

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

ESCUELA DE ESTADÍSTICA
Centro de Estudios de Opinión
CEO

XIV ENCUESTA
CONFIANZA DEL CONSUMIDOR
(Mayo, 2007)

M.Sc. Johnny Madrigal Pana
jomapa@ice.co.cr
Coordinador CEO

San José, Costa Rica
Mayo, 2007

Documento disponible en www.ucr.ac.cr (sección de documentos)

www.estadistica.ucr.ac.cr (sección de documentos)

NOTA TÉCNICA

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza el Centro de Estudios de Opinión (CEO) de 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 se realiza trimestralmente y el presente informe corresponde a los resultados de mayo del 2007.

La encuesta se realiza asumiendo que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, aumenta el deseo de hacer 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.

Reseña metodológica de la XIV Encuesta de Confianza del Consumidor

Fecha de encuesta:	del 2 al 15 de mayo del 2007
Población de interés:	hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de muestra:	705 hogares
Muestreo de teléfonos:	estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg)
Error de muestreo:	El ICC para la encuesta de mayo tiene un error de muestreo de 1.8 puntos y aproximadamente de 3.7 puntos porcentuales para variables cualitativas (porcentajes).
Informante:	principal sostén económico del hogar (82%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, una persona adulta informada de la situación económica del hogar (18%). Ver Cuadro Anexo 1 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 económicas¹. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es positiva o favorable, 50 a las respuestas neutras o “no sabe” y 0 a las negativas o 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 que puede encontrarse. Este se produciría si todos los consumidores responden desfavorablemente las cinco preguntas. El máximo se alcanza en 100, el mayor grado de optimismo posible que se produciría si todos los consumidores responden las preguntas favorablemente. La posición intermedia (ni pesimista ni optimista, neutral, indecisa o de incertidumbre) se alcanza cuando el valor es de 50.

¹ Los resultados para las preguntas individuales, que forman el ICC, se encuentran en el Cuadro Anexo 3.

SÍNTESIS

La confianza de los consumidores. La confianza de los consumidores hacia la economía nacional cayó durante el segundo trimestre del 2007, pues el ICC registró en mayo una magnitud de 47.6 (en una escala de cero a cien), mientras que tres meses atrás era de 54.0 (cayó aproximadamente seis puntos). Dicha disminución es generalizada, es decir, se registró en todos los niveles de educación, ingreso y gasto discrecional.

Condiciones económicas actuales (ICEA) y expectativas económicas (IEE). La disminución de la confianza de los consumidores se da porque las expectativas económicas por un futuro más promisorio cayeron drásticamente y la valoración de las condiciones económicas actuales se mantiene estable. Esto se afirma porque el IEE disminuyó de 57.8 a 47.7 entre febrero y mayo del presente año, mientras que el ICEA se mantuvo prácticamente igual (entre 47 y 48 puntos).

Clasificación de los consumidores. El grupo de consumidores pesimistas alcanzó en mayo una magnitud de 22.4%, la que tres meses atrás era siete puntos porcentuales menor (15.1%). Es decir, el grupo de consumidores pesimistas aumentó. Por el contrario, el grupo de consumidores optimistas alcanzó una magnitud de 26.2%, aproximadamente 10 puntos porcentuales menor al registrado tres meses atrás (37.3%). Esto significa que el grupo de consumidores optimistas disminuyó considerablemente.

Percepción del futuro de la inflación. El tema de los intereses de los préstamos personales se mantiene estable -actualmente el 44% afirma que las tasas de interés serán mayores durante los próximos 12 meses, magnitud similar a la encuesta anterior. Además, el 66% de los consumidores cree que los ingresos familiares para los próximos 12 meses serán mayores que los del año pasado, cifra que era de 72% en febrero del mismo año. Como complemento se encontró que durante los próximos 12 meses el 45% de los consumidores espera ingresos familiares menores que el aumento de los precios. Dicho porcentaje revela una magnitud similar a la de tres meses atrás.

Percepciones sobre la política económica y social. La opinión de los consumidores sobre la política económica de la actual administración se deterioró: mientras en febrero del 2007 el 26% afirmaba que estaba haciendo un trabajo pobre esa cifra aumentó a 34% en mayo del 2007. Por el contrario, mientras en febrero el 42% respondió que estaba haciendo un trabajo bueno, dicha cifra disminuyó a 34% en la presente encuesta. En el campo del desempleo, actualmente 40% de los consumidores piensa que éste será mayor durante los próximos 12 meses. Con respecto a la pobreza, el 46% piensa de igual manera. Las expectativas sobre ambos fenómenos son más desfavorables hoy que tres meses atrás.

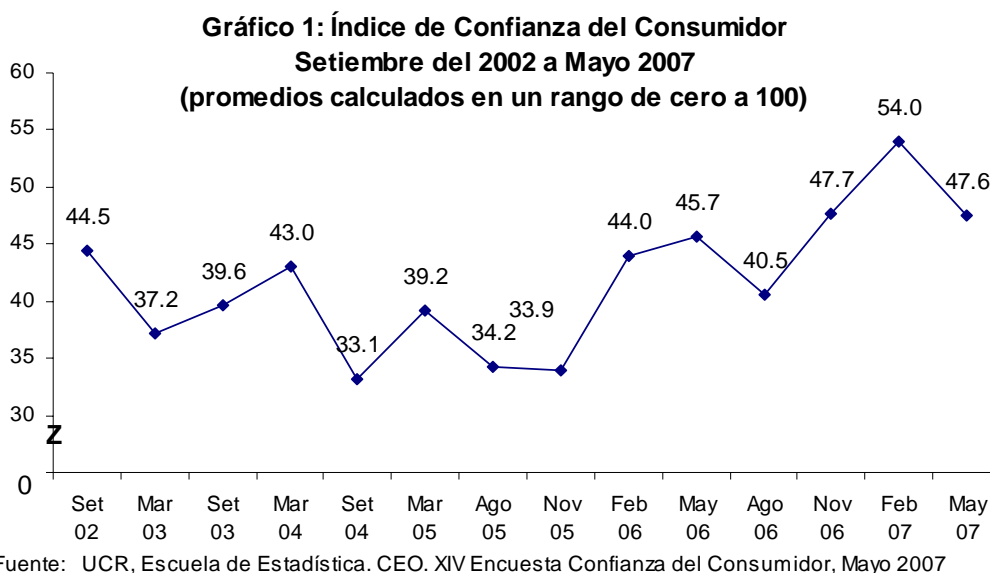
Percepción del momento actual para comprar carro y casa. La valoración del momento actual para la compra de carro se deterioró si se compara con tres meses atrás. Específicamente, en mayo del presente año el 64% afirma que son malos tiempos para comprar carro. Tres meses atrás la magnitud que lo afirmaba era de 57%. Con respecto a la compra de casa la situación es similar a la del carro, es decir, dicha valoración se deterioró en los últimos tres meses. Concretamente, en mayo el 45% considera que son malos tiempos para comprar casa. Tres meses atrás la magnitud era de 41%.

