

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

**ESCUELA DE ESTADÍSTICA
CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN
CEO**

**XVII ENCUESTA
DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR
(Febrero del 2008)**

**Tema especial:
Impacto del TLC y las Leyes Complementarias
en la confianza del consumidor**

**Investigador principal:
Johnny Madrigal Pana, M.Sc.
jomapana@ice.co.cr**

**Investigadores asociados:
Edgar Gutiérrez Espeleta, Ph.D.
Gerald Mora Muñoz, Bach.**

**San José, Costa Rica
Febrero del 2008**

**Documento disponible en:
www.estadistica.ucr.ac.cr
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 se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre).

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.

Síntesis metodológica de la XVII Encuesta de Confianza del Consumidor

Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística
Coordinador:	Juan Pablo Solís Alvarado
Supervisores:	Yorlene Quirós Díaz y Diana Ureña Mora
Fecha de encuesta:	del 1 al 8 de febrero del 2008
Población de interés:	hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de muestra:	701 hogares
Muestreo de teléfonos:	estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg).
Error de muestreo:	el ICC, que es un 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%).
Informante:	principal sostén económico del hogar (95.0%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, una persona adulta informada de la situación económica del hogar (5%). 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 económicas¹. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es favorable, 50 a las respuestas neutras o “no sabe” y cero a las desfavorables. Luego se calcula un promedio con los cinco puntajes. El rango alcanza un mínimo en cero, el valor más bajo del ICC, es decir el pesimismo más acentuado. El máximo se alcanza en 100, el mayor grado de optimismo. La posición intermedia (ni pesimista ni optimista, neutral, indecisa o de incertidumbre) se alcanza cuando el valor es de 50.

El ICC se descompone en dos índices. Uno de ellos es el **Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA)**², que se deriva de las preguntas que valoran el momento para la compra de bienes duraderos y la percepción de la situación económica de la familia comparada con un año atrás. El otro es el **Índice de Expectativas Económicas (IEE)**³, que se obtiene de las preguntas sobre la situación económica de la familia y de las empresas dentro de un año, y la situación del país dentro de los próximos cinco años. Para calcular ambos índices se procede de manera semejante al ICC.

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

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

³ Los resultados de las preguntas individuales que forman el IEE se encuentran en los Gráficos 11, 13 y 14.

RESULTADOS

La confianza de los consumidores

En febrero del 2008 la confianza de los consumidores registró una cifra de 53.4 (en una escala de cero a 100) y se detectó una disminución de 2.3 puntos con respecto a la encuesta anterior (ICC=55.7 en noviembre del 2007). La tendencia de aumento que venía experimentando el ICC desde mayo del 2007, está siendo ahora interrumpida por una pérdida de la confianza en la economía. Dicha disminución, aunque estadísticamente significativa, es moderada y está lejos de alcanzar los niveles observados, por ejemplo, en el año 2005, cuando el ICC estuvo por debajo de 40 puntos (Gráfico 1).

El cambio experimentado en la confianza se traduce en una magnitud menor de consumidores optimistas hacia el desenvolvimiento de la economía (disminuyó de 39.5% en la encuesta anterior a 34.4% en febrero del 2008) y en una mayor de consumidores ambivalentes (aumentó de 47.4% en la encuesta anterior a 53.1% en febrero del 2008) (Gráfico 2). Los consumidores pesimistas presentan la misma proporción que tres meses atrás (aproximadamente 13%).

La disminución de la confianza en la economía, aunque leve, es generalizada en toda la población. Esto se afirma porque se dio tanto en hombres como en mujeres, en todas las edades y en quienes tienen secundaria o menos. Únicamente los consumidores con educación universitaria mantuvieron el mismo nivel de confianza con respecto a tres meses atrás (cerca de 60 puntos) (Gráficos del 3 al 5). Sin embargo, la disminución también se registró cuando el número de perceptores de ingreso en el hogar es de tres o más, en diferentes niveles de ingreso, en quienes pueden realizar gastos discrecionales y tanto en quienes manifestaron grandes dificultades con el ingreso familiar mensual como en quienes admitieron capacidad de ahorrar (Gráficos del 6 al 9).

Debe mencionarse que diversos factores pueden estar incentivando la moderada pérdida de confianza en la economía. Las noticias sobre una inflación registrada (10.8%) más alta a la esperada durante el 2007, los efectos de la crisis inmobiliaria ocurrida en Estados Unidos y los precios récord del petróleo alcanzados recientemente, son algunos ejemplos.

Otro factor que puede estar afectando la confianza en la economía es la incertidumbre ante la decisión que deben tomar los diputados sobre las leyes complementarias tras la aprobación del TLC en el referéndum del 7 de octubre del 2007 (ver sección especial). Sobre este tema, actualmente el 59% de los consumidores opina que los diputados deben aprobar las leyes complementarias (aumentó 3.7 puntos con respecto a tres meses atrás), cerca del 20% afirma que debe rechazarlas y 21% no sabe. Sin embargo, lo importante aquí es que el ICC alcanza una magnitud de 59.8 entre quienes opinan que los diputados deben aprobar las leyes complementarias y de 43.1 entre quienes afirman lo contrario. Esto demuestra que la aprobación de las leyes complementarias y el TLC tienen un impacto importante en la confianza de los consumidores, pues inyecta optimismo a quienes favorecen la aprobación de las leyes por parte de los diputados y pesimismo a quienes piensan lo contrario. Sin embargo, también debe quedar claro que actualmente este impacto es menor, pues la diferencia de 16.7 puntos entre quienes apoyan la aprobación y el rechazo de las leyes complementarias por parte de los diputados era de 23.2 puntos hace tres meses. Esto significa que aunque el proceso de aprobación de las leyes complementarias está modificando la confianza en la economía, su efecto está empezando a disminuir.

Por otra parte, también pudo verificarse que la confianza de los consumidores disminuyó por el deterioro en las expectativas sobre lo que sucederá con la economía en el futuro. Esto es lo que informa el IEE (Índice de Expectativas Económicas), pues decreció de 59.1 en noviembre del 2007 a 54.9 en febrero del 2008 (reducción de 4.2 puntos) (Gráfico 16). En otras palabras, si se compara con lo que sucedía tres meses atrás, los consumidores experimentan ahora menos confianza con el futuro de la situación económica de su familia, las empresas y el país en general. Por el contrario, el ICEA (Índice de Condiciones Económicas Actuales) no sufrió cambios desde hace tres meses, por lo que en promedio, la percepción sobre la situación económica de la familia y la valoración del momento para la compra de bienes duraderos es estable⁴.

⁴ También pueden verse los Gráficos del 10 al 15, los cuales contienen las variables individuales para calcular el IEE y el ICEA.

Otras percepciones sobre la economía

Las percepciones sobre la inflación durante los próximos 12 meses revelan un patrón que denota consumidores más optimistas desde mayo del 2006 (Gráficos del 17 al 19). Sin embargo, durante los últimos tres meses muestra un cambio hacia una situación relativamente menos favorable que, al igual que el ICC, se da en magnitudes modestas. Esto se afirma porque la percepción de un aumento de las tasas de interés para los préstamos en dinero se incrementó 3.3 puntos (43.9% a 47.2%), la expectativa por un ingreso familiar mayor decreció 7.3 puntos (de 71.8% a 64.5%) y la esperanza por un ingreso menor que el aumento de los precios cayó 5.2 puntos (de 41.6% a 36.4%).

Las percepciones sobre la política económica y social revelan una franca mejoría desde mayo del 2006, aunque los cambios observados durante los últimos tres meses permiten argumentos menos consistentes que el tema anterior (Gráficos del 20 al 22). Por una parte, la opinión sobre la política económica del gobierno actual se mantiene favorable y estable con respecto a tres meses atrás. Esto se afirma porque quienes califican como bueno el trabajo realizado (34.7%) superan a quienes lo califican como pobre (27.1%), produciendo una diferencia positiva de 7.6 puntos a favor. Hace tres meses esa diferencia era similar (6.3 puntos), por lo que la opinión sobre la política económica de la actual administración es positiva y no muestra síntomas de deterioro, aunque se estancó (Gráfico 20). No obstante, en el caso de las percepciones sobre lo que sucederá con el desempleo y la pobreza el asunto cambia y existen indicios de que la evolución favorable que venían presentando ambos indicadores empezó a deteriorarse. Con el desempleo, la diferencia entre quienes esperan un menor nivel durante los próximos 12 meses (34.2%) y los que esperan un aumento (32.5%) es de casi dos puntos, pero tres meses atrás era casi de nueve puntos (Gráfico 21). Esto significa que las percepciones sobre la evolución del desempleo se deterioraron durante los últimos tres meses. En el caso de la pobreza el cambio es más dramático, pues la diferencia entre quienes esperan un nivel menor durante los próximos 12 meses (20.5%) y quienes esperan uno mayor (40.9%) es de 20 puntos negativos, magnitud que era de tan solo 4.4 puntos negativos en la encuesta anterior (Gráfico 22). Esto significa que las percepciones sobre la pobreza se vieron deterioradas drásticamente durante los últimos tres meses.

