

# UNIVERSIDAD DE COSTA RICA



## ESCUELA DE ESTADÍSTICA

### XXVII ENCUESTA DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (Agosto, 2010)

Investigador:  
Johnny Madrigal Pana, M.Sc.

e-mail:  
johnny.madrigal@ucr.ac.cr

San José, Costa Rica  
Agosto del 2010

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

## NOTA TÉCNICA

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). A partir de agosto del 2005, con el apoyo de la Rectoría de la Universidad de Costa Rica, se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre).

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 global. De esta manera, el planteamiento le asigna gran importancia al poder del consumidor.

Síntesis metodológica de la XXVII Encuesta de Confianza del Consumidor	
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
Coordinador de trabajo de campo:	Yorlene Quirós Díaz
Supervisores:	Maureen Corrales León, Vivian Aguilar Aguilar y Pamela Rodríguez Fonseca.
Fecha de la encuesta:	del 3 al 10 de agosto del 2010
Población de interés:	hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de la muestra:	703 hogares
Informante:	principal sostén económico del hogar (96,6%) 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, presenta 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. 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 tendencia que refleja la confianza de los consumidores es clara al mostrar que desde mayo empezó a caer y en agosto continúa. Mientras que en febrero el ICC había registrado un valor de 54,2 (en una escala de cero a 100), uno de los más altos desde el 2002, en el presente mes disminuyó a 50,3, es decir, la confianza de los consumidores cayó 4 puntos durante los últimos seis meses (Gráfico 1). Esto significa que el vigoroso crecimiento que experimentaron las expectativas por una economía más próspera antes de febrero del 2010 se detuvo y ahora empieza a decrecer.

Una revisión general de la tendencia del ICC también muestra que, pese a lo anterior, actualmente la confianza supera por 10 puntos a la que expresaron cuatro años atrás los consumidores, cuando iniciaba la administración de Oscar Arias (agosto del 2006). Incluso, también supera por seis puntos la que se registraba al inicio de la administración de Abel Pacheco (setiembre del 2002). Esto revela que, pese a que la confianza está disminuyendo, durante los primeros 100 días de la administración de Laura Chinchilla ésta es superior a la registrada durante el inicio de las dos administraciones anteriores.

La tendencia de disminución que está presentando actualmente el ICC puede corroborarse cuando los consumidores son clasificados como optimistas, ambivalentes y pesimistas (Gráfico 2). Por una parte, el grupo de consumidores optimistas disminuyó de 34,9% en febrero a 29,2% durante el mes actual (casi 6 puntos porcentuales). Por otra parte, el grupo de consumidores pesimistas se incrementó de 11,2% a 16,5% en el mismo período (aproximadamente 5 puntos). En cambio, el grupo de consumidores ambivalentes es prácticamente el mismo en este período. Debe destacarse que, pese a la caída que está sufriendo la confianza de los consumidores, desde noviembre del 2009 los optimistas son más numerosos que los pesimistas y actualmente la diferencia entre los grupos es de 13 puntos porcentuales, aunque en las encuestas anteriores era de 20 puntos.

Por otra parte, puede verificarse que, de acuerdo con las variables demográficas y socioeconómicas, la tendencia de disminución de la confianza está mostrando un patrón bastante generalizado. Considerando las variables demográficas (Gráficos del 3 al 5), tanto hombres como mujeres que ejercen el rol de principal sostén económico del hogar ahora presentan un nivel de confianza menor que seis meses atrás. Lo mismo sucede con la edad y con el nivel educativo. Desde la perspectiva de las variables socioeconómicas la confianza revela la misma tendencia de disminución cuando se considera el número de perceptores de ingreso en el hogar, los ingresos familiares, la capacidad de realizar gastos discrecionales y cuando se toma en cuenta la opinión sobre los problemas que se presentan en el hogar con el ingreso familiar mensual que reciben (Gráficos del 6 al 9).

### ¿Por qué empieza a caer la confianza?

Como se sabe el ICC puede subdividirse en dos índices adicionales: el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA, de los Gráficos 10 y 15) y el Índice de Expectativas Económicas (IEE, de los Gráficos 11, 13 y 14). Mientras que el primero proporciona una valoración de la confianza por la situación económica actual, el segundo ofrece una visión sobre cómo están valorando los consumidores el futuro de la economía.

Los resultados son claros al mostrar que el crecimiento de la confianza cesó porque las expectativas por una economía más próspera así lo hicieron y el IEE cayó de 62,2 en febrero a 56,9 en agosto (5 puntos) (Gráfico 16). En cambio, la valoración del momento actual es similar a la de seis meses atrás (de febrero a agosto disminuyó 1,6 puntos, por lo que el cambio no es significativo). Es decir, estos resultados revelan que la confianza está cayendo porque se piensa menos positivamente sobre el futuro económico del país.

Es importante observar que ambos índices continúan mostrando aspectos de interés. Por una parte, es claro que todavía la expectativa por una economía más próspera le gana por mucho a las percepciones que tienen los consumidores sobre las condiciones actuales. Específicamente, puede observarse que ahora el IEE registró un valor de 56,9 mientras el ICEA uno de 40,4 (diferencia de 17 puntos). Esta situación inició en agosto del 2008 y desde entonces el IEE aumentó casi 24 puntos. No obstante, también es justo mencionar que la diferencia entre el IEE y el ICEA ahora es menor (16,6 puntos).

Sobre este tema es importante comentar que las percepciones sobre el futuro de la economía empezaron a modificarse, probablemente, porque a diferencia de lo que se pensaba meses atrás, la nueva administración del país y los consumidores están experimentando el impacto de la crisis que golpeó al país durante el 2009 y la evidencia muestra

que todavía se está padeciendo de una economía internacional deprimida. Ni las noticias sobre una baja inflación para el presente año (del 5%), ni la reactivación de la industria manufacturera, de la agricultura y de las empresas de servicios, así como tampoco la baja en el tipo de cambio, han calado positivamente en las percepciones de los consumidores para concebir un futuro económico más próspero.

Por otra parte, sobre la valoración de las condiciones económicas actuales, debe mencionarse que su nivel es prácticamente similar al registrado tres y seis meses atrás (ICEA=40,4). La información recolectada permite conjeturar que una posibilidad para justificar el por qué no está disminuyendo la confianza en el momento actual es porque los fenómenos que afectan directamente el bolsillo de los consumidores se perciben menos riesgosos que hace tres meses. Así por ejemplo, actualmente, el 69,3% espera que durante los próximos 12 meses el precio de los combustibles aumente (79,7% en mayo pasado) y el 56,0% indicó que el tipo de cambio aumentará (65,4% en mayo pasado) (Cuadro 1). Además, 74,8% dice que tendrá trabajo durante los próximos 12 meses, cifra similar a la de tres meses atrás (72,4%) (Cuadro 2).

### **Otras percepciones sobre la economía**

Las expectativas sobre la inflación también muestran una situación menos favorable en la actualidad. Por una parte, el 52,5% considera que durante los próximos 12 meses las tasas de interés de los préstamos en dinero crecerán, cifra que se mantiene sin cambios durante los últimos nueve meses (Gráfico 17). No obstante, ahora el 58,0% espera que el ingreso de su familia sea mayor que el del año pasado, cifra que era de 63,3% seis meses atrás (Gráfico 18). Además, la expectativa por una capacidad de compra fortalecida entre los consumidores cayó, pues actualmente el 18,2% cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, mientras que tres meses atrás esa cifra era de 27,8% (Cuadro 19).

La calificación de la política económica del gobierno actual es baja. Por un lado, solamente el 12,8% dice que la actual administración está haciendo un trabajo bueno, mientras que el 38,5% dice que es pobre. Por otro lado, el 14,9% respondió "no sabe". Esta última cifra debe destacarse, pues desde setiembre del 2002 no se había obtenido una magnitud tan alta, lo que revela un desconocimiento importante de las directrices que la nueva administración está aplicando en el campo económico (Gráfico 20). En el campo de la política social las expectativas revelan que también existe una tendencia a concebir los problemas sociales más negativamente. Cuando se hace referencia al desempleo, el 43,8% espera un incremento durante los próximos 12 meses y con respecto a la pobreza esa cifra es de 52,6%. Sin embargo, puede corroborarse que seis meses atrás esas magnitudes eran significativamente menores (Gráficos 21 y 22).

La valoración del momento para la compra de casa y carro, pese a que son negativas, presentan tendencias diferentes. En lo que respecta a la compra de casa, actualmente el 29,6% piensa que es un buen momento para comprar y dicha magnitud viene incrementándose en forma leve pero sostenida desde hace un año, pues en agosto del 2009 era de 15,6% (Gráfico 23). En cambio, en el caso del carro la tendencia es más irregular en el mismo período y quienes califican como bueno el momento actual para comprar carro disminuyó de 19,5% a 14,7% en esta última encuesta (Gráfico 24).