RESULTADOS

La confianza de los consumidores

Después de experimentar un aumento sostenido desde agosto del 2006 hasta febrero del 2007, la confianza de los consumidores hacia la economía nacional empezó a decaer durante el segundo trimestre del 2007 (Gráfico 1). Esto se afirma porque el ICC registró en la encuesta de mayo una magnitud de 47.6 (en una escala de cero a cien), mientras que tres meses atrás era de 54.0. En otras palabras, la confianza del consumidor cayó aproximadamente seis puntos durante los últimos tres meses.

Es importante destacar que el incremento de 14 puntos que experimentó el ICC desde agosto del 2006 hasta febrero del 2007 está siendo interrumpida ahora por una percepción de confianza menor. La magnitud del ICC revela además, que si bien cae la confianza, todavía no alcanza los bajos niveles observados principalmente durante el año 2005.



Debe mencionarse que en febrero del 2007, dada la tendencia del ICC, se conjeturó que dicho aumento podía explicarse por varios factores, entre otros, el efecto de las proyecciones positivas sobre la inflación en las percepciones de los consumidores que apuntaron para este año una disminución mayor que la experimentada durante el 2006. También se mencionó en ese entonces el efecto positivo que probablemente tuvo en los consumidores la estabilidad en los precios del petróleo, pues incluso produjo disminuciones en los precios de los combustibles. De igual manera, la producción nacional de los meses anteriores a la encuesta de febrero, medida a través de la tendencia ciclo del IMAE, estaba reflejando un panorama positivo.

Lo anterior se menciona porque en la actualidad parece que la situación está variando. Por una parte, la tendencia ciclo del IMAE, si bien registra durante el primer bimestre del 2007 un crecimiento medio de 7.1%, también evidencia una tendencia desacelerada si se compara con la evolución experimentada en el ritmo de crecimiento de los últimos dos trimestres del año precedente, cuando esa tasa media fue de 7.8% y 7.5%, en ese orden con respecto a iguales períodos del 2005. Además, la tasa interanual de febrero alcanzó un 6.8%, la menos alta desde

febrero del 2006. Al parecer, esto se explica por una disminución de las exportaciones, principalmente en el régimen de zona franca, así como de algunos productos agrícolas². Esto hace pensar que, si se mantienen las tendencias del IMAE, el 2007 se perfila como un año de crecimiento desacelerado, es decir, un año en el que la producción seguirá creciendo pero a un ritmo menor.

Las tendencias del ICC

Una revisión de la tendencia del ICC desde la primera encuesta (Set 02) muestra el impacto que tienen los eventos nacionales e internacionales en las percepciones de los consumidores hacia la economía. Cuatro meses después del inicio de la Administración Pacheco (Set 02) se percibía incertidumbre hacia la economía nacional (ICC=44.5). Seis meses después (Mar 03) el ICC cayó a 37.2, lo que coincidió con el inicio del conflicto bélico en el Golfo Pérsico y el presagio de un impacto negativo importante en la economía mundial, principalmente por las diversas secuelas previstas ante la escalada de los precios del petróleo. Pese a lo anterior, en las siguientes encuestas la confianza de los consumidores mejoró, pues la tendencia del ICC fue creciente hasta marzo del 2004, fecha en que llegó a 43.0. Para esa época la confianza de los consumidores perfiló lo que sucedía en la economía nacional, ya que las variables macroeconómicas como el PIB y la inflación registraron un desenvolvimiento relativamente positivo. Para setiembre del 2004, las cosas cambiaron y el ICC cayó abruptamente al nivel más bajo encontrado en todas las encuestas (33.1). El incremento de los precios del petróleo a nivel mundial y la espiral inflacionaria que empezó a experimentar el país fueron los hechos macroeconómicos más relevantes de esa época. Además, durante esos meses el país padeció los efectos de las huelgas por la revisión técnica vehicular, el bajo incremento de los salarios y la eventual firma del TLC. También se le suma a estos meses el efecto de la denuncia de actos de corrupción en el país, cuyo saldo más impactante fue el encarcelamiento preventivo de dos ex presidentes de la República. Al año siguiente, en marzo del 2005, el ICC registró una breve recuperación, incrementándose a 39.2. No obstante, la magnitud del incremento experimentado no fue suficiente como para cambiar la percepción pesimista hacia la economía nacional. Después de marzo del 2005 la confianza decayó a 34.2 en agosto y fue levemente menor en noviembre (33.9), por lo que este año se caracterizó por un pesimismo acentuado hacia la economía nacional. El incremento general de precios que experimentaron los consumidores por el aumento de los precios del petróleo y el clima de incertidumbre, económico y social, ante lo que sucedería con el TLC y la tramitación del Plan Fiscal (que buscaba generarle más ingresos al gobierno mediante la recaudación de impuestos), fueron los factores que, probablemente, pesaron más para determinar los niveles de pesimismo alcanzados por los consumidores durante el 2005. Para febrero del 2006 se da el cambio de gobierno y entra a regir el país la Administración Arias. La encuesta de ese mes muestra que el ICC dio un giro importante, pues la tendencia que venían experimentando los consumidores cambió. De un ICC de 33.9 en noviembre del 2005 se llegó a uno de 44.0 en febrero y de 45.7 a mayo del 2006. Si bien es cierto que la magnitud del ICC para mayo del 2006 no muestra un ambiente de optimismo, el crecimiento de casi 12 puntos con respecto a la encuesta de noviembre del 2005, indica que la confianza de los consumidores se fortaleció en esa época. Sin embargo, la encuesta de agosto del 2006 revela que la situación nuevamente varió, pues el índice cayó 5 puntos con respecto a la anterior (de 45.7 a 40.5). La medición de noviembre del 2006 muestra el inicio de la recuperación de la confianza que se corroboró con la siguiente, la de febrero del 2007, en la que se encontró un ICC de 54.0, el más alto desde setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta). El incremento del ICC de agosto del 2006 a febrero del 2007 fue de 14 puntos. La inflación menor de un dígito, las proyecciones que presajaron una inflación menor para el presente año, un ritmo de producción importante y la estabilidad del precio del petróleo, probablemente contribuyeron a crear dicho ambiente. No obstante, la encuesta de mayo del 2007 revela que la situación cambió, pues el ICC experimentó una disminución de aproximadamente seis puntos. Esto se debe, probablemente, al incremento que están experimentando el precio del petróleo desde hace tres meses, pero también al clima social de tensión que fomentó la aprobación del referéndum sobre el TLC, con el que los costarricenses decidirán si se aprueba o rechaza dicha iniciativa.

