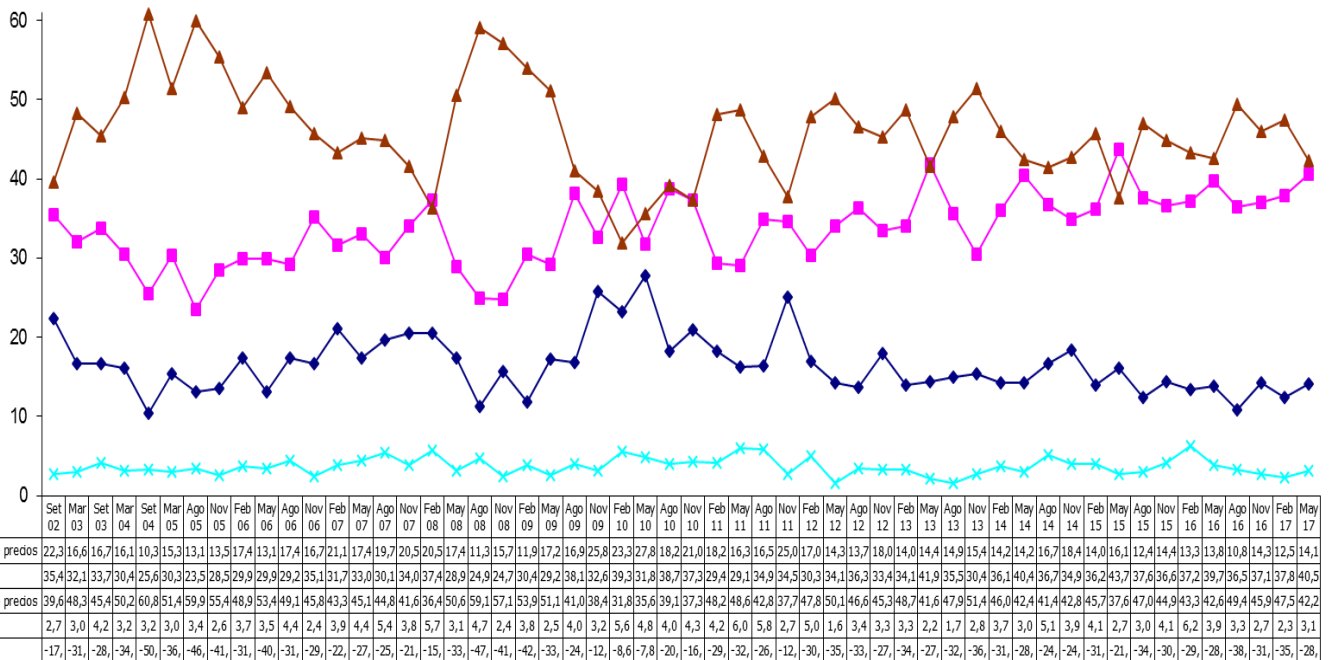
¿En los próximos 12 meses Usted espera que el ingreso de su familia sea mayor o menor que el año pasado?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.



