



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

EES

Escuela de  
Estadística

USEs

Unidad de  
Servicios Estadísticos

60

55

50

45

40

35

30

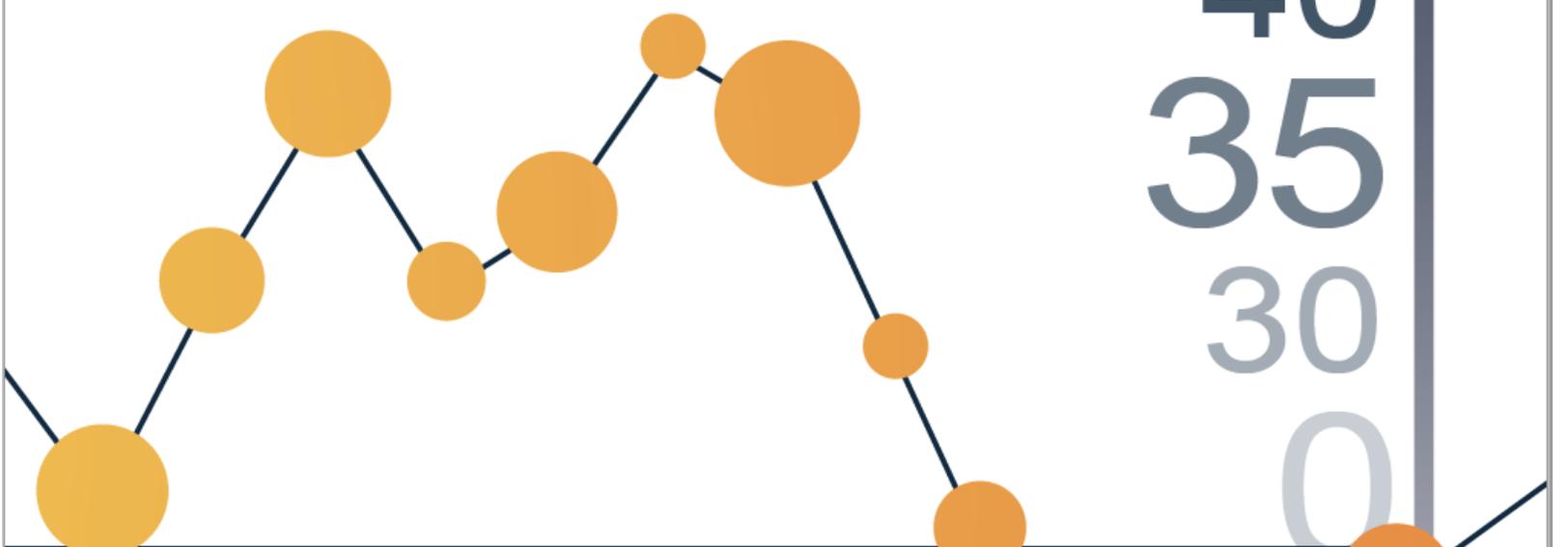
0

Investigadora:

Fernanda Alvarado-Leitón, Ph.D.

e-mail:

maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr



La confianza de  
los Consumidores

**Encuesta N°75**  
**Agosto 2022**

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

San José, Costa Rica

## SÍNTESIS METODOLÓGICA

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica. De setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta) a marzo del 2005, su frecuencia fue semestral (marzo y setiembre) y se ejecutaron seis encuestas. A partir de agosto del 2005 se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre) y se cuenta con un total de 75 encuestas. Desde mediados del 2015, la Encuesta del Consumidor es parte del Sistema Estadístico Nacional (SEN) y se convirtió en una estadística nacional que es reportada a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Para realizar la encuesta se asume que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, aumenta el deseo de realizar gastos y contraer deudas. 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, surja un cambio generalizado en su comportamiento de compra y esto afecta, positiva o negativamente, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurre previo al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica doméstica. De esta manera, el planteamiento asigna importancia al poder del consumidor.

<b>Encuesta del Consumidor N° 75. Agosto, 2022</b>	
Revisión del documento:	M.Sc. Johnny Madrigal Pana, Ex Director de Escuela (jubilado)
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística
Coordinadora de trabajo de campo:	Mag. Yorlene Quirós Díaz
Supervisores:	Mag. Yorlene Quirós Díaz
Fecha de la encuesta:	Del 4 al 16 de agosto del 2022
Población de interés:	Personas de 18 años y más, nacionales y extranjeros, que usan telefonía móvil (celular) dentro del territorio nacional (97% de cobertura).
Tamaño de la muestra:	708 personas usuarias de teléfono celular
Informante:	Persona de 18 años o más que usan telefonía móvil (celular). Ver Cuadro Anexo para más detalles.

**El cálculo del ICC** se hace con las respuestas a cinco preguntas: dos referentes a las condiciones económicas actuales y otras tres relacionadas con las expectativas económicas<sup>1</sup>. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es favorable, 50 si es neutra o “no sabe” y 0 si es desfavorable. 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 está alrededor 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

<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.

económica de la familia y de las empresas dentro de un año, y de la situación del país dentro de los próximos cinco años. Para calcular ambos índices se procede de manera semejante al ICC.

**ENCUESTA DEL CONSUMIDOR**  
**Metadato de la encuesta**

**Datos de contacto**

<b>País</b>	Costa Rica
<b>Encuesta</b>	Consumidores
<b>Organización</b>	Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica
<b>Dirección oficial</b>	Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José. San Pedro de Montes de Oca. Código 2060. Tercer piso de la Facultad de Ciencias Económicas.
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.estadistica.ucr.ac.cr">www.estadistica.ucr.ac.cr</a>

**REPRESENTANTE**

<b>Nombre</b>	Ericka Méndez Chacón
<b>Número de teléfono</b>	(506) 2511 6483
<b>Número de fax</b>	(506) 2511 6510
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:ericka.mendez@ucr.ac.cr">ericka.mendez@ucr.ac.cr</a>

**PERSONA DE CONTACTO**

<b>Nombre</b>	Fernanda Alvarado Leitón
<b>Número de teléfono</b>	(506) 2511 6483 / (506) 8816 16 35
<b>Número de fax</b>	(506) 2511 6510
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr">maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr</a>

**Metodología**

<b>Población y marco muestral</b>	<b>Población de estudio</b>	Personas de 18 años y más, nacionales o extranjeros, que usan telefonía móvil (celular) dentro del territorio nacional.
	<b>Marco muestral de la encuesta</b>	Primeros cuatro dígitos activos de los teléfonos celulares activos de las operadoras telefónicas existentes en el país según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL)
	<b>Tamaño del marco muestral</b>	No está determinado
	<b>Características</b>	Incluye únicamente teléfonos celulares
	<b>Fecha de actualización</b>	2018
<b>Muestreo y precisión</b>	<b>Categorías cubiertas</b>	Se cubren todos los bancos telefónicos activos de los celulares del país
	<b>Método de muestreo</b>	Muestreo de bancos telefónicos celulares activos del país, utilizando el procedimiento de Waksberg, para entrevistar personas de 18 años o más.
	<b>Tamaño de muestra esperada</b>	708 entrevistas
	<b>Cobertura de la muestra</b>	Se cubre aproximadamente el 97% de la población de 18 años y más en el país
	<b>Error de muestreo</b>	El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es un promedio que revela diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a $\pm 1,8$ puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a $\pm 3,7$ puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%)
	<b>Tratamiento de la no respuesta</b>	Se realizan cuatro llamadas telefónicas en diferentes días y a diferentes horas para localizar a la persona a entrevistar.
<b>Recolección de datos</b>	<b>Sistema de ponderación</b>	La muestra se ajusta por no respuesta con base en la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). El ajuste se hace con la distribución por sexo, edad y educación de la ENAH.
	<b>Periodicidad</b>	Trimestral (febrero, mayo, agosto y noviembre)
	<b>Método de encuesta</b>	Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI en inglés)
	<b>Período de trabajo de campo</b>	Primeros 15 días del mes en que la encuesta es ejecutada
	<b>Presentación de resultados</b>	Último miércoles del mes en que es ejecutada la encuesta

**Última actualización del metadato** Mayo del 2019

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

**La confianza de los consumidores.** En agosto, la confianza de los consumidores registró una cifra de 39,6 puntos (en una escala de cero a 100), por lo que continúa reflejando incertidumbre hacia la economía nacional (Gráfico 1). Este indicador se mantuvo estable al compararlo con el de tres meses atrás (mayo 2022); sin embargo, mantiene una tendencia a la baja desde febrero 2022. Este patrón coincide con la caída observada en otros años electorales en los que hay un alza importante del índice previo a las elecciones seguido por una baja inmediata después de éstas. La incertidumbre hacia la economía nacional es probable que siga asociada a eventos mundiales que repercuten en el ámbito nacional, como la invasión de Rusia a Ucrania y los procesos inflacionarios. No obstante, es importante resaltar que, a pesar de los altibajos, la confianza de los consumidores ha venido creciendo paulatinamente desde agosto de 2020.

Las personas entrevistadas se clasificaron en tres grupos de consumidores de acuerdo con sus expectativas sobre la economía nacional: pesimistas, ambivalentes y optimistas (Gráfico 2). El grupo de ambivalentes sigue siendo el grupo más amplio, representando un 54,1% de los consumidores. Sin embargo, este grupo se ha venido reduciendo de forma consistente desde febrero de 2022, fecha en la que representaba un 63,6% de los consumidores (-9,5 pp). Esta tendencia se debe a un incremento de las personas con percepciones pesimistas hacia la economía, que ha crecido de manera sostenida durante este año, representando un 21,9% en febrero, un 27,7% en mayo y un 30,6% de los consumidores para el mes de agosto. Por su parte, el grupo de consumidores optimistas se ha mantenido estable durante todo el año (cerca del 15%), llegando a 15,3% para el mes de agosto.

Pese a que, estadísticamente hablando, la confianza no varió en los últimos tres meses, hubo grupos para los cuales se reportó una reducción (Gráficos del 3 al 9). Esto se observa en el caso de las mujeres (-4 puntos; escala de cero a 100), las personas que reportan dificultades para vivir con sus ingresos (-3,9 puntos) y las que residen en hogares sin personas en el mercado laboral (-3,2 puntos).

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

Lo primero que destaca es que, en los últimos tres meses, el IEE y el ICEA tuvieron cambios opuestos, cerrando en 3,7 puntos (escala de cero a 100) la brecha entre ellos. Este cierre estuvo principalmente dominado por el IEE que bajó de 50,4 a 48,3 (-2,1 puntos, diferencia estadísticamente significativa) y que continúa con una tendencia a la baja desde febrero. El ICEA se mantuvo estable y actualmente está en 26,6 puntos. Un segundo resultado es que se mantiene la relación de hace tres meses, donde la magnitud del IEE es aproximadamente el doble que la registrada por el ICEA. Esto significa que los consumidores continúan confiando más en las condiciones económicas venideras que en las actuales, tendencia que se ha mantenido desde etapas tempranas de la pandemia, en mayo de 2020.

Al examinar en detalle los componentes del IEE y el ICEA se puede explicar a qué se deben las tendencias observadas en los indicadores. Para el ICEA (compuesto por dos preguntas), se mantiene estable el porcentaje de personas que reporta que su condición económica es mejor ahora que hace un año (Gráfico 10) y el de personas que consideran que actualmente es un buen momento para la compra de artículos grandes del hogar (Gráfico 15). En el caso del IEE (compuesto por 3 preguntas), la baja se puede explicar por dos razones. La primera es que se observa un crecimiento significativo en el grupo de personas que espera que los próximos cinco años sean tiempos de crisis económica para el país, pasando de 32,8% a 44,7% de los consumidores (+11,9 pp; Gráfico 14). La segunda es que también aumentó

significativamente en los últimos tres meses el porcentaje de consumidores que espera estar peor económicamente en el próximo año, pasando de 27,4% a 31,4% (+ 4 pp, Gráfico 11).

