



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

Escuela de  
Estadística

Unidad de Servicios  
Estadísticos

60  
55  
50  
45  
40  
35  
30  
0

Investigador:  
Johnny Madrigal Pana, M.Sc.  
e-mail:  
johnny.madrigal@ucr.ac.cr

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

# La Confianza de los Consumidores Encuesta N° 47 Agosto 2015

## SÍNTESIS METODOLÓGICA

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica. De setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta) hasta marzo del 2005, su frecuencia fue semestral (marzo y setiembre) y se ejecutaron seis encuestas. A partir de agosto del 2005 se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre), contabilizando 41 más. Actualmente se cuenta con un total de 47 encuestas.

Para realizar la encuesta se asume que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, aumenta el deseo de realizar gastos y contraer deudas, y que, por el contrario, la incertidumbre produce pesimismo y, por ello, el deseo de reducir los gastos y reorganizar las reservas financieras. Se prevé, entonces, que cuando muchos consumidores cambian al mismo tiempo de una perspectiva a otra, surge un cambio generalizado en su comportamiento de compra y esto afecta, positiva o negativamente, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurre previo al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica doméstica. De esta manera, el planteamiento asigna importancia al poder del consumidor.

La Confianza del Consumidor. Encuesta N° 47. Agosto, 2015	
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística. Coordinador: Fernando Ramírez Hernández
Revisión del documento:	Fernando Ramírez Hernández, Director Escuela de Estadística
Coordinadora de trabajo de campo:	Yorlene Quirós Díaz
Supervisoras:	Moisés Coto Hernández y Michelle Salcedo
Fecha de la encuesta:	Del 3 al 21 de agosto del 2015
Población de interés:	Hogares con teléfono fijo (residencial) en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de la muestra:	700 hogares
Informante:	Principal sostén económico del hogar (99,3%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, se le pregunta a una persona adulta informada de la situación económica del hogar. Ver Cuadro Anexo para más detalles.
Muestreo de teléfonos:	Estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg).
Error de muestreo:	El ICC es un índice promedio que revela diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a 1,8 puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a 3,7 puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%).

El **cálculo del ICC** se hace con las respuestas a cinco preguntas: dos referentes a las condiciones económicas actuales y otras tres relacionadas con las expectativas económicas<sup>1</sup>. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es favorable, 50 a las respuestas neutras o “no sabe” y cero a las desfavorables. Luego se calcula un promedio con los cinco puntajes. El rango alcanza un mínimo en cero, el valor más bajo del ICC, es decir el pesimismo más acentuado. El máximo se alcanza en 100, el mayor grado de optimismo. La posición intermedia (ni pesimista ni optimista, neutral, indecisa o de incertidumbre) se alcanza cuando el valor es de 50.

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

<sup>1</sup> Los resultados de las preguntas individuales que componen el ICC se encuentran en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15.

<sup>2</sup> Los resultados de las preguntas individuales que componen el ICEA se encuentran en los Gráficos 10 y 15.

<sup>3</sup> Los resultados de las preguntas individuales que componen el IEE se encuentran en los Gráficos 11, 13 y 14.

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

**La confianza de los consumidores.** Después de permanecer baja y estancada por casi un año, en niveles de aproximadamente 40 puntos, en agosto del 2015 la confianza de los consumidores cayó abruptamente y registró el nivel más bajo desde setiembre del 2002. Actualmente, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es de 31,6 puntos (en un rango de cero a 100), valor similar al de agosto del 2008, época en que se empezó a experimentar la crisis financiera internacional de los años 2008-2009. La caída de la confianza fue de 8,3 puntos con respecto a la encuesta anterior (mayo del 2015) y de 18,2 puntos desde mayo del 2014 (Gráfico 1). Este resultado evidencia que actualmente los consumidores están experimentando niveles de pesimismo importantes hacia la economía nacional.

Este pesimismo se observa en la clasificación de los consumidores, pues actualmente la magnitud de optimistas es tan solo de 7,0% y la de pesimistas 42,3% (Gráfico 2). La caída reciente de la confianza se corrobora al saber que la magnitud de consumidores pesimistas aumentó de 27,9% a 42,3% en los últimos tres meses y la de optimistas disminuyó de 13,7% a 7,0%. Otra forma de cuantificar esta pérdida de confianza es observando que tres meses atrás los consumidores pesimistas duplicaban a los optimistas (27,9% y 13,7%, respectivamente) y que ahora la cantidad de pesimistas es seis veces más grande que la de optimistas (42,3% y 7,0%, respectivamente).

La tendencia del ICC en diferentes segmentos poblacionales revela al menos dos aspectos de interés. Lo primero es que la caída reciente de la confianza es generalizada entre los consumidores. Esto se afirma porque disminuyó en hombres y mujeres que llevan el rol de principal sostén económico del hogar, así como en consumidores de 35 años o más y de todos los niveles educativos (Gráficos 3, 4 y 5). Sucede lo mismo cuando se analizan los ingresos familiares (principalmente los de menores ingresos), la capacidad de realizar gastos discrecionales y la valoración del ingreso mensual que reciben las familias (Gráficos 6, 7, 8 y 9). Lo segundo es que, por lo general, la serie de encuestas muestra que la confianza es significativamente mayor en los grupos socioeconómicos más favorecidos. Un ejemplo de esto es que quienes admiten tener capacidad de ahorro con el ingreso familiar recibido mensualmente poseen un grado de confianza que supera por mucho al de quienes manifiestan grandes dificultades económicas ( $ICC_{ahorran}=42,2$  e  $ICC_{dificultades}=20,1$ , respectivamente, en agosto del 2015, Gráfico 9). Este resultado evidencia la existencia de una brecha importante en la confianza de los consumidores, quienes por su condición económica subjetiva perciben desigualmente el disfrute de las oportunidades que ofrece la economía nacional.

**El momento actual y el futuro económico.** El ICC puede dividirse en dos subíndices: el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA, Gráficos 10 y 15) y el Índice de Expectativas Económicas (IEE, Gráficos 11, 13 y 14). Mientras el primero proporciona una valoración de la confianza de los consumidores en la situación económica actual, el segundo lo hace sobre el futuro económico del país.

Estos índices muestran varios aspectos importantes relacionados con la caída reciente de la confianza y lo sucedido desde mayo del 2014. Lo primero que destaca es que ambos índices disminuyeron con respecto a la encuesta anterior. Por una parte, la caída del ICEA fue 7,6 puntos (de 42,6 a 35,0, respectivamente) y la del IEE fue 8,7 puntos (de 38,0 a 29,3, respectivamente) (Gráfico 16). Esto significa que se deterioró tanto la valoración actual como la del futuro de la economía, pero lo hizo más la última. Otro aspecto importante es que si se comparan ambos índices con los de mayo del 2014, la caída del ICEA es de tan solo 3,7 puntos (de 38,7 a 35,0, respectivamente) y la del IEE es de 27,9 puntos (de 57,2 a 29,3, respectivamente). Sobre este resultado vale la pena destacar dos aspectos. El primero es que desde setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta) no se registra un IEE tan bajo como el actual ( $IEE=29,3$ ). Es decir, es la primera vez que se experimenta tan poca confianza en el futuro de la economía nacional. El segundo aspecto es que la revisión de las preguntas individuales que componen este índice (IEE) muestran un deterioro importante desde mayo del 2014. La expectativa ante una situación económica peor que la actual en el próximo año aumentó (de 16,9% a 40,9%,

Gráfico 11) y algo similar sucedió con la valoración de la situación económica de las empresas (quienes afirmaron que estarán peor se elevó de 21,8% a 60,9%, Gráfico 13). Además, lo que piensan los consumidores del futuro económico del país también se debilitó (quienes consideran que en los próximos cinco años tendremos períodos de crisis aumentó de 29,7% a 68,6%, Gráfico 14). Es decir, la confianza de los consumidores llegó a niveles de pesimismo porque las expectativas sobre el futuro económico de sus familias, las empresas y del país se deterioraron considerablemente.

**Expectativas ante la situación económica personal.** Las expectativas acerca de las tasas de interés son negativas y cayeron más en los últimos tres meses. Esto se afirma porque actualmente 61,6% respondió que las tasas de interés de los préstamos en dinero aumentarán en los próximos 12 meses y en mayo pasado era 54,5% (Gráfico 17). La tendencia de esta variable desde mayo del 2014 es hacia el deterioro. En lo que respecta al ingreso familiar, actualmente 40,3% considera que será mayor que el del año pasado, pero tres meses atrás esa cifra era 45,0%, es decir, actualmente son menos quienes esperan un ingreso mayor. (Gráfico 18). Sobre esta variable, las últimas cuatro encuestas revelan un patrón decreciente. En el tema de la capacidad de compra en el próximo año, 12,4% espera que el ingreso familiar aumente más que los precios (espera ganancias en la capacidad de compra), pero tres meses atrás era de 16,1%, por lo que esa expectativa también se está erosionando (Gráfico 19). Por el contrario, quienes esperan pérdidas en la capacidad de compra aumentó de 37,6% a 47,0% en el mismo período. Esta variable no muestra un patrón definido desde mayo del 2014.

**Política económica y social.** La calificación a la política económica del gobierno actual es baja. Esto se afirma porque 4,6% respondió que actualmente el gobierno está haciendo un trabajo bueno y 74,6% que está haciendo un trabajo pobre (18,1% dijo que hace lo necesario) (Gráfico 20). En mayo pasado las cifras fueron 6,5% (trabajo bueno) y 67,0% (trabajo pobre), respectivamente. La diferencia de respuestas positivas y negativas muestra que la calificación de la política económica del gobierno actual es ahora más negativa que tres meses atrás (-70 puntos porcentuales actualmente y -60,5% tres meses atrás). Si se calculan estas diferencias desde mayo del 2014 se observa que fue a partir de agosto del 2014 cuando empezó a deteriorarse fuertemente esta calificación (la diferencia de respuestas positivas y negativas fue de -32 puntos porcentuales en agosto del 2014, -40 en noviembre de ese año, -53 en febrero del 2015, -60 en mayo del 2015 y -70 actualmente). Por este motivo puede afirmarse que la calificación de la capacidad percibida por los consumidores en materia de política económica, para la actual administración, es la más baja obtenida hasta la fecha. En el ámbito de la política social las expectativas continúan deteriorándose. Esto se afirma porque actualmente 72,3% de los consumidores cree que el desempleo será mayor en los próximos 12 meses, cifra que era menor tres meses atrás (57,9%, Gráfico 21). La tendencia desde mayo del 2014 muestra expectativas más negativas de lo que sucederá con el desempleo. Con respecto a la pobreza, actualmente 74,4% cree que aumentará en los próximos 12 meses y tres meses atrás la magnitud era menor (66,1%, Gráfico 22). Esta expectativa también viene deteriorándose desde mayo del 2014.

**Valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro).** La valoración del momento actual para la compra de casa es desfavorable, pues a lo largo del tiempo se observa que, generalmente, las opiniones negativas superan a las positivas. Actualmente, 23,1% opina que son buenos tiempos para comprar casa, cifra similar a la obtenida tres meses atrás (24,2%) y no muestra cambios drásticos desde mayo del 2014 (20,8% en mayo del 2014, Gráfico 23). Por otra parte, sobre la compra de carro, la tendencia revela un patrón similar, en el sentido de que las valoraciones negativas siempre superan a las positivas. Actualmente, 15,6% considera que son buenos tiempos para comprar carro, valor similar al de tres meses atrás (15,5%) y la tendencia de esta apreciación es irregular desde mayo del 2014, lo que probablemente se deba a la fluctuación de los precios de los combustibles.