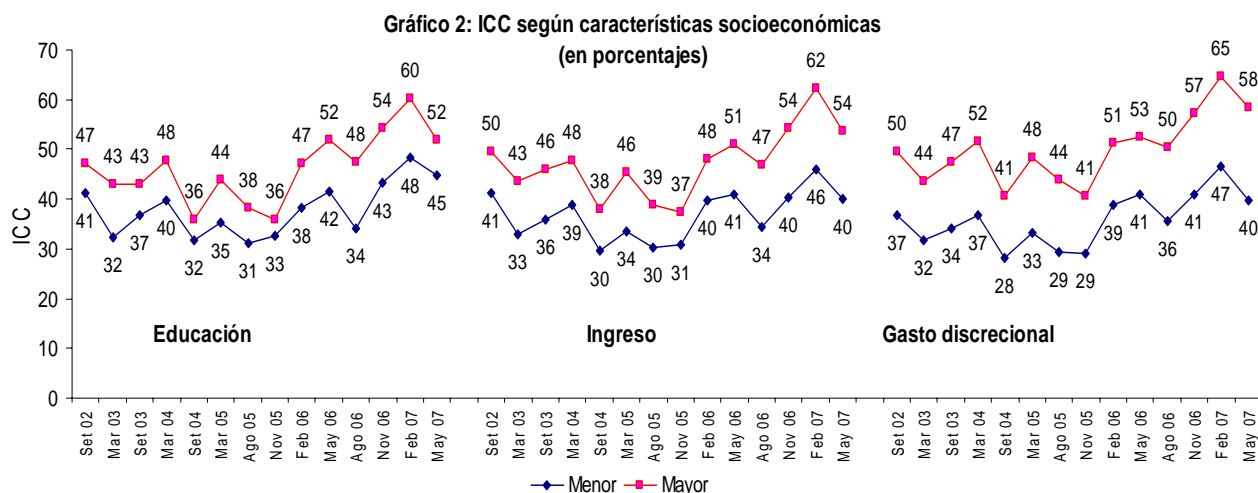
² Banco Central de Costa Rica. División Económica. Informe Mensual de la Actividad Económica de Costa Rica. Mayo del 2007. Documento en línea: www.bccr.fi.cr, sección de publicaciones.

Por otra parte, es probable que la confianza de los consumidores hacia la economía nacional esté disminuyendo debido al incremento galopante que viene experimentando desde hace tres meses el precio del petróleo, lo que se traduce en incrementos en el precio de los combustibles y, como consecuencia, en todos aquellos productos y servicios que lo requieren, produciéndose a final de cuentas un incremento en los niveles de inflación.

Si bien el IMAE y el precio del petróleo pueden estar contribuyendo a percibir un clima de menor confianza en la economía, también es cierto que el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos (TLC) puede estar teniendo su impacto en las percepciones de los consumidores. Esto sucede porque el tema volvió a ocupar un lugar preponderante en la discusión nacional desde que el Tribunal Supremo de Elecciones aprobó la realización del referéndum, es decir, el proceso mediante el cual los costarricenses de 18 años o más decidirán a través del voto si se aprueba o rechaza dicha iniciativa. Como es de imaginar, ante tal situación, los consumidores respondieron a la encuesta de mayo bajo un clima de cierta tensión social, en el que unos apoyan y otros rechazan el TLC, a sabiendas de que éste tendrá un impacto en la economía nacional, entre otros ámbitos de la vida nacional. Una tabulación preliminar realizada a partir de un módulo especial introducido en la presente encuesta, muestra que los consumidores que dirían sí al TLC en el referéndum presentan ICC similar al de tres meses atrás (ICC=55.3). No obstante, quienes dirían no al TLC registraron un ICC de 39.9. Es evidente, entonces, que quienes no apoyan el TLC perciben ahora una situación económica menos favorable para la economía nacional, lo que contribuye a explicar parcialmente la disminución registrada del ICC entre febrero y mayo del presente año. En otras palabras, parte de la explicación del por qué cayó el ICC en los últimos tres meses es porque el tema del referéndum fomentó entre quienes están en contra del TLC percepciones más negativas sobre la economía nacional.

Por otra parte, es necesario mencionar que la disminución del ICC es generalizada, es decir, se registró en todos los niveles de educación, ingreso y gasto discrecional³ (Gráfico 2). Concretamente, la disminución del ICC se confirma en consumidores con primaria completa o menos (de Feb07 a May07 el ICC disminuyó de 48 a 45) y en los universitarios (de 60 a 52, respectivamente). De igual manera, el ICC se debilitó en quienes poseen un ingreso familiar menor a 250,000 colones mensuales y en los que tienen ingresos familiares iguales o mayores a ese monto, así como también en las familias que no poseen la capacidad de realizar gastos discrecionales y en las familias que sí la poseen.

³ Se definió como gasto discrecional la capacidad de la familia de realizar, en el corto plazo, al crédito o al contado, compras de artículos grandes para el hogar (muebles, refrigeradora, cocina, televisor u otros artículos similares), microcomputadora, terreno, viaje de placer, vehículo y casa). Ver Cuadro Anexo 1 y 2



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

Dos aspectos relevantes del ICC

1. La tendencia observada del ICC en todas las encuestas, para diferentes niveles de educación, ingreso y gasto discrecional, reproduce el patrón observado del índice general (Gráficos 1 y 2). Esto significa que cuando de una encuesta a otra el índice se incrementa, disminuye o permanece igual, el patrón se reproduce en todos los niveles de educación, ingreso y gasto discrecional. Por esta razón es posible afirmar que en mayo del 2007 la percepción hacia la economía nacional se deterioró en todos los estratos sociales.
2. La confianza de los consumidores está asociada en forma positiva con la educación, el ingreso familiar y, principalmente, con la capacidad de realizar gastos discretos. Este patrón se presenta en todas las encuestas. Particularmente importante es la asociación según el gasto discrecional, ya que es donde existen las mayores diferencias. En este caso, las familias que tienen la capacidad de realizar gastos discretos poseen más confianza en la economía que las familias que no la poseen. Por esta razón también es posible afirmar que, actualmente, la confianza se está deteriorando en quienes tienen mayores posibilidades económicas y sociales, así como también en las clases menos privilegiadas.

Condiciones económicas actuales y expectativas económicas

El ICC puede descomponerse en dos índices. Uno de ellos es el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA), 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), que es consecuencia de las preguntas que miden la situación económica de la familia y de las empresas o negocios del país, dentro de un año, y la situación del país dentro de los próximos cinco años⁴. Con ambos índices, tal y como se procede con el ICC, se asigna el valor 100 si la respuesta es positiva o favorable, 50 a las respuestas neutras o “no sabe” y cero a las negativas o desfavorables. Luego se calcula un promedio de los puntajes.

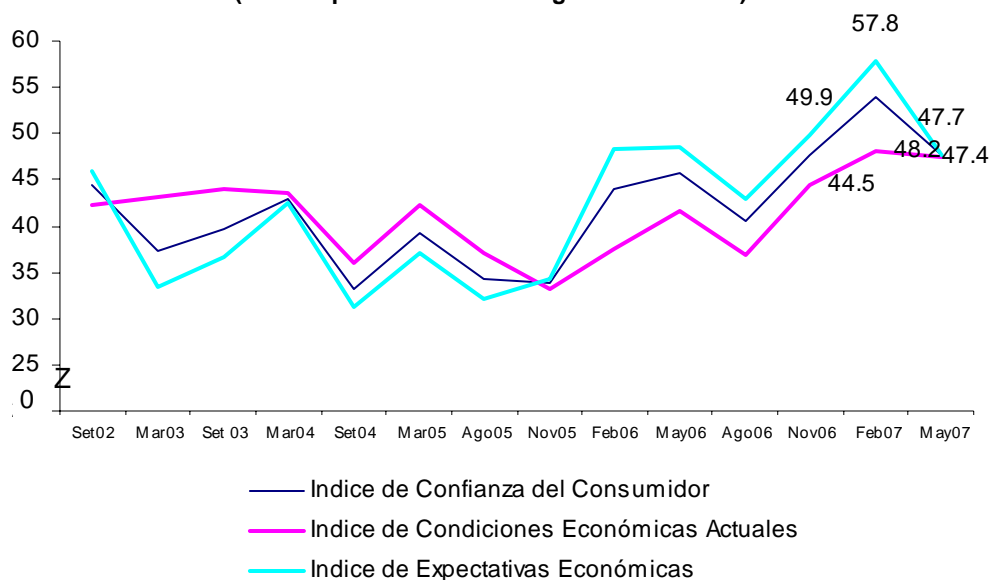
Los resultados revelan que la disminución de la confianza de los consumidores registrada en mayo del 2007 se da porque las expectativas económicas por un futuro más promisorio

⁴ Ver detalle de preguntas en Cuadro Anexo 3.

cayeron drásticamente y la valoración de las condiciones económicas actuales se mantiene estable (Gráfico 3).