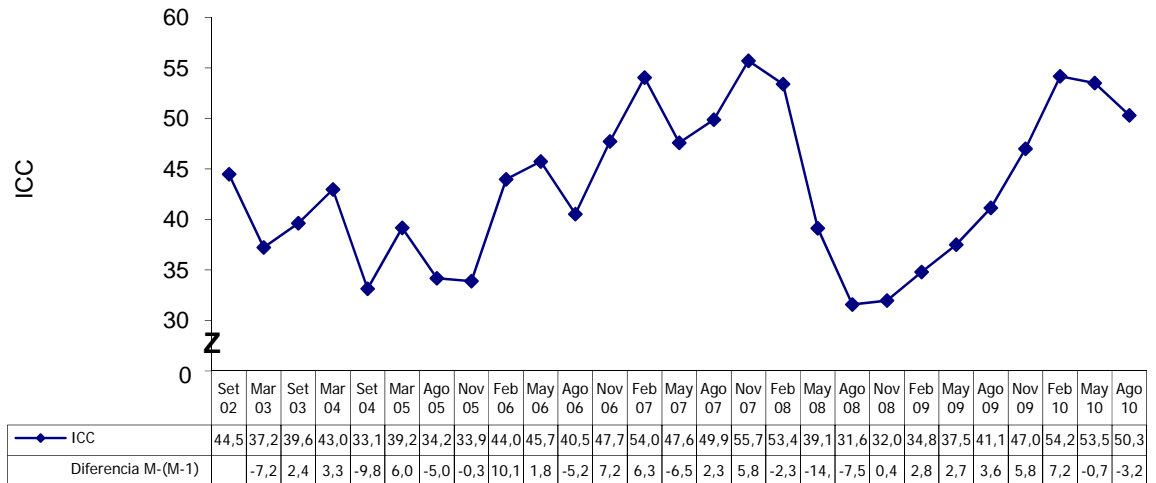
## RESULTADOS GRÁFICOS

### De setiembre del 2002 a agosto del 2010

	Página
Confianza de los consumidores en la economía nacional .....	6
Diferenciales sociodemográficos de la confianza del consumidor .....	7
Diferenciales socioeconómicos de la confianza del consumidor .....	9
Percepciones sobre la situación económica (valoración de la familia, empresas, país y momento de compra).....	11
Valoración de las condiciones económicas actuales (ICEA) y de las expectativas económicas (IEE).....	14
Percepciones sobre la inflación.....	15
Percepciones sobre la política económica y social .....	17
Valoración del momento para la compra de bienes duraderos .....	19
Sección especial: Otros factores relacionados con la confianza.....	21
Anexos.....	23

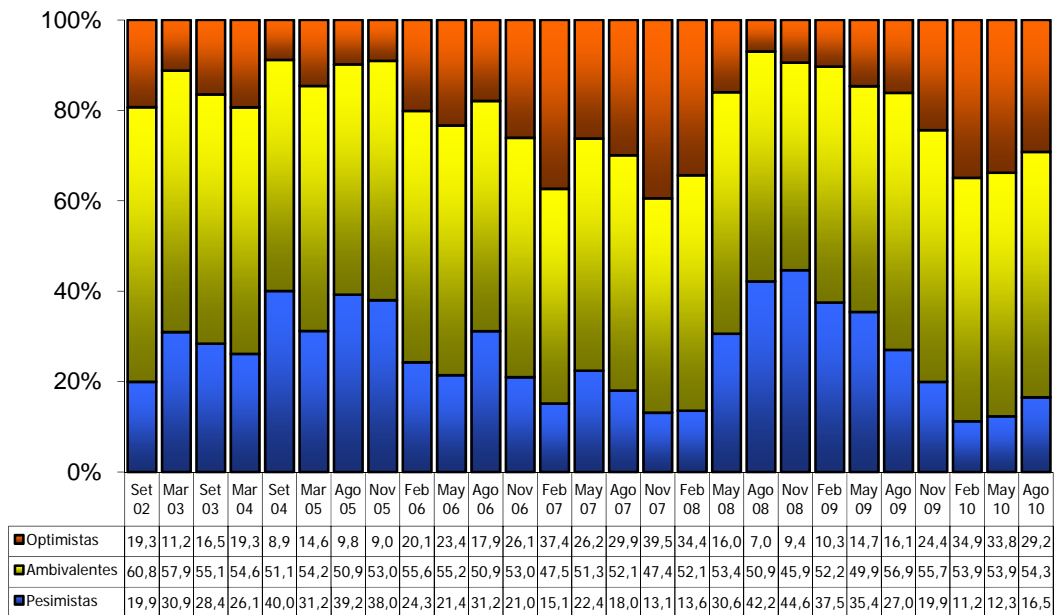
## CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

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

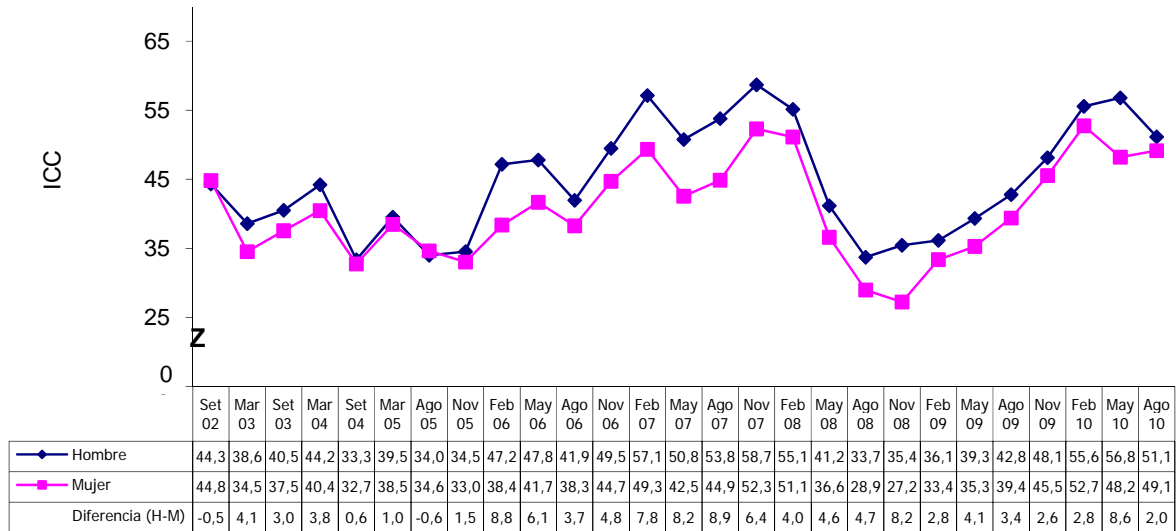


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada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

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

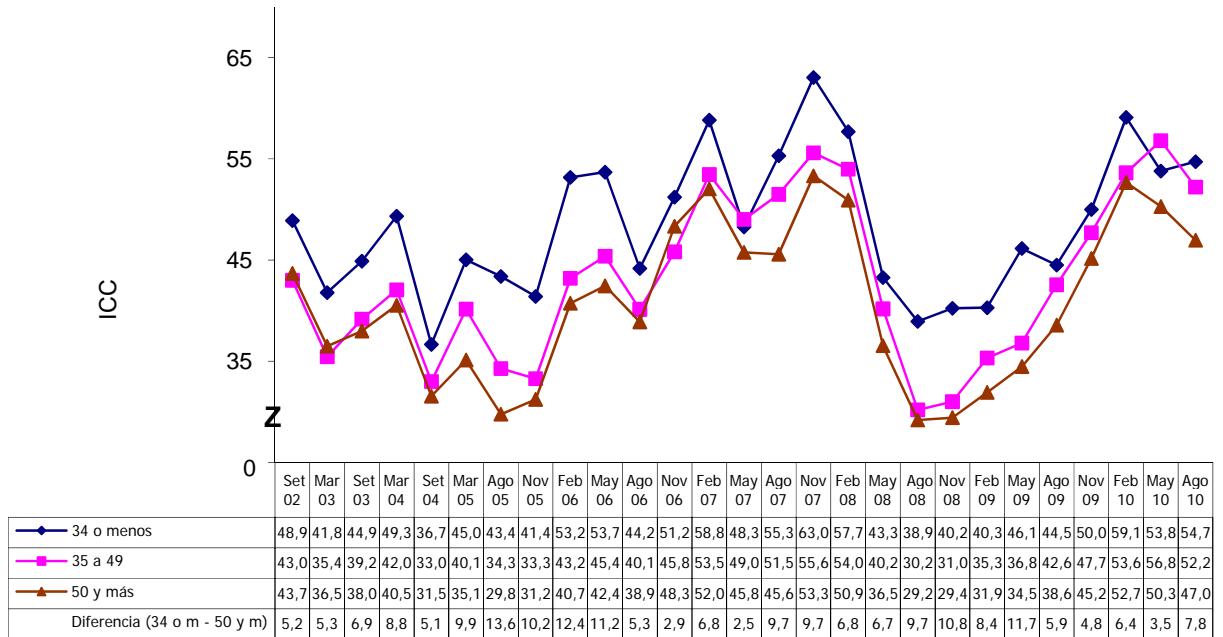
## DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