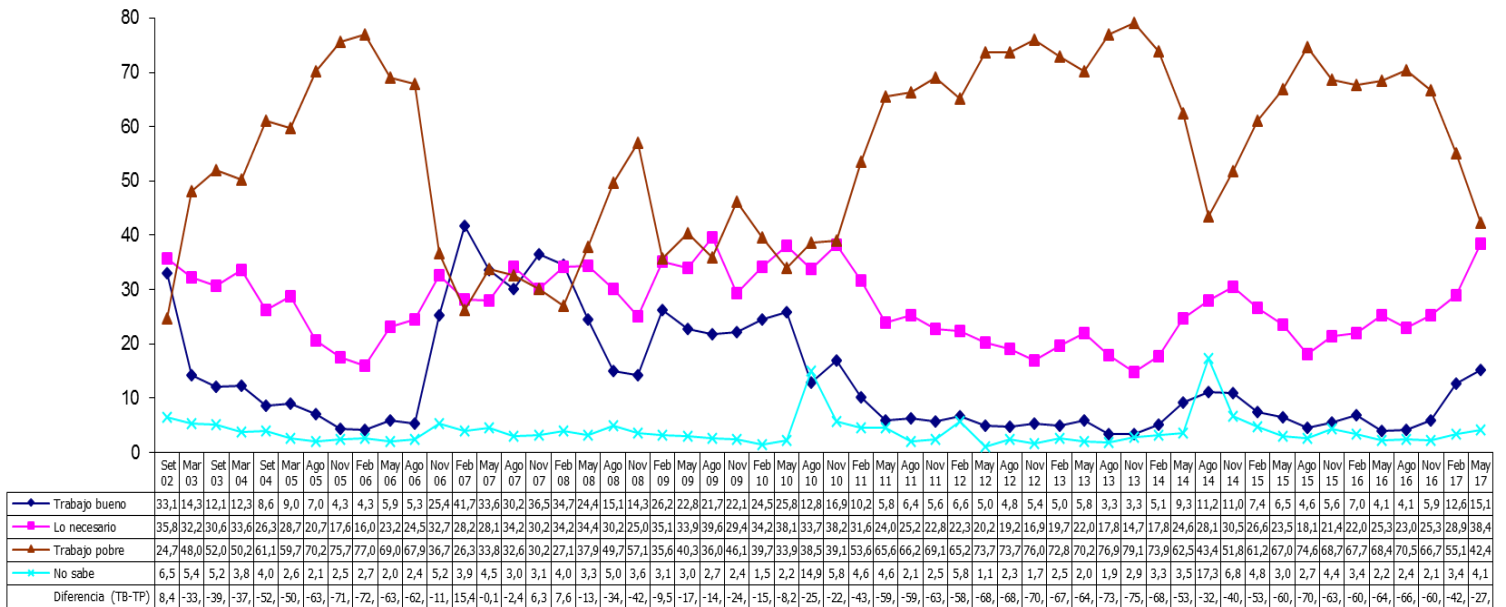
**Gráfico 19**  
**Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza del los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