Lo anterior se afirma porque el IEE disminuyó de 57.8 a 47.7 entre febrero y mayo del presente año, es decir, una experimentó una baja de 10 puntos. Mientras tanto, el ICEA se mantuvo prácticamente igual (entre 47 y 48 puntos). Es importante observar que actualmente el IEE y el ICEA presentan aproximadamente el mismo valor y se encuentran ambos en un nivel aproximado de 47 puntos. Este resultado indica que tanto el momento actual como el futuro son valorados de igual manera. Dado que los índices están escalados de cero a cien y el valor de ambos es cercano a cincuenta, puede decirse que se está fomentando la incertidumbre para valorar la economía en el momento actual y en el futuro.

Gráfico 3: Índices: Confianza del Consumidor, Condiciones Económicas Actuales y Expectativas Económicas (valores promedio en un rango de cero a 100)



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVI Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

Clasificación de los consumidores

Tomando como parámetro la confianza que experimentan los consumidores hacia la economía nacional (por medio del ICC), éstos fueron clasificados en tres grupos: los pesimistas, los ambivalentes y los optimistas⁵. El primero registró en la encuesta actual un ICC promedio de 14 (pesimistas), el segundo un ICC promedio de 45 (ambivalentes) y el tercero un ICC promedio de 82 (optimistas). Para cada una de las encuestas puede observarse que el ICC, en cada uno de los grupos, es estable a través del tiempo (Gráfico 4).

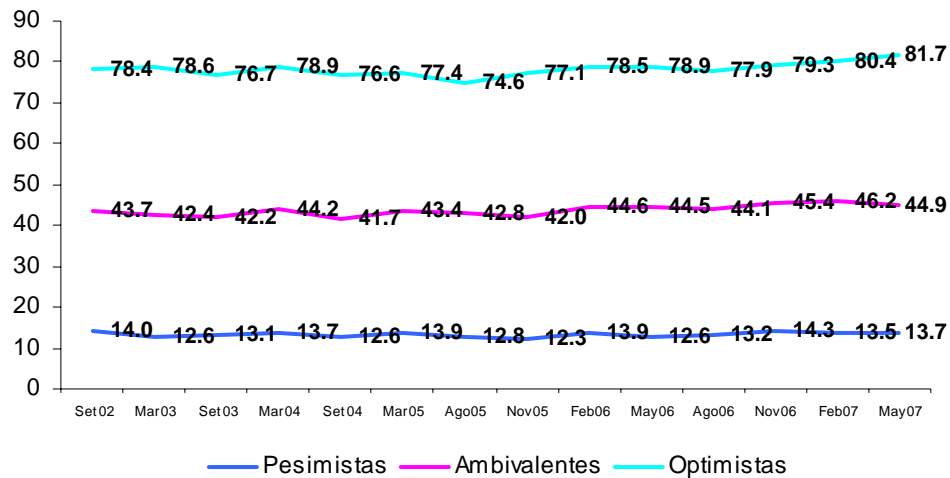
La clasificación realizada permite medir la magnitud de los diferentes grupos de consumidores (Gráfico 5). Un patrón claro que se deduce de la distribución porcentual de los

⁵ Se usó la técnica de Conglomerados, específicamente el procedimiento K-Medias. El objetivo fue formar grupos de consumidores que a lo interno sean semejantes en el grado de confianza que perciben hacia la economía y que a lo externo de los grupos difieran en esa percepción. El procedimiento fue aplicado a todas las encuestas en forma simultánea para que, posteriormente, fuera posible obtener comparaciones entre las diferentes encuestas.

consumidores en las diferentes encuestas es que la magnitud de los grupos, principalmente la de los grupos extremos, obedece en gran parte al comportamiento observado del ICC.

Específicamente, puede observarse que el grupo de consumidores pesimistas alcanzó en mayo del 2007 una magnitud de 22.4%, la que tres meses atrás era siete puntos porcentuales menor (15.1%). Es decir, en el transcurso de los últimos tres meses el grupo de consumidores pesimistas aumentó.

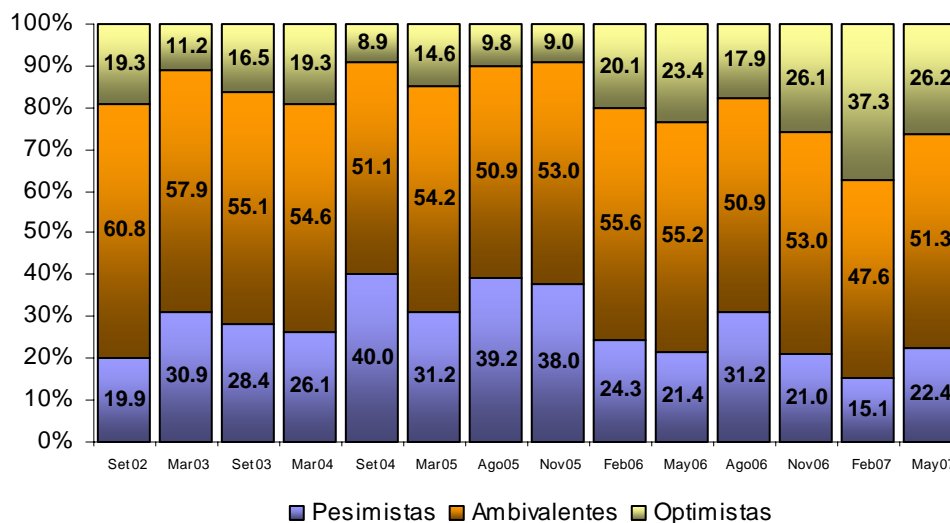
Gráfico 4: Promedio del Índice de Confianza del Consumidor según clasificación de los consumidores



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

Por otra parte, el grupo de consumidores optimistas, para mayo del 2007, alcanzó una magnitud de 26.2%, aproximadamente 10 puntos porcentuales menor al registrado tres meses atrás (37.3%). En otras palabras, en el transcurso de los últimos tres meses el grupo de consumidores optimistas disminuyó considerablemente.