**Expectativas hacia la situación económica personal.** Cuando se compara con los resultados de mayo 2022, se observan cambios importantes en las expectativas económicas personales para los próximos 12 meses. En primer lugar, creció de forma importante el grupo de personas que espera que las tasas de interés de los préstamos de dinero se incrementen, pasando de 53,2% en mayo a 65,8% en agosto (+12,6 pp; Gráfico 17). No obstante, se redujo el grupo de personas que espera que el ingreso de su familia en los próximos 12 meses sea menor que el del año pasado de 23,7% a 18,2% (-5,5 pp, Gráfico 18). La única expectativa que se mantuvo similar a la medición de mayo anterior fue la relacionada a la pérdida de capacidad de compra. Se mantiene un grupo grande de personas (39,7%; Gráfico 19) que espera que los precios incrementen más que sus ingresos en los próximos 12 meses.

**Política económica y social.** La calificación a la política económica de la Administración Chaves tuvo un balance positivo (Gráfico 20), siendo más grande el grupo de personas que aprueba la labor económica del ejecutivo (35,5% dijo trabajo bueno) que el que la desaprueba (24,9% dijo trabajo pobre). Estos resultados difieren de forma importante con la última medición de la Administración Alvarado, que cerró con un 60,3% de personas que desaprobaban su propuesta en materia económica. El balance positivo de la administración actual es un evento relativamente raro cuando se consideran todas las mediciones realizadas hasta la fecha. En la Administración Arias hubo algunas encuestas en las que se obtuvieron valoraciones sobre la política económica con saldos de respuestas positivas. No obstante, posterior a eso, todas las encuestas indican una percepción mayormente negativa de la política económica. Tomando en cuenta que la confianza de los consumidores muestra incertidumbre hacia la economía, una posibilidad para explicar este resultado es que las personas están de acuerdo con la propuesta económica del ejecutivo a pesar de la incertidumbre de la economía actual. En efecto, ese apoyo a la Administración Chaves no se traduce en mejores expectativas hacia lo social, pues el porcentaje de personas que espera mayor pobreza en los próximos 12 meses creció de 40,8% a 46,5% (+5,7 pp; Gráfico 22) y que espera mayor desempleo creció de 26,5% a 33,1% (+6,6 pp; Gráfico 21). Estos aumentos de hecho, revierten la tendencia hacia la baja de ambas expectativas que mantuvo la Administración Alvarado desde agosto de 2020.

**Valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro).** Se mantiene la tendencia, respecto a tres meses atrás, de una calificación del momento actual como “malos tiempos” para comprar bienes duraderos como casa y vehículo. Actualmente el 74,7% afirma que son malos tiempos para comprar casa, cifra que tres meses atrás era similar (Gráfico 23). Además, un 84,9% afirmó que son malos tiempos para la compra de carro (Gráfico 24), magnitud similar a la de mayo pasado.

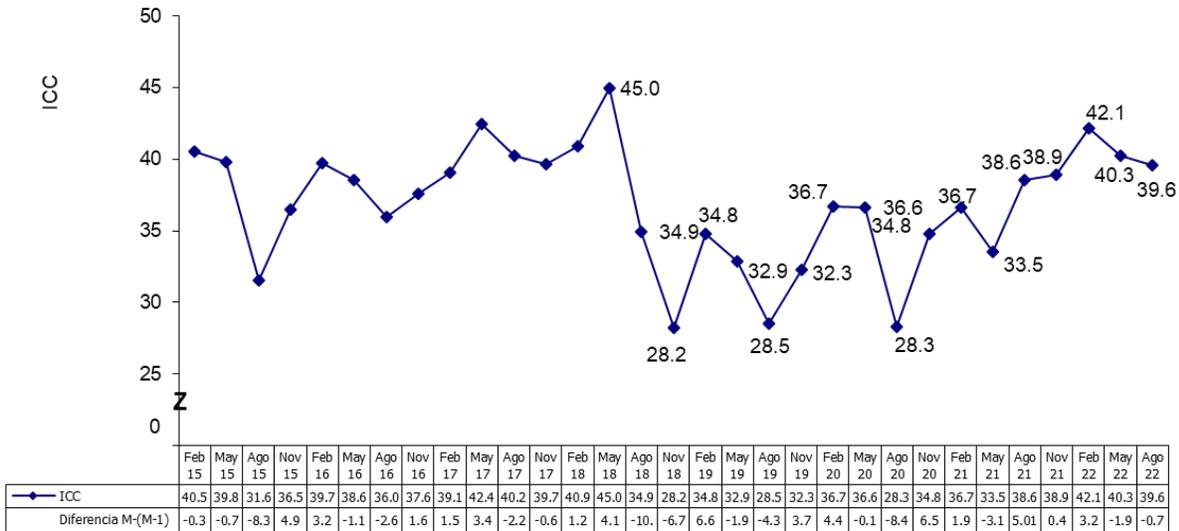
**Otros factores relacionados con la confianza.** La encuesta recolecta datos sobre otros factores que podrían estar contribuyendo a deteriorar la confianza en la economía. La expectativa ante un aumento del precio de los combustibles se mantiene alta, aunque sigue mejorando desde febrero (Cuadro 1). En agosto se registró que 67,0% de los consumidores esperaba aumentos de combustibles en los próximos 12 meses. Este porcentaje fue el más bajo del año y se reduce significativamente cuando se compara con noviembre del año anterior, cuando éste había alcanzado 89,0%, el segundo valor más alto desde que empezaron las encuestas en 2002. En lo referente al tipo de cambio, se redujo de forma significativa el grupo de personas que espera alzas en el precio del dólar en los próximos 12 meses (Cuadro 2). En agosto se registró que 59,0% de los consumidores espera alzas que, a pesar de ser un porcentaje alto, es 9,2 pp menos de la cifra registrada en mayo de 68,2%.

**¿Qué puede concluirse?** La confianza de los consumidores refleja incertidumbre hacia la economía nacional, pues registró una magnitud de 39,6 puntos (en una escala de cero a 100) y se mantuvo estable en comparación a tres meses atrás. Es posible que acontecimientos internacionales que repercuten en la economía local, como la invasión a Ucrania por parte de Rusia y la inestabilidad en el precio del dólar y de los combustibles, contribuyan con el proceso inflacionario que deteriora la confianza en la economía. La incertidumbre se manifiesta en las expectativas económicas y sociales de las personas consumidoras. En el campo económico, 65,8% de los consumidores esperan que en los próximos 12 meses las tasas de interés de los préstamos aumenten y 39,7% espera pérdidas en su poder adquisitivo. Asimismo, la mayoría de los consumidores se muestra pesimista respecto a los precios del dólar y de los combustibles en los meses venideros, pues se encontró que 59% espera que el precio del dólar aumente y el 67% que aumente el precio del combustible. La apreciación del momento económico para la compra de bienes duraderos también fue negativa, pues 84,9% de los encuestados calificó como “malos tiempos” el momento actual para la compra de vehículo y un 74,7% brindó la misma calificación para la compra de casa. En el campo de las expectativas sociales, se espera que aumente la pobreza y el desempleo en el próximo año, pues un 46,5% reportó que espera aumentos en la pobreza y 33,1% lo espera en el desempleo. Estas cifras aumentaron de forma significativa respecto a las de tres meses atrás, a pesar de que por primera vez, desde el 2008, hay más personas que consideran que el poder Ejecutivo está realizando una buena labor en materia de política económica que las que piensan que esa labor es pobre.

# RESULTADOS GRÁFICOS

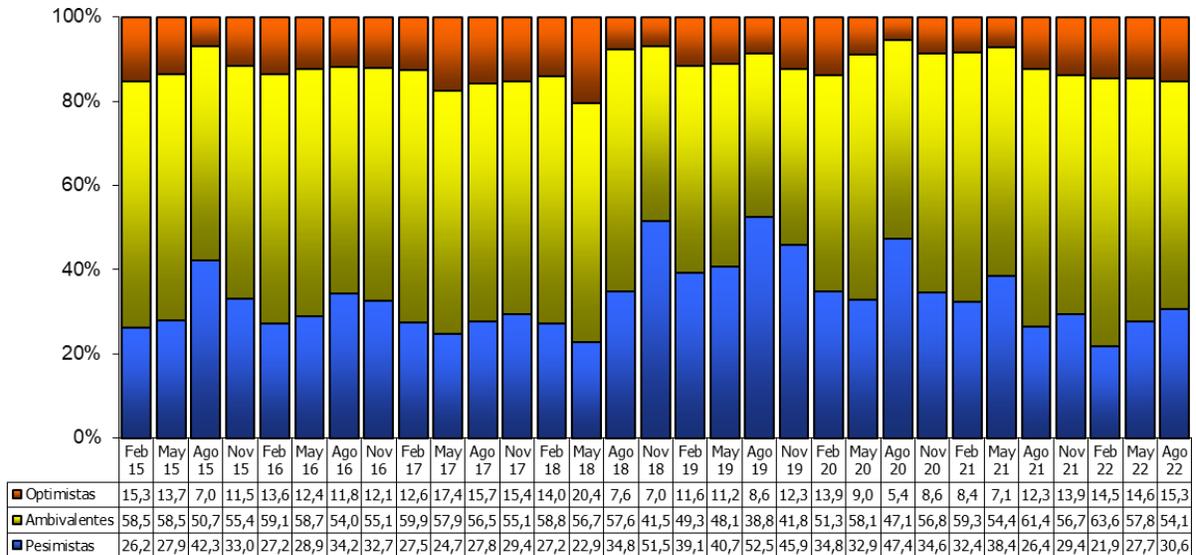
## LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022

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

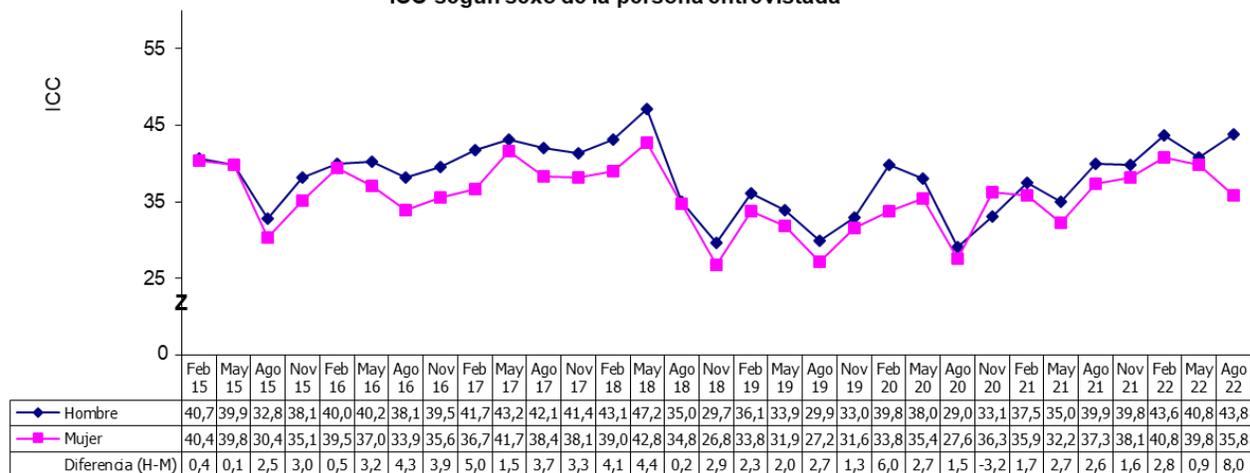


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada 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. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