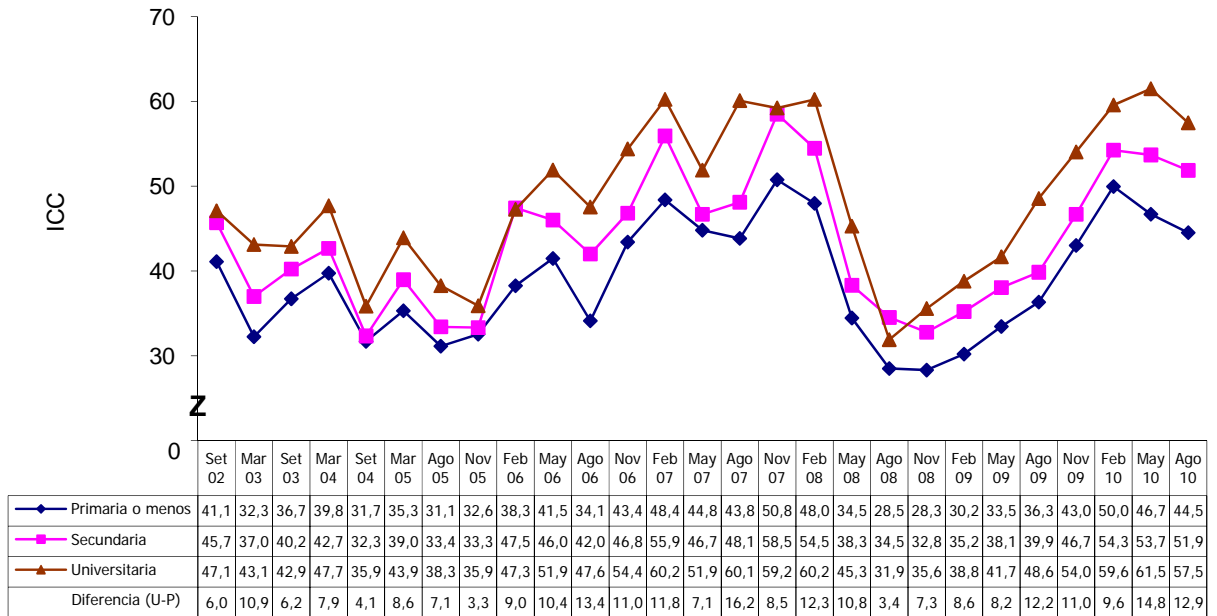
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII. Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

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

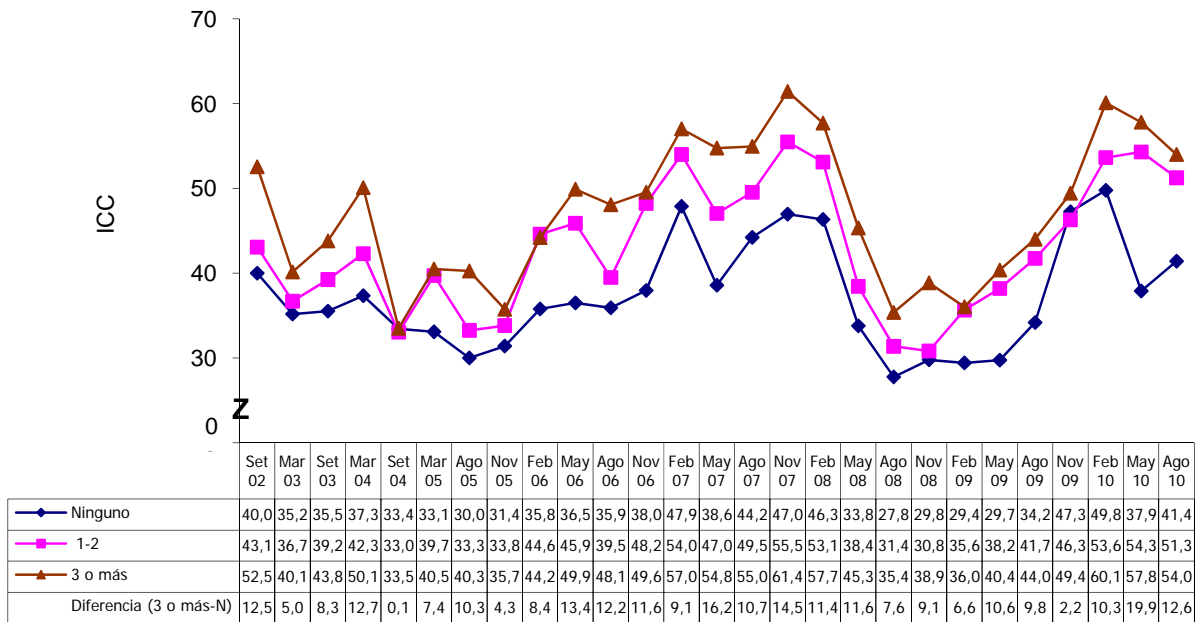


Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.



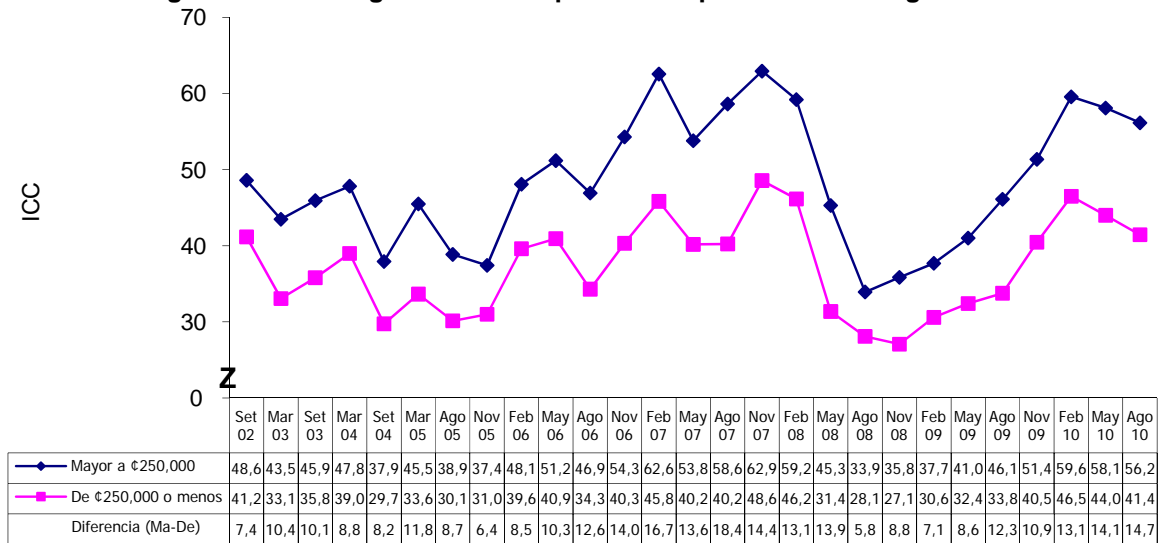
## DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



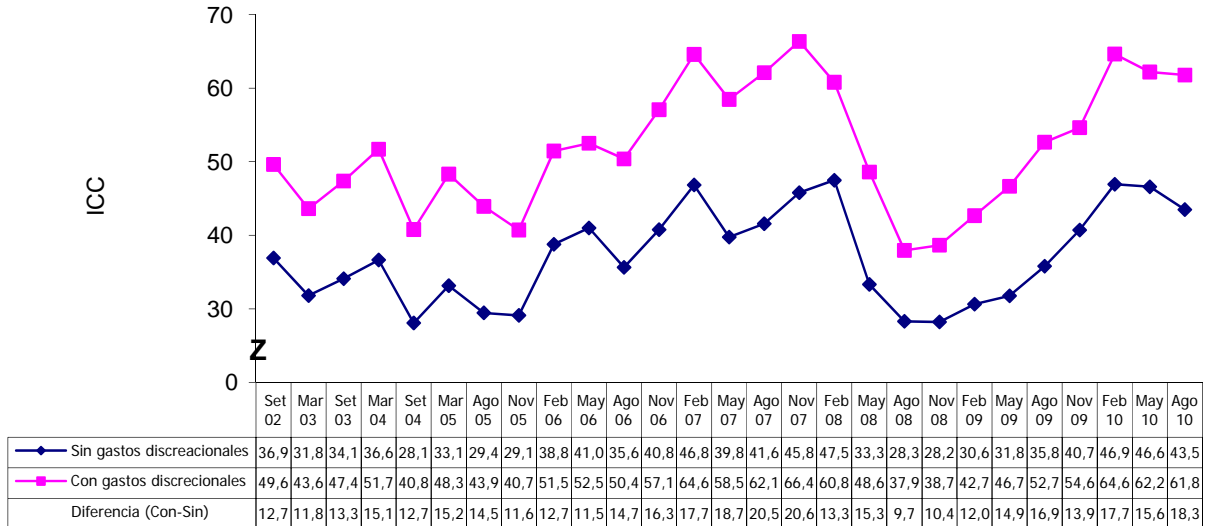
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