Gráfico 5: Distribución porcentual de la clasificación de los Consumidores según encuesta

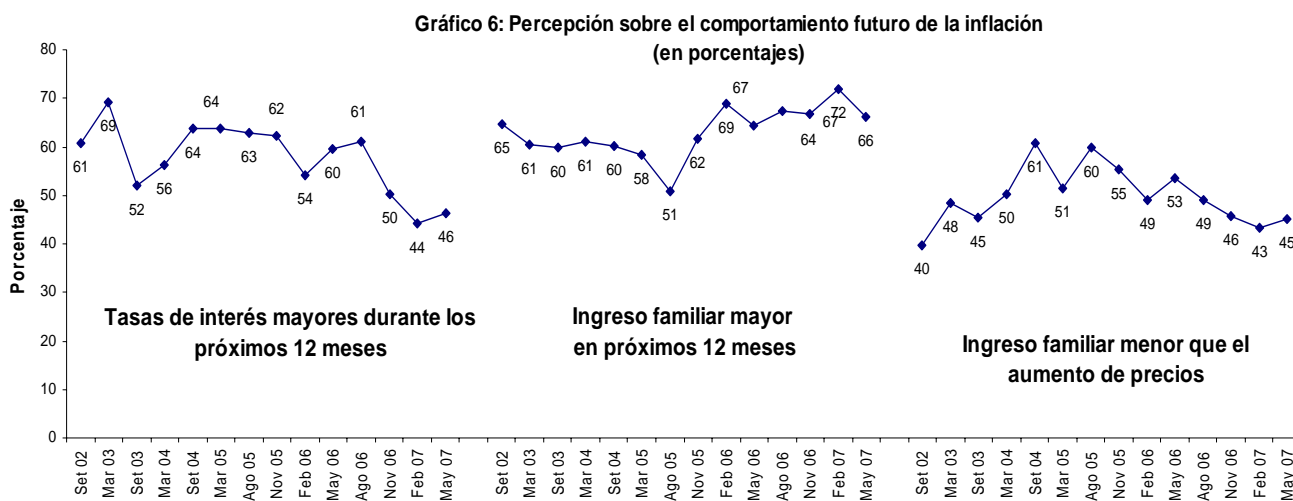


Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

Otro aspecto que muestran los resultados es que el grupo de consumidores ambivalentes aumentó casi cuatro puntos entre febrero y mayo del 2007. La situación descrita revela, básicamente, que disminuyó el optimismo y que aumentó el pesimismo.

Percepción del futuro de la inflación

La encuesta indaga otros temas de interés general en el ámbito económico⁶. Uno de ellos es el tema de las perspectivas sobre la inflación, que se estudia a través de tres preguntas: el comportamiento esperado de las tasas de interés de los préstamos personales, la expectativa sobre cambios en el ingreso familiar y en la capacidad de compra (Gráfico 6).



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

El tema de los intereses de los préstamos personales se mantiene estable, pues actualmente el 44% afirma que las tasas de interés serán mayores durante los próximos 12 meses y en la encuesta anterior esa magnitud era de 42%. La tendencia observada desde agosto del 2006 es favorable.

Por otra parte, actualmente, el 66% de los consumidores cree que los ingresos familiares para los próximos 12 meses serán mayores que los del año pasado, cifra que era de 72% en febrero del mismo año. Es decir, actualmente menos consumidores esperan aumentos en los ingresos familiares si se compara con tres meses atrás. Como complemento a esta percepción se obtuvo que durante los próximos 12 meses el 45% de los consumidores espera ingresos familiares menores que el aumento de los precios. Dicho porcentaje revela una magnitud similar a la de tres meses atrás. La tendencia desde mayo del 2006 es de disminución, es decir, un patrón que señala una pérdida en su capacidad de compra menor.

Percepciones sobre la política económica y social

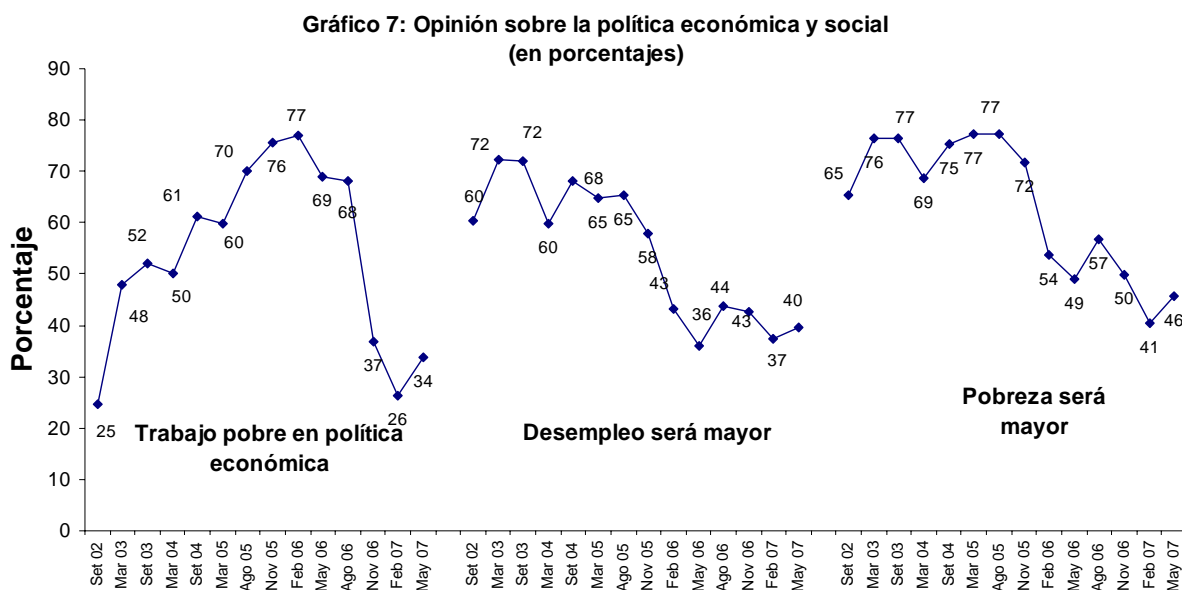
En noviembre del 2006 empezó a medirse la opinión sobre la política económica de la actual administración, en términos de las acciones para combatir la inflación, el desempleo y la

⁶ Para mayor información, ver también Cuadro Anexo 4.

pobreza. Las encuestas previas registraron la opinión sobre la política económica para la administración anterior.

Actualmente el 33.6% opina que el gobierno actual está haciendo un trabajo bueno, el 28.1% respondió que hace lo necesario y el 33.8% que está haciendo un trabajo pobre (Cuadro Anexo 4). La situación encontrada con respecto a la encuesta anterior revela que la opinión de los consumidores sobre la política económica de la actual administración se deterioró, pues mientras en febrero del 2007 el 26% afirmaba que estaba haciendo un trabajo pobre esa cifra aumentó a 34% en mayo del 2007. Por el contrario, mientras en febrero el 42% respondió que estaba haciendo un trabajo bueno, dicha cifra disminuyó a 34% en la presente encuesta.