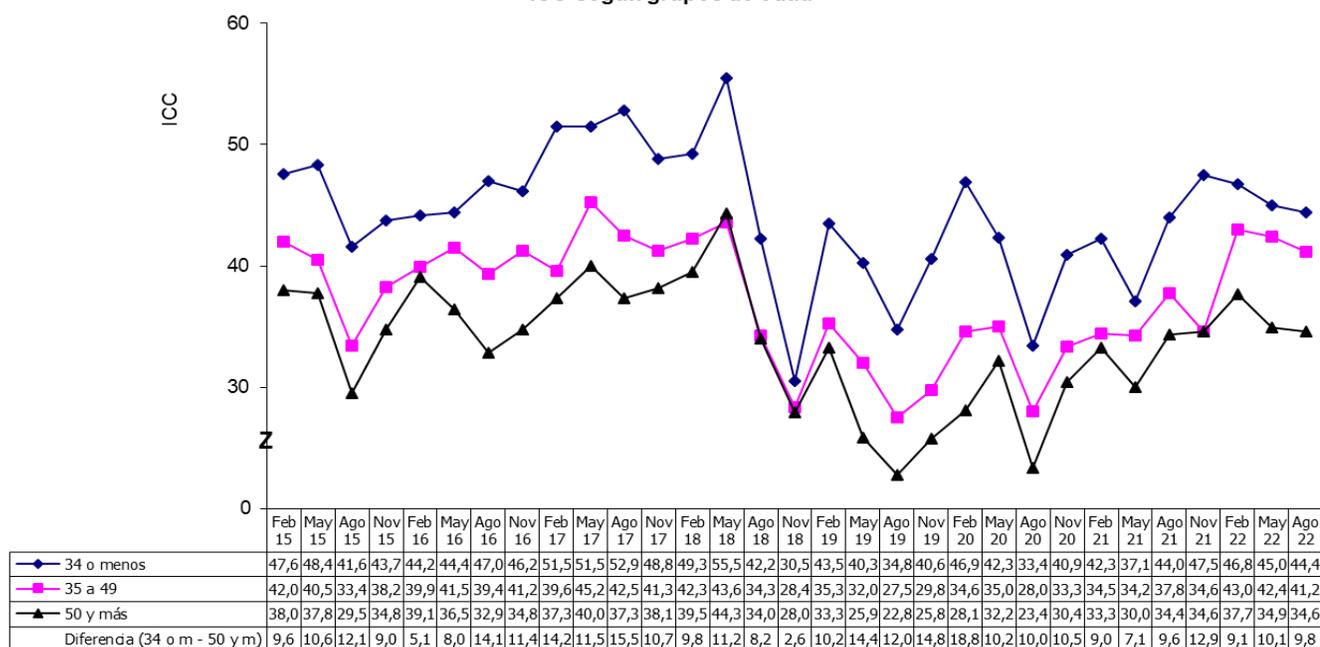
## DIFERENCIALES DEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3  
ICC según sexo de la persona entrevistada



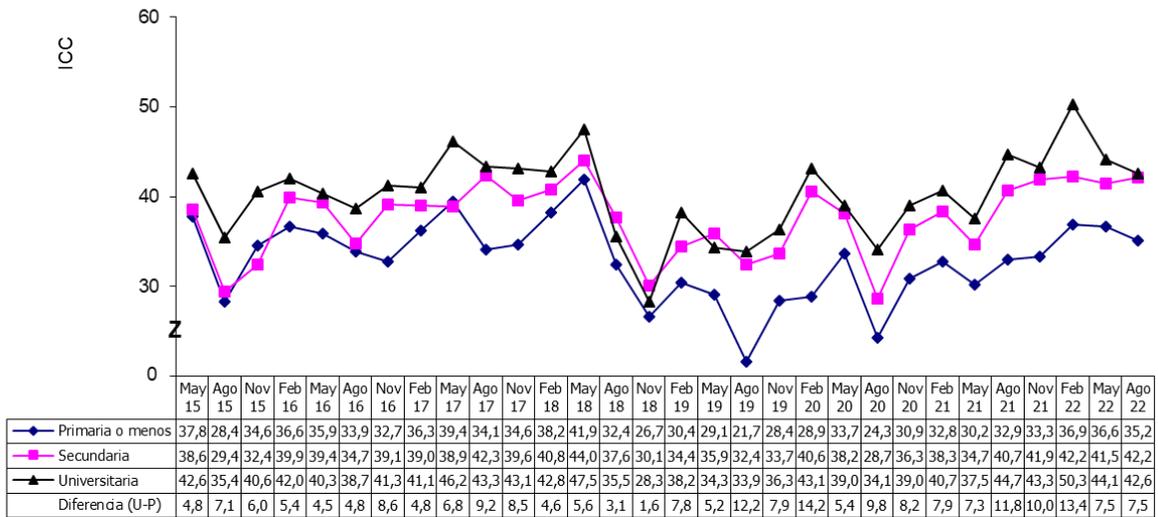
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

Gráfico 4  
ICC según grupos de edad



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

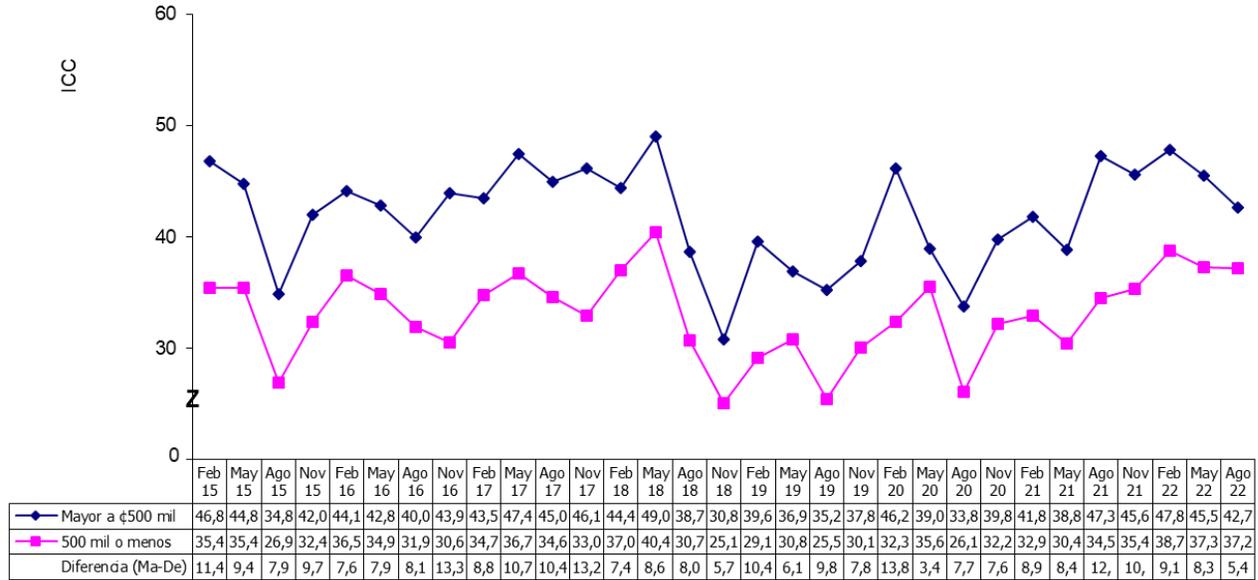
**Gráfico 5**  
ICC según niveles de educación



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

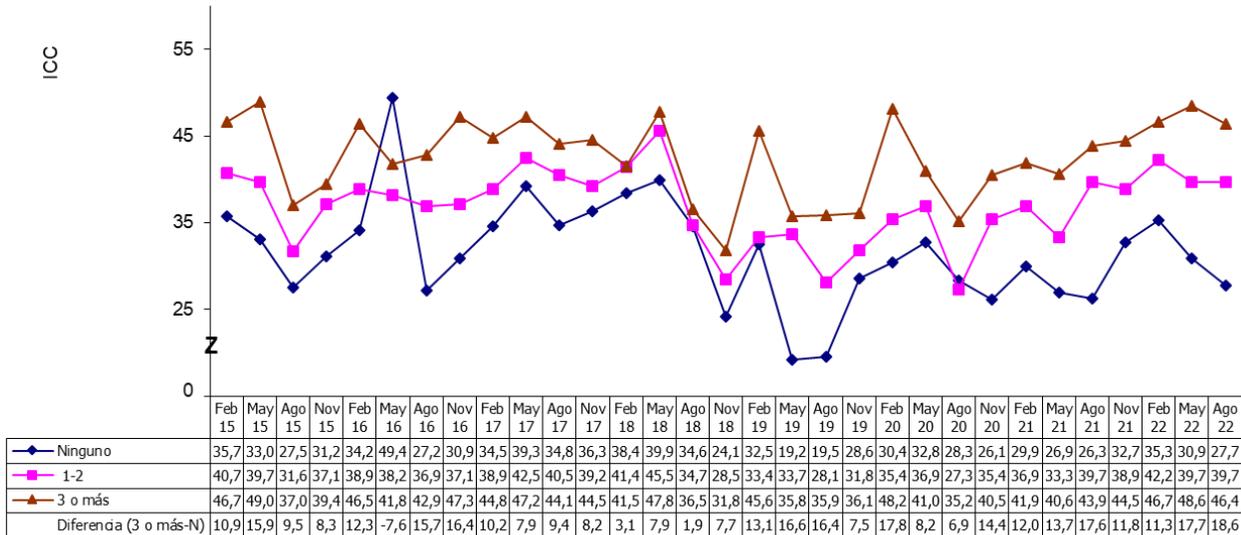
# DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



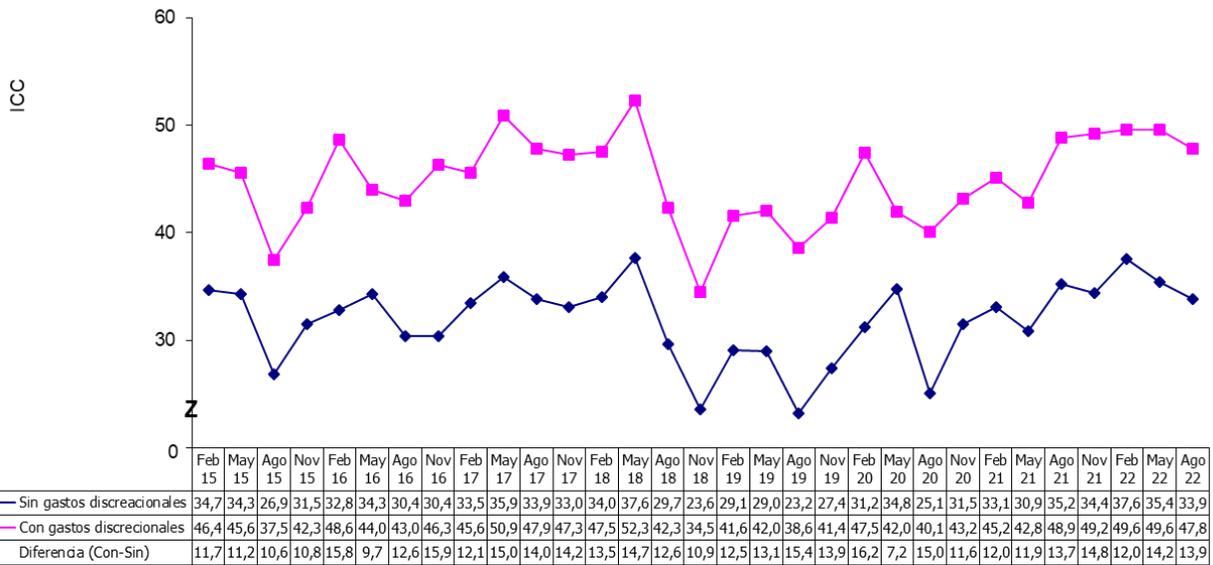
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

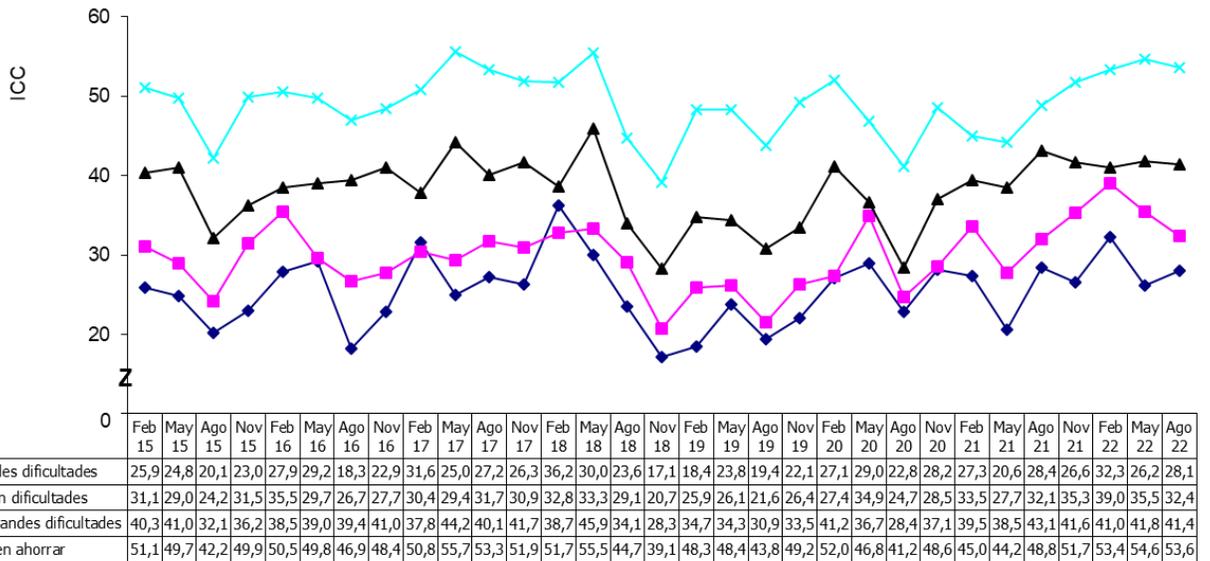
**Gráfico 8**  
**ICC según indicador de la capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>**