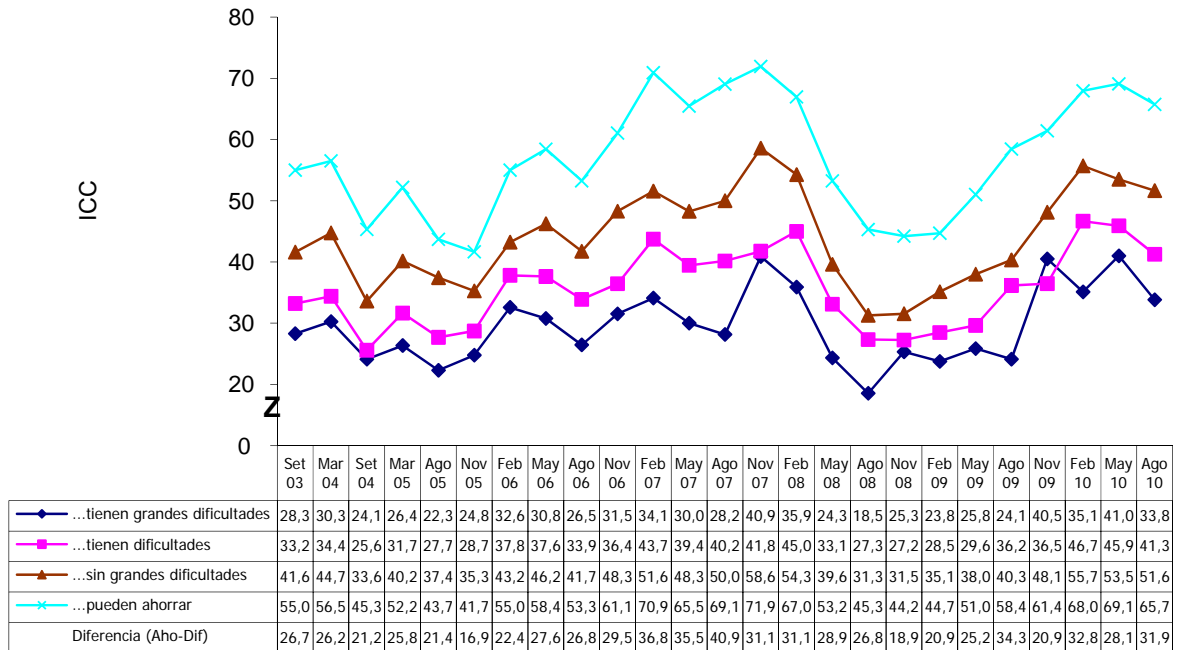
**Gráfico 8**  
**ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>**



<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: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

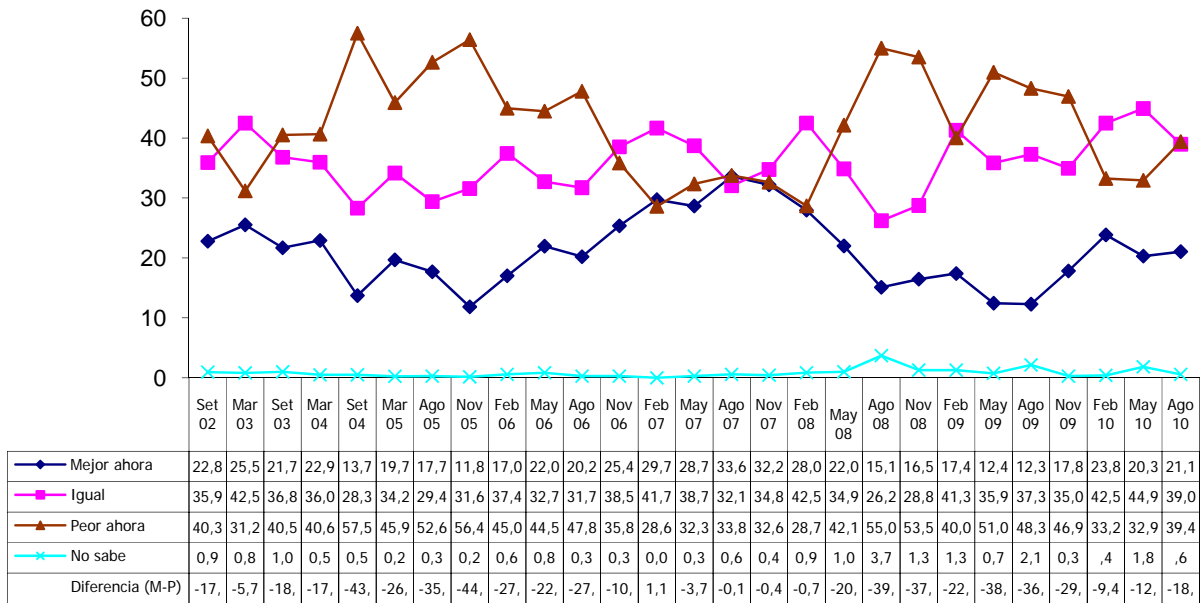
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

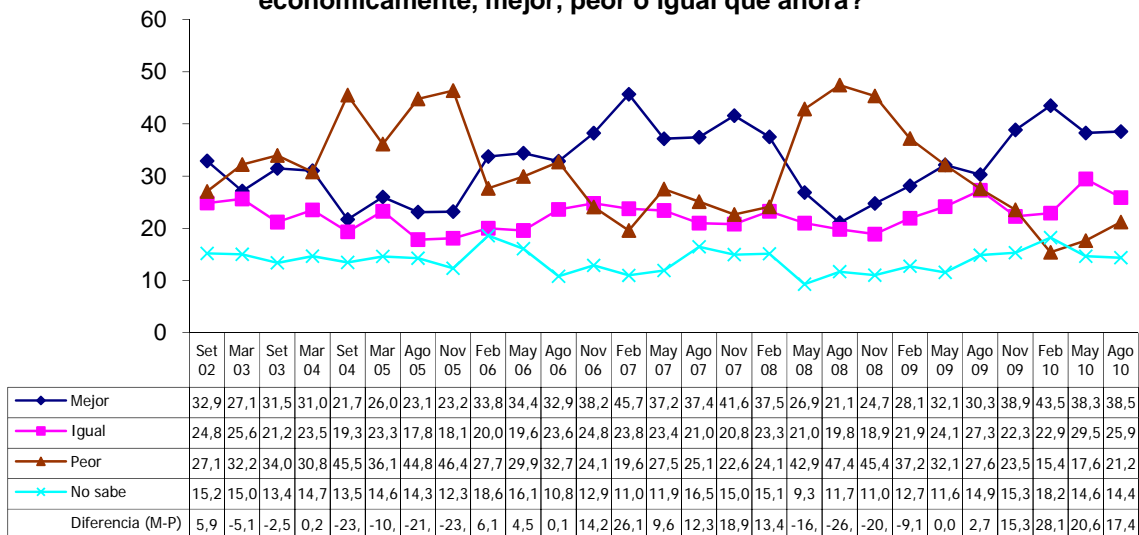
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>4</sup>

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

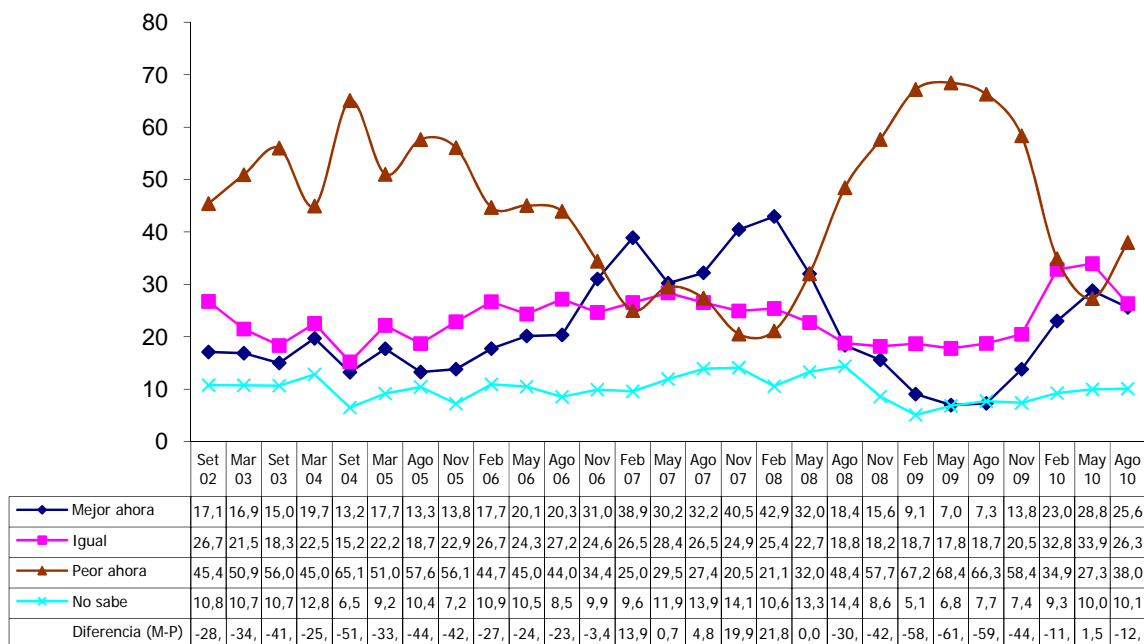
**Gráfico 11**  
**¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

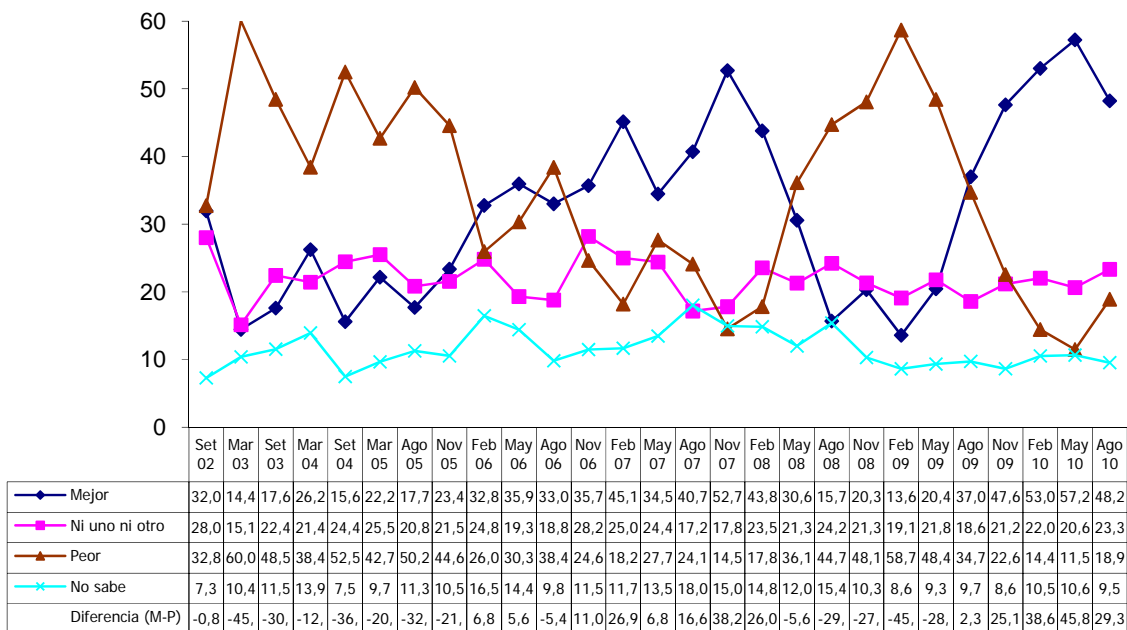
<sup>4</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