Pese a lo anterior, debe mencionarse que si bien es cierto durante los últimos tres meses las opiniones negativas aumentaron, la tendencia muestra que todavía no se alcanzan las magnitudes registradas por la administración anterior, cuando cerca del 70% afirmaba que el gobierno estaba haciendo un trabajo pobre en materia de política económica. Otro detalle de interés es que la opinión sobre la política económica de la actual administración muestra una tendencia diferente si se compara con la anterior administración. Más concretamente, la opinión sobre la política económica de la anterior administración reveló una tendencia negativa desde el principio y prácticamente las opiniones negativas se duplicaron en poco más de un año. En cambio, la actual administración ha logrado mantener las opiniones negativas sobre política económica en magnitudes menores.



Nota: Para agosto del 2006 se evaluó la política económica de la administración anterior.

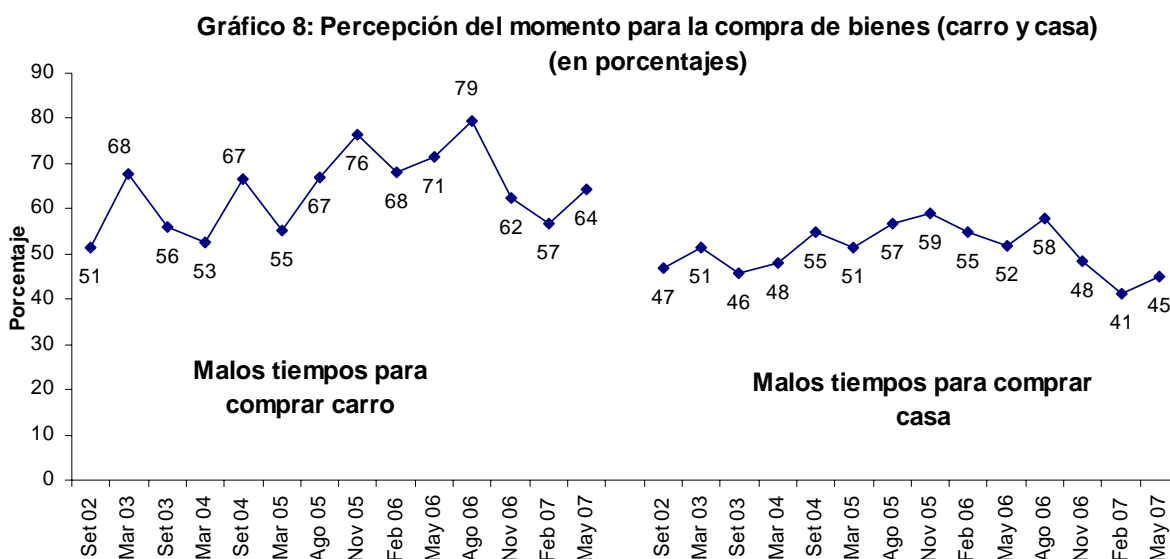
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

En el campo del desempleo, actualmente 40% de los consumidores piensa que éste será mayor durante los próximos 12 meses. Con respecto a la pobreza, el 46% piensa de igual manera. La comparación con las dos encuestas anteriores muestra que las expectativas sobre ambos fenómenos son más desfavorables hoy que tres meses atrás. En otras palabras, durante los últimos tres meses se incrementó el porcentaje de consumidores que espera incrementos en el desempleo y la pobreza durante los próximos 12 meses. Este resultado permite observar un cambio negativo en las percepciones sobre lo que sucederá con la pobreza y el desempleo. No

obstante, la tendencia muestra que la situación general todavía es favorable y que las magnitudes están lejos de alcanzar las registradas dos años atrás.

Percepción del momento actual para comprar carro y casa

La valoración del momento actual para la compra de carro se deterioró si se compara con tres meses atrás. Esto se deduce de los porcentajes que valoran como malo el momento para adquirirlo (Gráfico 8). Específicamente, en mayo del presente año el 64% afirma que son malos tiempos para comprar carro. Tres meses atrás la magnitud que lo afirmaba era de 57%. Con respecto a la compra de casa la situación es similar a la del carro, es decir, dicha valoración se deterioró en los últimos tres meses. Concretamente, en mayo el 45% considera que son malos tiempos para comprar casa. Tres meses atrás la magnitud era de 41%. Tanto en el caso del carro como en el de la casa las tendencias de las respuestas son menos definidas que en otros temas económicos y no muestran patrones claros en diferentes períodos.



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

CUADROS ANEXOS

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

Características	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07
Número de entrevistas	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100.0	100.0	100.0
¿Quién respondió la entrevista?														
Principal sostén económico del hogar	67.4	84.2	81.0	77.5	81.3	79.8	79.0	80.2	79.1	75.9	80.8	84.4	86.5	82.3
Otra persona adulta informada	32.6	15.8	19.0	22.5	18.7	20.2	21.0	19.8	20.9	24.1	19.2	15.6	13.5	17.7
Sexo														
Hombre	67.0	67.6	67.1	67.6	68.5	67.5	66.2	63.6	63.7	66.2	61.6	62.4	60.2	61.4
Mujer	33.0	32.4	32.9	32.4	31.5	32.5	33.8	36.4	36.3	33.8	38.4	37.6	39.8	38.6
Educación														
Primaria o menos	37.2	36.0	38.5	39.4	39.4	38.9	41.5	34.8	36.9	43.4	38.7	39.9	41.6	38.4
Secundaria	32.6	34.2	32.7	31.8	30.8	27.9	27.7	32.6	30.7	28.1	33.4	29.5	29.7	31.0
Universitaria	30.2	29.8	28.8	28.8	29.8	33.2	30.7	32.6	32.4	28.5	28.0	30.6	28.7	30.7
Total de ingreso familiar mensual														
Menos de 250,000 colones	61.1	59.5	61.1	58.1	58.0	53.6	53.4	53.1	49.9	54.0	52.6	47.9	50.1	46.2
250,000 colones o más	37.5	38.1	37.2	40.2	40.9	44.2	44.9	45.9	48.1	44.8	44.8	48.7	47.0	51.5
NS-NR	1.4	2.4	1.7	1.7	1.1	2.2	1.7	1.0	2.0	1.3	2.6	3.4	2.9	2.3
Situación económica según el sostén														
...tienen grandes dificultades	--	--	8.7	9.7	11.3	11.9	10.6	10.7	8.8	10.9	11.3	6.5	7.8	8.0
...tienen algunas dificultades	--	--	31.4	27.9	23.8	24.7	29.7	23.2	21.4	21.3	23.1	21.6	18.7	28.3
...sin mayores dificultades	--	--	46.0	42.2	42.9	40.5	40.0	46.2	45.7	43.1	45.9	47.8	46.2	43.8
...pueden ahorrar	--	--	13.9	20.2	22.0	22.9	19.7	19.9	24.1	24.8	19.7	24.1	27.3	19.9
Gasto discrecional 1/														
No	40.5	54.0	58.4	58.0	60.1	60.3	67.3	58.7	59.0	58.9	66.9	57.4	59.5	58.2
Sí	59.5	46.0	41.6	42.0	39.9	39.7	32.7	41.3	41.0	41.1	33.1	42.6	40.5	41.8

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). Ver Cuadro Anexo 3

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

CUADRO ANEXO 2
PORCENTAJE DE CONSUMIDORES QUE TIENE LA CAPACIDAD DE REALIZAR, EN EL CORTO PLAZO, AL CRÉDITO O AL
CONTADO, COMPRAS DE ALGUNOS BIENES