**Otros factores relacionados con la confianza.** En breve puede decirse que la Revisión del Programa Macroeconómico 2015-2016, del Banco Central de Costa Rica<sup>4</sup>, muestra un panorama de inflación estable (4%±1

<sup>4</sup> <http://www.bccr.fi.cr/index.html>. Banco Central de Costa Rica. Revisión del Programa Macroeconómico 2015-2016.

punto porcentual) y un tipo de cambio relativamente controlado. Además, un crecimiento económico positivo, aunque debe mencionarse que la cifra disminuyó de 3,4 a 2,8% para el 2015 como producto de la revisión, y un déficit gubernamental riesgoso (para el 2014 fue de 5,7% del PIB y se espera que sea 5,9% en el 2015). Por otra parte, el Instituto Nacional de Estadística y Censos informó que en el primer trimestre del 2015 la inflación fue apenas de 0,08%<sup>5</sup>, que el desempleo es 9,5%<sup>6</sup> y que entre el 2013 y 2014 la pobreza aumentó de 20,7% a 22,4%. Esto significa que existe una combinación de factores positivos y negativos a nivel macroeconómico.

Datos adicionales de la encuesta muestran otros aspectos de interés. Por ejemplo, mientras que en noviembre del 2014 el 75,5% respondió que los precios de los combustibles aumentarán en los próximos 12 meses, en febrero del 2015 esa cifra bajó a 53,9% (21,6 puntos porcentuales), pero actualmente volvió a aumentar a 75,9% (Cuadro 1). Esto obedece, probablemente, a la importante disminución que experimentaron los precios del diésel y gasolina a principio de año y a los recientes y significativos aumentos que vienen concretándose. Lo mismo sucede cuando se considera el tipo de cambio, ya que actualmente el 53,0% espera aumentos en el tipo de cambio, cifra que ha variado de manera irregular desde mayo del 2014.

Por otra parte, también es lógico asumir que en el país se están padeciendo otros eventos de carácter institucional, social y político, no medidos por la encuesta, que pueden afectar la confianza de los consumidores. Uno de ellos puede ser la esperada discusión en la Asamblea Legislativa de un nuevo paquete de impuestos, lo que tradicionalmente produce un fuerte malestar en diversos sectores de la población y origina protestas públicas. Otro evento es el cierre de empresas y despido de empleados que se ha producido en el presente año por diversos motivos, lo que infunde una sensación de inestabilidad laboral en el país. También pueden citarse las múltiples manifestaciones y huelgas de diversos sectores que luchan por el derecho a vivienda y empleo. Estos son algunos ejemplos de situaciones que pueden estar socavando la confianza de los consumidores por el impacto que tienen ante la esperanza de una economía más próspera e igualitaria.

**¿Qué puede concluirse?** Los consumidores están experimentando pesimismo hacia la economía nacional y actualmente la confianza se encuentra en el nivel más bajo que se haya registrado (31,6 puntos) desde setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta). Además, desde mayo del 2014 la confianza cayó 18 puntos. Esta disminución parece explicarse por expectativas más negativas del futuro económico del país y de la situación económica familiar. Contribuye a esto las expectativas negativas acerca de la pobreza y el desempleo, así como a una baja calificación de la política económica de la actual administración.

---

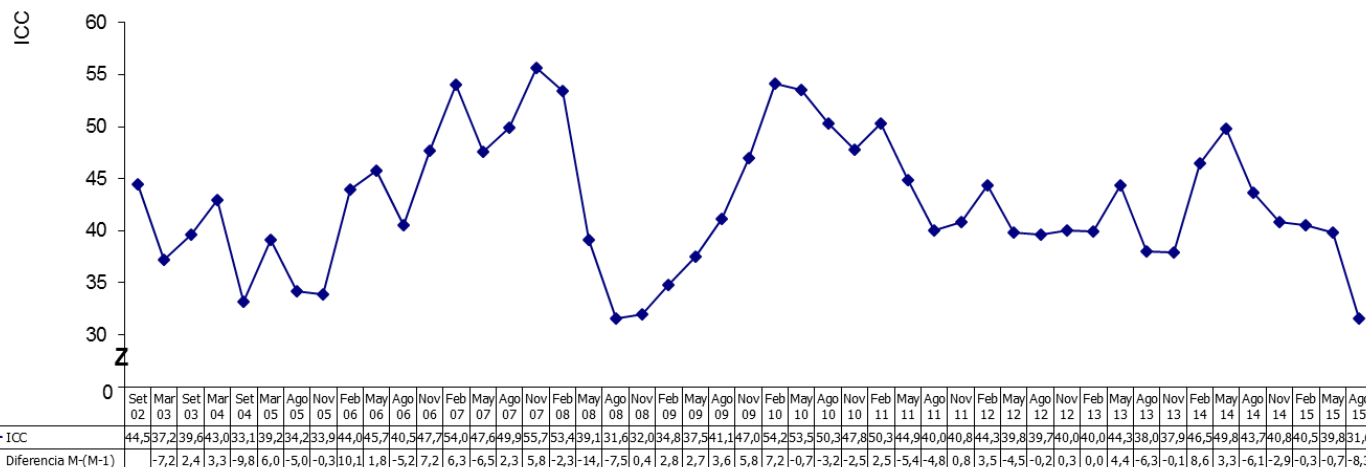
<sup>5</sup> INEC. Índice de Precios al Consumidor. Comportamiento de los Precios en el I Semestre del año 2015. Vol. 1. Año 7.

<sup>6</sup> INEC. Encuesta Continua de Empleo. Indicadores del Mercado Laboral Costarricense. Segundo Trimestre del 2015. Vol. 2. Año 4.

# RESULTADOS GRÁFICOS

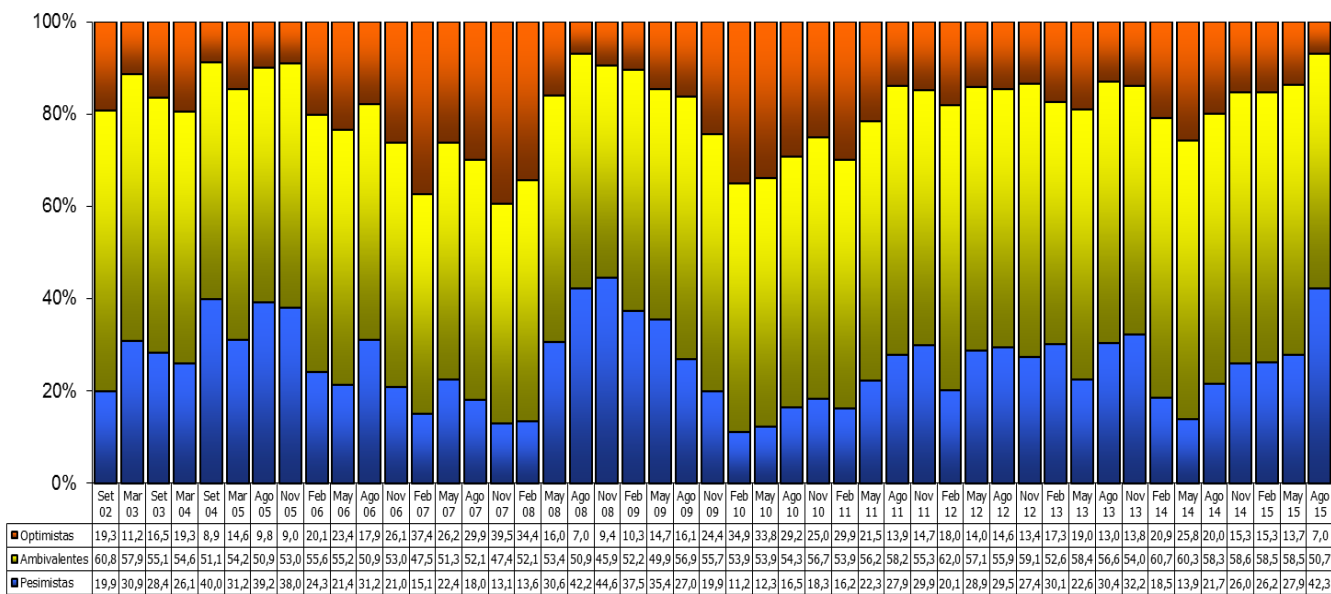
## LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

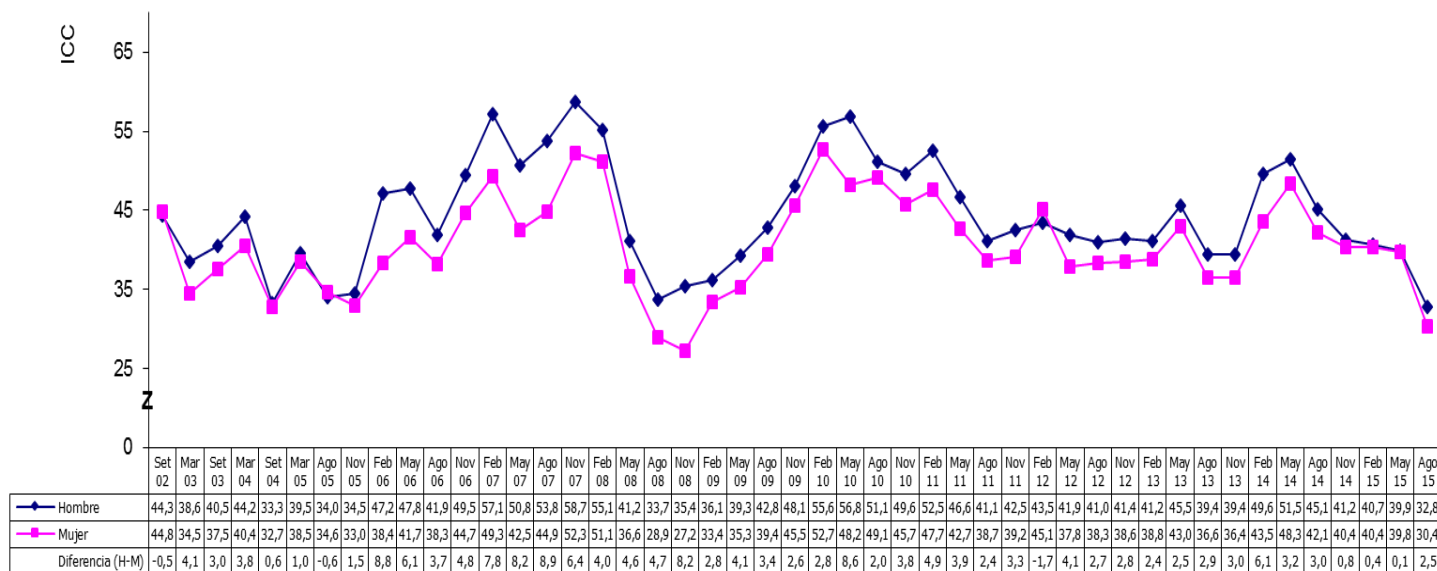


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada grupo es fijo y en el de consumidores pesimistas es 13,6, en los ambivalentes es 43,1 y en los optimistas de 77,9.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

