

La Confianza de los Consumidores

Encuesta N° 78
Mayo 2023

Investigadora:
Fernanda Alvarado-Leitón, Ph.D.

e-mail:
maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr



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 78 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.

Encuesta del Consumidor N° 78. Mayo, 2023	
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 3 de mayo al 19 de mayo del 2023
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:	707 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 económicas¹. 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)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 de 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 componen el ICC se encuentran en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15.

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

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

ENCUESTA DEL CONSUMIDOR		
Metadato de la encuesta		
Datos de contacto		
País	Costa Rica	
Encuesta	Consumidores	
Organización	Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica	
Dirección oficial	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.	
Sitio web	www.estadistica.ucr.ac.cr	
REPRESENTANTE		
Nombre	Eugenia Gallardo Allen	
Número de teléfono	(506) 2511 6483	
Número de fax	(506) 2511 6510	
Correo electrónico	eugenia.gallardo@ucr.ac.cr	
PERSONA DE CONTACTO		
Nombre	Fernanda Alvarado Leitón	
Número de teléfono	(506) 2511 6483 / (506) 8816 16 35	
Número de fax	(506) 2511 6510	
Correo electrónico	maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr	
Metodología		
Población y marco muestral	Población de estudio	Personas de 18 años y más, nacionales o extranjeros, que usan telefonía móvil (celular) dentro del territorio nacional.
	Marco muestral de la encuesta	Primeros cuatro dígitos activos de los teléfonos celulares activos de las operadoras telefónicas existentes en el país según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL)
	Tamaño del marco muestral	No está determinado
	Características	Incluye únicamente teléfonos celulares
	Fecha de actualización	2018
	Categorías cubiertas	Se cubren todos los bancos telefónicos activos de los celulares del país
Muestreo y precisión	Método de muestreo	Muestreo de bancos telefónicos celulares activos del país, utilizando el procedimiento de Waksberg, para entrevistar personas de 18 años o más.
	Tamaño de muestra esperada	707 entrevistas
	Cobertura de la muestra	Se cubre aproximadamente el 97% de la población de 18 años y más en el país
	Error de muestreo	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%)
	Tratamiento de la no respuesta	Se realizan cuatro llamadas telefónicas en diferentes días y a diferentes horas para localizar a la persona a entrevistar.
	Sistema de ponderación	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.
Recolección de datos	Periodicidad	Trimestral (febrero, mayo, agosto y noviembre)
	Método de encuesta	Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI en inglés)
	Período de trabajo de campo	Primeros 15 días del mes en que la encuesta es ejecutada
	Presentación de resultados	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 mayo, la confianza de los consumidores registró una cifra de 45,1 puntos (en una escala de cero a 100) revelando la primera caída del índice en los últimos 12 meses (Gráfico 1). Comparando con tres meses atrás (febrero 2023), el ICC registró un descenso estadísticamente significativo de -2,7 puntos. La disminución observada en mayo es la primera que registra la administración Chaves, que mantenía una tendencia creciente de la confianza desde su llegada a la presidencia en mayo de 2022. A pesar de que este resultado muestra incertidumbre hacia la economía nacional, resalta que la confianza sigue estando por encima del promedio histórico que ronda los 41 puntos.

Las personas entrevistadas se clasificaron en tres grupos de consumidores, de acuerdo con sus expectativas hacia la economía nacional: pesimistas, ambivalentes y optimistas (Gráfico 2). El grupo de ambivalentes sigue siendo el más amplio, representando un 53,7% de los consumidores y se mantiene estable con respecto a febrero pasado. No obstante, como se espera ante la caída de la confianza, el grupo pesimista incrementó significativamente su tamaño. En febrero, este grupo representaba 19,4% de los consumidores, mientras que para mayo la cifra alcanzó un 24,5% (+5,1 pp). Es decir, alrededor de uno de cada cuatro costarricenses mayores de edad mantiene reservas importantes respecto a la economía. El grupo optimista, representó un 21,8% de las personas consumidoras, manteniéndose sin cambios significativos desde febrero.

La tendencia de la confianza hacia la baja se observó de manera uniforme en los diferentes grupos demográficos de la población, exceptuando las mujeres (del Gráfico 3 al Gráfico 9). La brecha en la confianza entre hombres y mujeres sigue siendo alta, alcanzando en mayo (y por segunda vez consecutiva) el máximo valor desde que se inició la medición del ICC, con 10,6 puntos de diferencia entre ambos sexos (Gráfico 3). La confianza en la economía de los hombres sigue siendo mayor, llegando en mayo a 50,8 puntos, mientras que la de las mujeres se ubicó en 40,2 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. Ambos índices tienen una escala de 0 a 100.