La valoración del momento para la compra de casa y carro presenta una tendencia positiva desde agosto del 2006 hasta el presente, aunque presenta particularidades (Gráficos 23 y 24). En el caso de la compra de casa, las valoraciones son más positivas que negativas desde febrero del 2007, pues la magnitud que menciona “buenos tiempos” por lo general supera a la que responde “malos tiempos”. En cambio, cuando se hace referencia al carro, los “malos tiempos” superan los “buenos tiempos” desde setiembre del 2002, fecha de la primera encuesta.

Tomando en cuenta lo anterior, puede afirmarse que durante los últimos tres meses mejora la valoración del momento para la compra de ambos bienes duraderos. En febrero del 2008 el 49.9% opina que son buenos tiempos para comprar casa y el 33.5% responde que son malos tiempos, registrando una diferencia de 16.4 puntos. Tres meses atrás esta diferencia era menor, de 7.7 puntos, por lo que existe una valoración más favorable del momento actual (Gráfico 23). Para el caso del carro el 21.0% afirma que son buenos tiempos para comprarlo y el 54.4% dice que son malos tiempos, produciendo una diferencia de 33.4 puntos negativos (Gráfico 24). Tres meses atrás esta diferencia era mayor (-38.6 puntos), por lo que también dicha valoración se fortaleció.

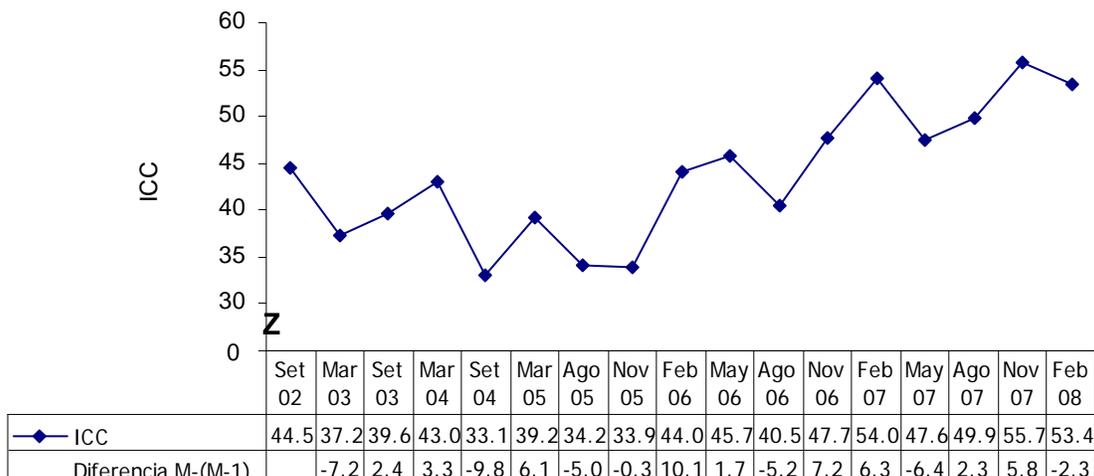
RESULTADOS

de setiembre del 2002 a febrero del 2008

- **Confianza de los consumidores en la economía nacional**
- **Diferenciales sociodemográficos de la confianza del consumidor**
- **Diferenciales socioeconómicos de la confianza del consumidor**
- **Percepciones sobre la situación económica (valoración de la familia, empresas, país y momento de compra)**
- **Valoración de las condiciones económicas actuales (ICEA) y de las expectativas económicas (IEE)**
- **Percepciones sobre la inflación**
- **Percepciones sobre la política económica y social**
- **Valoración del momento para la compra de bienes duraderos**
- **Sección especial: Impacto del TLC y las Leyes Complementarias en la confianza de los consumidores**
- **Anexos**

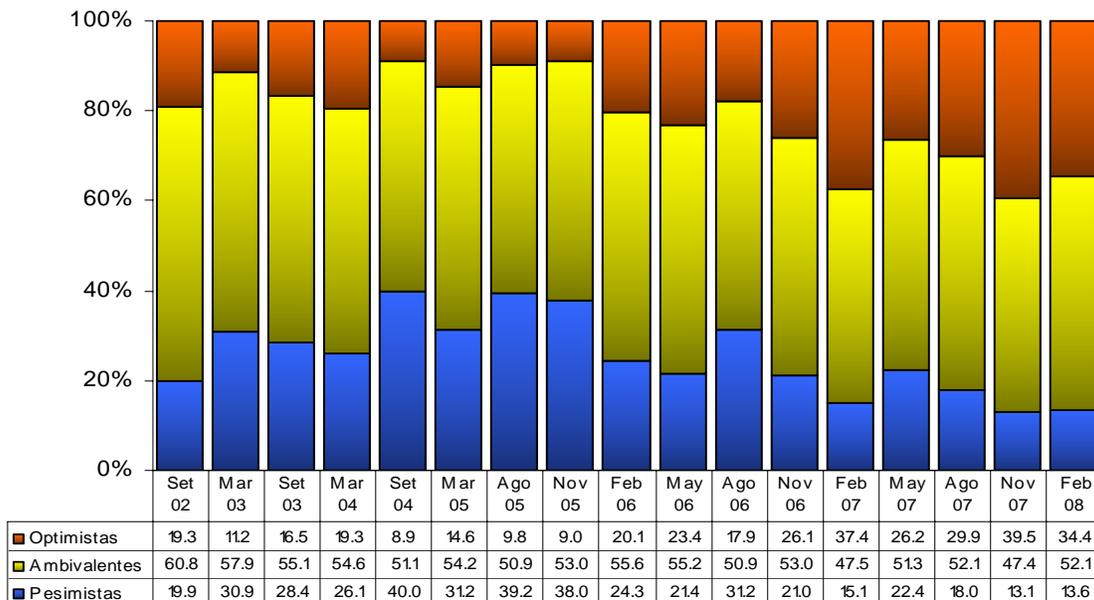
CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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

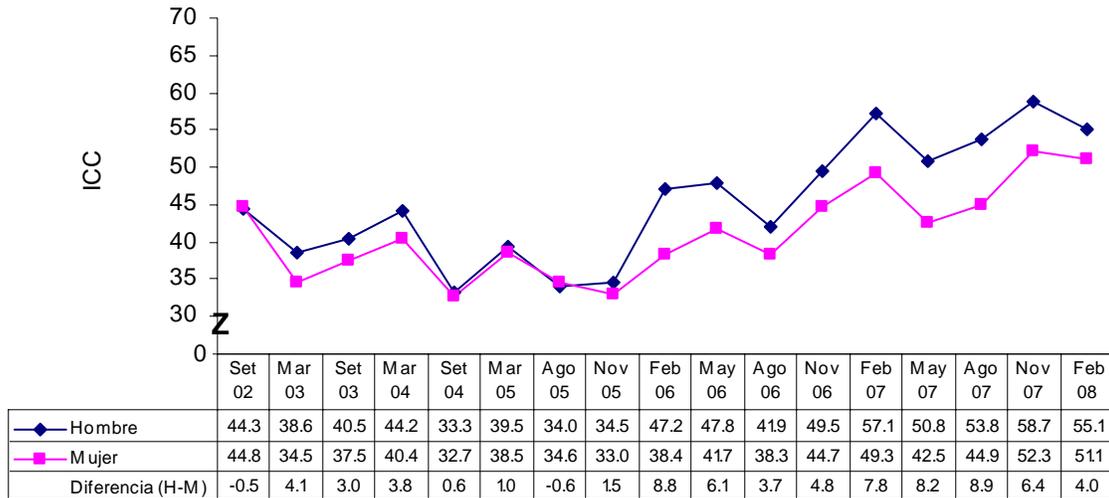


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada 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: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