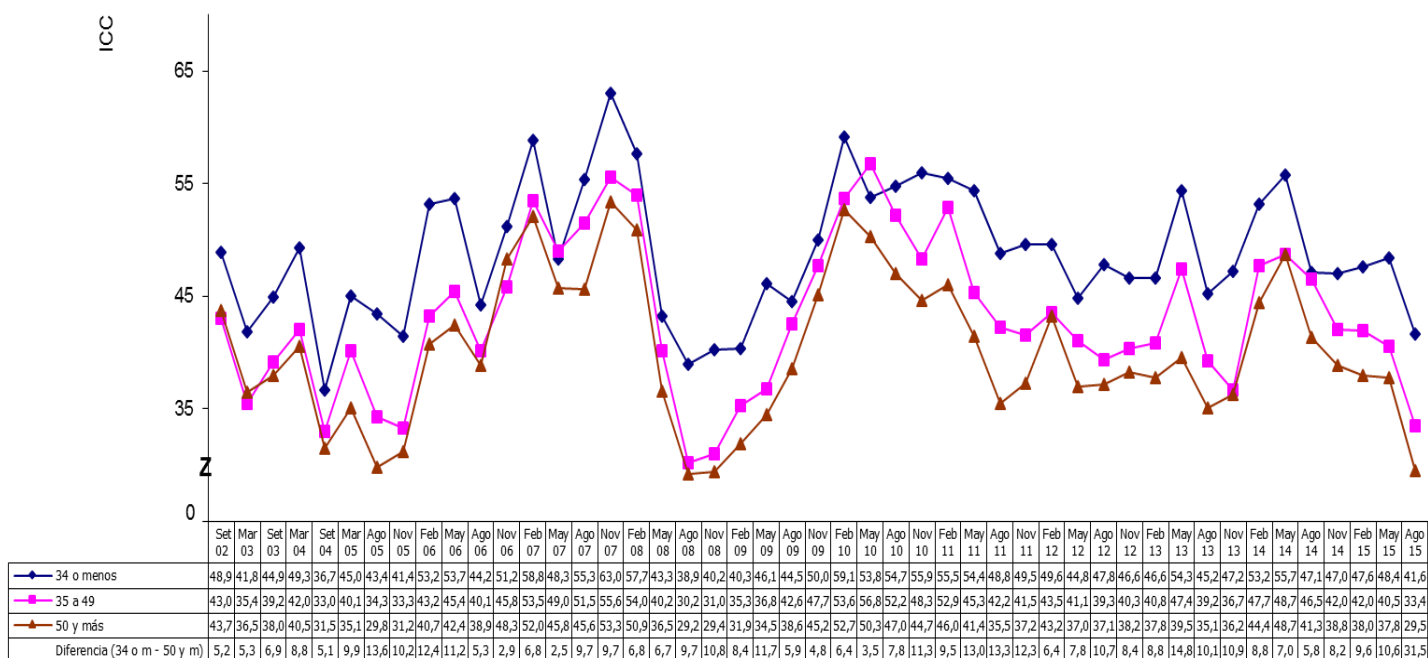
## DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3  
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



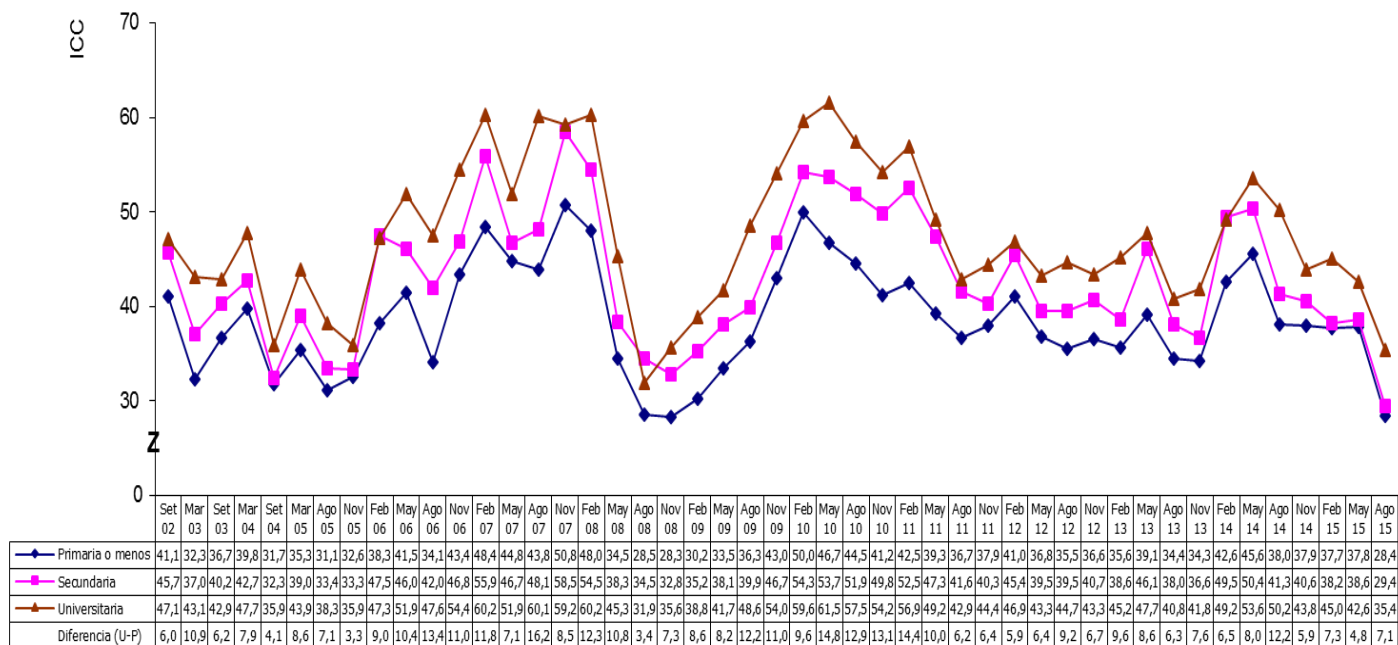
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

Gráfico 4  
ICC según edad del principal sostén económico del hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

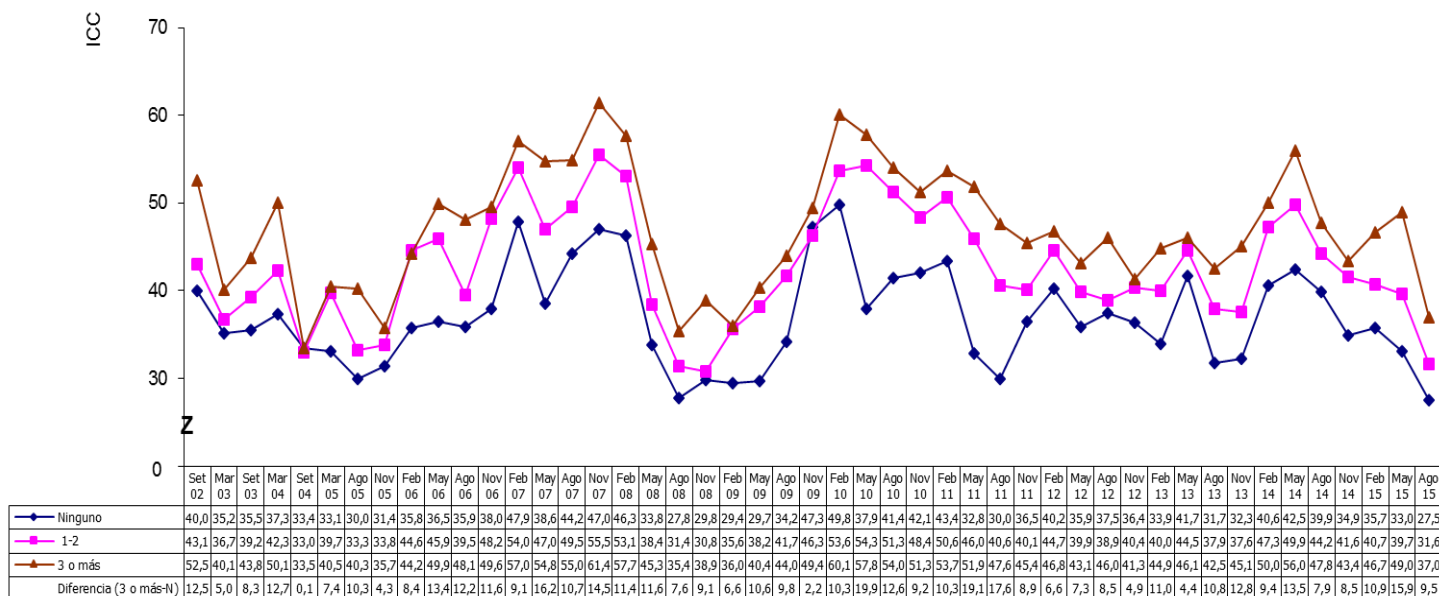


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.



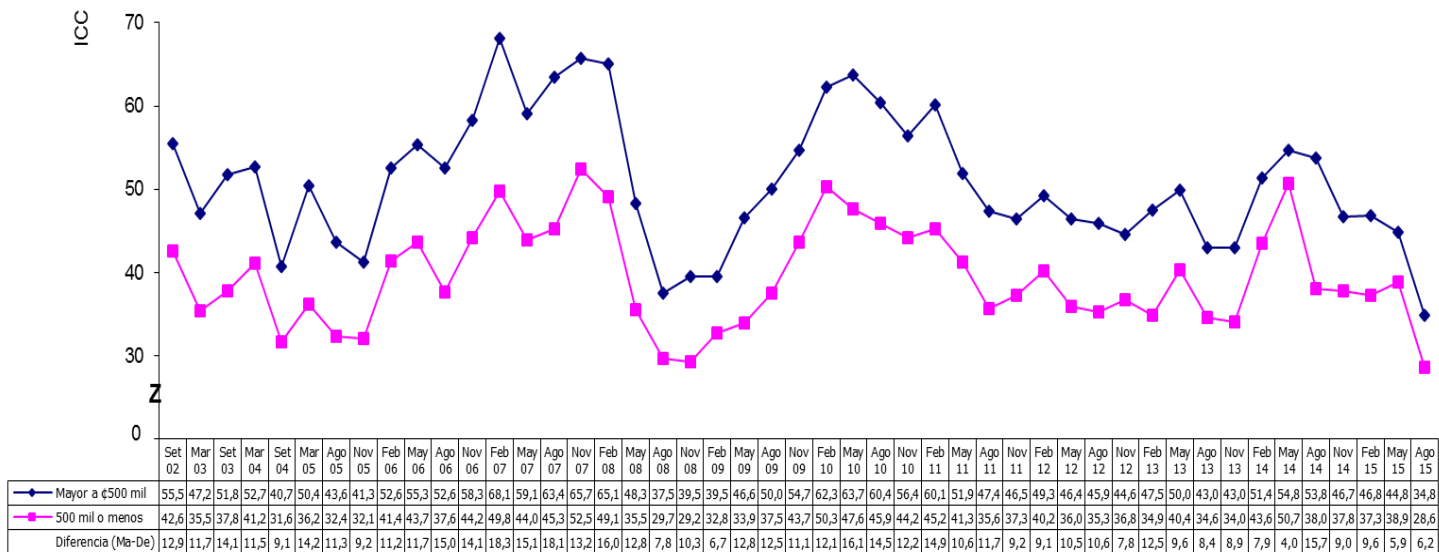
# DIFERENCIAS SOCIOECONÓMICAS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



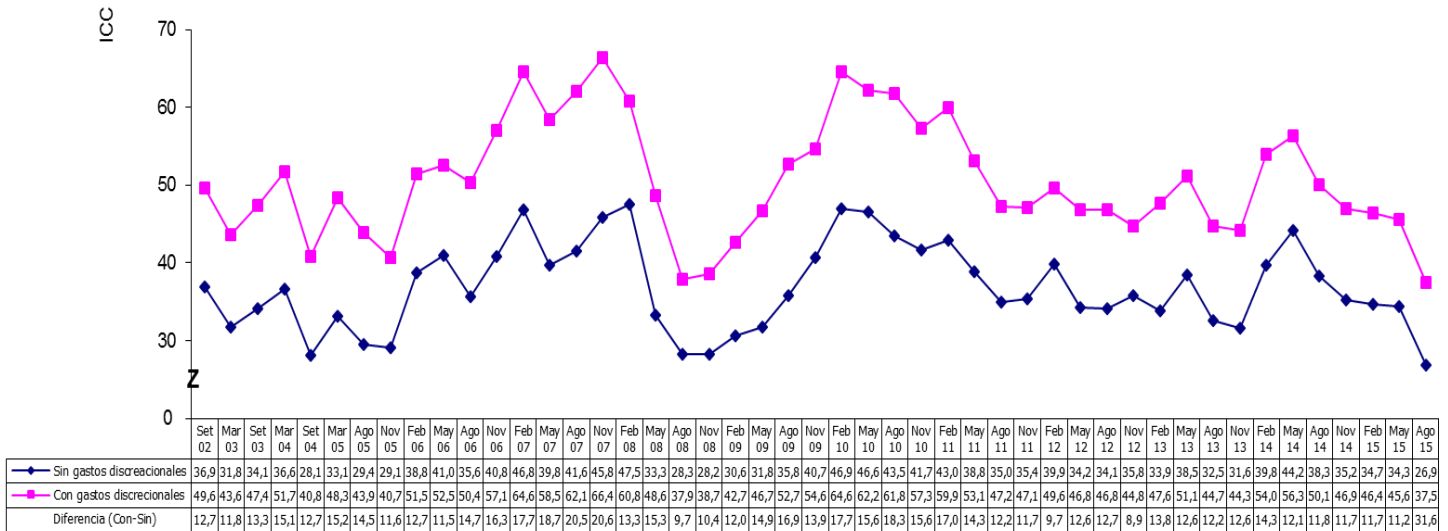
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 47. Agosto, 2015.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta Nº 47. Agosto, 2015.