<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. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

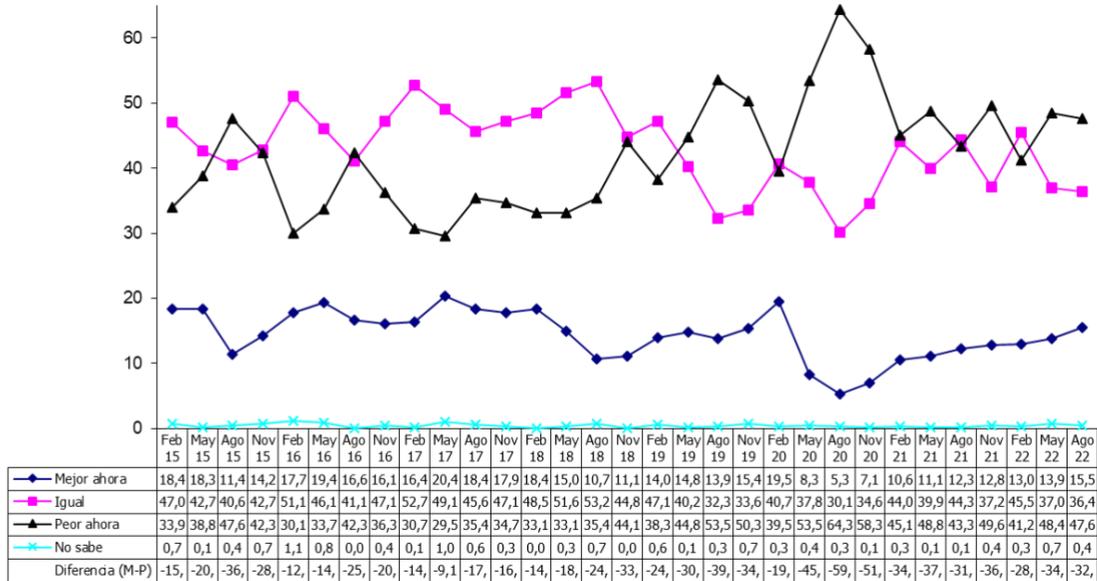
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar que reciben en el hogar (ingreso subjetivo)**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

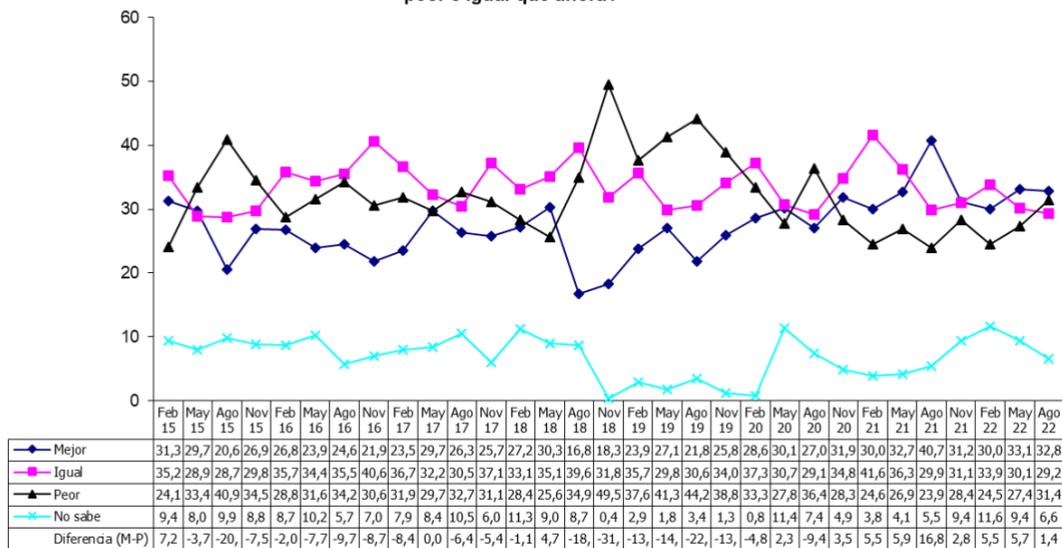
## COMPONENTES DEL ICC (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>4</sup>

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

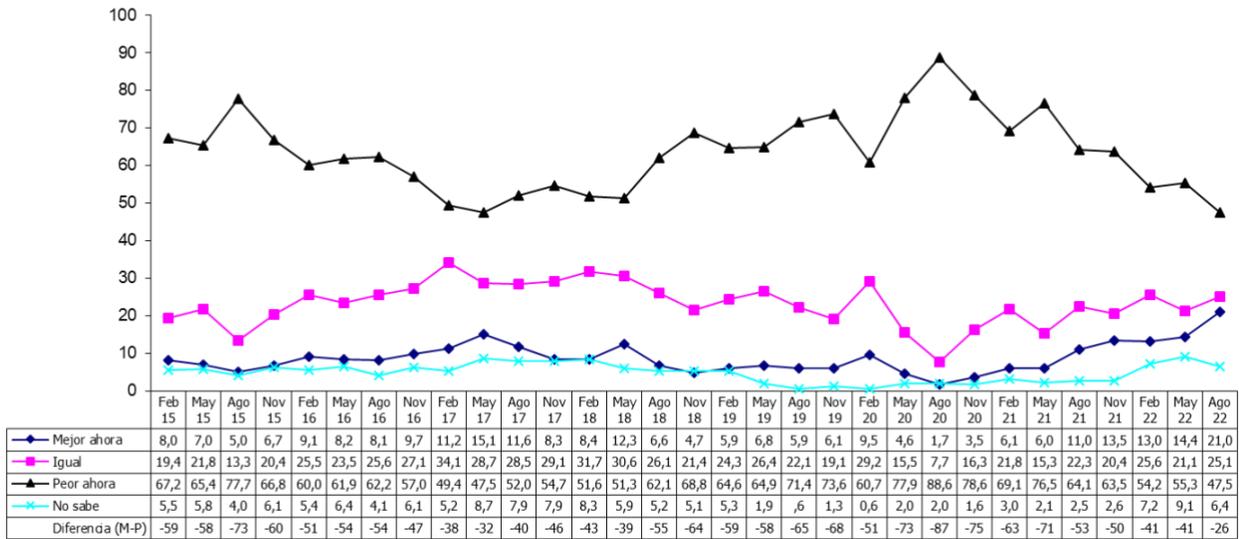
**Gráfico 11**  
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

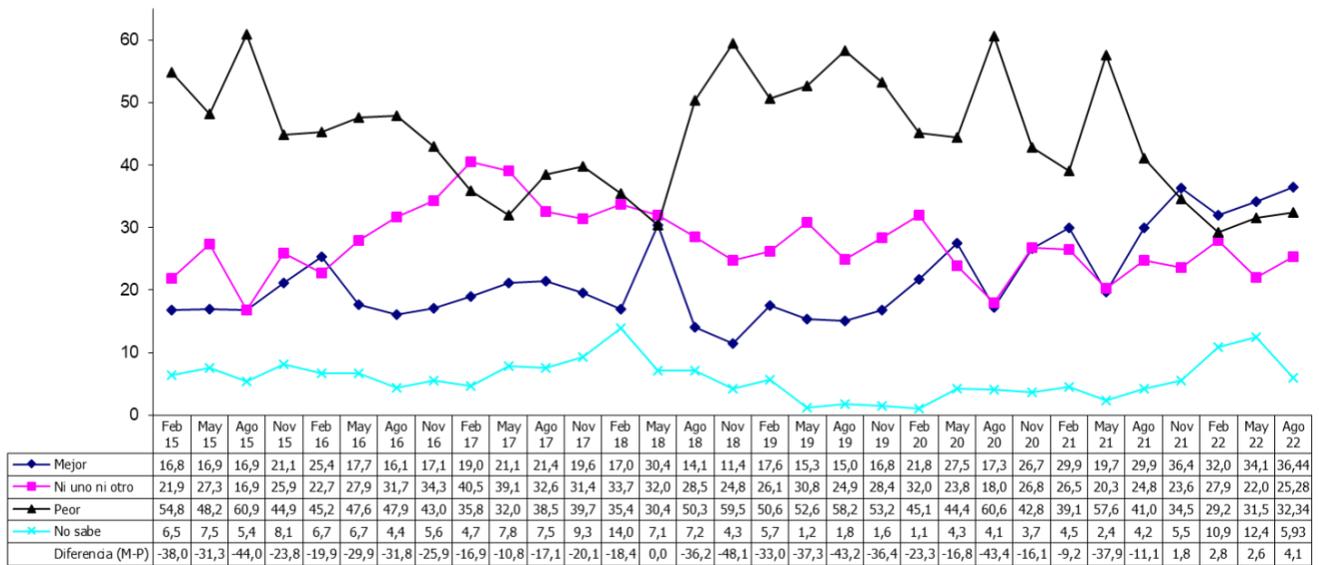
<sup>4</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

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



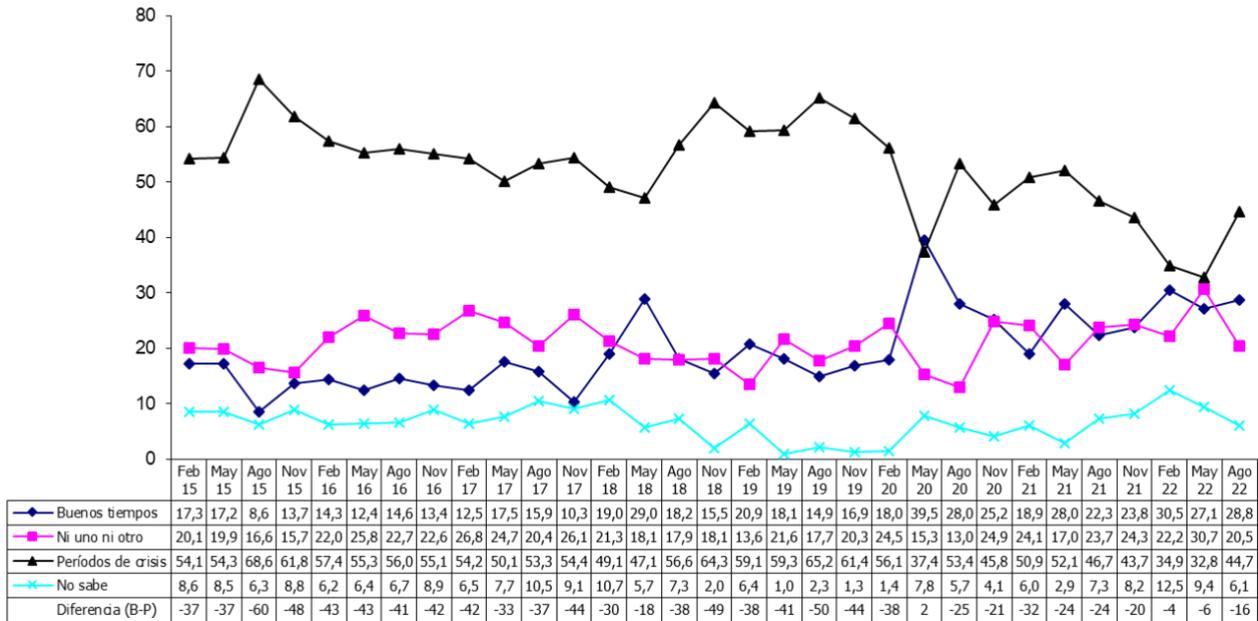
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