Bienes	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07
Número de entrevistas	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705
Casa	6.6	3.3	2.4	2.7	3.7	4.6	2.0	4.8	4.4	5.2	2.6	4.4	6.4	7.5
Terreno	15.0	7.6	3.6	3.9	5.0	5.9	2.6	6.4	7.1	6.9	2.8	6.4	8.0	9.2
Vehículo	11.4	6.6	5.6	7.4	8.2	8.7	5.7	8.1	8.4	9.7	5.3	9.9	10.5	10.5
Viaje de placer	13.4	11.9	6.8	7.8	7.7	8.8	6.1	8.6	8.1	9.5	5.4	11.3	8.5	8.9
Computadora	42.9	32.6	29.5	31.8	31.3	31.2	25.5	30.8	32.8	31.9	26.5	33.3	31.5	31.3
Artículos grandes	46.2	38.1	35.2	35.2	32.3	32.3	25.7	36.5	34.6	34.8	28.3	36.7	35.0	36.7

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

CUADRO ANEXO 3
RESULTADOS DE LAS PREGUNTAS PARA CALCULAR EL ICC
(distribuciones porcentuales)

Preguntas	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07
Número de entrevistas	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
¿Podría decirme si económicamente Usted y su familia están mejor o peor que hace un año?														
Mejor ahora	22.8	25.5	21.7	22.9	13.7	19.7	17.7	11.8	17.0	22.0	20.2	25.4	29.5	28.7
Igual	35.9	42.5	36.8	36.0	28.3	34.2	29.4	31.6	37.4	32.7	31.7	38.5	41.9	38.7
Peor ahora	40.3	31.2	40.5	40.6	57.5	45.9	52.6	56.4	45.0	44.5	47.8	35.8	28.6	32.3
No sabe - no responde	0.9	0.8	1.0	0.5	0.5	0.2	0.3	0.2	0.6	0.8	0.3	0.3	0.0	0.3
Diferencia 1/	-17.5	-5.7	-18.8	-17.7	-43.8	-26.2	-34.9	-44.6	-28.0	-22.5	-27.6	-10.4	0.9	-3.6
Y dentro de un año ¿considera que Ud y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?														
Mejor	32.9	27.1	31.5	31.0	21.7	26.0	23.1	23.2	33.8	34.4	32.9	38.2	45.6	37.2
Igual	24.8	25.6	21.2	23.5	19.3	23.3	17.8	18.1	20.0	19.6	23.6	24.8	23.7	23.4
Peor ahora	27.1	32.2	34.0	30.8	45.5	36.1	44.8	46.4	27.7	29.9	32.7	24.1	19.6	27.5
No sabe	15.2	15.0	13.4	14.7	13.5	14.6	14.3	12.3	18.6	16.1	10.8	12.9	11.1	11.9
Diferencia 1/	5.8	-5.1	-2.5	0.2	-23.8	-10.1	-21.7	-23.2	6.1	4.5	0.2	14.1	26.0	9.7
Durante los próximos 12 meses ¿piensa Ud que la situación económica de las empresas o negocios del país será mejor, peor o igual que ahora?														
Condiciones favorables	13.1	5.0	7.8	9.2	6.9	7.3	4.4	8.6	11.1	11.0	13.4	10.9	15.4	14.5
Buenas, pero con reservas	18.8	9.5	9.8	17.0	8.7	14.9	13.3	14.8	21.7	24.9	19.6	24.8	29.8	20.0
Ni uno ni otro	28.0	15.1	22.4	21.4	24.4	25.5	20.8	21.5	24.8	19.3	18.8	28.2	25.0	24.4
Malas, pero con reservas	8.7	19.3	22.1	16.0	21.6	19.4	17.3	21.5	12.5	14.3	18.5	13.0	10.4	16.0
Condiciones desfavorables	24.1	40.8	26.4	22.4	30.9	23.3	33.0	23.0	13.5	16.1	19.9	11.6	7.8	11.6
No sabe	7.3	10.4	11.5	13.9	7.5	9.7	11.3	10.5	16.5	14.4	9.8	11.5	11.7	13.5
Diferencia 1/	-0.9	-45.6	-30.9	-12.2	-36.9	-20.5	-32.6	-21.1	6.8	5.5	-5.4	11.1	27.0	6.9
Pensando en general sobre el futuro ¿Diría Ud que durante los próximos 5 años el país tendrá....?														
Buenos tiempos	25.5	15.7	16.7	22.8	16.2	18.1	12.8	17.4	28.5	31.2	23.8	28.8	39.4	27.0
Ni uno ni otro	13.6	11.1	11.5	11.3	6.7	10.0	9.8	8.6	10.9	8.0	8.0	9.9	7.1	7.5
Periodos de crisis	55.1	64.9	63.3	55.4	68.2	65.1	65.5	66.8	51.3	50.6	61.0	54.7	45.5	57.0
No sabe	5.9	8.3	8.4	10.5	8.9	6.8	11.8	7.2	9.2	10.2	7.3	6.7	8.0	8.5
Diferencia 1/	-29.6	-49.2	-46.6	-32.6	-52.0	-47.0	-52.7	-49.4	-22.8	-19.4	-37.2	-25.9	-6.1	-30.0
Valoración del momento para la compra de bienes duraderos 2/														
Buenos tiempos	31.8	24.0	30.7	34.0	30.0	31.2	26.0	25.8	26.4	32.0	24.0	32.6	34.0	34.9
Ni uno ni otro	16.5	20.3	28.0	16.9	20.6	25.2	24.0	21.2	16.7	18.9	20.9	19.7	19.0	13.9
Malos tiempos	44.9	46.2	35.7	42.0	42.1	35.5	42.4	48.5	48.8	42.8	48.6	44.2	42.2	41.7
No sabe	6.8	9.5	5.6	7.1	7.2	8.0	7.7	4.4	8.1	6.3	6.4	3.5	4.9	9.5
Diferencia 1/	-13.1	-22.2	-5.0	-8.0	-12.1	-4.3	-16.4	-22.7	-22.4	-10.8	-24.6	-11.6	-8.2	-6.8

1/ Se refiere a la diferencia entre las respuestas favorables menos las desfavorables

2/ Se refiere a artículos grandes que las familias compran, tales como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores, entre otros.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007

CUADRO ANEXO 4: ENCUESTA DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR
(distribuciones porcentuales)