## 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?**

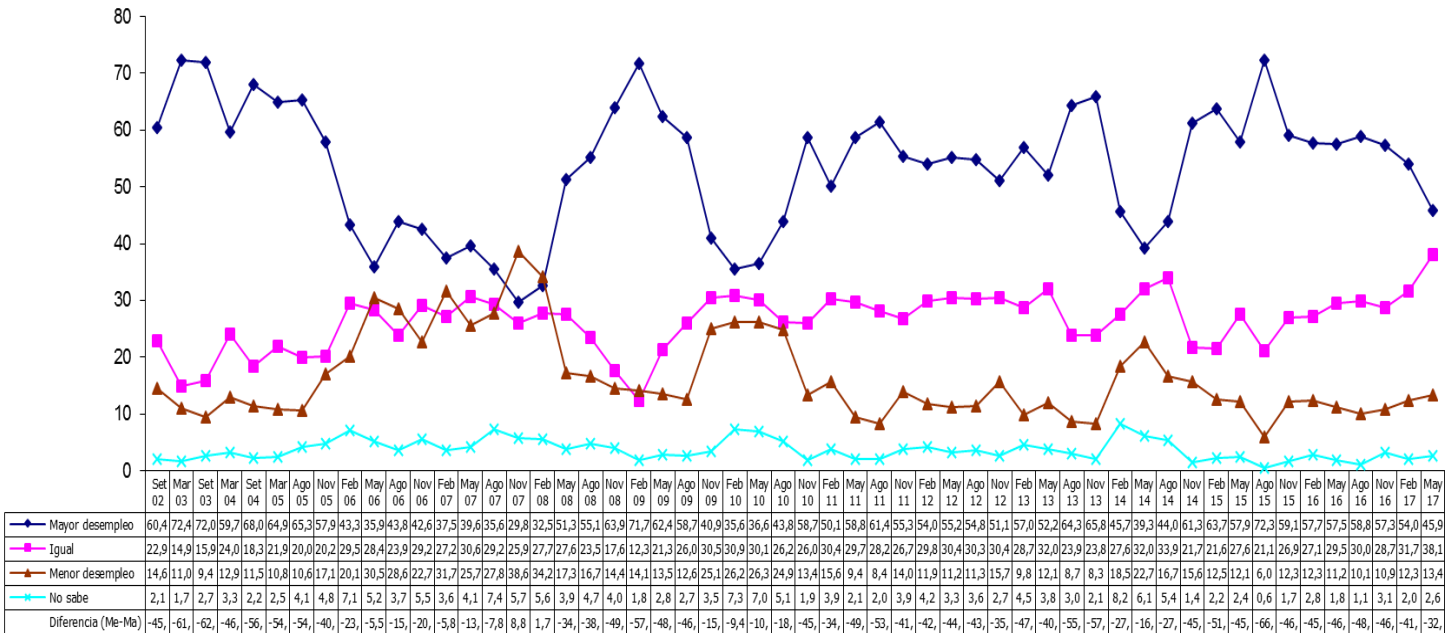


<sup>1</sup> Se aclara diciendo: "me refiero a las acciones para combatir la inflación, la pobreza y el desempleo".

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

Gráfico 21

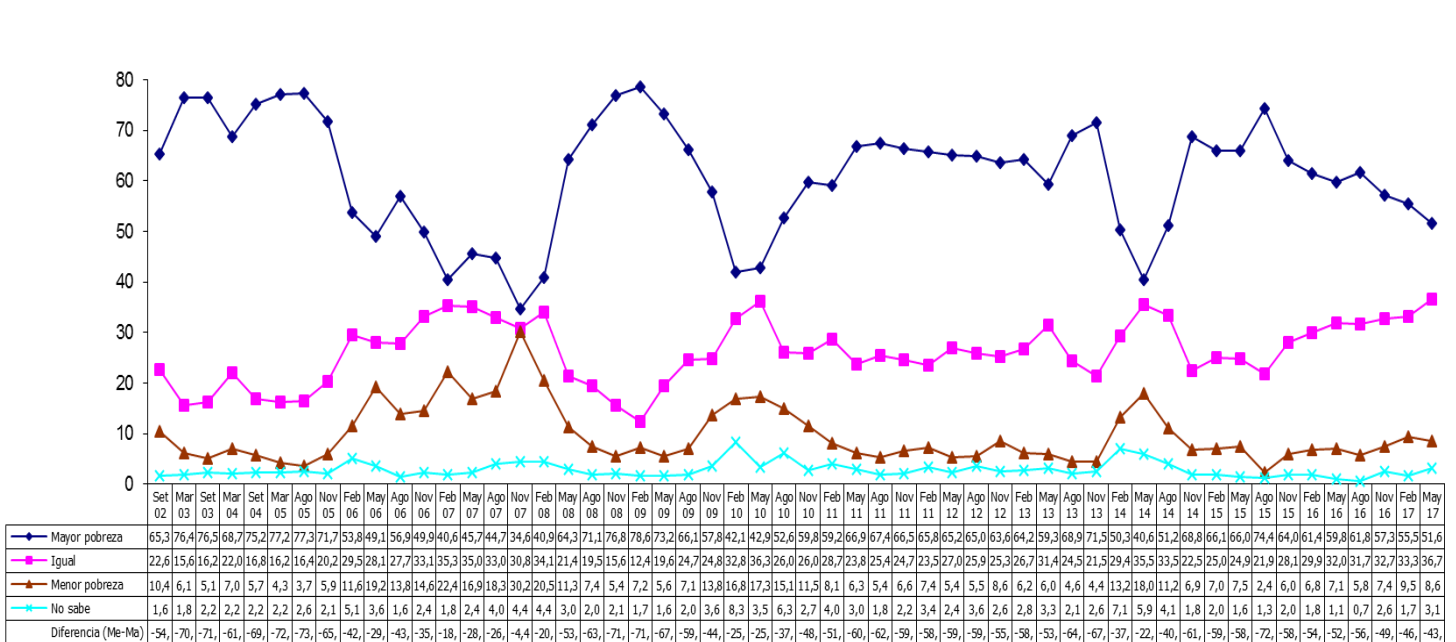
¿Qué cree que sucederá con el desempleo en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