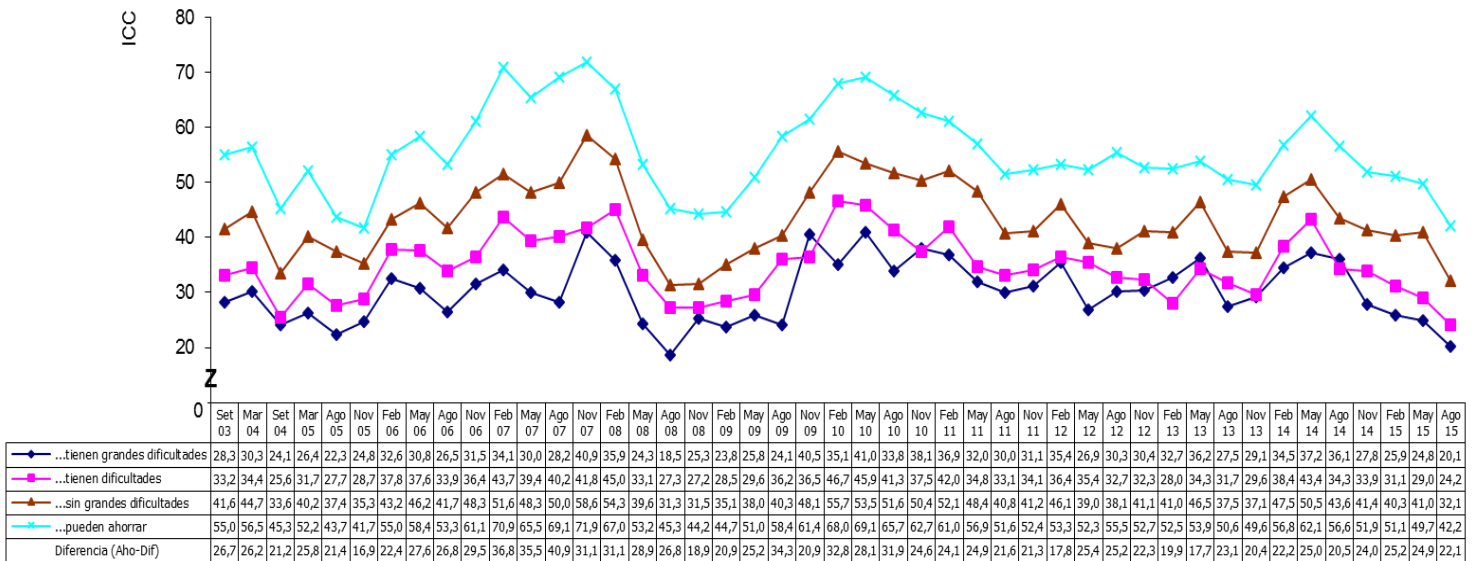
**Gráfico 8**  
ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>



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

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

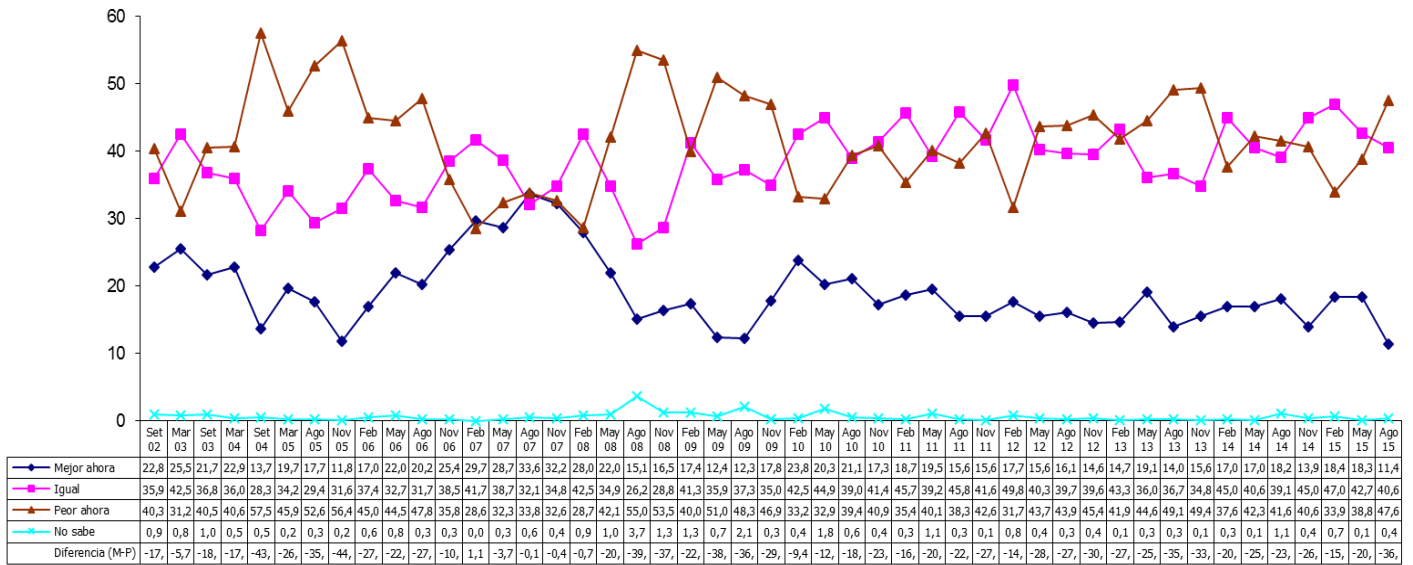
**Gráfico 9**  
ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

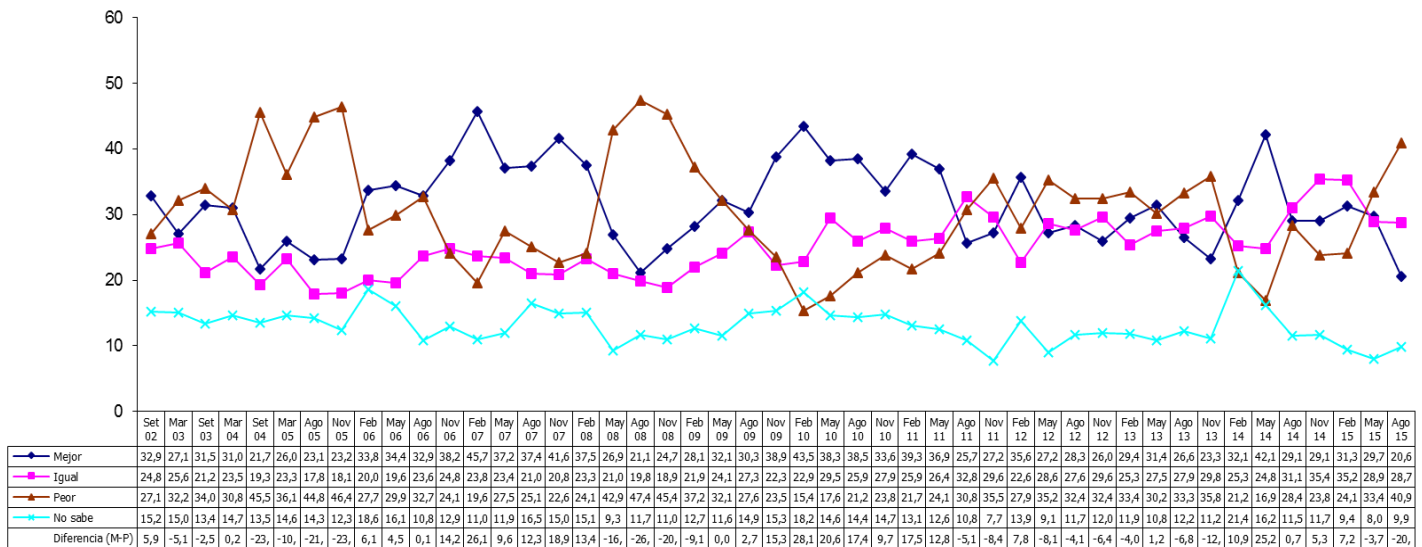
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>7</sup>

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

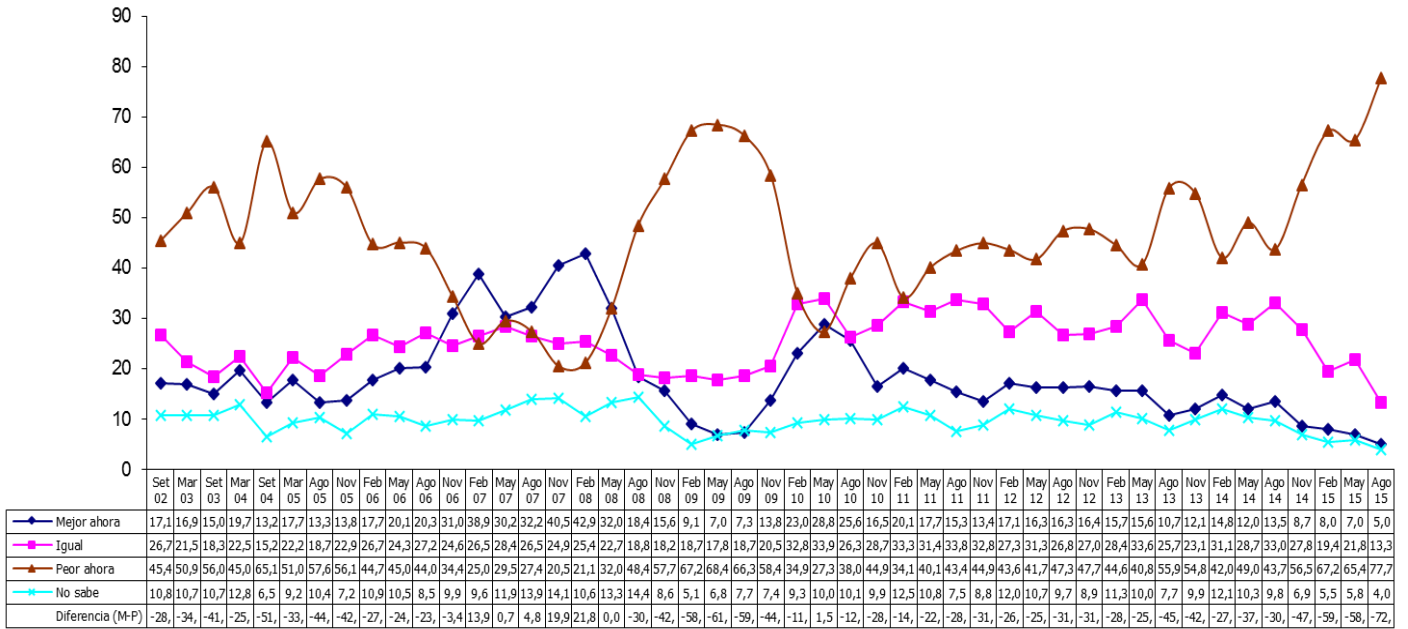
**Gráfico 11**  
**¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