Preguntas	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07
Número de entrevistas	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
CAMBIOS ESPERADOS EN INGRESOS E INFLACIÓN														
<i>¿Qué cree Ud que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero durante los próximos 12 meses?</i>														
Mayores que ahora	60.8	69.1	52.0	56.3	63.8	63.7	62.8	62.3	54.2	59.6	61.2	50.1	44.2	46.4
Iguales	21.8	15.7	22.1	21.7	17.3	21	21.3	20.9	27.4	21.4	20.2	27.1	30.2	28.8
Menores que ahora	11.2	9.4	16.0	11	10.6	7.8	8.0	8.2	10.6	9.8	12.4	15.4	18.4	15.5
No sabe	6.2	5.9	9.9	11.1	8.2	7.4	8.0	8.6	7.8	9.2	6.3	7.4	7.1	9.4
Diferencia 1/	-49.6	-59.7	-36.0	-45.3	-53.2	-55.9	-54.8	-54.1	-43.6	-49.8	-48.8	-34.7	-25.8	-30.9
<i>Durante los próximos 12 meses ¿Ud espera que el ingreso de su familia sea....</i>														
Mayor que el año pasado	64.6	60.5	59.7	61.2	60.2	58.2	50.9	61.8	68.9	64.3	67.3	66.7	71.8	66.2
Igual	16.3	20.9	19.8	18.5	19.3	20.7	17.0	18.3	15.9	17.1	14.9	18.0	15.8	18.3
Menor que el año pasado	17.1	16.4	17.6	17.4	19.6	20.2	30.1	18.3	13.5	16.5	15.8	13.5	10.4	13.9
No sabe	2.1	2.2	2.9	3.0	0.9	1.0	2.1	1.6	1.7	2.1	2.0	1.8	1.9	1.6
Diferencia 1/	47.5	44.1	42.1	43.8	40.6	38.0	20.8	43.5	55.4	47.8	51.5	53.2	61.4	52.3
<i>Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia será....</i>														
Mayor que el aumento de precios	22.3	16.6	16.7	16.1	10.3	15.3	13.1	13.5	17.4	13.1	17.4	16.7	21.1	17.4
Igual	35.4	32.1	33.7	30.4	25.6	30.3	23.5	28.5	29.9	29.9	29.2	35.1	31.6	33.0
Menor que el aumento de precios	39.6	48.3	45.4	50.2	60.8	51.4	29.9	55.4	48.9	53.4	49.1	45.8	43.4	45.1
No sabe	2.7	3	4.2	3.2	3.2	3	3.4	2.6	3.7	3.5	4.4	2.4	3.9	4.4
Diferencia 1/	-17.3	-31.7	-28.7	-34.1	-50.5	-36.1	-16.8	-41.9	-31.5	-40.3	-31.7	-29.1	-22.3	-27.7
ACCIONES DEL GOBIERNO EN PRÓXIMOS 12 MESES														
<i>¿Qué opina sobre la política económica del gobierno actual? -me refiero a las acciones para combatir la inflación, el desempleo y la pobreza. ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?</i>														
Trabajo bueno	33.1	14.3	12.1	12.3	8.6	9.0	7.0	4.3	4.3	5.9	(a)	25.4	41.6	33.6
Lo necesario	35.8	32.2	30.6	33.6	26.3	28.7	20.7	17.6	16.0	23.2	24.5	32.7	28.3	28.1
Trabajo pobre	24.7	48.0	52.0	50.2	61.1	59.7	70.2	75.7	77.0	69.0	67.9	36.7	26.2	33.8
No sabe	6.5	5.4	5.2	3.8	4.0	2.6	2.1	2.5	2.7	2.0	2.4	5.2	3.9	4.5
Diferencia 1/	8.4	-33.7	-39.9	-37.9	-52.5	-50.6	-63.2	-71.4	-72.7	-63.1	-62.6	-11.3	15.4	-0.1
<i>¿Qué cree que sucederá con el desempleo durante los próximos 12 meses?</i>														
Mayor desempleo	60.4	72.4	72.0	59.7	68.0	64.9	65.3	57.9	43.3	35.9	43.8	42.6	37.4	39.6
Igual	22.9	14.9	15.9	24.0	18.3	21.9	20.0	20.2	29.5	28.4	23.9	29.2	27.3	30.6
Menor desempleo	14.6	11.0	9.4	12.9	11.5	10.8	10.6	17.1	20.1	30.5	28.6	22.7	31.6	25.7
No sabe	2.1	1.7	2.7	3.3	2.2	2.5	4.1	4.8	7.1	5.2	3.7	5.5	3.6	4.1
Diferencia 1/	-45.8	-61.4	-62.6	-46.8	-56.5	-54.1	-54.7	-40.8	-23.2	-5.4	-15.2	-19.9	-5.8	-13.9
<i>¿Y qué cree que sucederá con la pobreza durante los próximos 12 meses?</i>														
Mayor pobreza	65.3	76.4	76.5	68.7	75.2	77.2	77.3	71.7	53.8	49.1	56.9	49.9	40.5	45.7
Igual	22.6	15.6	16.2	22.0	16.8	16.2	16.4	20.2	29.5	28.1	27.7	33.1	35.4	35.0
Menor pobreza	10.4	6.1	5.1	7.0	5.7	4.3	3.7	5.9	11.6	19.2	13.8	14.6	22.3	16.9
No sabe	1.6	1.8	2.2	2.2	2.2	2.2	2.6	2.1	5.1	3.6	1.6	2.4	1.8	2.4
Diferencia 1/	-54.9	-70.3	-71.4	-61.7	-69.5	-72.9	-73.6	-65.8	-42.2	-29.9	-43.1	-35.3	-18.2	-28.8
PERCEPCIÓN MOMENTO PARA COMPRA DE CASA-CARRO														
<i>Y hablando del mercado de automóviles ¿diría Ud que actualmente es un buen momento o un mal momento para comprar un carro?</i>														
Buenos tiempos	27.1	13.5	18.5	25.2	13.2	19.6	12.7	11.2	14.2	13.0	7.1	18.3	20.8	17.2
Ni uno ni otro	10.4	5.8	13.5	8.9	8.6	12.5	8.7	6.1	7.5	6.0	7.3	9.9	13.0	7.9
Malos tiempos	51.4	67.7	55.9	52.5	66.6	55.3	66.9	76.2	67.9	71.3	79.4	62.3	56.9	64.4
No sabe	11.1	13.0	12.1	13.4	11.6	12.6	11.7	6.6	10.4	9.7	6.3	9.5	9.3	10.5
Diferencia 1/	-24.3	-54.2	-37.4	-27.3	-53.4	-35.8	-54.2	-65.0	-53.7	-58.3	-72.3	-44.0	-36.1	-47.2
<i>Hablando en general ¿piensa Ud que estos son buenos tiempos o malos tiempos para comprar una casa?</i>														
Buenos tiempos	35.1	30.3	34.6	40.3	30.9	32.9	26.4	30.3	32.2	33.8	29.0	37.1	47.6	43.4
Ni uno ni otro	10.9	10.3	14.4	7.5	7.9	10.6	12.0	8.4	7.7	9.7	9.4	10.9	8.3	6.4
Malos tiempos	47.0	51.4	45.6	48.2	55.0	51.4	56.9	58.9	55.0	51.9	58.0	48.4	41.1	45.1
No sabe	7.0	8.1	5.5	4.1	6.2	5.1	4.7	2.5	5.1	4.6	3.6	3.5	3.1	5.1
Diferencia 1/	-11.9	-21.1	-11.0	-7.9	-24.1	-18.4	-30.5	-28.6	-22.8	-18.1	-29.0	-11.3	6.5	-1.7

1/ Se refiere a la diferencia entre las respuestas favorables menos las desfavorables.

(a) Se preguntó por la política económica de la administración anterior

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIV Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2007