Gráfico 22

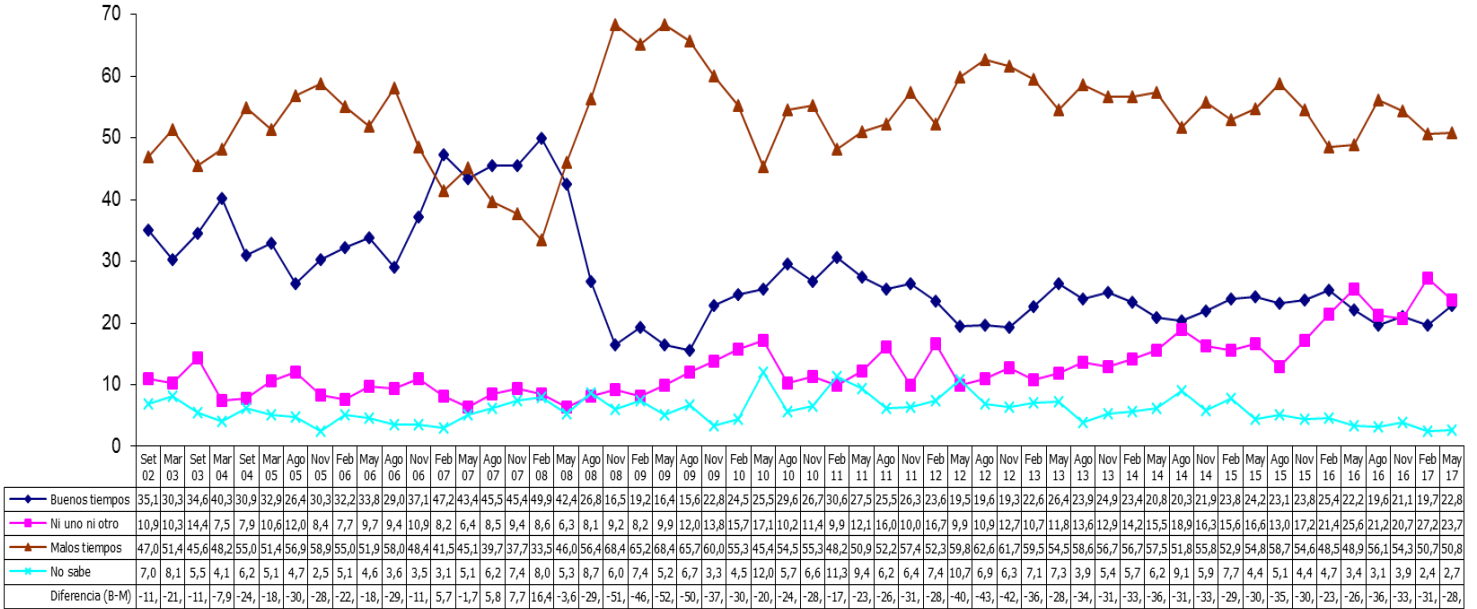
¿Y qué cree que sucederá con la pobreza en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