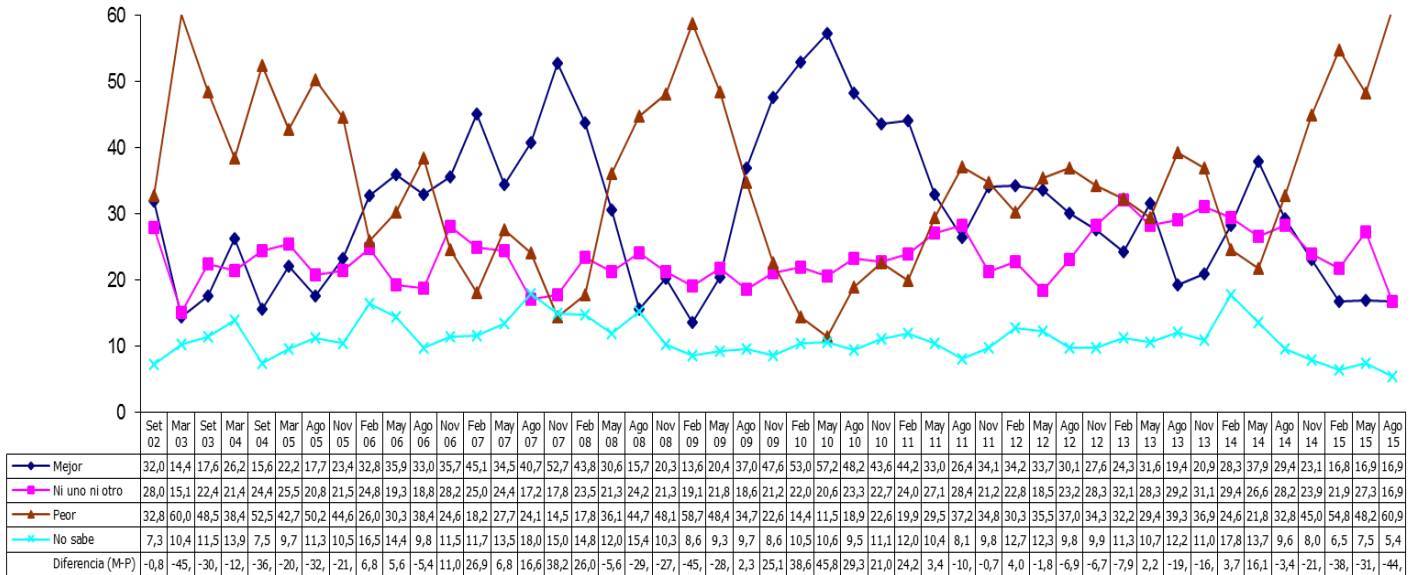
<sup>7</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

**Gráfico 12**  
**Hablando ahora sobre las empresas o negocios en el país como un todo. ¿Usted diría que la situación actual de éstas es mejor, peor o igual que hace un año?**



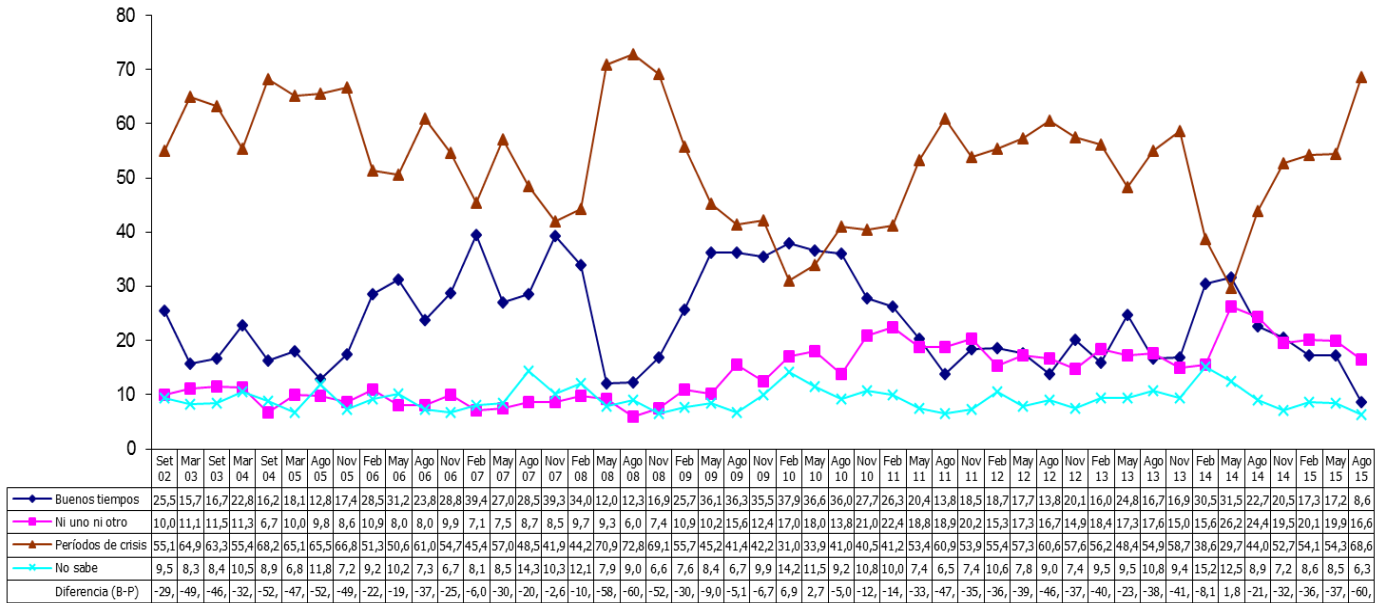
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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



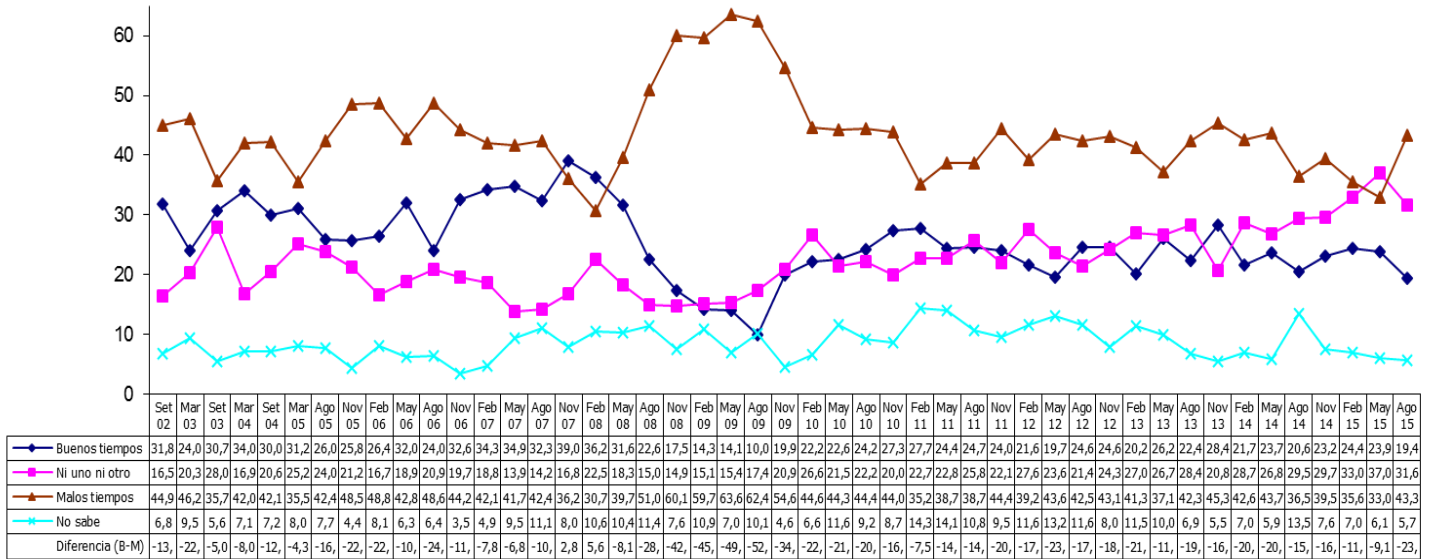
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

**Gráfico 14**  
**Pensando ahora en general sobre el futuro. ¿Diría Usted que en los próximos 5 años el país tendrá buenos tiempos, periodos de crisis o qué?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