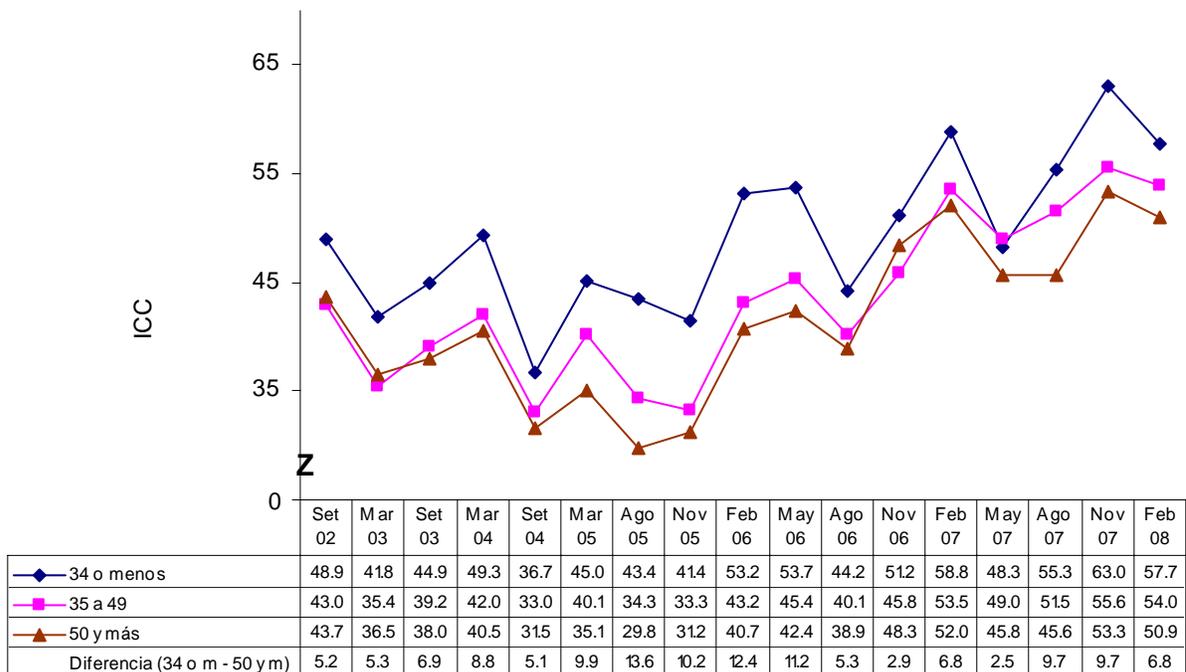
DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



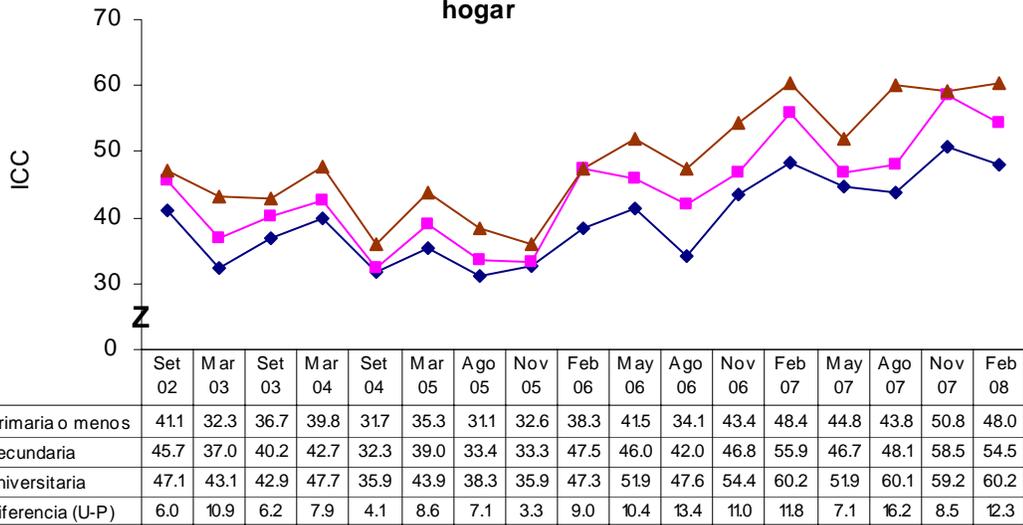
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

Gráfico 4
ICC según edad del principal sostén económico del hogar



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

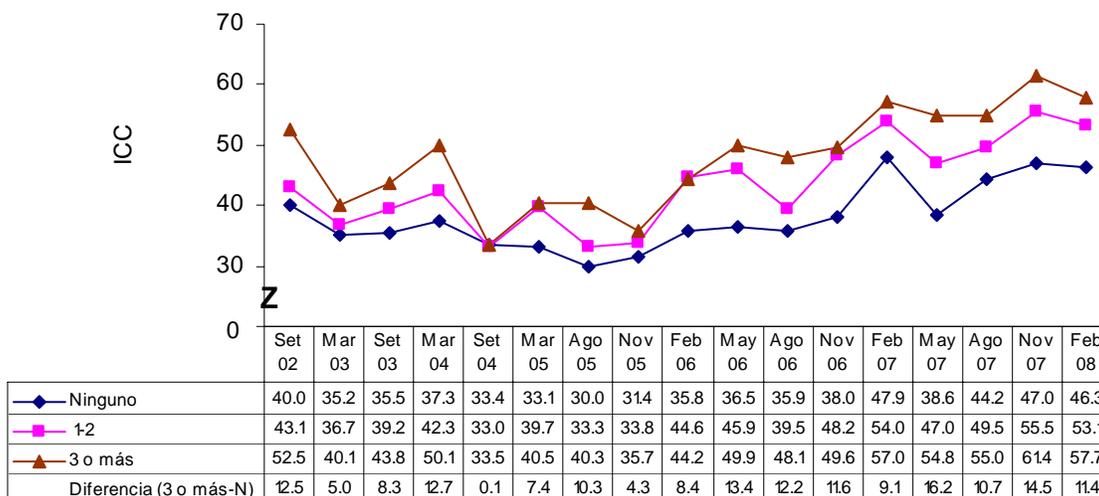
Gráfico 5
ICC según niveles de educación del principal sostén económico del hogar



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

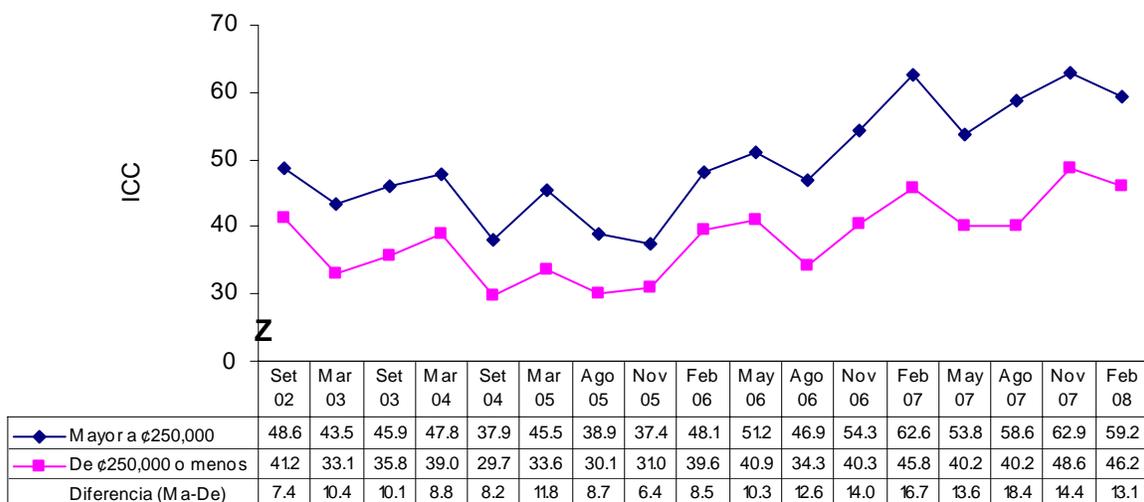
DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



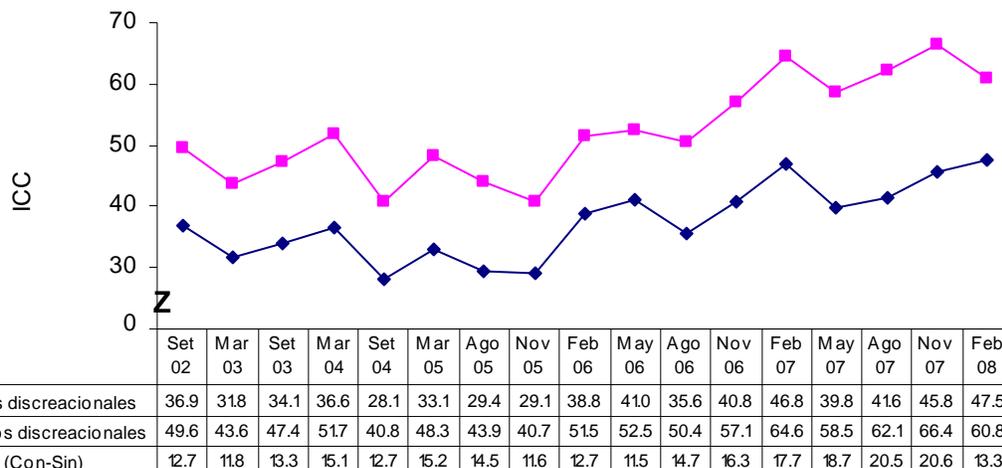
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