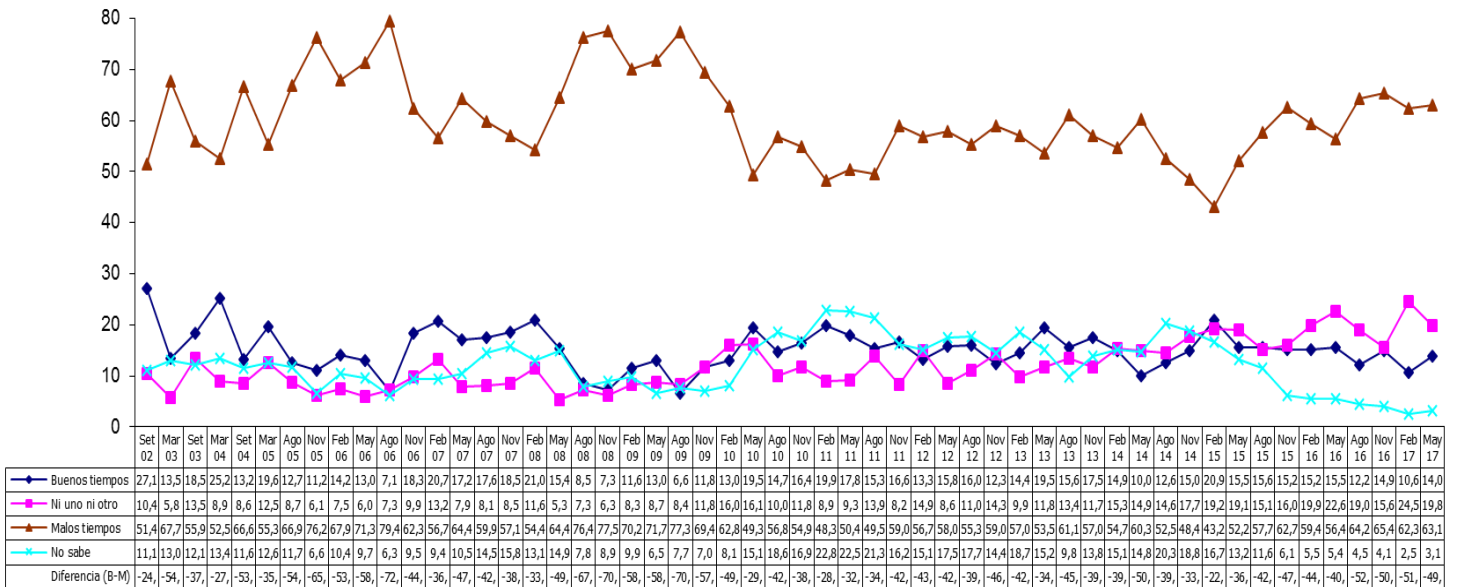
# VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

**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 Nº 54. Mayo, 2017.

**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 Nº 54. Mayo, 2017.

## 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?**

Mes-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
Ago 13	100	83,1	12,0	1,2	3,6	36,8	46,0	42,2	5,4
Nov 13	100	83,3	12,8	0,6	3,3	36,7	47,0	32,5	-4,2
Feb 14	100	83,2	10,9	1,6	4,3	45,5	52,3	52,7	7,2
May 14	100	73,8	17,5	4,1	4,6	48,9	52,9	53,4	4,5
Ago 14	100	74,0	17,7	4,4	3,8	41,6	49,1	56,1	14,5
Nov 14	100	75,5	18,0	2,8	3,7	39,1	46,3	53,5	14,4
Feb 15	100	53,9	29,5	10,0	6,7	37,6	44,8	49,3	11,7
May 15	100	73,3	20,3	1,8	4,6	37,4	45,7	61,5	24,1
Ago 15	100	75,9	16,6	3,3	4,3	30,4	34,4	38,7	8,3
Nov 15	100	59,4	26,6	5,1	8,8	33,8	41,3	43,9	10,1
Feb 16	100	56,9	25,5	10,6	7,0	37,2	43,2	47,5	10,3
May 16	100	71,5	19,4	2,8	6,3	36,6	43,5	53,0	16,4
Ago 16	100	79,4	14,5	2,4	3,7	35,5	37,2	48,8	13,3
Nov 16	100	74,6	16,1	3,0	6,3	36,7	40,1	51,4	14,7
Feb 17	100	83,1	11,3	2,3	3,3	38,4	45,9	35,0	-3,4
May17	100	80,6	12,8	1,6	5,0	41,6	45,1	41,8	0,2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

**Cuadro 2**  
**¿Usted diría que durante los próximos 12 meses el tipo de cambio aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?**

Mes-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	-6,7
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	44,4	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	-5,5
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	-0,9
May 13	100	26,6	58,1	6,4	8,9	43,6	45,8	41,7	-1,9
Ago 13	100	38,6	48,5	5,9	6,9	36,7	39,7	34,2	-2,5
Nov 13	100	43,3	45,9	4,8	7,4	36,8	39,5	37,7	1,0
Feb 14	100	62,6	22,6	5,8	8,9	44,6	52,5	49,5	4,9
May 14	100	48,7	34,4	8,6	8,3	47,4	52,6	53,3	5,9
Ago 14	100	52,9	36,2	5,2	5,7	40,3	48,5	47,0	6,8
Nov 14	100	54,3	38,5	2,5	4,6	38,0	44,9	40,0	2,0
Feb 15	100	51,9	37,2	4,1	6,9	37,1	45,6	44,1	7,0
May 15	100	44,7	43,7	5,0	6,7	36,9	42,6	38,9	1,9
Ago 15	100	53,0	37,3	3,1	6,6	29,5	35,0	28,6	-0,9
Nov 15	100	37,6	46,4	4,8	11,1	31,6	40,8	39,7	8,2
Feb 16	100	39,9	48,8	4,7	6,7	33,7	44,2	47,0	13,3
May 16	100	37,3	49,6	4,3	8,8	35,1	41,1	47,1	12,0
Ago 16	100	55,8	34,8	3,6	5,8	34,6	37,6	37,6	3,0
Nov 16	100	63,3	26,4	3,0	7,3	35,5	41,7	43,8	8,3
Feb 17	100	69,8	22,7	2,3	5,2	37,8	44,1	37,5	-0,3
May 17	100	71,3	20,1	2,7	5,8	41,0	45,8	47,4	6,4