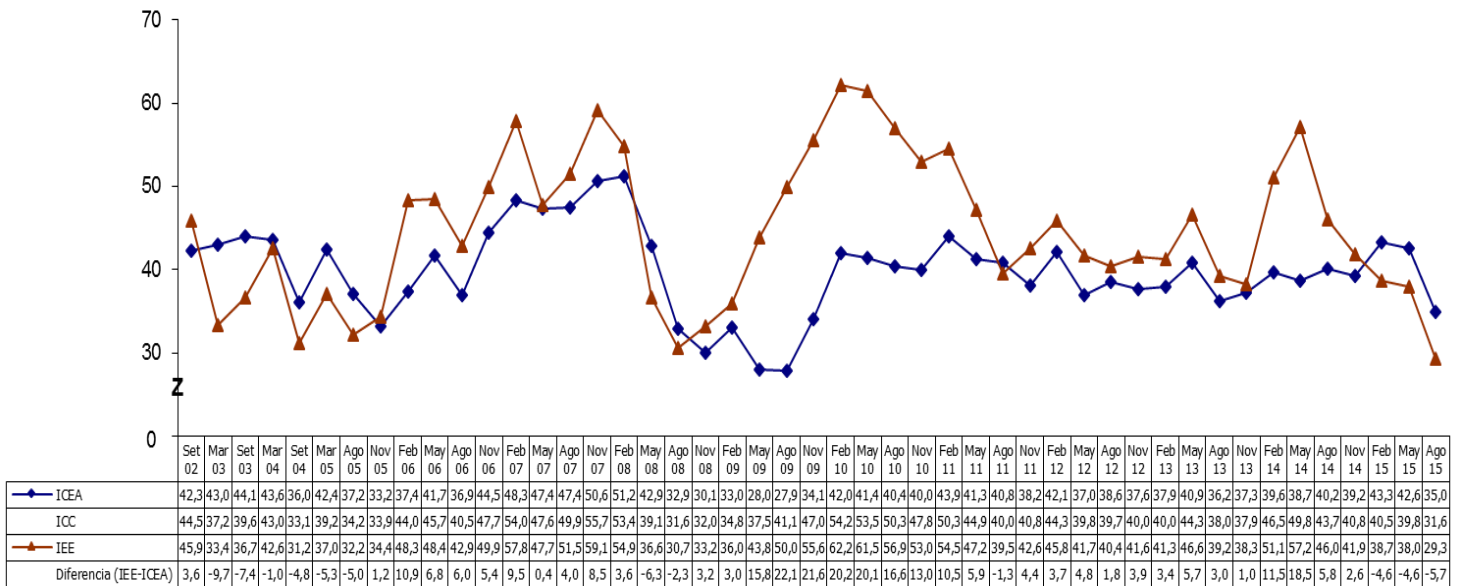


\*Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

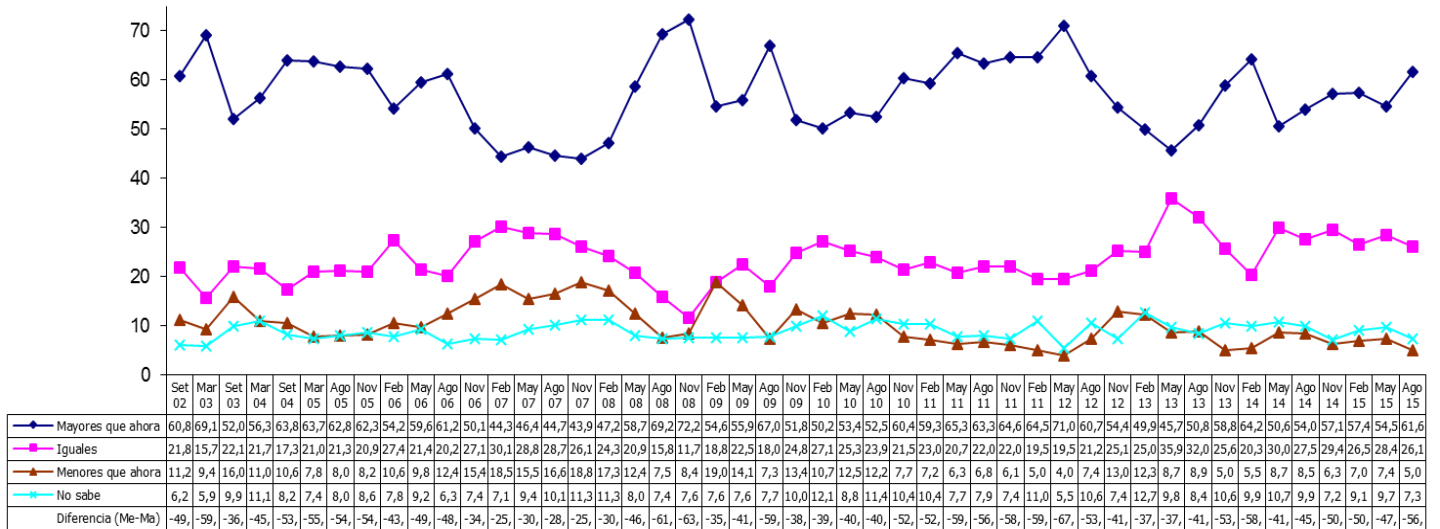
<sup>8</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

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

## EXPECTATIVAS HACIA LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

Gráfico 17

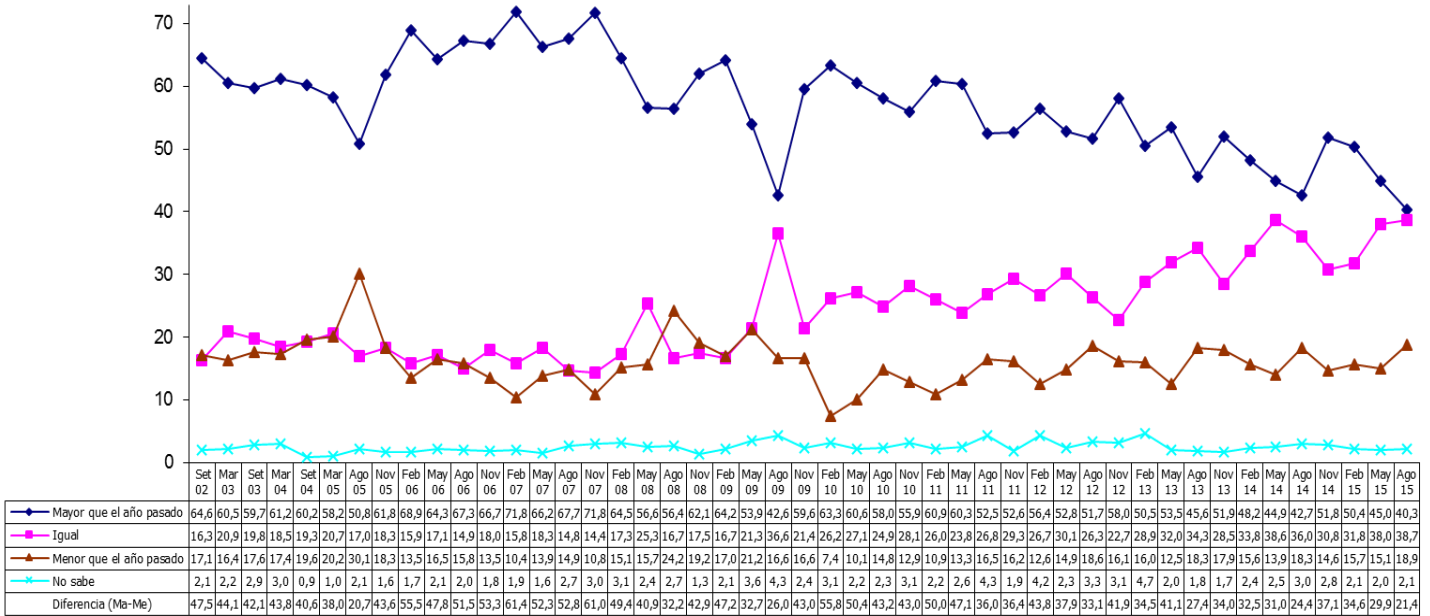
**¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero en los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

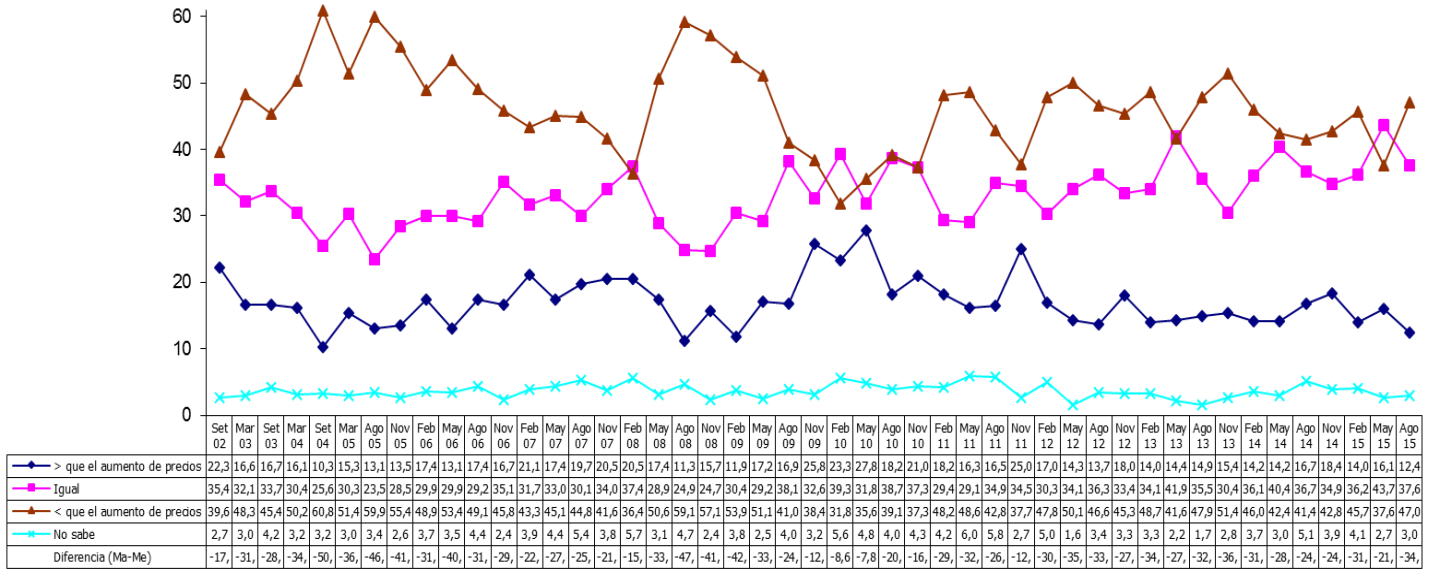
Gráfico 18

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

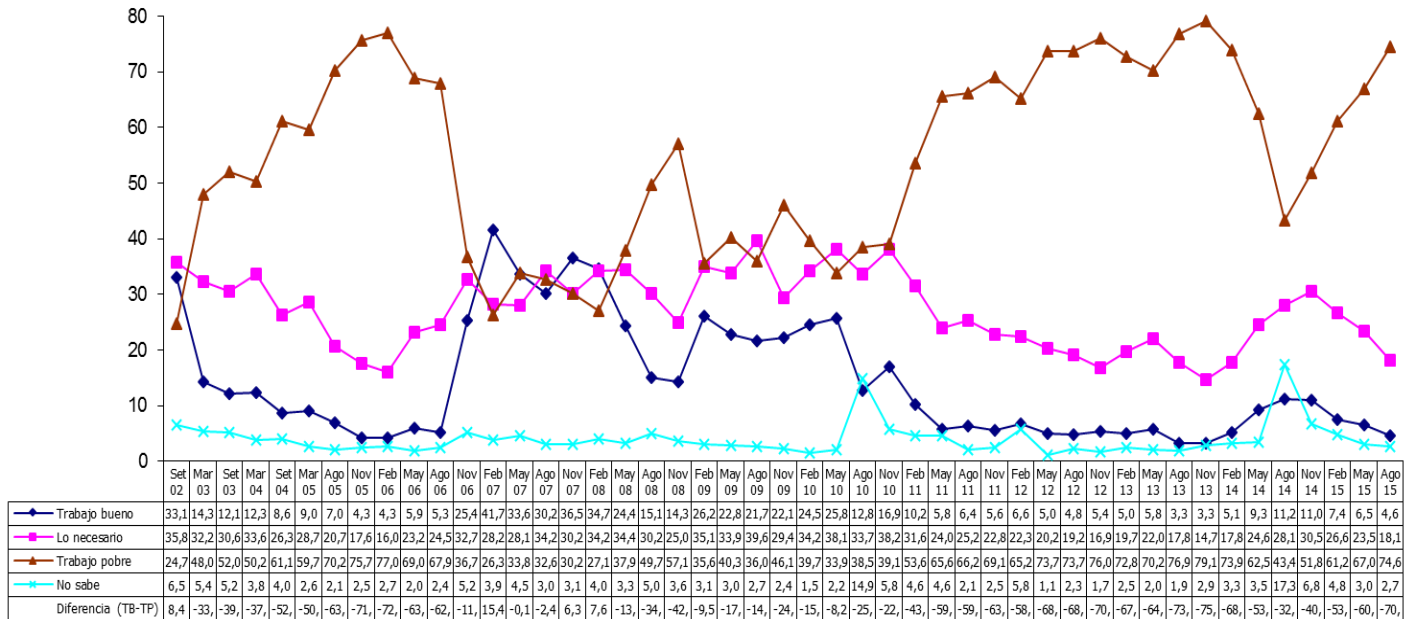


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.



## 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?**

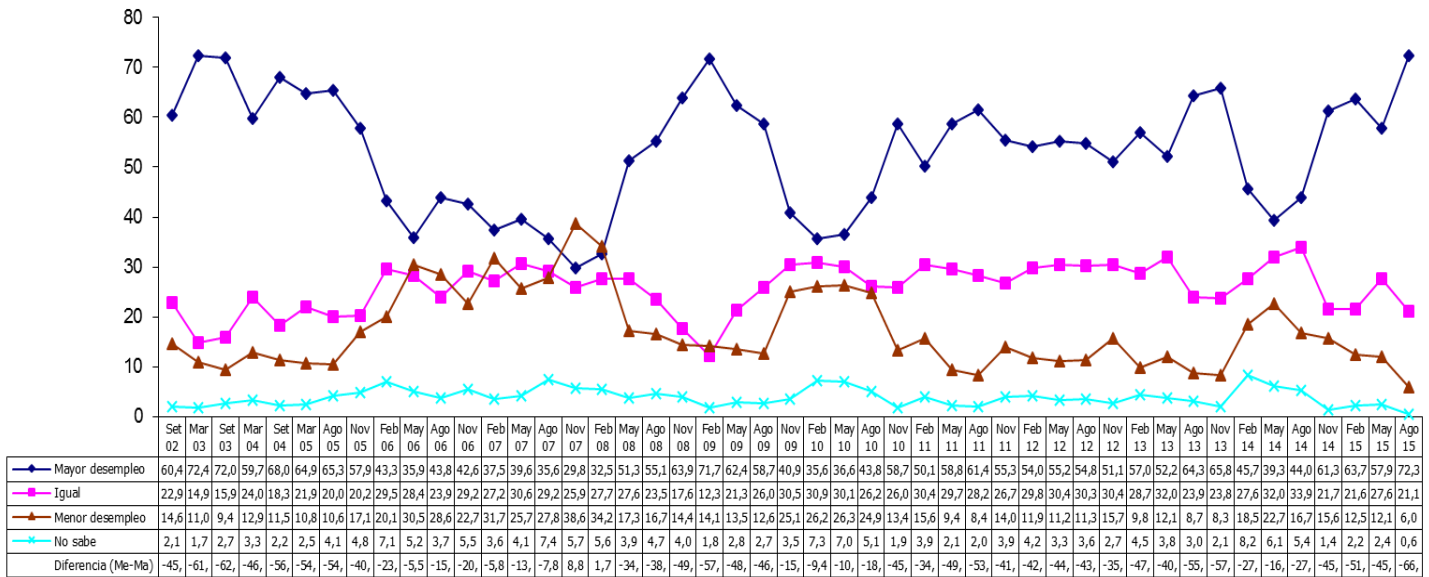


<sup>1</sup> Se aclara diciendo: "me refiero a las acciones para combatir la inflación, la pobreza y el desempleo".