**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?**



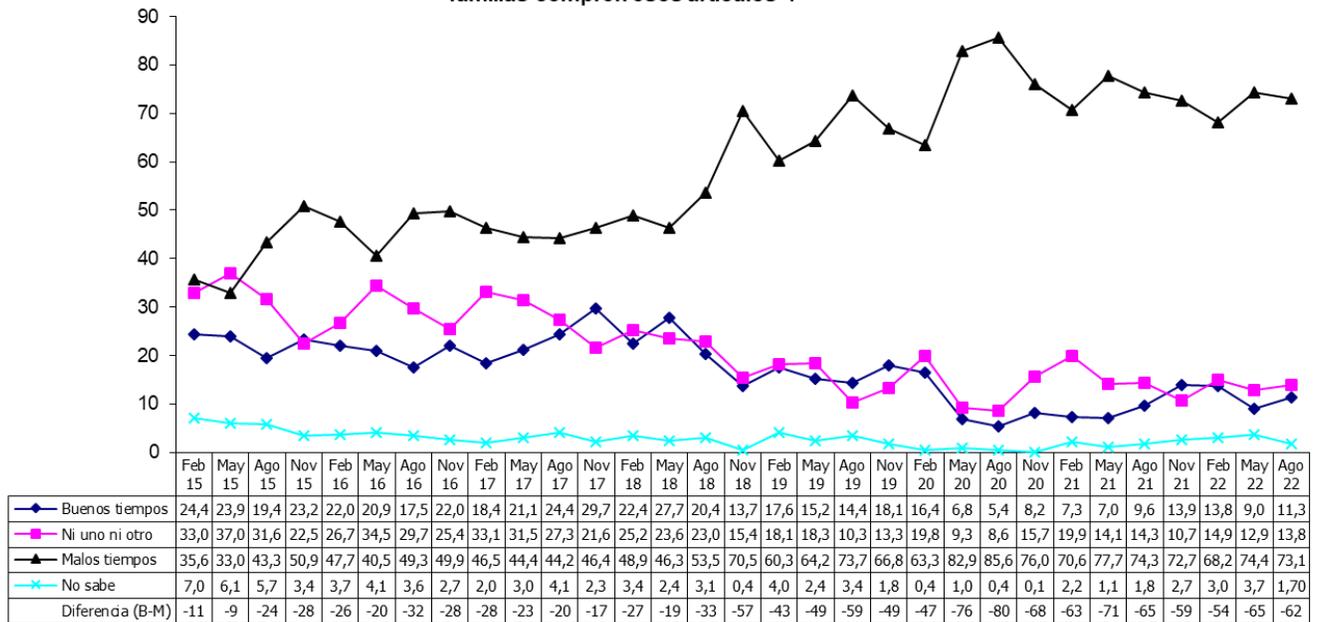
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

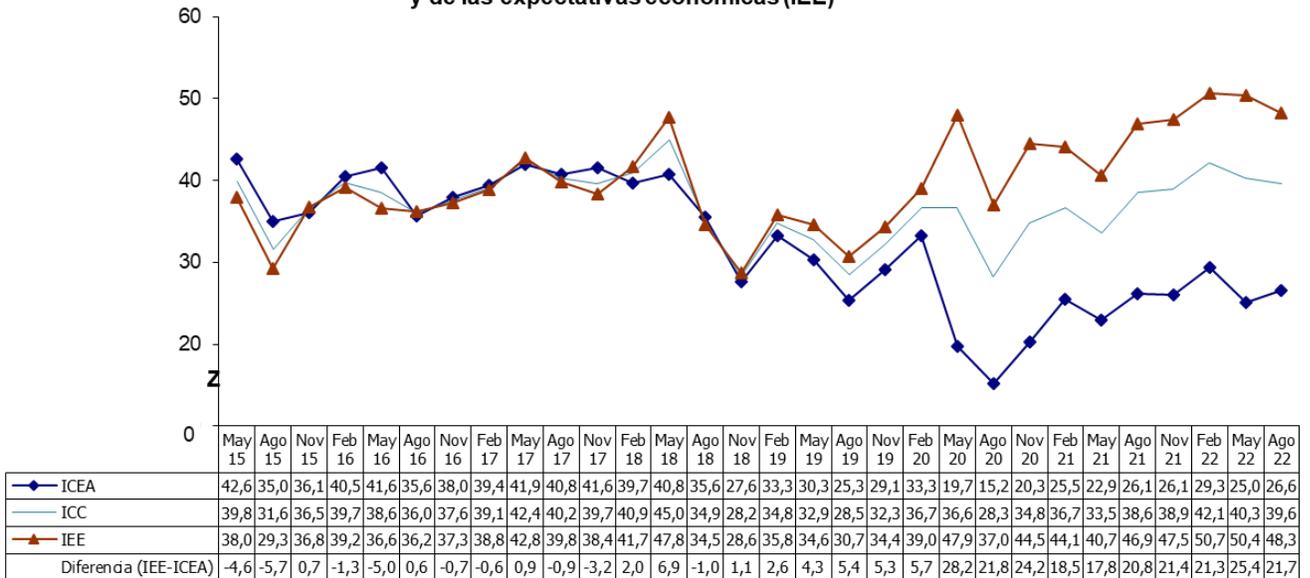
**Gráfico 15**  
**En términos generales ¿diría Usted que actualmente es un buen momento o un mal momento para que las familias compren esos artículos<sup>1</sup>?**



<sup>1</sup>Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.  
 Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

## VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)<sup>5</sup> Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)<sup>6</sup>

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

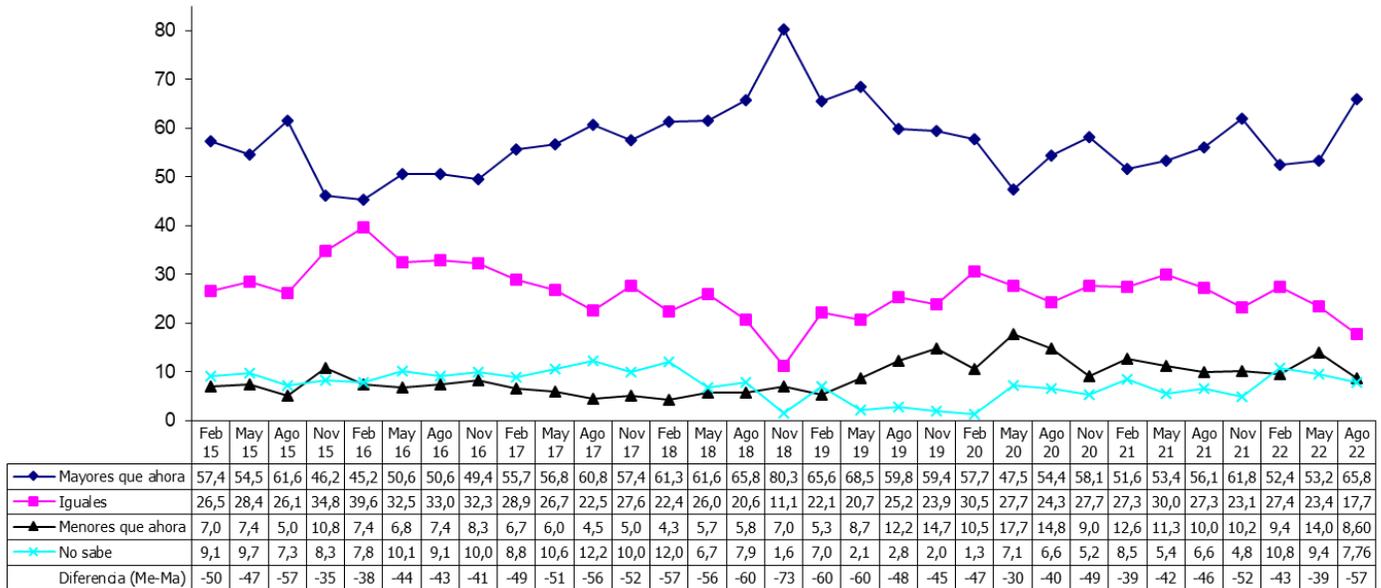
<sup>5</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

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

## EXPECTATIVAS ANTE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

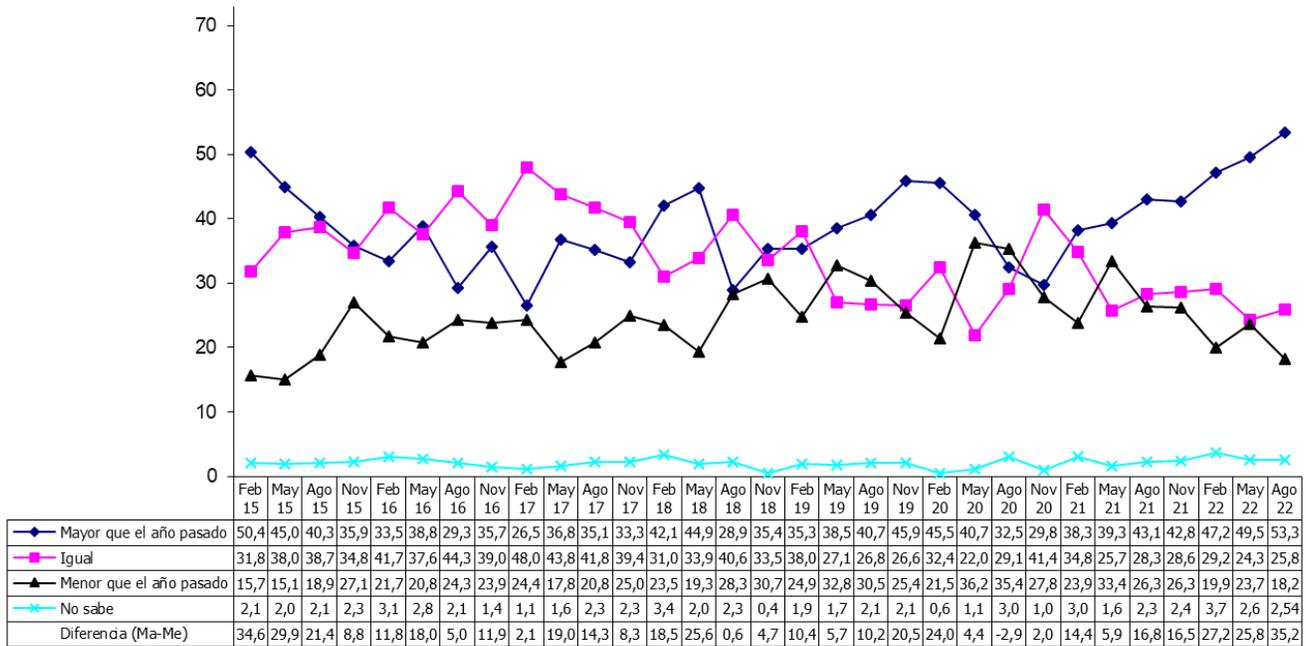
Gráfico 17

¿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?