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 54. Mayo, 2017.

**Cuadro 3**  
**¿Actualmente es fácil o es difícil encontrar trabajo en lo que Usted hace?**

Mes-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
Ago 13	538	100	18,6	13,0	66,4	2,0	47,3	45,1	36,7	10,6
Nov 13	487	100	16,0	13,6	68,8	1,6	49,2	37,9	36,2	13,0
Feb 14	454	100	15,9	12,3	70,3	1,5	51,1	48,7	47,5	3,6
May 14	472	100	17,6	18,2	63,6	0,6	58,3	52,2	48,8	9,5
Ago 14	464	100	14,0	20,5	64,0	1,5	52,4	50,9	41,9	10,5
Nov 14	484	100	13,8	27,1	56,2	2,9	51,5	46,0	37,9	13,6
Feb 15	514	100	13,2	24,7	60,3	1,8	53,4	42,9	38,9	14,5
May 15	462	100	13,4	21,4	62,6	2,6	53,2	42,2	39,7	13,5
Ago 15	409	100	15,9	16,6	65,5	2,0	39,4	37,1	31,6	7,8
Nov 15	427	100	15,2	17,6	65,8	1,4	46,8	37,3	36,7	10,1
Feb 16	433	100	16,6	20,1	61,7	1,6	49,3	44,4	36,7	12,6
May 16	436	100	17,0	18,3	62,4	2,3	47,0	46,6	36,9	10,2
Ago 16	433	100	16,2	20,8	62,4	0,7	44,7	42,2	36,0	8,7
Nov 16	440	100	17,5	19,5	61,1	1,8	47,8	42,8	37,2	10,6
Feb 17	424	100	15,1	24,6	57,2	3,1	47,7	42,0	38,7	9,0
May 17	427	100	18,5	19,0	61,1	1,4	54,7	44,7	40,5	14,2

<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° 54. Mayo, 2017.