**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?**



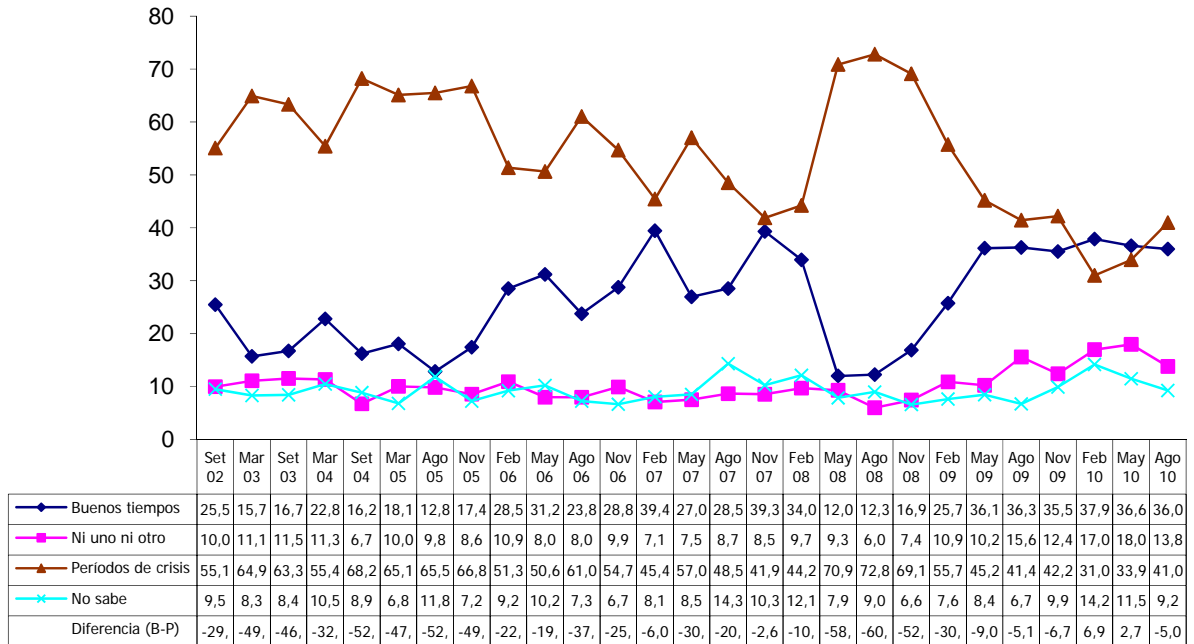
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

**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?**



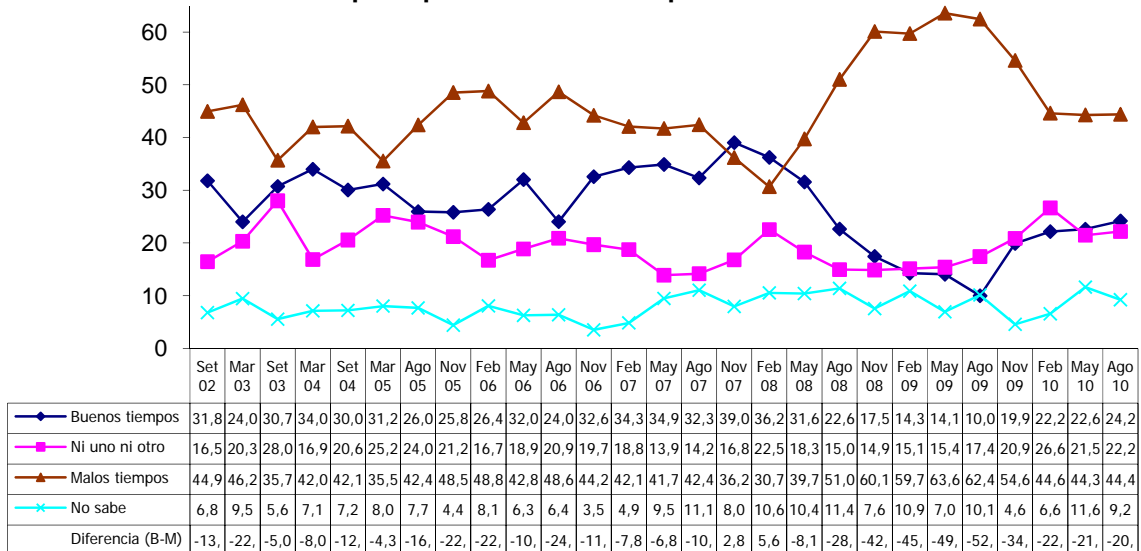
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

**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: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

**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>?**

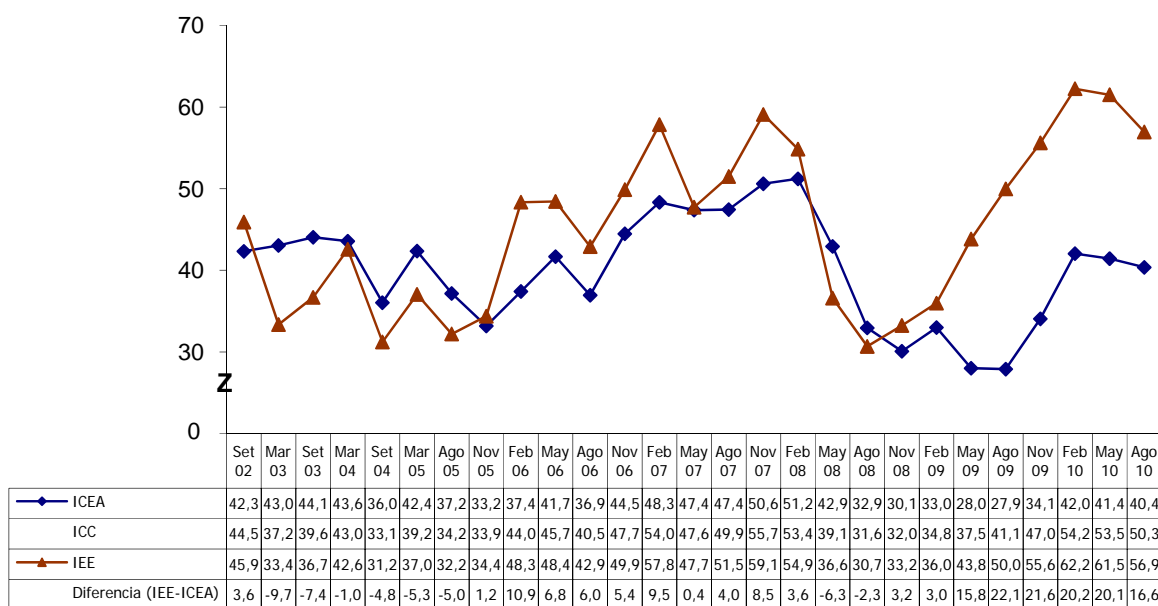


<sup>1</sup>Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

## 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)**



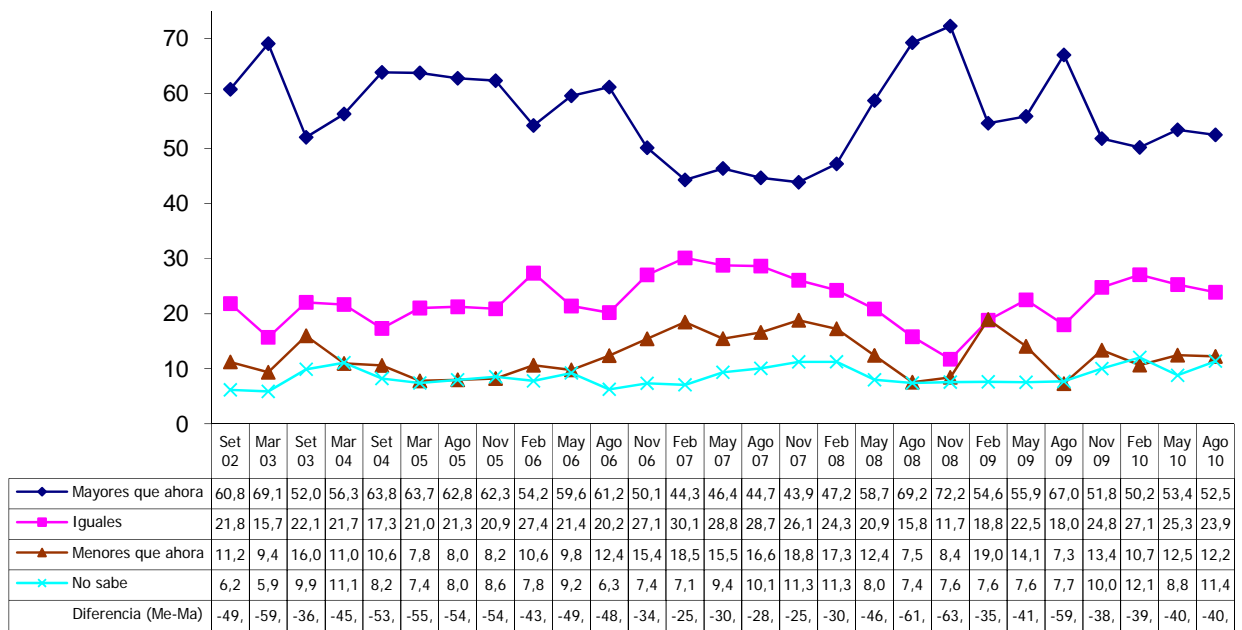
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

<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.