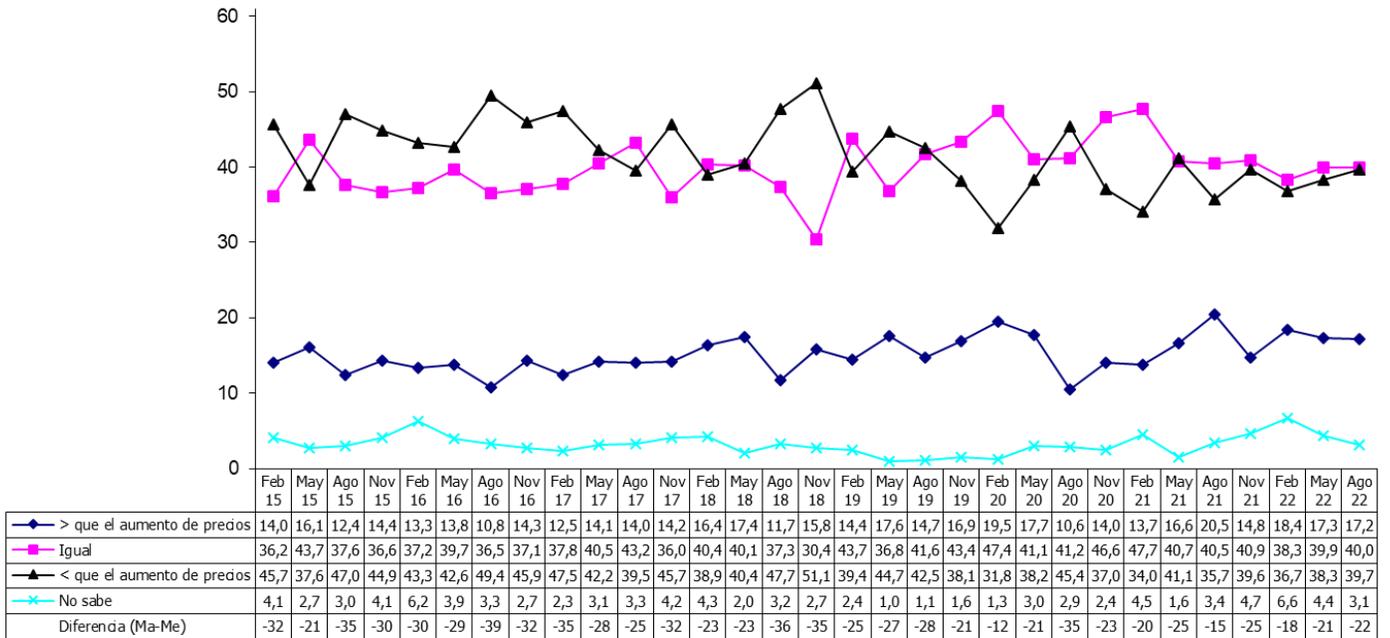
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

**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. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

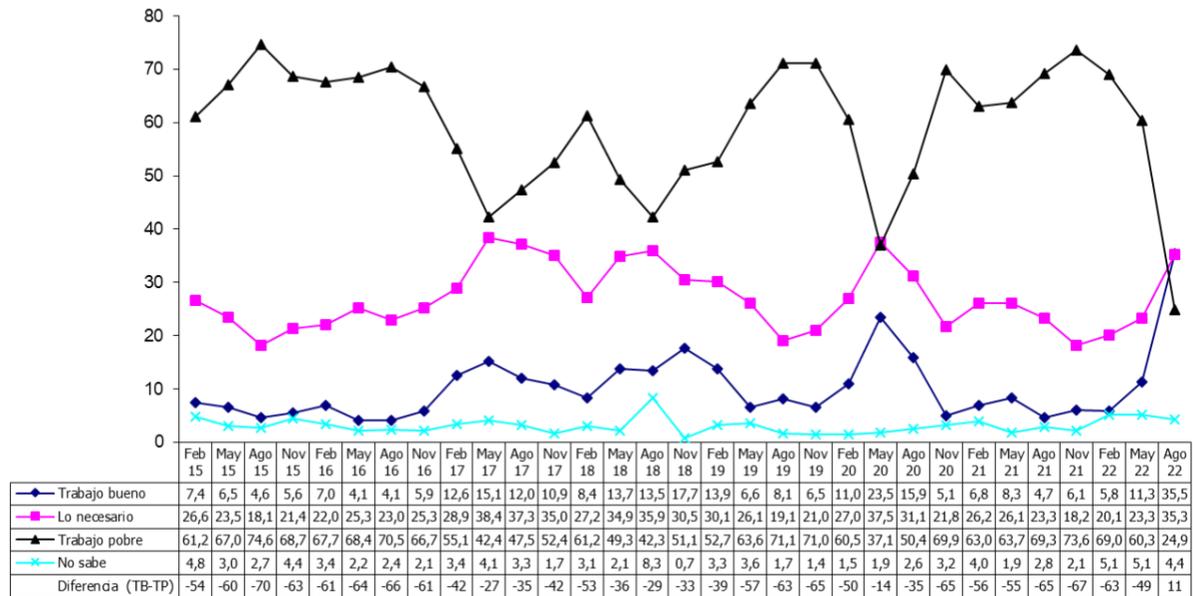
**Gráfico 19**  
**Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

## PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

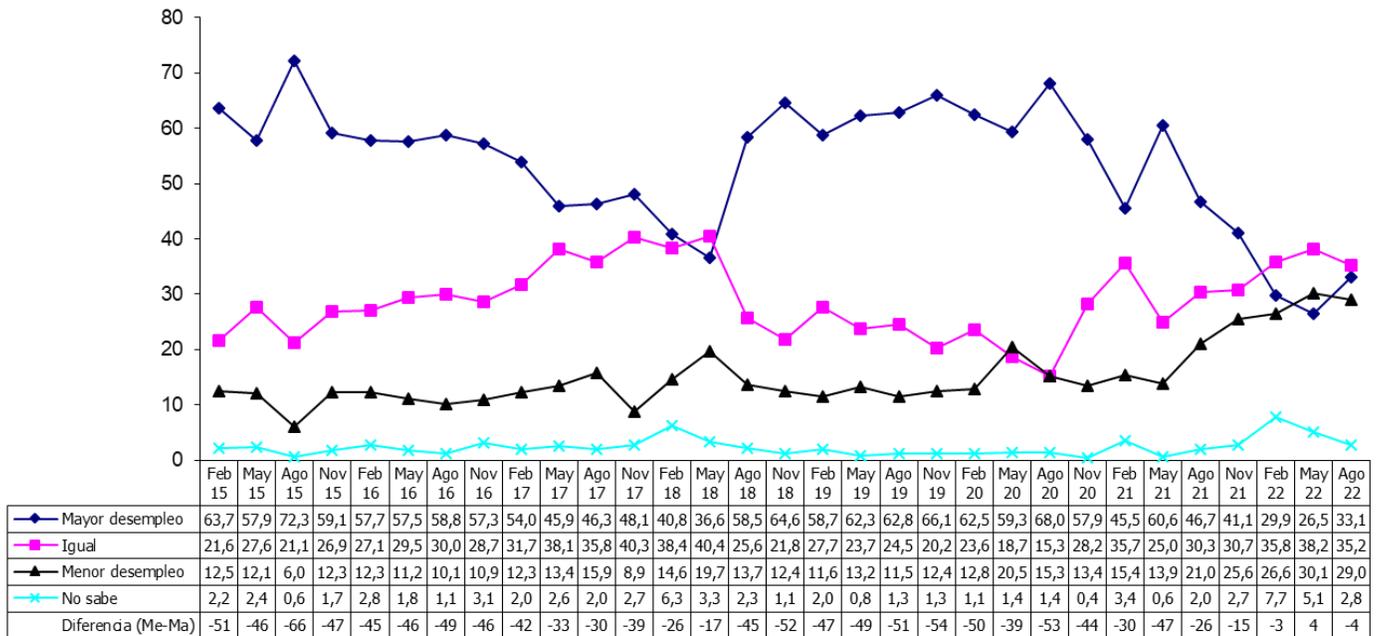
**Gráfico 20**  
¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual? ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?



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

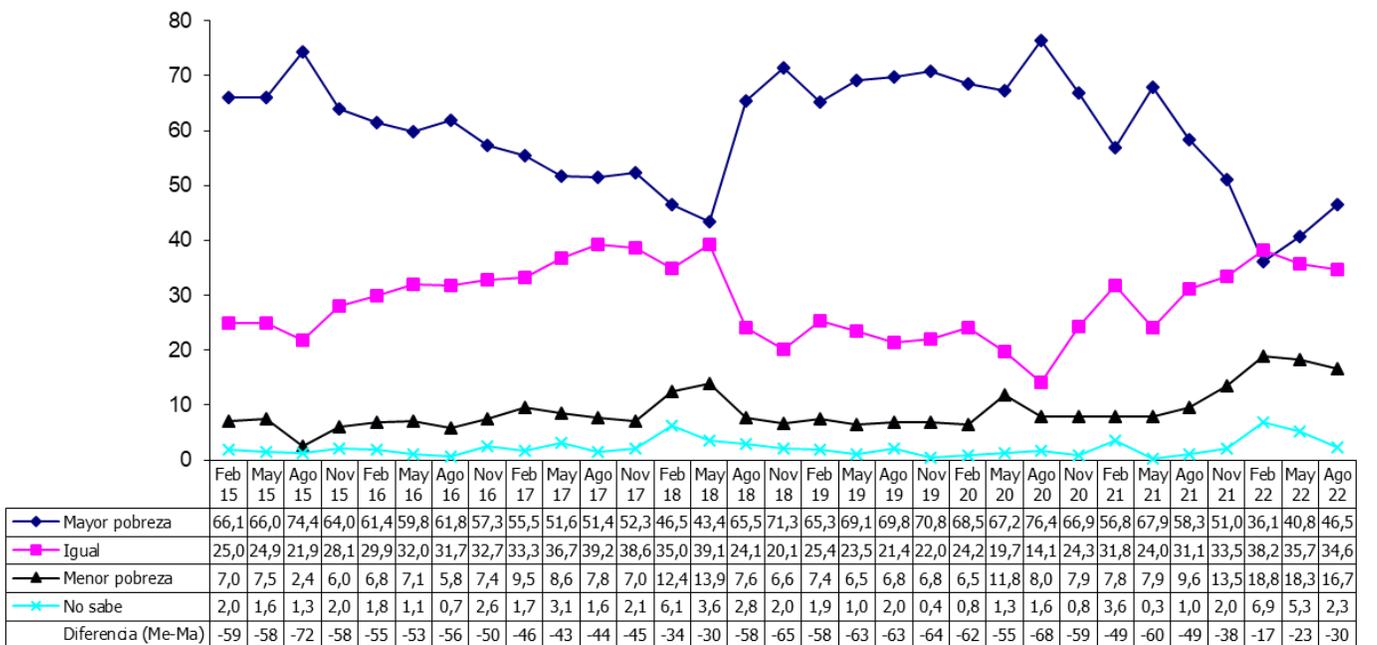
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 75. Agosto, 2022.

**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. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

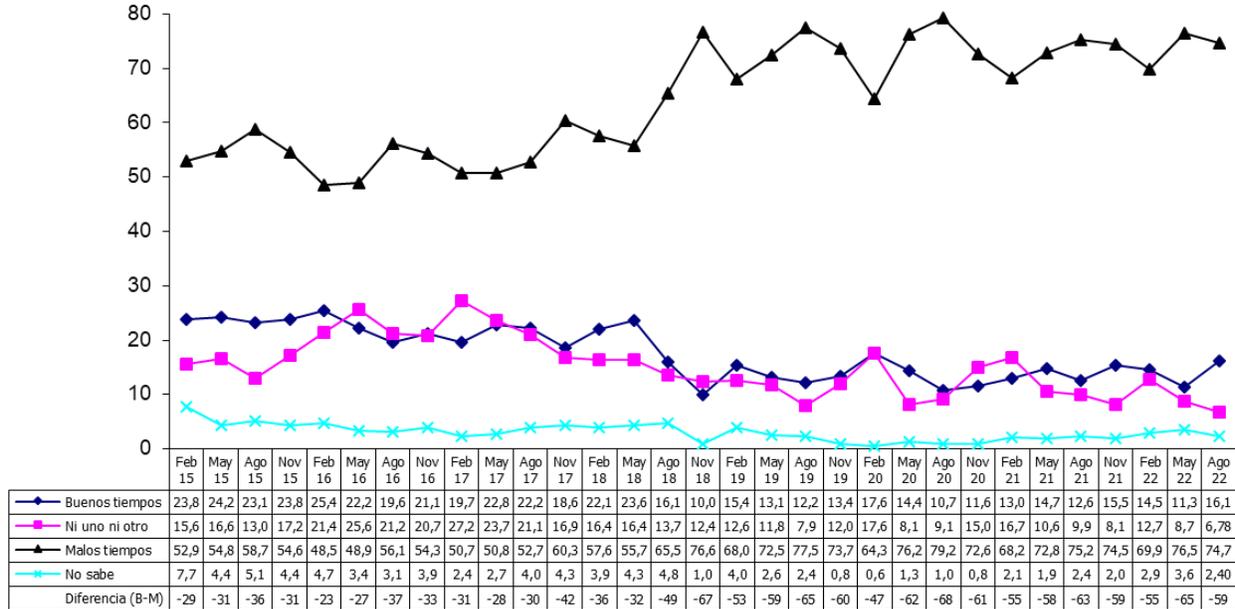
**Gráfico 22**  
 ¿Y qué cree que sucederá con la pobreza en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