**Cuadro 4**  
**¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o piensa que tendrá trabajo?**

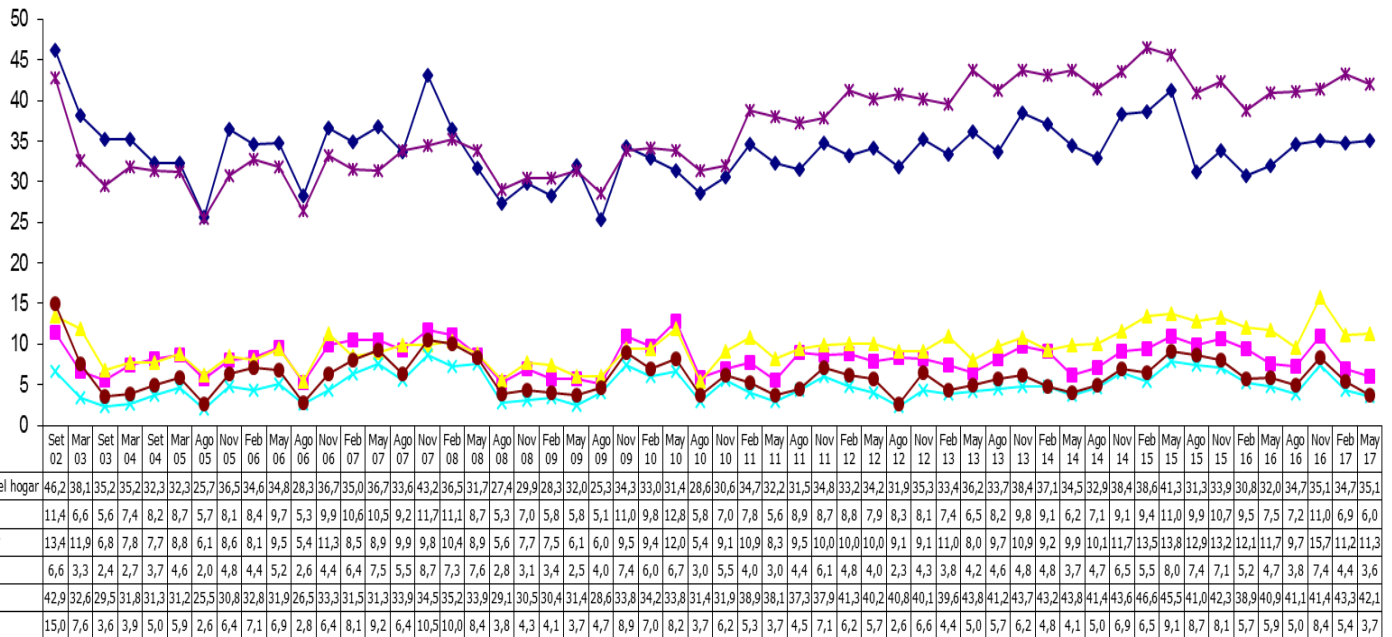
Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Ns/Nr	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Diferencia
Ago 08	504	100	12,7	82,3	5,0	24,8	33,2	8,4
Nov 08	499	100	12,6	83,8	3,6	25,1	34,1	9,0
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
Ago 13	538	100	18,0	75,7	6,3	34,4	41,1	6,7
Nov 13	487	100	19,1	75,4	5,5	32,7	41,0	8,3
Feb 14	454	100	20,3	73,1	6,6	42,8	49,9	7,1
May 14	472	100	18,6	75,8	5,5	43,7	53,4	9,7
Ago 14	464	100	19,7	75,8	4,5	36,3	47,5	11,2
Nov 14	484	100	25,4	68,6	6,0	36,7	44,7	8,0
Feb 15	514	100	16,2	78,2	5,7	35,4	43,6	8,2
May 15	462	100	16,9	80,3	2,8	34,9	44,2	9,3
Ago 15	409	100	12,2	83,6	4,2	30,4	35,0	4,6
Nov 15	427	100	16,4	81,5	2,1	29,6	40,6	11,0
Feb 16	433	100	14,3	80,6	5,1	33,2	42,5	9,3
May 16	436	100	17,2	78,4	4,4	36,8	41,3	4,5
Ago 16	433	100	20,1	76,0	3,9	34,8	40,0	5,2
Nov 16	440	100	13,6	82,7	3,6	32,2	41,8	9,6
Feb 17	424	100	15,6	81,6	2,8	36,2	41,9	5,7
May 17	427	100	11,7	85,0	3,3	37,8	45,4	7,6

<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 Nº 54. Mayo, 2017.