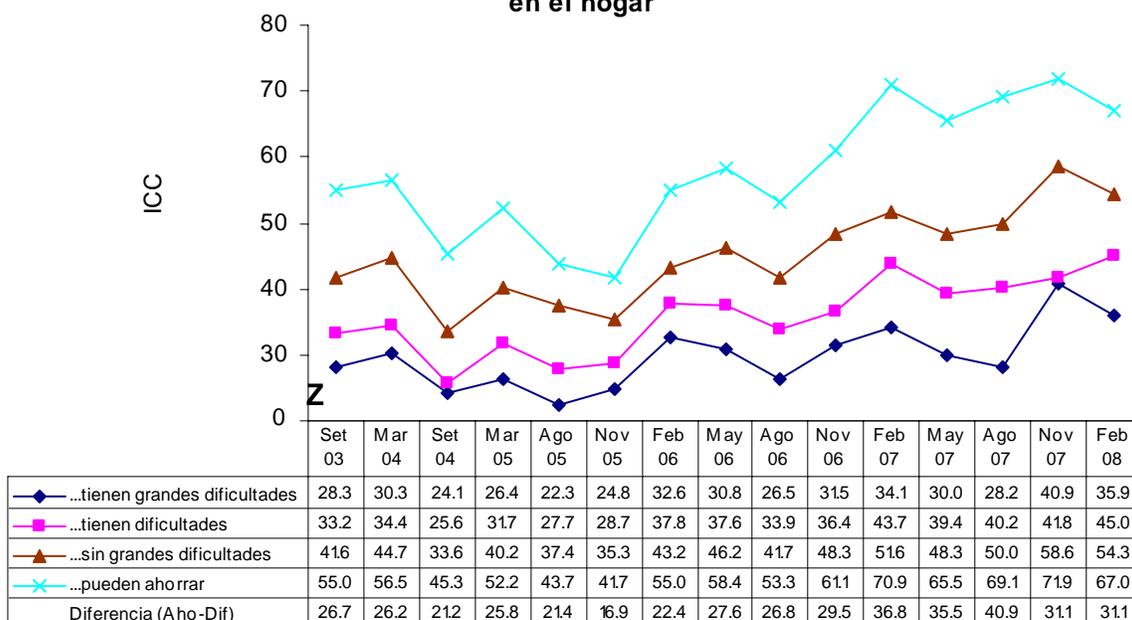
Gráfico 8
ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales¹



¹Es la capacidad que manifestó el consumidor de realizar, en el corto plazo, al crédito o al contado, compras de al menos uno de los siguientes bienes: artículos grandes para el hogar, microcomputadora, terreno, viaje de placer, vehículo y casa. Ver Cuadro y Gráfico Anexo.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

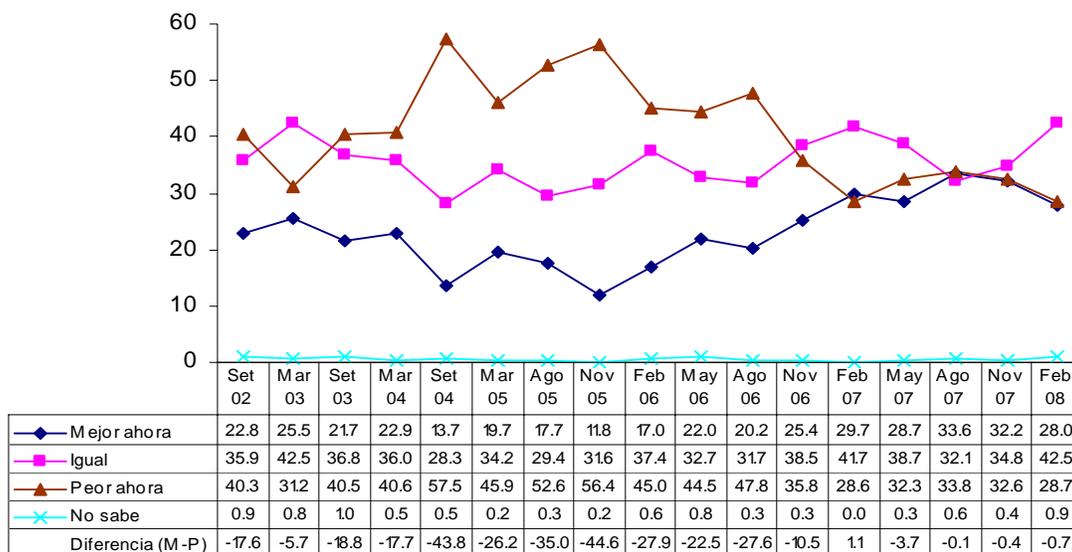
Gráfico 9
ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

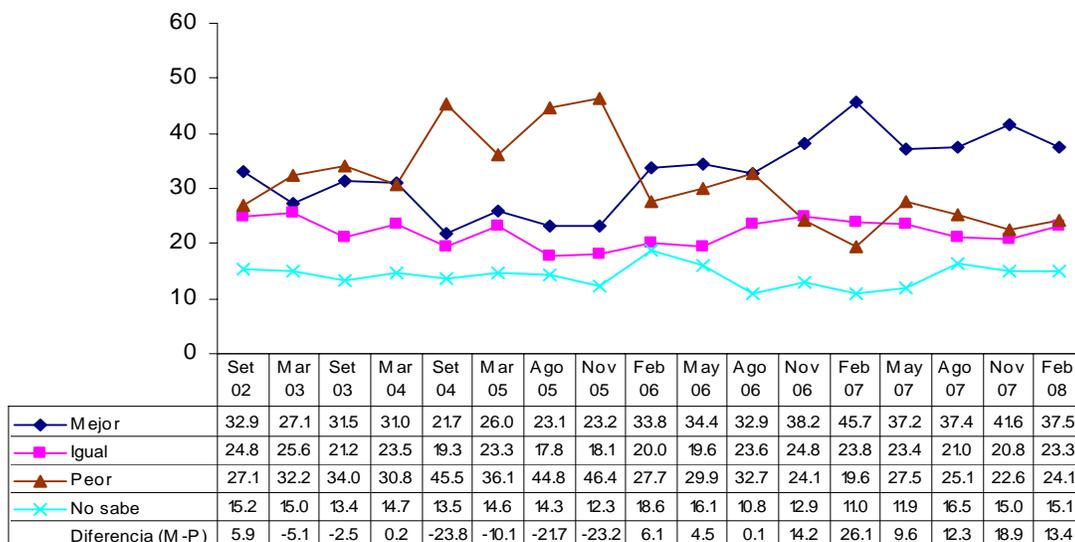
PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)⁵

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

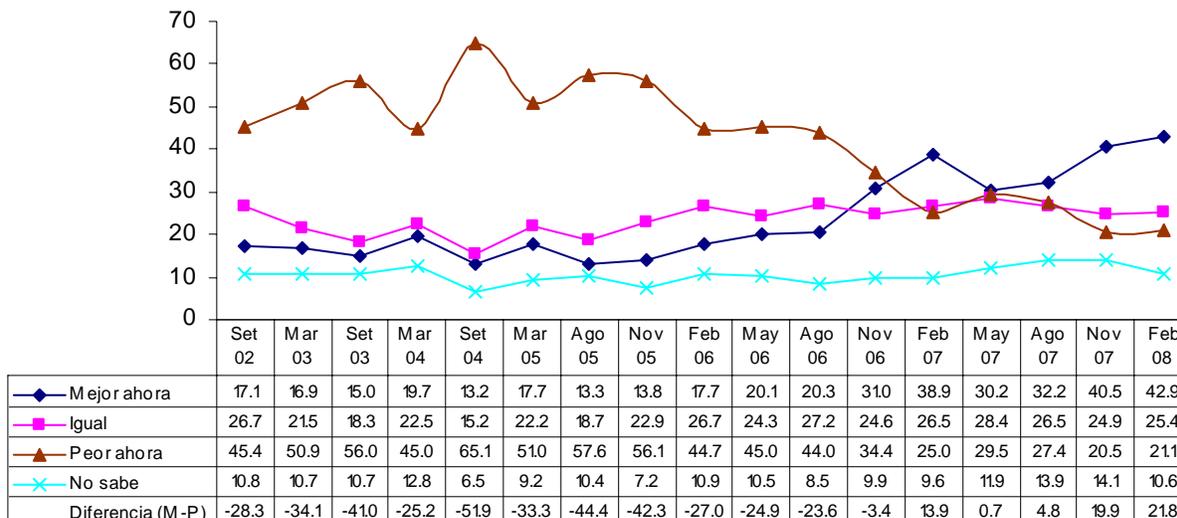
Gráfico 11
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