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

Gráfico 21

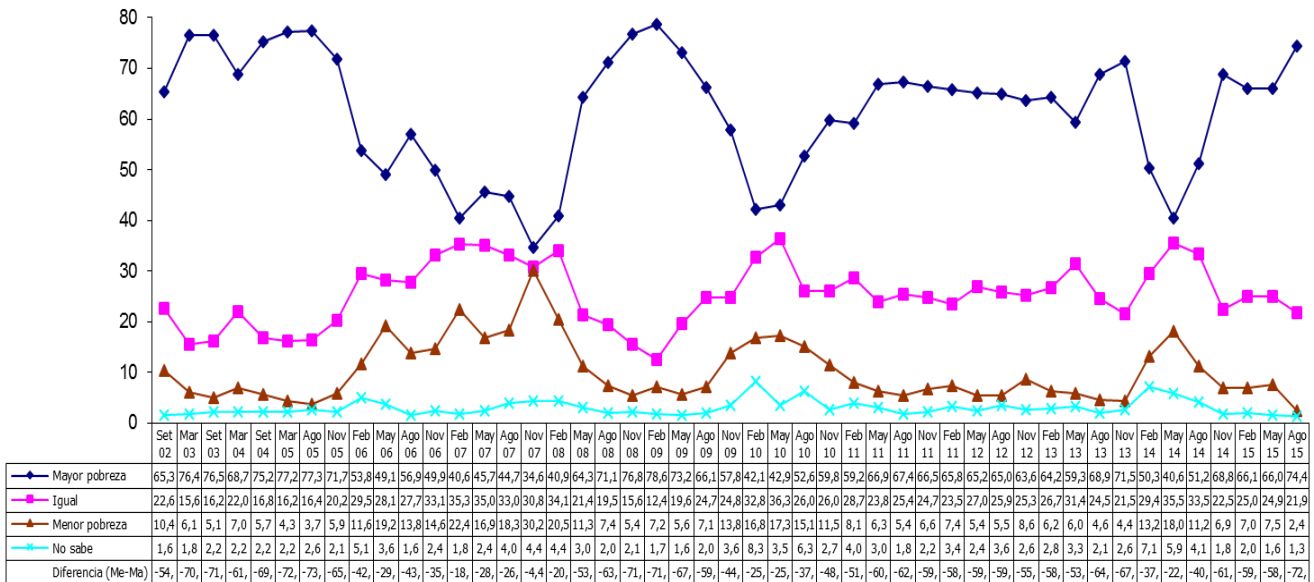
¿Qué cree que sucederá con el desempleo en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

Gráfico 22

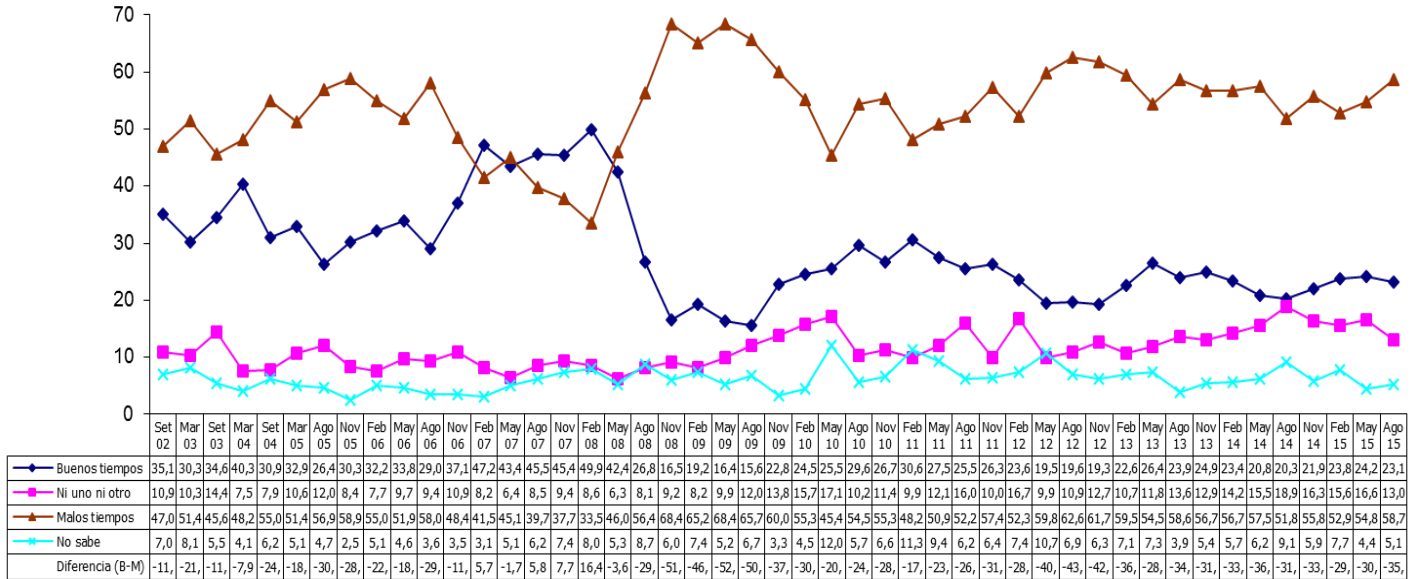
¿Y qué cree que sucederá con la pobreza en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

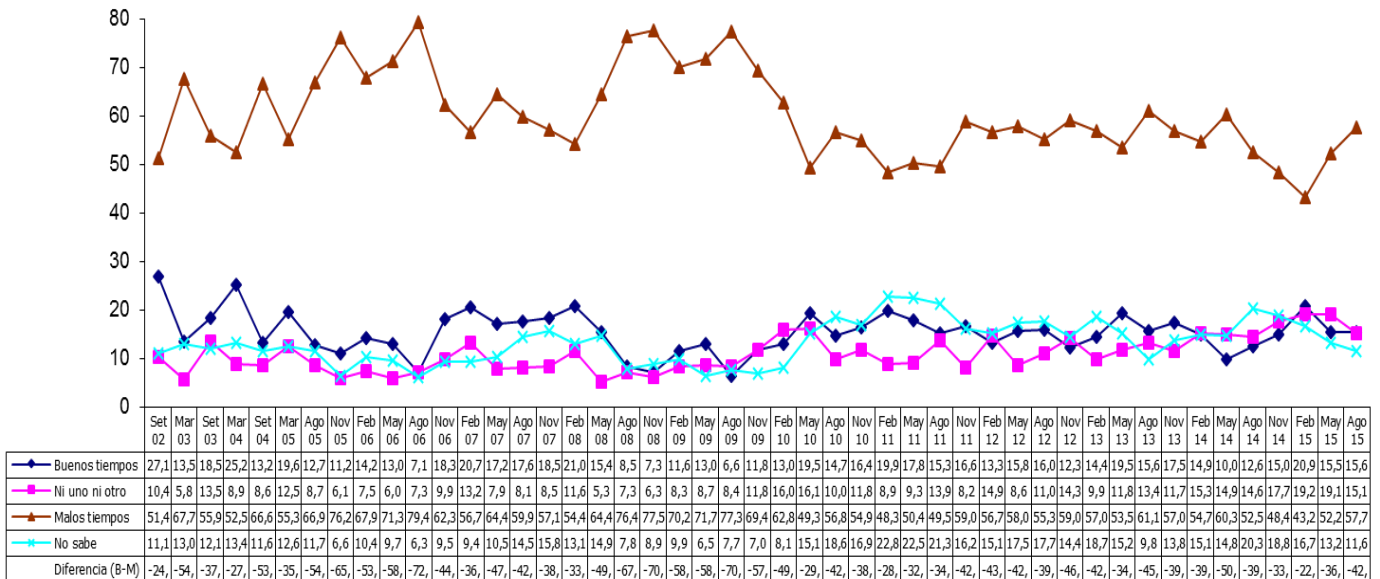
## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

**Cuadro 1**  
Durante los próximos 12 meses ¿cree Usted que el precio de los combustibles (diesel y gasolina) aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?

Mes-Año	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	Ns/Nr	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Ago 08	100	82,9	8,5	4,1	4,4	29,9	40,7	39,7	9,8
Nov 08	100	59,1	20,0	12,9	8,0	29,6	36,4	38,6	9,0
Feb 09	100	63,4	24,2	5,7	6,8	34,1	37,5	36,5	2,4
May 09	100	64,7	23,6	3,9	7,9	36,2	40,3	41,2	5,0
Ago 09	100	82,0	12,1	2,9	3,0	39,7	51,5	44,0	4,3
Nov 09	100	74,8	14,8	2,5	7,9	45,6	52,0	57,8	12,2
Feb 10	100	78,0	13,9	1,7	6,5	52,9	61,3	52,5	-0,4
May 10	100	79,7	13,0	2,3	5,0	52,7	60,3	52,1	-0,5
Ago 10	100	69,3	18,2	3,6	9,0	48,4	55,0	60,4	12,0
Nov 10	100	75,2	17,1	1,4	6,4	47,1	52,1	58,0	10,9
Feb 11	100	82,2	11,4	0,8	5,6	49,3	56,2	63,3	14,0
May 11	100	90,0	6,1	1,4	2,4	42,9	48,1	44,6	1,7
Ago 11	100	76,9	15,0	3,4	4,7	37,9	47,5	55,0	17,1
Nov 11	100	78,6	16,3	1,2	3,9	39,1	48,1	42,5	3,4
Feb 12	100	74,3	16,4	1,8	7,5	42,9	49,1	56,1	13,2
May 12	100	79,3	12,9	3,0	4,8	38,2	49,3	44,8	6,6
Ago 12	100	72,0	18,6	2,3	7,0	37,5	47,0	44,1	6,7
Nov 12	100	75,6	14,4	4,9	5,1	37,9	46,3	47,6	9,7
Feb 13	100	83,0	10,7	1,1	5,1	39,2	43,9	56,3	17,1
May 13	100	79,1	16,0	1,2	3,7	43,2	51,9	57,8	14,6
Ago 13	100	83,1	12,0	1,2	3,6	36,8	46,0	42,2	5,4
Nov 13	100	83,3	12,8	0,6	3,3	36,7	47,0	32,5	-4,2
Feb 14	100	83,2	10,9	1,6	4,3	45,5	52,3	52,7	7,2
May 14	100	73,8	17,5	4,1	4,6	48,9	52,9	53,4	4,5
Ago 14	100	74,0	17,7	4,4	3,8	41,6	49,1	56,1	14,5
Nov 14	100	75,5	18,0	2,8	3,7	39,1	46,3	53,5	14,4
Feb 15	100	53,9	29,5	10,0	6,7	37,6	44,8	49,3	11,7
May 15	100	73,3	20,3	1,8	4,6	37,4	45,7	61,5	24,1
Ago 15	100	75,9	16,6	3,3	4,3	30,4	34,4	38,7	8,3

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

**Cuadro 2**  
¿Y Usted cree que durante los próximos 12 meses habrá escasez de alimentos básicos en el país o piensa que no habrá escasez?