**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° 54. Mayo, 2017.

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

Mes-Año	Número de entrevistas	¿Quién respondió la entrevista?		Sexo		Educación			Ingreso familiar mensual			Situación económica (subjetiva)				Gasto discrecional 1/	
		Principa- sostén	Adulto infor- mado	Hombre	Mujer	Prima- ria o menos	Secun- daria	Univer- sitaria	500 mil o más	Menos de 500 mil	NS/ NR	Tienen grandes dificul- tades	Tienen algunas dificul- tades	Sin grandes dificul- tades	Pueden ahor- rar	No	Sí
Set 02	632	67,4	32,6	--	--	37,2	32,6	30,2	12,0	86,9	1,1	--	--	--	--	40,5	59,5
Mar 03	866	84,2	15,8	67,0	33,0	36,0	34,2	29,8	13,9	82,3	3,8	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	12,1	86,7	1,1	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	12,4	87,1	0,5	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	16,8	82,9	0,2	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	18,7	80,8	0,5	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	15,3	84,6	0,1	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	20,6	79,3	0,2	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	20,6	78,7	0,7	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	17,9	81,5	0,6	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	15,8	83,5	0,7	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	21,8	77,5	0,7	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	21,5	77,6	0,8	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	21,0	77,9	1,1	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	23,5	75,6	0,9	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	20,2	78,9	0,9	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	24,4	74,9	0,7	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	25,9	73,4	0,7	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	20,1	79,2	0,7	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	24,9	74,4	0,7	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	27,6	71,1	1,3	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	28,3	70,7	1,0	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	24,9	74,3	0,9	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	27,0	71,9	1,1	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	28,8	70,0	1,3	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	31,4	65,4	3,2	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	27,6	71,1	1,3	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	28,4	70,0	1,6	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	31,6	66,9	1,5	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	31,0	67,9	1,1	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	31,3	67,5	1,1	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	33,4	65,6	1,0	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	37,9	60,1	2,0	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	36,6	62,1	1,3	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	35,7	62,3	1,9	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	35,4	63,9	0,7	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	36,2	62,4	1,4	10,7	19,6	48,6	21,1	55,7	41,4
May 13	738	99,7	0,3	52,6	47,4	34,0	28,5	37,5	39,7	59,5	0,8	9,3	24,1	43,3	23,4	53,8	46,2
Ago 13	723	99,6	0,4	50,1	49,9	31,3	28,2	40,5	40,8	58,1	1,1	6,1	24,0	50,1	19,8	54,9	45,1
Nov 13	726	97,4	2,6	49,3	50,7	35,0	24,7	40,4	40,5	57,9	1,7	8,0	22,0	45,0	25,0	50,4	49,6
Feb 14	704	98,4	1,6	50,1	49,9	41,8	24,6	33,7	34,7	64,6	0,7	7,8	23,3	44,6	23,8	52,8	47,2
May 14	710	99,4	0,6	46,3	53,7	37,3	25,2	37,5	40,0	59,9	0,1	11,5	22,9	45,1	20,5	54,1	45,9
Ago 14	705	99,1	0,9	51,3	48,7	35,2	25,4	39,4	38,2	61,1	1,1	7,3	24,7	45,6	22,4	54,5	45,5
Nov 14	711	97,7	2,3	49,1	50,9	37,6	25,4	37,0	42,8	56,7	0,6	8,5	22,9	46,0	22,6	52,0	48,0
Feb 15	713	100,0	0,0	50,2	49,8	37,9	25,1	37,0	41,7	57,5	0,8	5,2	20,5	47,2	27,1	50,2	49,8
May 15	703	99,4	0,6	47,8	52,2	38,4	22,8	38,8	41,1	57,9	1,0	8,0	19,5	44,1	28,3	51,1	48,9
Ago 15	700	99,3	0,7	49,6	50,4	37,4	21,3	41,3	41,4	56,3	2,3	9,7	24,9	40,7	24,6	55,6	44,4
Nov 15	702	99,3	0,7	45,1	54,9	43,6	18,3	38,1	40,2	59,1	0,7	9,5	27,2	43,0	20,3	54,1	45,9
Feb 16	705	99,1	0,9	47,5	52,5	33,9	22,1	44,0	40,4	58,4	1,1	9,6	25,7	39,9	24,8	56,5	43,5
May 16	716	95,7	4,3	51,7	48,3	34,7	24,1	41,3	44,7	54,7	0,6	8,3	24,4	42,7	24,6	56,3	43,7
Ago 15	704	97,6	2,4	51,3	48,7	39,4	20,2	40,4	42,5	56,7	0,9	9,9	24,3	44,3	21,6	55,5	44,5
Nov 16	700	98,3	1,7	51,3	48,7	37,7	21,3	41,0	44,4	54,9	0,7	14,4	20,7	39,2	25,7	54,9	45,1
Feb 17	706	96,3	3,7	48,6	51,4	30,3	25,8	43,9	42,9	56,2	0,8	8,1	24,4	39,7	27,8	54,0	46,0
May 17	701	98,9	1,1	50,2	49,8	28,6	25,3	46,1	43,8	54,9	1,3	8,0	22,0	43,8	26,1	56,3	43,7

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° 54. Mayo, 2017.