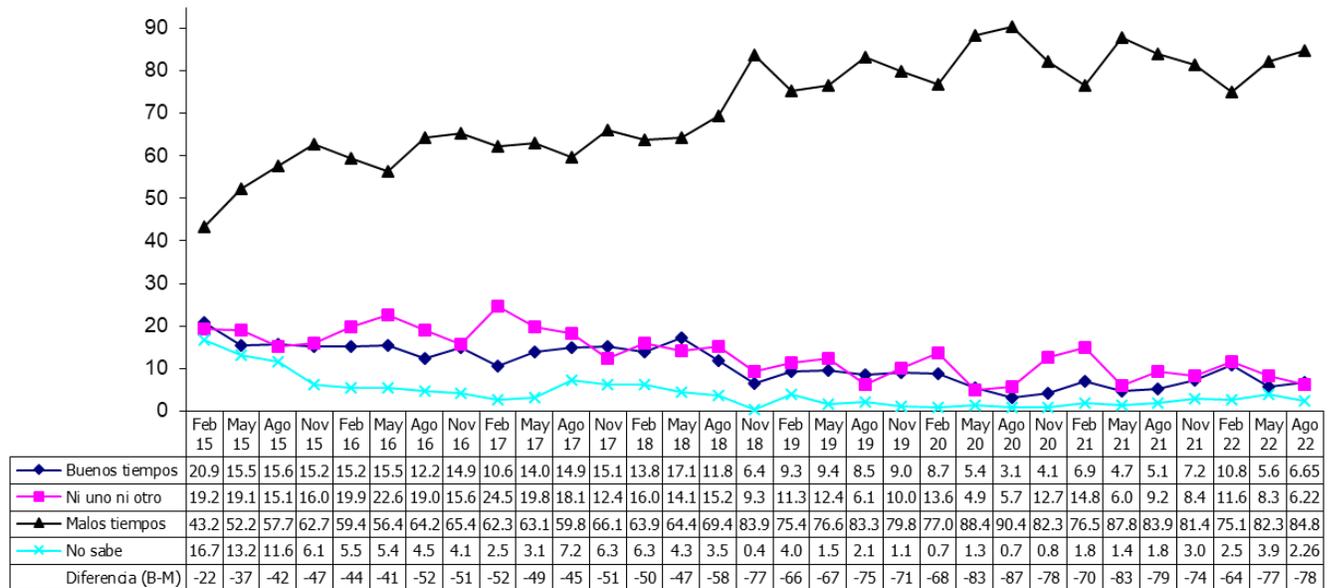
## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

**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. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

**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. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

## 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
feb-15	100	53,9	29,5	10,0	6,7	37,6	44,8	49,3	11,7
may-15	100	73,3	20,3	1,8	4,6	37,4	45,7	61,5	24,1
ago-15	100	75,9	16,6	3,3	4,3	30,4	34,4	38,7	8,3
nov-15	100	59,4	26,6	5,1	8,8	33,8	41,3	43,9	10,1
feb-16	100	56,9	25,5	10,6	7,0	37,2	43,2	47,5	10,3
may-16	100	71,5	19,4	2,8	6,3	36,6	43,5	53,0	16,4
ago-16	100	79,4	14,5	2,4	3,7	35,5	37,2	48,8	13,3
nov-16	100	74,6	16,1	3,0	6,3	36,7	40,1	51,4	14,7
feb-17	100	83,1	11,3	2,3	3,3	38,4	45,9	35,0	-3,4
may-17	100	80,6	12,8	1,6	5,0	41,6	45,1	41,8	0,2
ago-17	100	69,4	22,1	1,4	7,1	37,3	48,3	57,0	19,7
nov-17	100	74,1	17,9	2,1	5,9	38,3	44,6	50,0	11,7
feb-18	100	72,5	17,3	3,0	7,3	38,5	49,3	46,2	7,7
may-18	100	79,9	13,9	2,1	4,1	42,8	53,7	61,3	18,5
ago-18	100	81,3	12,1	2,5	4,1	33,2	44,2	45,6	12,4
nov-18	100	86,3	11,3	1,3	1,1	26,6	36,3	41,1	14,5
feb-19	100	65,3	22,6	4,0	8,1	33,1	37,3	44,6	11,5
may-19	100	84,5	12,7	1,7	1,1	31,5	40,6	50,0	18,5
ago-19	100	78,8	17,0	2,4	1,8	26,2	35,7	53,7	27,5
nov-19	100	79,4	17,1	1,8	1,7	29,7	41,3	51,3	21,6
feb-20	100	76,4	18,6	2,8	1,1	35,9	39,6	35,4	-0,5
may-20	100	55,9	30,4	10,6	3,1	36,0	38,4	36,3	0,3
ago-20	100	68,4	22,9	4,1	4,6	25,3	33,1	31,8	6,5
nov-20	100	66,9	25,3	5,2	2,5	32,8	38,3	42,5	9,7
feb-21	100	71,9	19,3	4,8	4,0	35,7	40,1	35,5	-0,2
may-21	100	83,4	12,3	3,6	0,7	32,7	37,3	36,1	3,4
ago-21	100	87,3	7,5	3,5	1,7	37,7	46,0	47,5	9,8
nov-21	100	89,0	6,3	3,0	1,7	38,2	43,3	51,9	13,7
feb-22	100	76,9	12,0	5,9	5,1	40,8	46,3	49,3	8,5
may-22	100	70,6	10,6	16,4	2,4	37,6	45,5	47,1	9,5
ago-22	100	67,0	18,4	13,0	1,6	37,0	43,5	46,2	9,2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, N° 75. Agosto 2022.

Cuadro 2

¿Usted diría que en 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
feb-15	100	51,9	37,2	4,1	6,9	37,1	45,6	44,1	7,0
may-15	100	44,7	43,7	5,0	6,7	36,9	42,6	38,9	1,9
ago-15	100	53,0	37,3	3,1	6,6	29,5	35,0	28,6	-0,9
nov-15	100	37,6	46,4	4,8	11,1	31,6	40,8	39,7	8,2
feb-16	100	39,9	48,8	4,7	6,7	33,7	44,2	47,0	13,3
may-16	100	37,3	49,6	4,3	8,8	35,1	41,1	47,1	12,0
ago-16	100	55,8	34,8	3,6	5,8	34,6	37,6	37,6	3,0
nov-16	100	63,3	26,4	3,0	7,3	35,5	41,7	43,8	8,3
feb-17	100	69,8	22,7	2,3	5,2	37,8	44,1	37,5	-0,3
may-17	100	71,3	20,1	2,7	5,8	41,0	45,8	47,4	6,4
ago-17	100	62,5	28,0	2,1	7,4	37,9	44,1	43,3	5,4
nov-17	100	61,6	29,4	2,1	6,9	37,2	44,9	42,0	4,8
feb-18	100	67,9	22,8	2,6	6,7	38,4	47,4	42,8	4,4
may-18	100	60,6	30,9	3,7	4,9	42,5	48,7	56,5	14,0
ago-18	100	69,9	21,3	2,3	6,6	32,8	40,3	43,8	11,0
nov-18	100	70,8	18,4	7,8	3,0	25,1	36,1	37,5	12,4
feb-19	100	64,6	26,1	4,1	5,1	32,6	39,8	43,8	11,2
may-19	100	67,4	26,4	3,7	2,5	30,7	37,1	45,2	14,5
ago-19	100	57,2	32,2	9,2	1,4	26,0	32,3	31,3	5,3
nov-19	100	58,0	34,4	5,4	2,3	30,0	35,8	33,5	3,5
feb-20	100	50,4	41,2	6,7	1,7	35,8	37,7	35,6	-0,2
may-20	100	49,4	29,5	15,4	5,7	34,6	41,2	37,0	2,4
ago-20	100	66,6	22,4	7,7	3,3	26,1	32,2	31,7	5,6
nov-20	100	66,9	24,6	5,7	2,8	34,1	36,2	38,5	4,4
feb-21	100	59,0	29,3	5,3	6,3	35,8	38,1	44,8	9,0
may-21	100	69,1	21,4	5,7	3,7	32,4	34,8	37,9	5,5
ago-21	100	70,0	21,2	4,4	4,5	37,5	43,3	36,6	-0,9
nov-21	100	74,7	17,2	5,0	3,1	38,1	40,9	47,9	9,8
feb-22	100	67,8	20,7	6,1	5,4	40,3	45,8	49,7	9,4
may-22	100	68,2	18,4	8,7	4,7	38,0	46,0	45,1	7,1
ago-22	100	59,0	27,7	9,3	4,0	36,4	43,6	44,4	8,0

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, N° 75. Agosto 2022.

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

Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
		Total	Fácil	Regular	Difícil	Ns/Nr	Fácil	Regular	Difícil	Diferencia
feb-15	514	100	13,2	24,7	60,3	1,8	53,4	42,9	38,9	14,5
may-15	462	100	13,4	21,4	62,6	2,6	53,2	42,2	39,7	13,5
ago-15	409	100	15,9	16,6	65,5	2,0	39,4	37,1	31,6	7,8
nov-15	427	100	15,2	17,6	65,8	1,4	46,8	37,3	36,7	10,1
feb-16	433	100	16,6	20,1	61,7	1,6	49,3	44,4	36,7	12,6
may-16	436	100	17,0	18,3	62,4	2,3	47,0	46,6	36,9	10,2
ago-16	433	100	16,2	20,8	62,4	0,7	44,7	42,2	36,0	8,7
nov-16	440	100	17,5	19,5	61,1	1,8	47,8	42,8	37,2	10,6
feb-17	424	100	15,1	24,6	57,2	3,1	47,7	42,0	38,7	9,0
may-17	427	100	18,5	19,0	61,1	1,4	54,7	44,7	40,5	14,2
ago-17	443	100	19,9	18,1	60,5	1,5	50,1	48,1	38,4	11,7
nov-17	439	100	14,8	15,5	65,4	4,3	48,6	44,9	37,4	11,2
feb-18	429	100	19,3	14,5	63,9	2,3	49,9	43,1	38,5	11,3
may-18	456	100	18,2	15,1	66,2	0,5	50,0	50,0	44,0	6,0
ago-18	373	100	11,5	21,4	64,9	2,1	41,9	38,9	30,7	11,2
nov-18	404	100	20,3	14,1	65,6	0,0	34,5	34,0	26,0	8,5
feb-19	386	100	17,6	15,5	64,2	2,6	44,3	38,2	33,6	10,7
may-19	487	100	15,4	14,2	70,4	0,0	42,5	41,2	30,8	11,7
ago-19	422	100	15,2	11,4	73,2	0,2	43,3	37,2	25,6	17,7
nov-19	452	100	12,6	11,9	75,4	0,0	44,2	30,6	31,9	12,3
feb-20	403	100	14,1	21,6	64,3	0,0	46,8	50,1	35,4	11,4
may-20	438	100	9,1	7,5	71,7	11,6	45,7	34,2	34,1	11,6
ago-20	366	100	6,6	4,1	67,2	22,1	32,9	36,5	30,2	2,7
nov-20	422	100	15,2	14,2	67,3	3,3	43,4	41,2	34,2	9,2
feb-21	412	100	13,8	18,4	66,5	1,2	47,8	37,2	36,7	11,1
may-21	312	100	14,1	8,0	76,2	1,6	48,5	48,3	32,2	16,3
ago-21	513	100	18,3	7,6	73,5	0,6	48,2	51,6	38,5	9,7
nov-21	395	100	19,2	9,1	69,9	1,8	50,0	45,4	37,8	12,2
feb-22	417	100	10,1	19,2	68,3	2,4	53,6	43,8	41,1	12,5
may-22	270	100	24,8	8,5	64,8	1,9	47,0	36,3	38,0	9,0
ago-22	433	100	18,7	15,2	56,4	9,7	46,9	46,4	40,6	6,3

<sup>1</sup> Antes de mayo del 2019 se incluía al principal sostén económico, cuyo hogar tenía telefonía fija y que trabajaba, Actualmente, se incluyen personas de 18 años o más que usan telefonía móvil y que trabajan,

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, Nº 75. Agosto 2022.