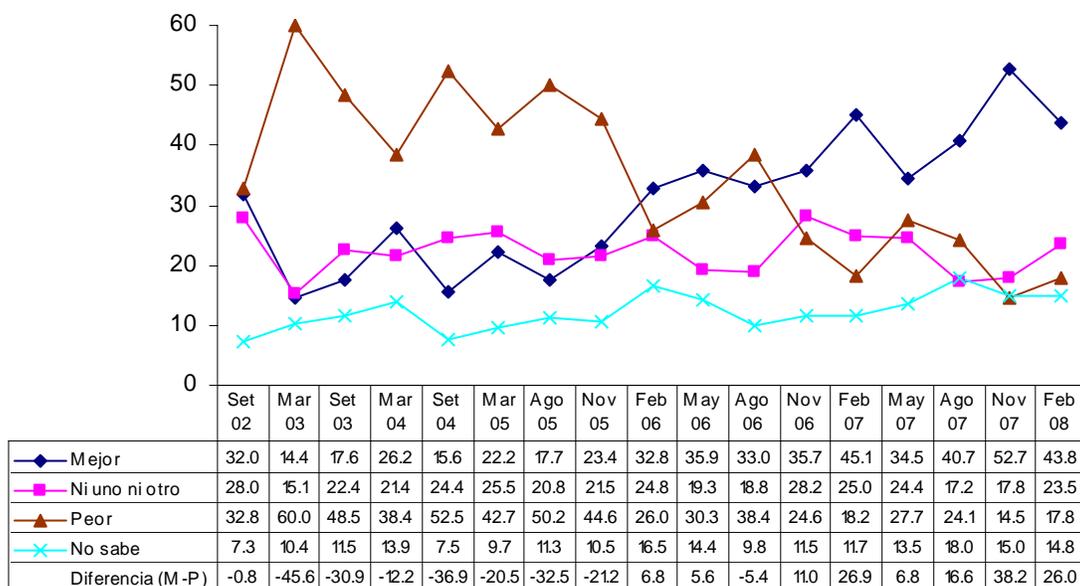
⁵ Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

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?



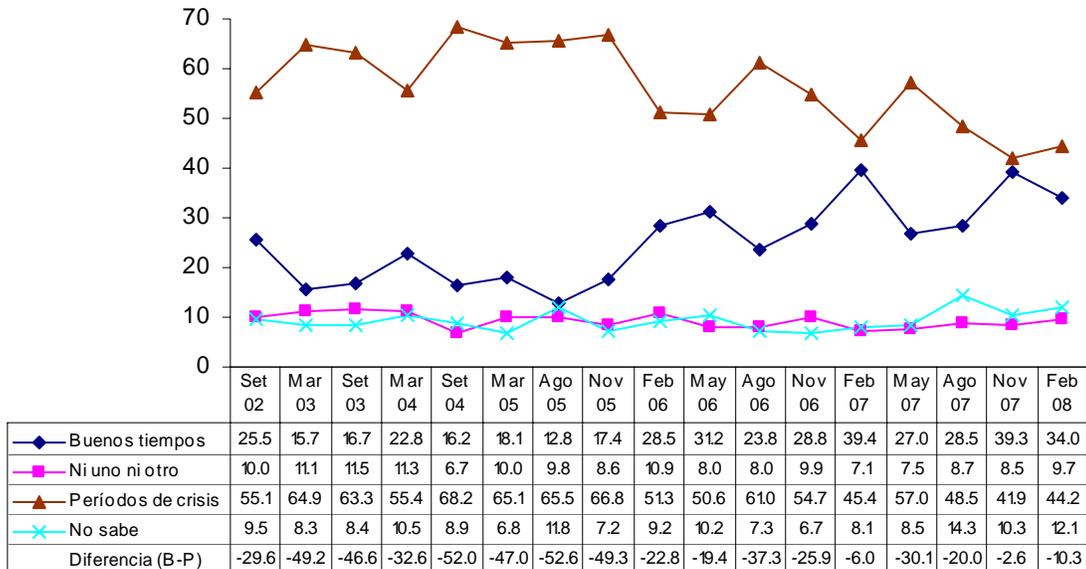
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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?



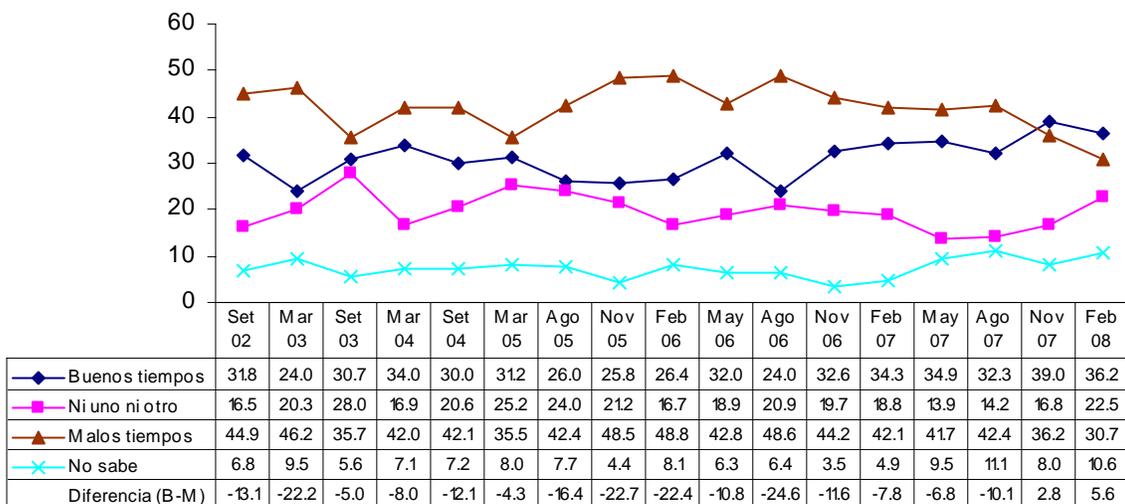
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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

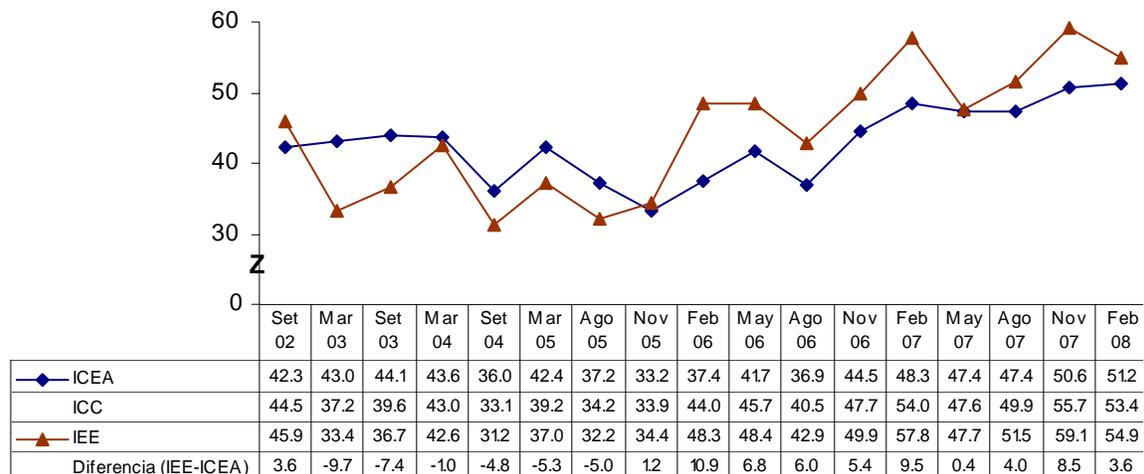


¹Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)⁶ Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)⁷

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

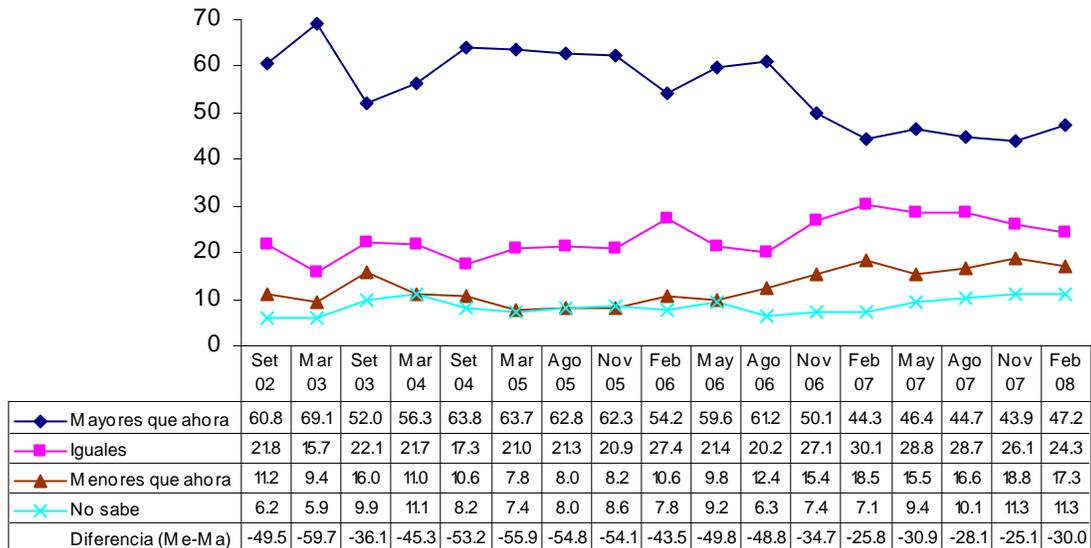
⁶ Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

⁷ Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 11, 13 y 14.

PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

Gráfico 17

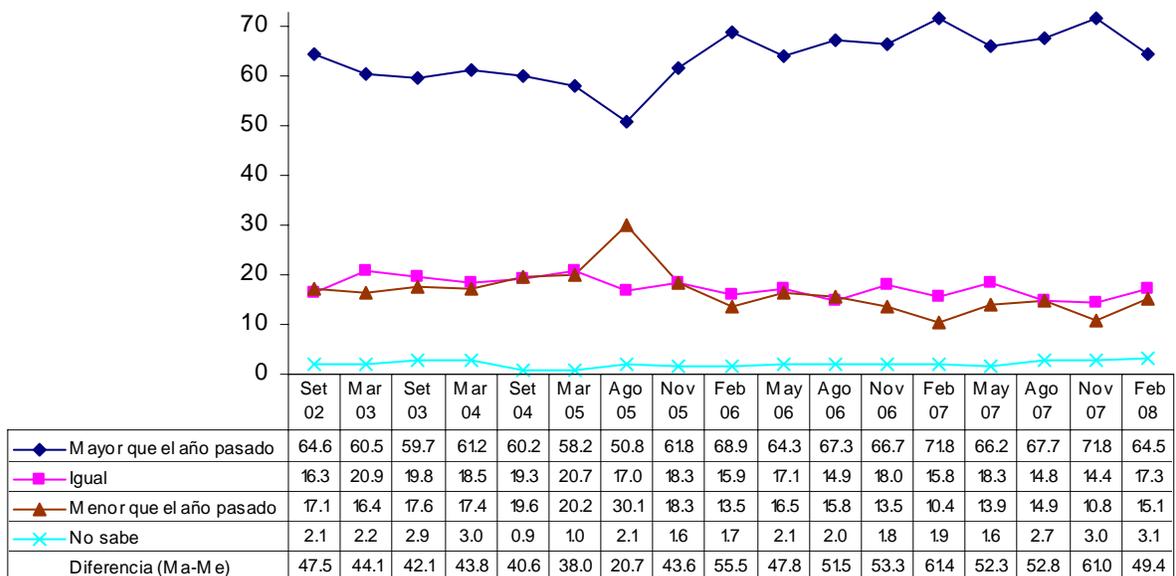
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero durante los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

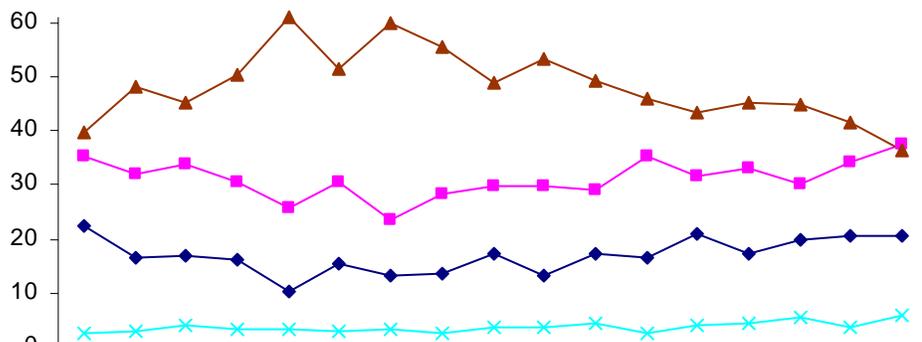
Gráfico 18

¿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. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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?



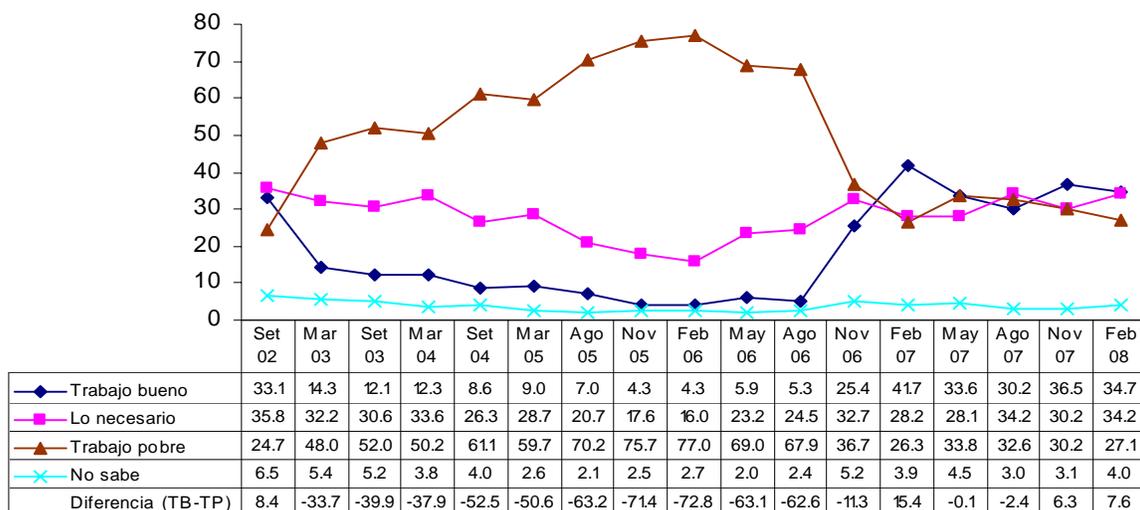
	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07	Ago 07	Nov 07	Feb 08
◆ > que el aumento de precios	22.3	16.6	16.7	16.1	10.3	15.3	13.1	13.5	17.4	13.1	17.4	16.7	21.1	17.4	19.7	20.5	20.5
■ Igual	35.4	32.1	33.7	30.4	25.6	30.3	23.5	28.5	29.9	29.9	29.2	35.1	31.7	33.0	30.1	34.0	37.4
▲ < que el aumento de precios	39.6	48.3	45.4	50.2	60.8	51.4	59.9	55.4	48.9	53.4	49.1	45.8	43.3	45.1	44.8	41.6	36.4
× No sabe	2.7	3.0	4.2	3.2	3.2	3.0	3.4	2.6	3.7	3.5	4.4	2.4	3.9	4.4	5.4	3.8	5.7
Diferencia (Ma-Me)	-17.2	-31.6	-28.6	-34.1	-50.5	-36.0	-46.8	-41.9	-31.5	-40.3	-31.7	-29.0	-22.2	-27.7	-25.1	-21.1	-15.8

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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?

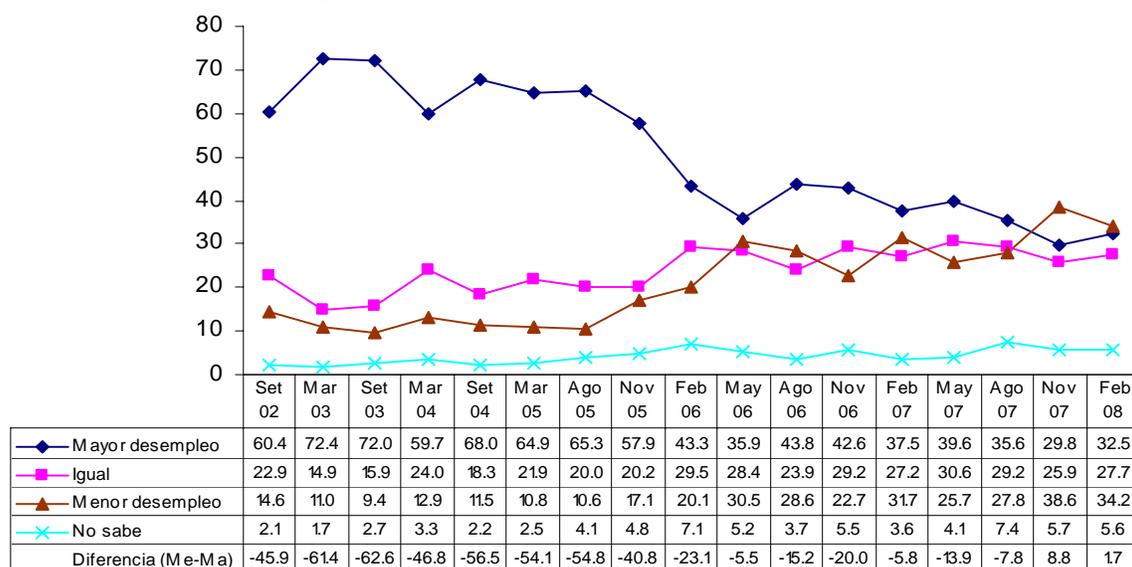


¹ Se aclara diciendo: "me refiero a las acciones para combatir la inflación, la pobreza y el desempleo".