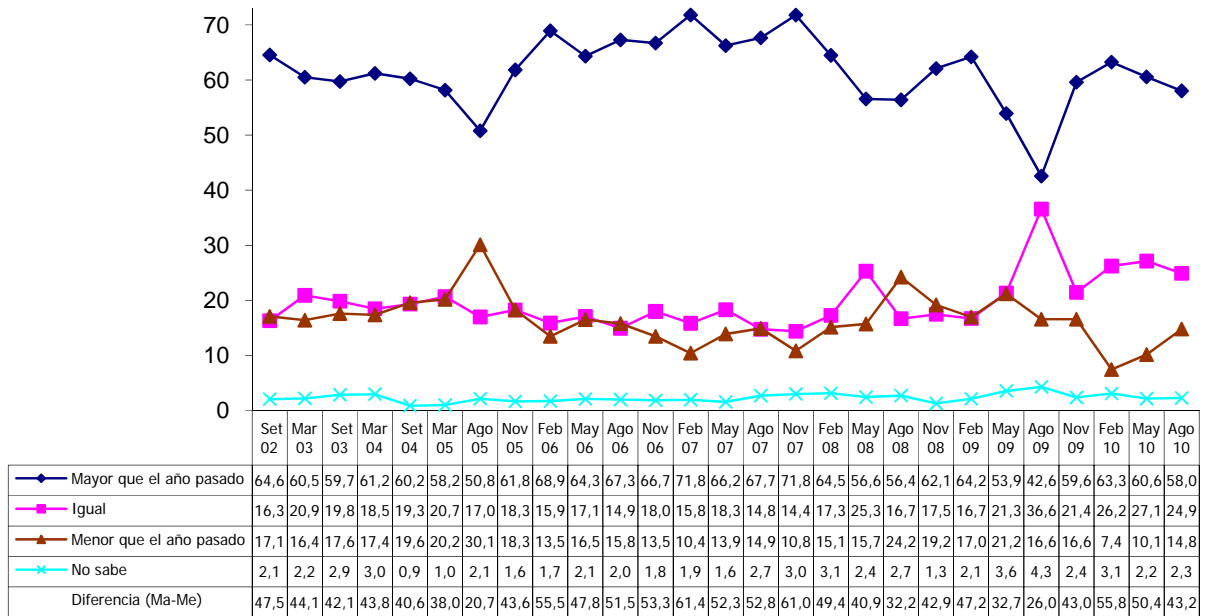
## PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

**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?**



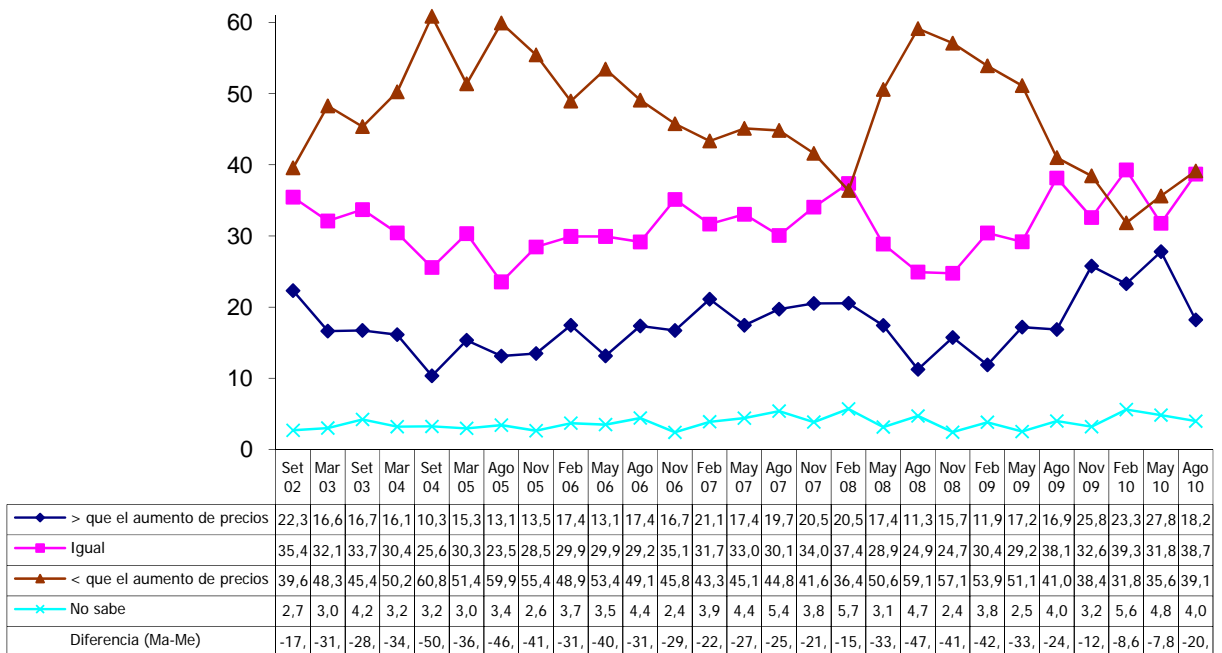
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

**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?**

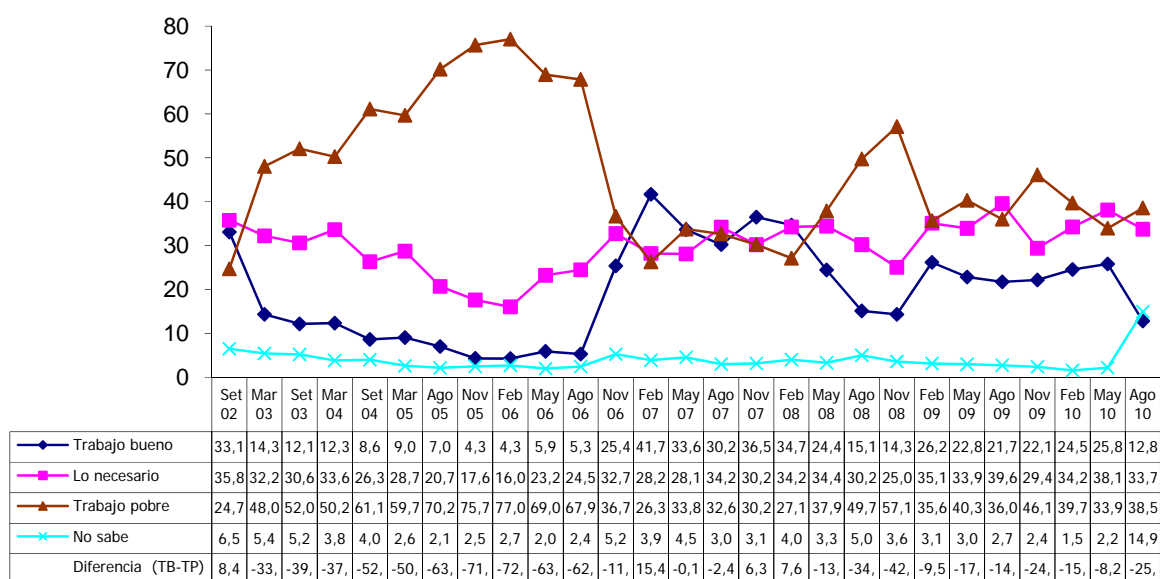


Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.



## PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

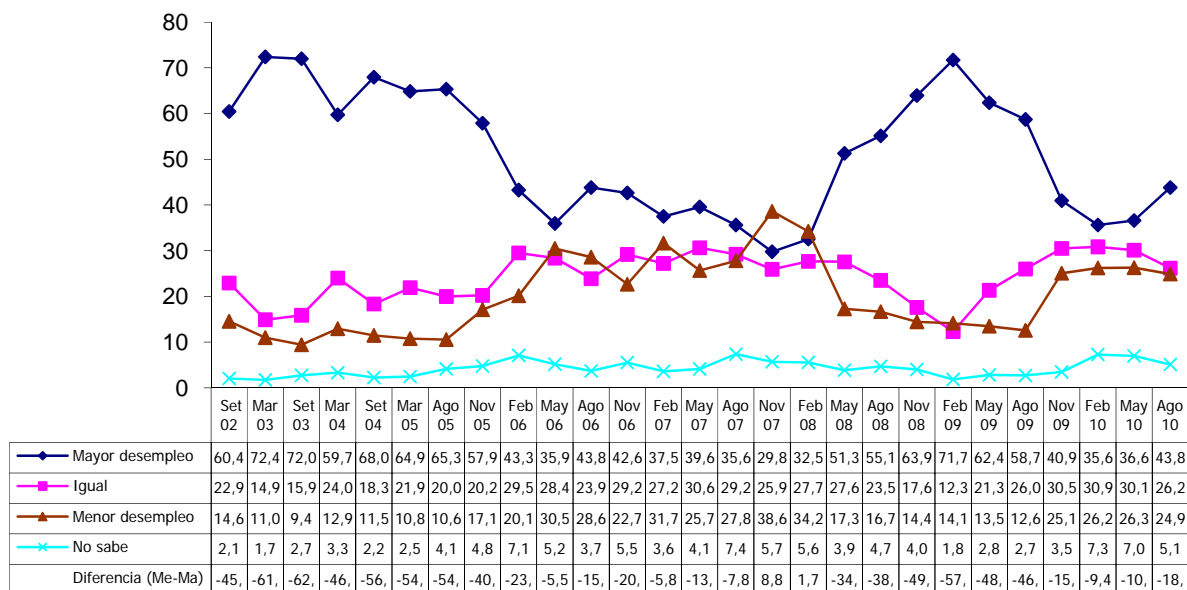
**Gráfico 20**  
**¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual? ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?**



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

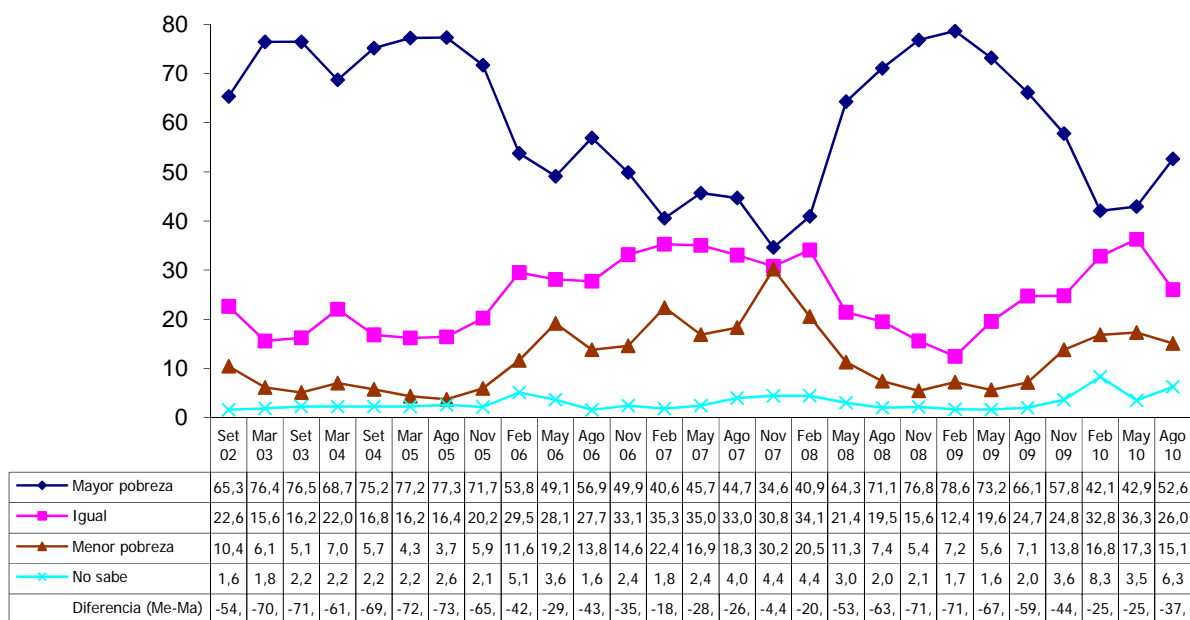
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

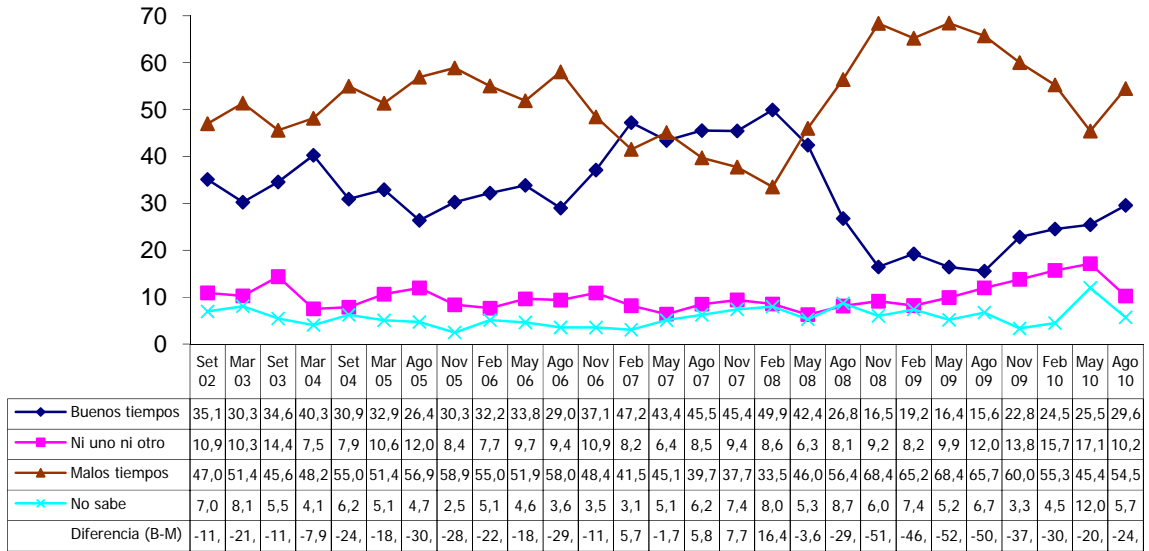
**Gráfico 22**  
**¿Y qué cree que sucederá con la pobreza durante los próximos 12 meses?**  
**¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

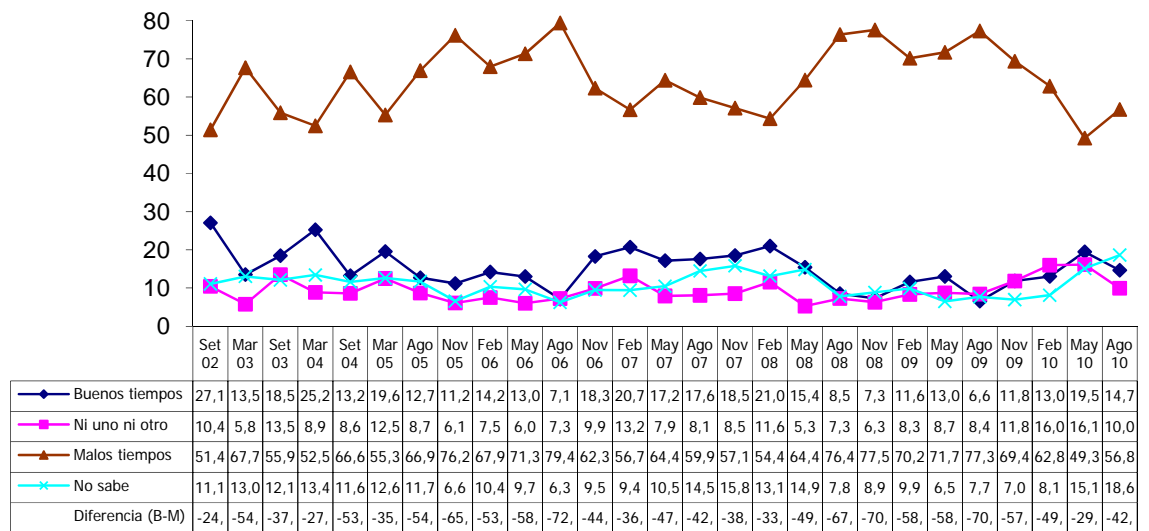
## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

**Gráfico 23**  
Hablando en general ¿piensa que estos son buenos tiempos o malos tiempos para comprar una casa?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

**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: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

## SECCIÓN ESPECIAL

### OTROS FACTORES RELACIONADOS CON LA CONFIANZA

Cuadro 1

Percepción de lo que sucederá durante los próximos 12 meses con respecto a los combustibles, los alimentos básicos y el tipo de cambio, y magnitud del ICC