Mes-Año	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
	Total	Habrà escasez	No habrá escasez	Ns/Nr	Habrà escasez	No habrá escasez	Diferencia
Ago 08	100	47,9	48,9	3,3	25,6	37,1	11,5
Nov 08	100	40,2	55,5	4,3	27,0	35,7	8,7
Feb 09	100	44,7	51,6	3,7	29,9	38,9	9,0
May 09	100	32,3	64,3	3,4	28,5	42,4	13,9
Ago 09	100	27,6	67,7	4,7	32,5	45,4	12,9
Nov 09	100	42,9	52,8	4,3	41,3	52,0	10,7
Feb 10	100	27,3	64,8	7,9	47,7	57,5	9,8
May 10	100	22,6	72,0	5,3	45,9	56,7	10,8
Ago 10	100	24,2	70,1	5,7	40,4	54,4	14,0
Nov 10	100	41,4	53,5	5,1	42,4	52,4	10,0
Feb 11	100	28,0	64,9	7,1	40,8	54,7	13,9
May 11	100	34,2	60,6	5,2	37,3	49,4	12,1
Ago 11	100	22,8	73,2	4,0	31,4	43,2	11,8
Nov 11	100	30,5	65,3	4,2	34,9	44,0	9,1
Feb 12	100	22,9	68,9	8,2	35,5	47,4	11,9
May 12	100	18,4	76,5	5,1	34,1	41,8	7,7
Ago 12	100	31,7	63,4	4,8	32,4	43,9	11,5
Nov 12	100	29,1	66,3	4,6	33,6	43,0	9,4
Feb 13	100	24,3	69,6	5,2	33,3	42,4	9,1
May 13	100	19,9	75,2	4,9	33,8	47,3	13,5
Ago 13	100	19,9	75,9	4,1	29,4	40,2	10,8
Nov 13	100	25,1	71,6	3,3	30,7	40,2	9,5
Feb 14	100	19,3	73,2	7,5	40,0	48,7	8,7
May 14	100	16,9	77,7	5,4	39,9	52,5	12,6
Ago 14	100	40,4	55,9	3,7	36,5	48,7	12,2
Nov 14	100	30,7	66,4	3,0	33,5	44,2	10,7
Feb 15	100	21,9	74,2	3,9	34,0	42,6	8,6
May 15	100	20,8	75,8	3,4	33,4	41,9	8,5
Ago 15	100	34,4	63,9	1,7	24,8	35,1	10,3

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

**Cuadro 3**  
**¿Usted diría que durante los próximos 12 meses el tipo de cambio aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?**

Mes-Año	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor				
	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	Ns/Nr	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia	
Ago 08	100	72,6	16,4	3,4	7,5	30,3	35,9	37,1	6,8	
Nov 08	100	70,0	18,9	4,6	6,6	30,6	39,5	28,4	-2,2	
Feb 09	100	70,0	19,2	5,7	5,1	34,1	36,1	40,0	5,9	
May 09	100	71,0	20,0	4,1	4,9	36,2	40,7	40,0	3,8	
Ago 09	100	80,4	14,0	2,6	3,0	40,7	44,8	41,1	0,4	
Nov 09	100	67,8	18,5	7,9	5,7	46,8	48,9	46,8	0,0	
Feb 10	100	67,3	22,9	2,8	7,0	53,1	59,5	46,5	-6,6	
May 10	100	65,4	20,8	4,8	9,0	52,5	58,6	49,3	-3,2	
Ago 10	100	56,0	26,7	5,5	11,7	49,9	53,5	46,4	-3,5	
Nov 10	100	54,1	31,1	10,3	4,5	47,3	50,7	47,4	0,1	
Feb 11	100	51,5	29,8	8,2	10,4	50,7	53,3	44,1	-6,6	
May 11	100	53,1	34,0	6,8	6,1	44,8	45,7	46,0	1,2	
Ago 11	100	47,0	32,7	9,1	6,8	37,7	44,2	36,9	-0,8	
Nov 11	100	55,6	30,8	6,6	6,9	39,6	43,4	37,6	-2,0	
Feb 12	100	47,4	36,8	5,1	10,7	43,2	47,0	38,3	-4,9	
May 12	100	38,3	47,8	5,5	8,3	39,0	42,0	33,6	-5,4	
Ago 12	100	29,2	51,7	10,2	8,8	37,5	42,5	37,7	0,2	
Nov 12	100	32,6	50,7	9,0	7,7	37,1	42,2	38,1	1,0	
Feb 13	100	34,5	47,9	8,2	7,4	39,4	41,6	38,4	-1,0	
May 13	100	26,6	58,1	6,4	8,9	43,6	45,8	41,7	-1,9	
Ago 13	100	38,6	48,5	5,9	6,9	36,7	39,7	34,2	-2,5	
Nov 13	100	43,3	45,9	4,8	7,4	36,7	39,5	37,7	1,0	
Feb 14	100	62,6	22,6	5,8	8,9	44,6	52,5	49,5	4,9	
May 14	100	48,7	34,4	8,6	8,3	47,4	45,3	53,3	5,9	
Ago 14	100	52,9	36,2	5,2	5,7	40,3	48,5	47,0	6,7	
Nov 14	100	54,3	38,5	2,5	4,6	38,0	44,9	40,0	2,0	
Feb 15	100	51,9	37,2	4,1	6,9	37,1	45,6	44,1	7,0	
May 15	100	44,7	43,7	5,0	6,7	36,9	42,6	38,9	2,0	
Ago 15	100	53,0	37,3	3,1	6,6	29,5	35,0	28,6	-0,9	

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

**Cuadro 4**  
**¿Actualmente es fácil o es difícil encontrar trabajo en lo que Usted hace?**

Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
		Total	Fácil	Regular	Difícil	Ns/Nr	Fácil	Regular	Difícil	Diferencia
Ago 08	504	100	28,2	12,7	57,1	2,0	38,2	33,4	28,6	9,6
Nov 08	499	100	26,5	14,6	57,1	1,8	40,9	33,0	29,2	11,7
Feb 09	488	100	25,0	12,9	60,0	2,0	44,7	34,6	33,3	11,3
May 09	440	100	17,3	15,0	67,3	0,5	47,0	37,6	36,7	10,3
Ago 09	442	100	18,8	22,6	57,5	1,1	49,0	45,2	40,5	8,5
Nov 09	449	100	21,8	15,8	61,2	1,1	53,9	57,0	42,8	11,1
Feb 10	498	100	20,5	16,9	61,4	1,2	62,3	60,0	51,9	10,3
May 10	337	100	22,8	19,3	55,8	2,1	62,5	52,9	50,9	11,6
Ago 10	472	100	19,7	13,3	66,7	0,2	61,9	55,4	50,2	11,7
Nov 10	498	100	19,9	16,1	62,7	1,4	56,2	54,6	46,4	9,8
Feb 11	477	100	18,9	23,7	54,7	2,7	58,2	56,9	49,0	9,2
May 11	470	100	21,1	17,4	58,1	3,4	56,0	49,3	44,1	11,9
Ago 11	419	100	17,4	18,4	61,6	2,6	47,9	46,9	40,7	7,2
Nov 11	447	100	19,2	23,3	55,5	2,0	46,3	48,3	36,7	9,6
Feb 12	483	100	19,3	17,6	59,8	3,3	51,3	50,5	42,8	8,5
May 12	507	100	19,9	23,3	55,0	2,4	48,6	50,7	34,8	13,8
Ago 12	504	100	18,1	16,7	63,3	2,0	44,6	46,0	39,6	5,0
Nov 12	417	100	21,6	12,9	64,5	1,0	48,6	46,9	37,1	11,5
Feb 13	487	100	14,8	16,6	67,4	1,8	51,3	45,7	38,3	13,0
May 13	507	100	18,9	14,8	64,3	2,0	54,6	53,2	41,9	12,7
Ago 13	538	100	18,6	13,0	66,4	2,0	47,3	45,1	36,7	10,6
Nov 13	487	100	16,0	13,6	68,8	1,6	49,2	37,9	36,2	13,0
Feb 14	454	100	15,9	12,3	70,3	1,5	51,1	48,7	47,5	3,6
May 14	472	100	17,6	18,2	63,6	0,6	58,3	52,2	48,8	9,5
Ago 14	464	100	14,0	20,5	64,0	1,5	52,4	50,9	41,9	10,5
Nov 14	484	100	13,8	27,1	56,2	2,9	51,5	46,0	37,9	13,6
Feb 15	514	100	13,2	24,7	60,3	1,8	53,4	42,9	38,9	14,5
May 15	462	100	13,4	21,4	62,6	2,6	53,2	42,2	39,7	13,5
Ago 15		100	15,9	16,6	65,5	2,0	39,4	37,1	31,6	7,8

<sup>1</sup> Incluye únicamente al principal sostén económico del hogar que trabaja.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

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

Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Ns/Nr	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Diferencia
Ago 08	504	100	12,7	82,3	5,0	24,8	33,2	8,4
Nov 08	499	100	12,6	83,8	3,6	25,1	34,1	9,0
Feb 09	488	100	12,7	82,0	5,3	30,2	37,9	7,7
May 09	440	100	13,4	81,8	4,8	28,3	41,0	12,7
Ago 09	442	100	20,1	77,8	2,0	39,9	44,4	4,5
Nov 09	449	100	18,3	75,1	6,7	39,5	49,9	10,4
Feb 10	498	100	21,7	71,9	6,4	46,5	58,9	12,4
May 10	337	100	20,8	72,4	6,8	47,0	57,0	10,0
Ago 10	472	100	19,5	74,8	5,7	41,5	56,9	15,4
Nov 10	498	100	21,5	72,9	5,6	40,7	52,7	12,0
Feb 11	477	100	19,3	71,1	9,6	41,7	56,8	15,1
May 11	470	100	22,3	71,9	5,7	41,0	50,4	9,4
Ago 11	419	100	19,1	74,7	6,2	40,5	44,6	4,1
Nov 11	447	100	18,6	78,7	2,7	35,5	43,4	7,9
Feb 12	483	100	15,3	75,6	9,1	35,7	48,8	13,1
May 12	507	100	15,4	80,1	4,5	33,3	43,3	10,0
Ago 12	504	100	20,6	75,6	3,8	33,8	43,5	9,7
Nov 12	417	100	22,8	70,5	6,7	30,4	45,3	14,9
Feb 13	487	100	13,6	81,1	5,3	33,8	43,1	9,3
May 13	507	100	17,8	76,3	5,9	35,9	48,6	12,7
Ago 13	538	100	18,0	75,7	6,3	34,4	41,1	6,7
Nov 13	487	100	19,1	75,4	5,5	32,7	41,0	8,3
Feb 14	454	100	20,3	73,1	6,6	42,8	49,9	7,1
May 14	472	100	18,6	75,8	5,5	43,7	53,4	9,7
Ago 14	464	100	19,7	75,8	4,5	36,3	47,5	11,2
Nov 14	484	100	25,4	68,6	6,0	36,7	44,7	8,0
Feb 15	514	100	16,2	78,2	5,7	35,4	43,6	8,2
May 15	462	100	16,9	80,3	2,8	34,9	44,2	9,3
Ago 15		100	12,2	83,6	4,2	30,4	35,0	4,6

<sup>1</sup> Incluye únicamente al principal sostén económico del hogar que trabaja.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 47. Agosto, 2015.