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

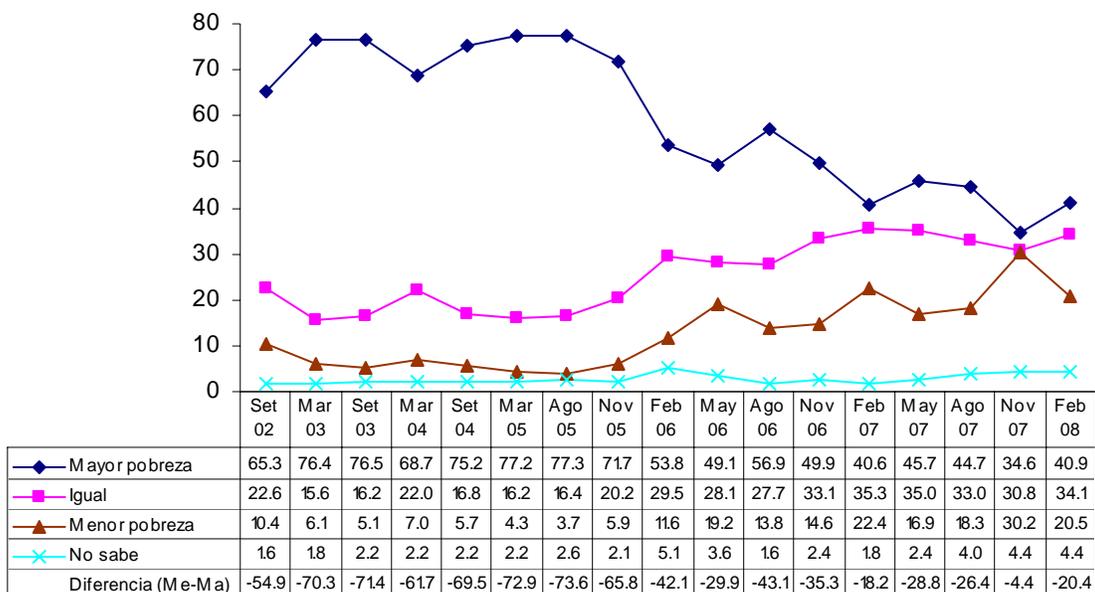
Gráfico 21

¿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. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

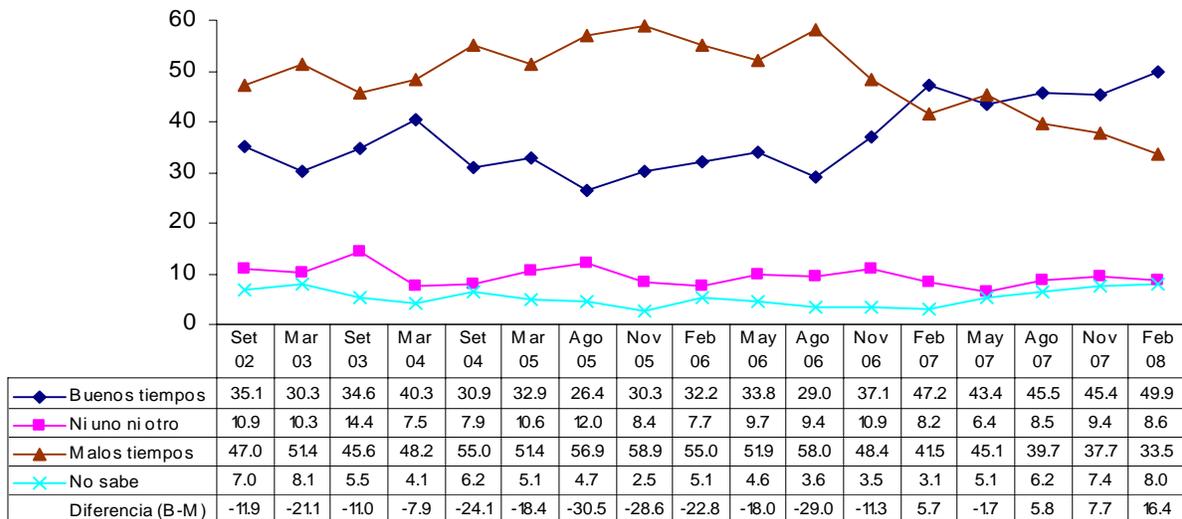
Gráfico 22
¿Y qué cree que sucederá con la pobreza durante los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

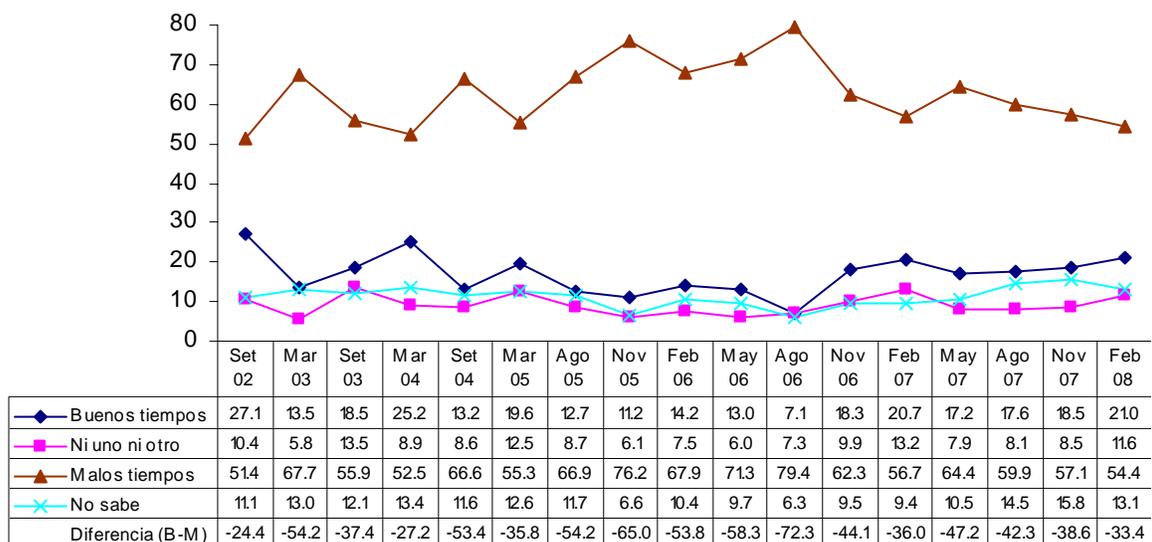
VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

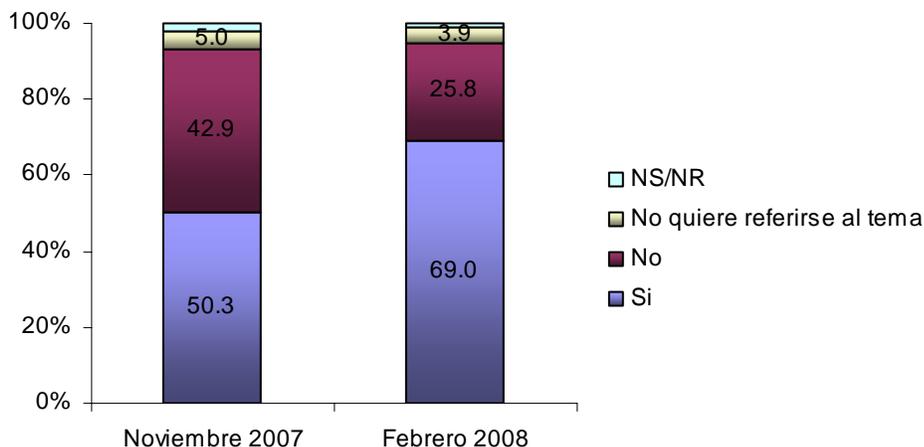
Gráfico 24
Y hablando sobre el mercado de los automóviles ¿Diría que actualmente es un buen momento o un mal momento para comprar un carro?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