Preguntas	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL								ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR									
	Ago 08	Nov 08	Feb 09	May 09	Ago 09	Nov 09	Feb 10	May 10	Ago 10	Ago 08	Nov 08	Feb 09	May 09	Ago 09	Nov 09	Feb 10	May 10	Ago 10
<b>Número de entrevistas</b>	702	699	707	675	700	718	713	601	703	702	699	707	675	700	718	713	601	703
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	31,6	32,0	34,8	37,5	41,1	47,0	54,2	53,5	50,3
<b>Durante los próximos 12 meses ¿cree Usted que el precio de los combustibles (diesel y gasolina) aumentará, se mantendrá igual?</b>																		
Aumentará	82,9	59,1	63,4	64,7	82,0	74,8	78,0	79,7	69,3	29,9	29,6	34,1	36,2	39,7	45,6	52,9	52,7	48,4
Se mantendrá igual	8,5	20,0	24,2	23,6	12,1	14,8	13,9	13,0	18,2	40,7	36,4	37,5	40,3	51,5	52,0	61,3	60,3	55,0
Disminuirá	4,1	12,9	5,7	3,9	2,9	2,5	1,7	2,3	3,6	39,7	38,6	36,5	41,2	44,0	57,8	52,5	52,1	60,4
NS/NR-Diferencia	4,4	8,0	6,8	7,9	3,0	7,9	6,5	5,0	9,0	9,8	9,0	2,4	4,9	4,3	12,2	-0,4	0,6	12,0
<b>¿Y Usted cree que durante los próximos 12 meses habrá escasez de alimentos básicos en el país o piensa que no habrá escasez?</b>																		
Habrà escasez	47,9	40,2	44,7	32,3	27,6	42,9	27,3	22,6	24,2	25,6	27,0	29,9	28,5	32,5	41,3	47,7	45,9	40,4
No habrá escasez	48,9	55,5	51,6	64,3	67,7	52,8	64,8	72,0	70,1	37,1	35,7	38,9	42,4	45,4	52,0	57,5	56,7	54,4
NS/NR-Diferencia	3,3	4,3	3,7	3,4	4,7	4,3	7,9	5,3	5,7	11,5	8,7	9,0	13,9	12,9	10,7	9,8	10,8	14,0
<b>¿Usted diría que durante los próximos 12 meses el precio del dólar con respecto al colón aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?</b>																		
Precio aumentará	72,6	70,0	70,0	71,0	80,4	67,8	67,3	65,4	56,0	30,3	30,6	34,1	36,2	40,7	46,8	53,1	52,5	49,9
Se mantendrá igual	16,4	18,9	19,2	20,0	14,0	18,5	22,9	20,8	26,7	35,9	39,5	36,1	40,7	44,8	48,9	59,5	58,6	53,5
Disminuirá	3,4	4,6	5,7	4,1	2,6	7,9	2,8	4,8	5,5	37,1	28,4	40,0	40,0	41,1	46,8	46,5	41,5	46,4
NS/NR-Diferencia	7,5	6,6	5,1	4,9	3,0	5,7	7,0	9,0	11,7	6,8	-2,2	5,9	3,8	0,4	0,0	-6,6	11,0	3,5

Fuente: UCR. Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

Cuadro 2

Percepciones en el campo laboral y de pensión  
(Principal sostén económico que trabaja)

Preguntas	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL								ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR									
	Ago 08	Nov 08	Feb 09	May 09	Ago 09	Nov 09	Feb 10	May 10	Ago 10	Ago 08	Nov 08	Feb 09	May 09	Ago 09	Nov 09	Feb 10	May 10	Ago 10
<b>Número de entrevistas</b>	504	499	488	440	442	449	498	337	472	504	499	488	440	442	449	498	337	472
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	32,0	32,8	36,5	38,6	43,3	47,6	55,5	54,0	53,2
<b>¿Actualmente es fácil o es difícil encontrar trabajo en lo que Usted hace?</b>																		
Fácil	28,2	26,5	25,0	17,3	18,8	21,8	20,5	22,8	19,7	38,2	40,9	44,7	47,0	49,0	53,9	62,3	62,5	61,9
Regular	12,7	14,6	12,9	15,0	22,6	15,8	16,9	19,3	13,3	33,4	33,0	34,6	37,6	45,2	57,0	60,0	52,9	55,4
Difícil	57,1	57,1	60,0	67,3	57,5	61,2	61,4	55,8	66,7	28,6	29,2	33,3	36,7	40,5	42,8	51,9	50,9	50,2
NS/NR-Diferencia	2,0	1,8	2,0	0,5	1,1	1,1	1,2	2,1	0,2	9,5	11,7	11,3	10,3	8,5	11,1	10,3	11,6	11,7
<b>¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o piensa que tendrá trabajo?</b>																		
Podría quedarse sin trabajo	12,7	12,6	12,7	13,4	20,1	18,3	21,7	20,8	19,5	24,8	25,1	30,2	28,3	39,9	39,5	46,5	47,0	41,5
Tendrá trabajo	82,3	83,8	82,0	81,8	77,8	75,1	71,9	72,4	74,8	33,2	34,1	37,9	41,0	44,4	49,9	58,9	57,0	56,9
NS/NR-Diferencia	5,0	3,6	5,3	4,8	2,0	6,7	6,4	6,8	5,7	8,4	9,0	7,7	12,7	4,5	10,4	12,4	10,0	19,4
<b>¿Y diría que las posibilidades de recibir su pensión cuando le corresponda son altas, muy altas, bajas, muy bajas?</b>																		
No tendrá pensión	10,9	9,0	9,2	11,1	12,9	7,6	9,2	5,9	11,9	30,2	29,8	29,1	31,2	40,4	47,6	47,2	51,5	46,4
Bajas o muy bajas	37,1	42,9	37,7	40,9	38,0	37,6	39,2	39,5	40,7	29,6	28,4	33,0	37,4	40,4	41,6	52,2	49,6	50,8
Regulares	14,1	16,6	18,2	17,5	18,1	12,2	16,9	18,1	13,6	30,7	36,6	35,6	37,7	42,1	46,2	54,4	58,2	56,7
Altas o muy altas	31,9	25,9	29,9	26,1	26,9	36,1	31,5	29,1	28,6	34,9	38,8	44,7	44,3	50,6	56,0	62,0	57,3	58,6
NS/NR-Diferencia	6,0	5,6	4,9	4,3	4,1	6,5	3,2	7,4	5,3	4,7	9,1	15,6	13,0	10,2	8,4	14,9	5,8	12,2
<b>¿Cree que su pensión va a ser suficiente para cubrir sus necesidades básicas? <sup>1</sup></b>																		
Será suficiente	21,9	21,4	24,3	20,4	24,3	26,4	26,8	25,3	24,6	38,0	42,7	47,2	46,4	50,8	58,9	64,5	60,9	61,9
No será suficiente	65,2	67,6	54,9	59,4	61,3	59,3	59,9	55,4	63,2	27,7	29,5	32,3	36,4	41,0	42,2	52,1	51,0	51,5
Otras	5,5	5,6	13,1	11,0	11,7	9,8	10,1	16,2	8,2	36,5	40,4	38,4	41,0	45,3	53,2	57,7	56,5	55,0
NS/NR-Diferencia	7,4	5,4	7,6	9,1	2,7	4,4	3,2	3,0	4,1	10,3	13,2	14,9	10,1	9,8	16,7	12,4	4,4	6,9

<sup>1</sup> Pregunta dirigida a la persona que es principal sostén económico del hogar, que trabaja y piensa que recibirá pensión

Fuente: UCR. Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010

## ANEXOS

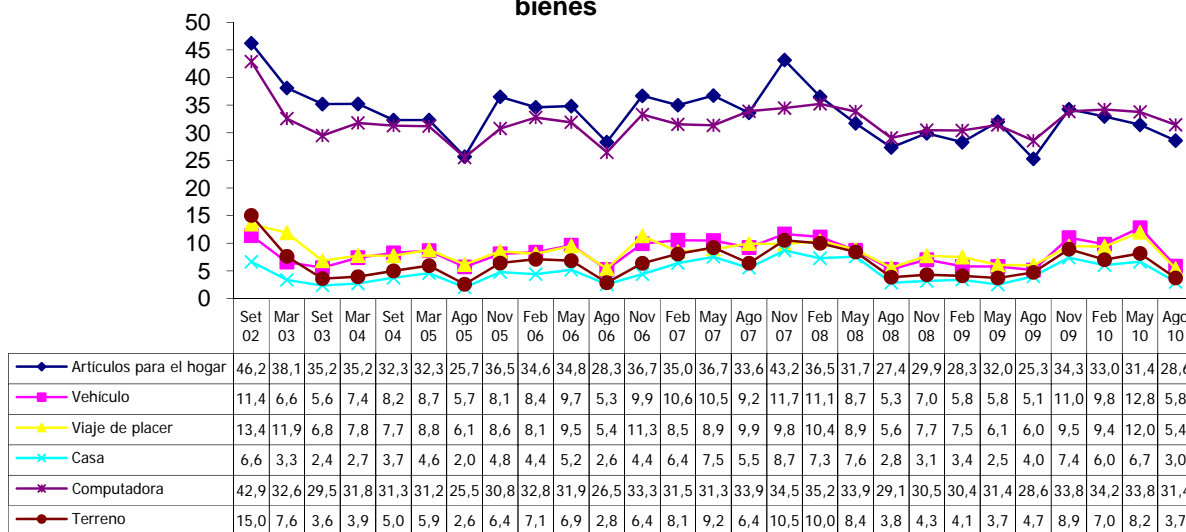
**CUADRO ANEXO 1  
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL  
PRINCIPAL SOSTÉN ECONÓMICO DEL HOGAR**

Encuesta	Número de entrevistas	¿Quién respondió la entrevista?		Sexo		Educación			Ingreso familiar mensual			Situación económica (subjetiva)				Gasto discrecional 1/	
		Principal sostén	Adulto informado	Hombre	Mujer	Primaria o menos	Secundaria	Universitaria	250 mil o más	Menos de 250 mil	NS/ NR	Tienen grandes dificultades	Tienen algunas dificultades	Sin grandes dificultades	Pueden ahorrar	No	Sí
Set 02	632	67,4	32,6	--	--	37,2	32,6	30,2	37,5	61,1	1,4	--	--	--	--	40,5	59,5
Mar 03	866	84,2	15,8	67,0	33,0	36,0	34,2	29,8	38,1	59,5	2,4	--	--	--	--	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	62,1	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

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: UCR. Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.

**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: UCR, Escuela de Estadística. XXVII Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2010.