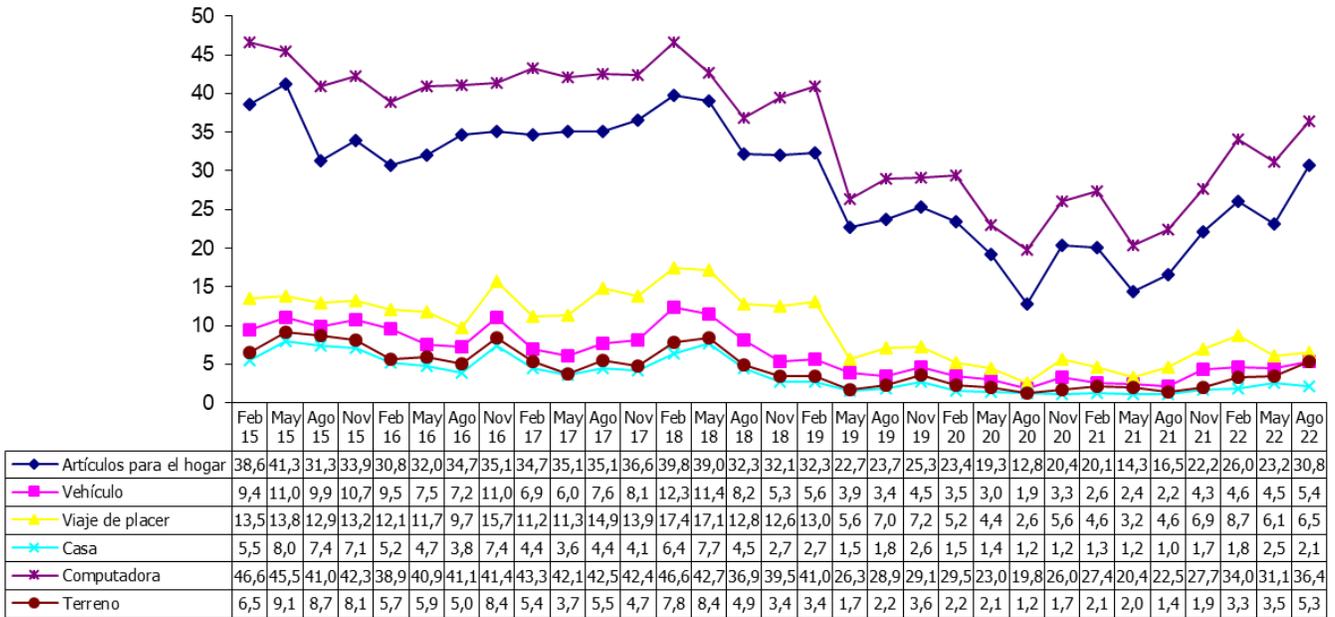
**¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o piensa que tendrá trabajo?**

Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual			Índice de confianza del consumidor			Diferencia
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Ns/Nr	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	
feb-15	514	100	16,2	78,2	5,7	35,4	43,6	8,2
may-15	462	100	16,9	80,3	2,8	34,9	44,2	9,3
ago-15	409	100	12,2	83,6	4,2	30,4	3,05	4,6
nov-15	427	100	16,4	81,5	2,1	29,6	40,6	11
feb-16	433	100	14,3	80,6	5,1	33,2	42,5	9,3
may-16	436	100	17,2	78,4	4,4	36,8	41,3	4,5
ago-16	433	100	20,1	76,0	3,9	34,8	40,0	5,2
nov-16	440	100	13,6	82,7	3,6	32,2	41,8	9,6
feb-17	424	100	15,6	81,6	2,8	36,2	41,9	5,7
may-17	427	100	11,7	85,0	3,3	37,8	45,4	7,6
ago-17	443	100	14,8	82,1	3,1	33,8	44,5	10,7
nov-17	439	100	16,2	77,4	6,4	32,5	42,4	9,9
feb-18	429	100	14,7	80,9	4,4	32,2	42,9	10,7
may-18	456	100	18,2	79,2	2,6	37,7	48,2	10,5
ago-18	373	100	13,9	80,4	5,6	24,0	36,0	12,0
nov-18	404	100	20,0	80,0	0,0	22,5	30,4	7,9
feb-19	386	100	16,8	79,5	3,6	27,1	38,7	11,6
may-19	487	100	31,3	66,5	2,3	29,8	36,4	6,6
ago-19	422	100	25,1	73,2	1,7	20,5	32,8	12,3
nov-19	452	100	30,5	69,5	0,0	27,6	35,8	8,2
feb-20	403	100	27,5	71,5	1,0	33,9	42,7	8,8
may-20	438	100	33,1	46,6	20,3	31,2	38,8	7,6
ago-20	366	100	42,1	34,2	23,8	30,5	31,8	1,3
nov-20	422	100	29,2	62,0	8,8	29,9	39,5	9,6
feb-21	412	100	25,7	68,0	6,3	31,2	41,2	10
may-21	312	100	29,2	65,1	5,8	28,1	39,1	11
ago-21	513	100	32,3	62,1	5,6	38,7	43,1	4,4
nov-21	395	100	25,8	69,4	4,8	35,1	42,8	7,7
feb-22	417	100	22,1	71,7	6,2	36,0	45,5	9,5
may-22	270	100	23,0	73,6	3,3	29,7	43,4	13,7
ago-22	433	100	17,1	72,0	10,9	36,9	44,7	7,8

<sup>1</sup> Antes de mayo del 2019 se incluía al principal sostén económico, cuyo hogar tenía telefonía fija y que trabajaba, Actualmente, Se incluye, personas de 18 años o más que usan telefonía móvil y que trabajan,

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, N° 75. Agosto 2022.

**Gráfico Anexo: Porcentaje de hogares que tiene la capacidad de realizar en el corto plazo (digamos tres meses), al crédito o al contado, compras de algunos bienes**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 75. Agosto, 2022.

**CUADRO ANEXO**  
**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA ENTREVISTADA 1/**

Mes-Año	Número de entrevistas	¿Respondió el principal sostén económico del hogar?		Sexo		Educación			Ingreso familiar mensual			Situación económica (subjativa)				Gasto discrecional 2/	
		Sí	No	Hombre	Mujer	Primaria o menos	Secundaria	Univer-sitaria	500 mil o más	Menos de 500 mil	NS/NR	Tienen grandes dificultades	Tienen algunas dificultades	Sin grandes dificultades	Pueden ahorrar	No	Sí
feb-15	713	100,0	0,0	50,2	49,8	37,9	25,1	37,0	41,7	49,9	8,4	5,2	20,5	47,2	27,1	50,2	49,8
may-15	703	99,4	0,6	47,7	52,3	38,4	22,8	38,8	41,1	50,8	8,1	8,0	19,5	44,1	28,3	51,1	48,9
ago-15	700	99,3	0,7	49,0	51,0	37,4	21,3	41,3	41,4	50,6	8,0	9,7	24,9	40,7	24,6	55,6	44,4
nov-15	702	99,3	0,7	44,9	55,1	43,5	18,3	38,2	40,2	52,4	7,4	9,5	27,2	43,0	20,3	54,1	45,9
feb-16	705	99,1	0,9	47,2	52,8	33,9	22,1	44,0	40,4	51,1	8,5	9,6	25,7	39,9	24,8	56,5	43,5
may-16	716	95,7	4,3	49,0	51,0	34,7	24,1	41,3	44,7	50,3	5,0	8,3	24,4	42,7	24,6	56,3	43,7
ago-16	704	97,6	2,4	49,9	50,1	39,4	20,2	40,4	42,5	49,9	7,7	9,9	24,3	44,3	21,6	55,5	44,5
nov-16	700	98,3	1,7	50,9	49,1	37,5	21,2	41,3	44,4	48,1	7,4	14,4	20,7	39,2	25,7	54,9	45,1
feb-17	706	96,3	3,7	47,0	53,0	30,3	25,8	43,9	42,9	46,6	10,5	8,1	24,4	39,7	27,8	54,0	46,0
may-17	701	98,9	1,1	49,6	50,4	28,6	25,3	46,1	43,8	47,2	9,0	8,0	22,0	43,8	26,1	56,3	43,7
ago-17	706	97,5	2,5	51,6	48,4	30,8	27,9	41,3	47,7	46,0	6,2	9,3	23,9	41,0	25,9	54,5	45,5
nov-17	700	99,6	0,4	46,9	53,1	30,0	25,1	44,9	47,3	48,3	4,4	8,9	28,0	40,5	22,7	53,4	46,6
feb-18	701	98,3	1,7	47,0	53,0	31,1	24,2	44,6	50,4	44,4	5,3	7,2	21,3	43,5	28,0	48,9	51,1
may-18	700	99,9	0,1	50,4	49,6	29,3	25,4	45,3	47,9	46,4	5,7	8,9	17,4	45,8	27,9	50,0	50,0
ago-18	710	89,2	10,8	43,7	56,3	34,1	22,1	43,8	45,6	47,2	7,2	4,0	24,8	47,8	23,5	58,2	41,8
nov-18	701	99,0	1,0	49,2	50,8	30,1	22,7	47,2	48,2	46,8	5,0	10,4	20,7	44,2	24,7	57,3	42,7
feb-19	700	99,4	0,6	44,0	56,0	30,4	27,1	42,4	46,6	49,0	4,4	6,4	21,9	49,4	22,3	54,3	45,7
may-19	723	54,6	45,4	47,6	52,4	39,3	37,7	23,0	33,3	66,7	0,0	12,3	29,0	43,1	15,6	70,4	29,6
ago-19	706	54,4	45,6	47,6	52,4	39,3	37,7	23,0	31,2	68,8	0,0	19,5	26,8	35,3	18,4	65,4	34,6
nov-19	708	53,4	46,6	47,6	52,4	38,3	38,5	23,2	28,1	71,9	0,0	17,7	28,2	36,4	17,7	65,4	34,6
feb-20	712	51,1	48,9	47,6	52,4	38,3	38,5	23,2	31,0	68,7	0,3	12,6	31,3	41,3	14,7	66,4	33,6
may-20	701	63,1	36,9	47,6	52,4	38,4	38,4	23,3	23,5	72,6	3,9	14,6	27,0	43,3	15,1	73,9	26,1
ago-20	701	52,9	47,1	47,6	52,4	38,4	38,4	23,3	27,2	66,6	6,1	17,2	30,7	36,7	15,4	78,7	21,3
nov-20	708	56,4	43,6	47,6	52,4	39,4	38,1	22,6	31,8	64,1	4,1	17,5	30,0	37,4	15,2	72,0	28,0
feb-21	729	55,2	44,8	47,6	52,4	39,4	38,1	22,5	32,8	60,4	6,9	20,4	27,1	33,2	19,3	70,6	29,4
may-21	700	56,7	43,3	47,6	52,4	39,4	38,1	22,5	28,6	65,6	5,9	18,1	24,0	42,3	15,5	77,7	22,3
ago-21	709	52,2	47,8	47,5	52,5	39,4	38,1	22,6	29,3	62,6	8,0	19,5	23,8	40,4	16,4	75,5	24,5
nov-21	704	52,6	47,4	47,3	52,7	38,3	38,0	23,8	33,1	59,1	7,8	18,6	25,5	38,0	18,0	69,3	30,7
feb-22	723	56,6	43,4	47,3	52,7	38,3	37,9	23,8	35,2	57,7	7,0	16,6	21,3	38,5	23,6	62,2	37,8
may-22	701	49,5	50,5	47,4	52,6	38,2	37,9	23,8	27,2	59,6	13,1	14,8	27,5	38,1	19,7	65,6	34,4
ago-22	708	52,3	47,7	47,3	52,7	38,3	38,0	23,7	35,9	55,9	8,2	12,3	25,9	44,7	17,1	58,9	41,1

1/ A partir de mayo de 2019 se entrevistan a personas de 18 años y más que usan telefonía móvil (teléfono celular). Previamente, se entrevistaba al principal sostén económico de los hogares que tenían en la vivienda telefonía fija (teléfono residencial).

2/ Es un indicador del gasto discrecional y se pregunta por la capacidad que tiene el hogar de realizar, en el corto plazo, al crédito o a contado, compras de al menos uno de los bienes por los que se preguntó (artículos grandes para el hogar, microcomputadora, terreno, viaje de placer, vehículo y casa).

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, N° 75. Agosto 2022.