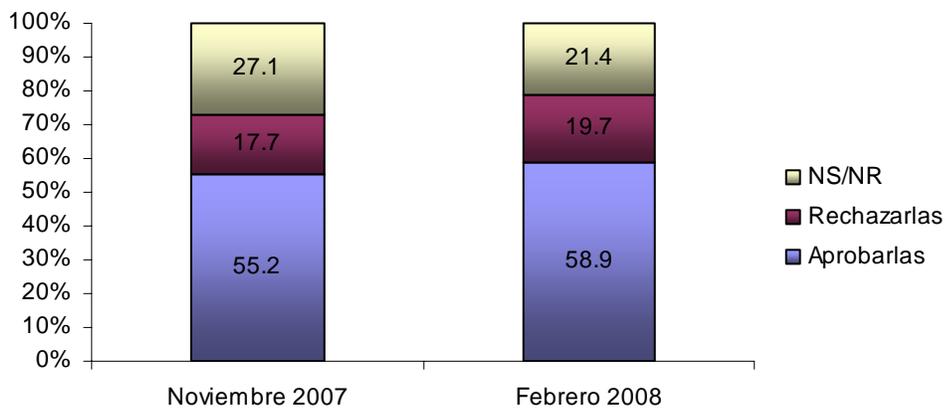
SECCIÓN ESPECIAL: IMPACTO DEL TLC Y LAS LEYES COMPLEMENTARIAS EN LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

Gráfico E1: Porcentaje que ha oído hablar de las leyes complementarias del TLC



Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta de Confianza del Consumidor. Feb 2008.

**Gráfico E2: Opinión sobre aprobación o rechazo de las leyes complementarias del TLC
(porcentajes sobre quienes desearon referirse al tema)**



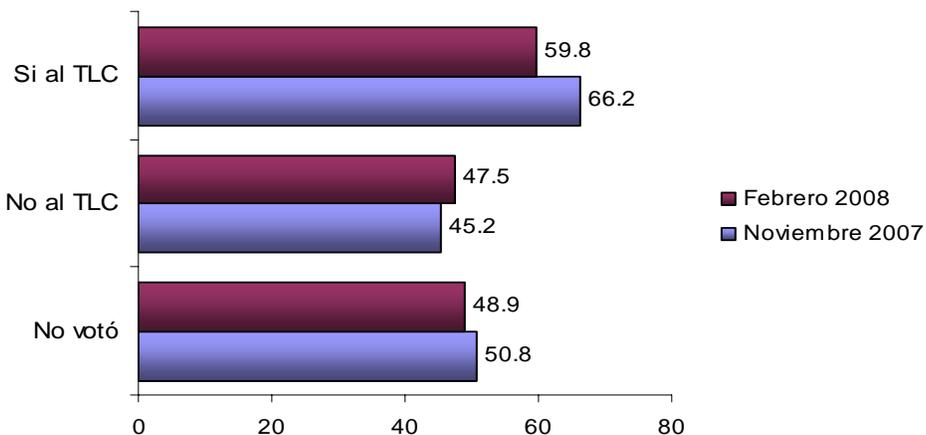
Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta de Confianza del Consumidor. Feb 2008

Cuadro E1
Porcentaje que está a favor de que los diputados aprueben o rechacen
las Leyes Complementarias según votó por el TLC
(incluye a quienes se refirieron al tema)

Decisión que deben tomar los diputados	Votó por el TLC	
	Si al TLC	No al TLC
Total	100	100
Noviembre del 2007 (n=667)		
Aprobarlas	85.5	28.1
Rechazarlas	2.1	42.4
NS/NR	12.4	29.5
Febrero del 2008 (n=674)		
Aprobarlas	83.9	31.7
Rechazarlas	3.2	46.2
NS/NR	13.0	22.2

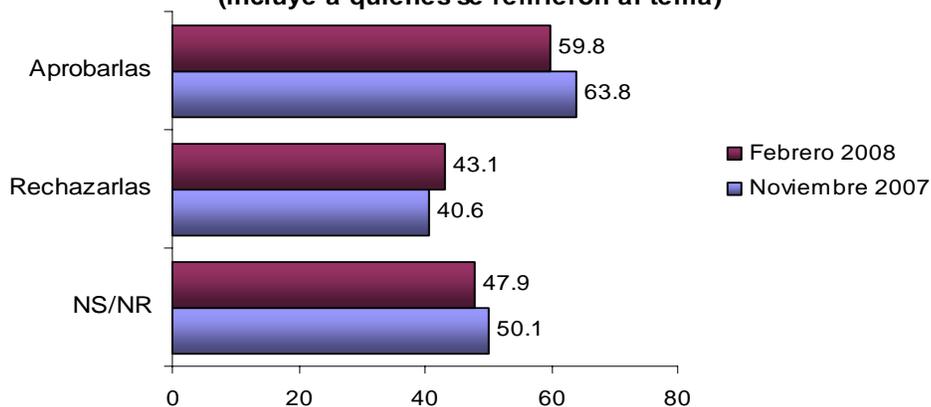
Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

Gráfico E3: ICC según voto dado al TLC el pasado 7 de octubre



Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta de Confianza del Consumidor, Feb 2008

Gráfico E4: ICC según opinión sobre la decisión que deben tomar los diputados con respecto a las Leyes Complementarias (incluye a quienes se refirieron al tema)



Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta de Confianza del Consumidor, Feb 2008

ANEXOS

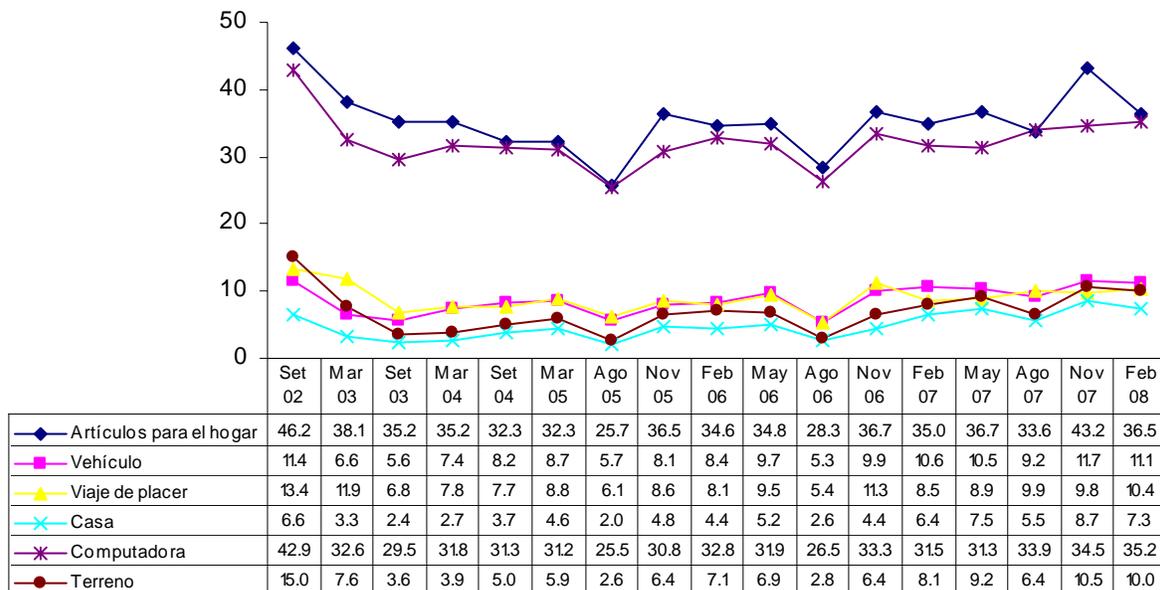
CUADRO ANEXO 1
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL
PRINCIPAL SOSTÉN ECONÓMICO DEL HOGAR

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	Ago 07	Nov 07	Feb 08
Número de entrevistas	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705	705	702	701
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
¿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	87.5	95.0	97.3
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	12.5	5.0	2.7
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	56.2	53.3	56.6
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	43.8	46.7	43.4
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	41.3	39.0	43.1
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	29.4	31.3	27.1
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	29.4	29.6	29.8
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	47.9	51.6	52.4
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	49.8	45.4	45.6
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	2.3	3.0	2.0
Situación económica según el sostén																	
No les alcanza y 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	10.8	11.4	8.8
No les alcanza y 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	25.7	23.5	22.7
Les alcanza 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	39.2	42.2	45.5
Les alcanza bien y 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	24.3	22.8	23.1
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	59.6	51.9	55.6
Si	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	40.4	48.1	44.4

1/ Es la capacidad que manifestó el consumidor de realizar, en el corto plazo, al crédito o al contado, compras de al menos uno de los bienes por los que se preguntó (artículos grandes para el hogar, microcomputadora, terreno, viaje de placer, vehículo y casa).

Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008

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. CEO. XVII Encuesta Confianza del Consumidor, Feb 2008