En mayo, el ICEA presenta un valor de 38,2 puntos y se mantuvo estable respecto a tres meses atrás. Por el contrario, en el mismo período, se observó un descenso estadísticamente significativo del IEE, de -5,2 puntos. De esta forma, la confianza en la economía en el futuro cercano cayó de 54,9 puntos en febrero a 49,7 en mayo (Gráfico 16). La preocupación de los consumidores sobre el futuro económico se centró en la situación de las empresas y el país como un todo, y no tanto en su situación familiar. El porcentaje de personas que opina que tendrá una mejor, similar o peor situación económica fue de 41,6%, 29,2% y 21,2%, respectivamente (Gráfico 11), y estas cifras son similares a las obtenidas en febrero. Por el contrario, disminuyó en -9,2pp el porcentaje de personas que espera una situación económica mejor para las empresas en los próximos 12 meses, pasando de 40,4% en febrero a 31,3% en mayo (Gráfico 13). Además, aumentó en +12,8 pp, respecto a febrero, el porcentaje de personas que opinó que el país enfrentará períodos de crisis en los próximos 5 años. Esta diferencia, estadísticamente significativa, hizo que el porcentaje pasara de 41,7% en febrero a 54,5% en mayo (Gráfico 14).

Expectativas hacia la situación económica personal. Al comparar con los resultados de tres meses atrás, se observaron algunos cambios en las expectativas económicas personales para los próximos 12

meses. Disminuyó, con respecto a febrero, el porcentaje de consumidores que espera perder capacidad de compra durante el próximo año (Gráfico 19). El porcentaje de aquellos que esperan que los precios aumenten más que sus ingresos fue de 28,4% en mayo; 4,2pp menos que en febrero. Esto es consistente con la expectativa relacionada a los ingresos familiares, para la cual se encontró que el grupo que espera ingresos mayores para los próximos 12 meses aumentó en +3,7pp, llegando a un 60,0% en mayo (Gráfico 18). Además, quienes esperan aumentos en las tasas de interés de los préstamos de dinero continúa siendo el más grande, representando un 50,9% de los consumidores y no mostró cambios (Gráfico 17).

Política económica y social. Las tres encuestas previas a la presente reflejaron una percepción positiva de la política económica de la Administración Chaves: en agosto y noviembre de 2022 se registró un balance positivo al comparar el porcentaje de opiniones positivas (calificación de “trabajo bueno”) y negativas (calificación de “trabajo pobre”) sobre la política económica del gobierno. En febrero de este año se rompió dicho balance, pues esas opiniones estaban empatadas. En mayo las percepciones negativas excedieron las positivas. El balance negativo actual se debe a que un 21,9% de las personas entrevistadas opinó que el gobierno estaba realizando un “trabajo bueno” en materia de política económica y un 41,9% opinó que era un “trabajo pobre” (Gráfico 20). Estos resultados muestran un cambio importante en la opinión de los consumidores sobre las políticas económicas, puesto que disminuyó en -7,1pp el número de respuestas positivas (trabajo bueno) y aumentó en +12,7pp el número de respuestas negativas (trabajo malo). Cabe destacar que este resultado era esperable, puesto que la brecha entre los porcentajes de opiniones positivas y negativas venía decreciendo desde agosto de 2022, mes en el que alcanzó 11,0 pp, pasando a 2,7 pp en noviembre, a -0,1 pp en febrero y finalmente alcanzando en mayo un valor de -19,9pp. El incremento progresivo de las percepciones negativas fue observado en las administraciones de Laura Chinchilla, Luis Guillermo Solís Rivera y Carlos Alvarado Quesada, aunque durante estas administraciones nunca se obtuvo un balance positivo. La administración Chaves se diferencia en que alcanzó un balance positivo al inicio de su mandato, pese a que éste se mantuvo solamente seis meses. La administración de Oscar Arias Sánchez ha sido la única que inició con un balance negativo y progresivamente pasó a un balance positivo, interrumpido abruptamente en 2008 ante la crisis financiera global.

A pesar del incremento de las percepciones negativas en la política económica del gobierno, en los últimos tres meses se mantuvieron estables las expectativas sobre pobreza y desempleo en el país. Se encontró que, en los próximos 12 meses, un 44,1% de los consumidores espera mayor pobreza (Gráfico 22) y un 37,3% espera mayor desempleo (Gráfico 21). Estas cifras han sido relativamente estables desde la primera medición realizada después de la entrada de la Administración Chaves en agosto de 2022, momento en el que se contaba con un balance positivo y amplio en las opiniones de su política económica. Desde entonces, el porcentaje que espera mayor desempleo es el único que registra cambios, con un aumento de +4,3pp entre agosto 2022 y mayo de 2022.

Valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro). Comparando con febrero anterior se observaron cambios en la apreciación del momento para la compra de casa y carro. En el caso de la casa, se encontró que el 68,0% afirma que son malos tiempos para comprarla (Gráfico 23), lo cual representa un cambio significativo de +4,2pp en los últimos tres meses. Para la compra de carro, el porcentaje que considera el momento actual como malo para adquirirlo sigue siendo alto, representando un 68,0% de los consumidores; no obstante, este porcentaje se redujo significativamente en -5,6pp desde febrero (Gráfico 24). Estos resultados evidencian que, en los últimos tres meses, mientras la valoración por la compra de casa se deterioró, la referente al carro se fortaleció.

Otros factores relacionados con la confianza. La encuesta recolecta datos sobre otros factores que podrían estar contribuyendo a modificar la confianza en la economía. La expectativa ante un aumento

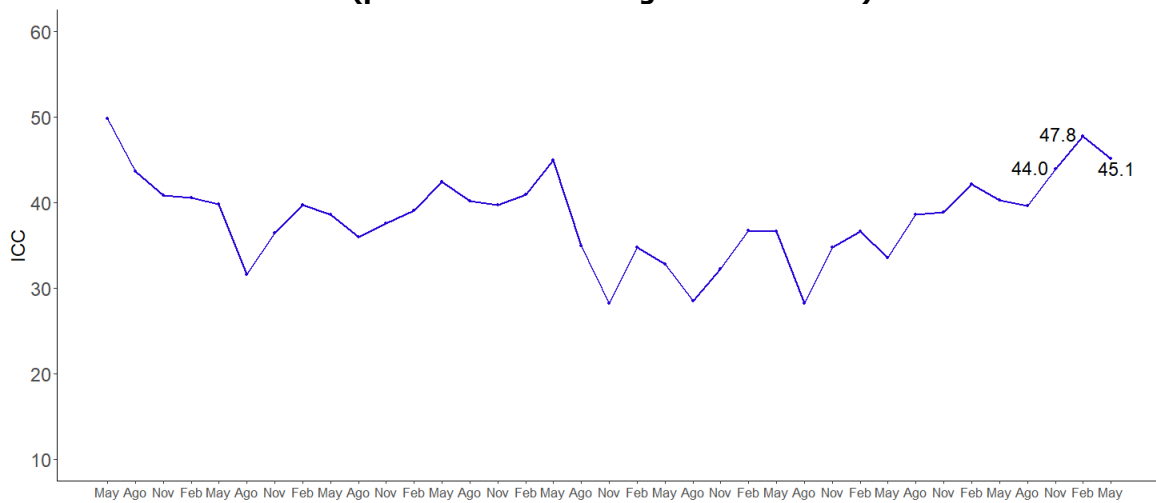
del precio de los combustibles se mantuvo estable respecto a febrero, llegando en mayo a 53,4% el porcentaje de personas que espera aumentos en los próximos 12 meses (Cuadro 1). En lo referente al tipo de cambio, disminuyó significativamente el porcentaje de quienes esperan alzas en el precio del dólar en los próximos 12 meses (Cuadro 2). En febrero se registró que 54,5% de los consumidores esperaba alzas, mientras que en mayo esta cifra fue 47,4%, es decir una disminución de -7,1 pp en los últimos tres meses.

¿Qué puede concluirse? La confianza de los consumidores en la economía nacional disminuyó en mayo y llegó a 45,1 puntos (en una escala de cero a 100), rompiendo la tendencia al alza observada en encuestas anteriores. El principal motivo de la caída del ICC se debe a la desconfianza en la economía futura del país: el Índice de Expectativas Económicas (IEE) disminuyó en 5,2 puntos, llegando a 49,7 puntos. Pese a esta situación, el grupo que espera un aumento en sus ingresos para el próximo año incrementó en +3,7 pp, alcanzando el 60,0% en mayo. Además, disminuyó el porcentaje que espera un aumento en el precio del dólar en los próximos 12 meses (47,4%, -7,1 pp) y se mantuvo estable el de quienes esperan un aumento del precio de los combustibles (53,4%). Sin embargo, sobre la política económica de la Administración Chaves se observó, por primera vez, un balance negativo entre las opiniones positivas y negativas, pues 21,9% opinó que el gobierno estaba realizando un “trabajo bueno” y un 41,9% opinó que era un “trabajo pobre” (-19,9pp). En materia social, se mantuvieron estables las expectativas sobre pobreza y desempleo en el país para los próximos 12 meses: 44,1% y 37,3% espera un aumento en la pobreza y en el desempleo, respectivamente. Ante la valoración de los bienes duraderos, se incrementó el porcentaje que considera que son malos tiempos para comprar una casa (68,0%, +4,2pp), aunque disminuyó el porcentaje de quienes valoran como malo el momento para comprar un vehículo (68,0 %, -5,6pp). En resumen, la confianza de los consumidores disminuyó en mayo, principalmente debido a la incertidumbre sobre la economía futura. También hubo un cambio importante en la percepción de las políticas económicas del gobierno, con un aumento en las opiniones negativas.

RESULTADOS GRÁFICOS

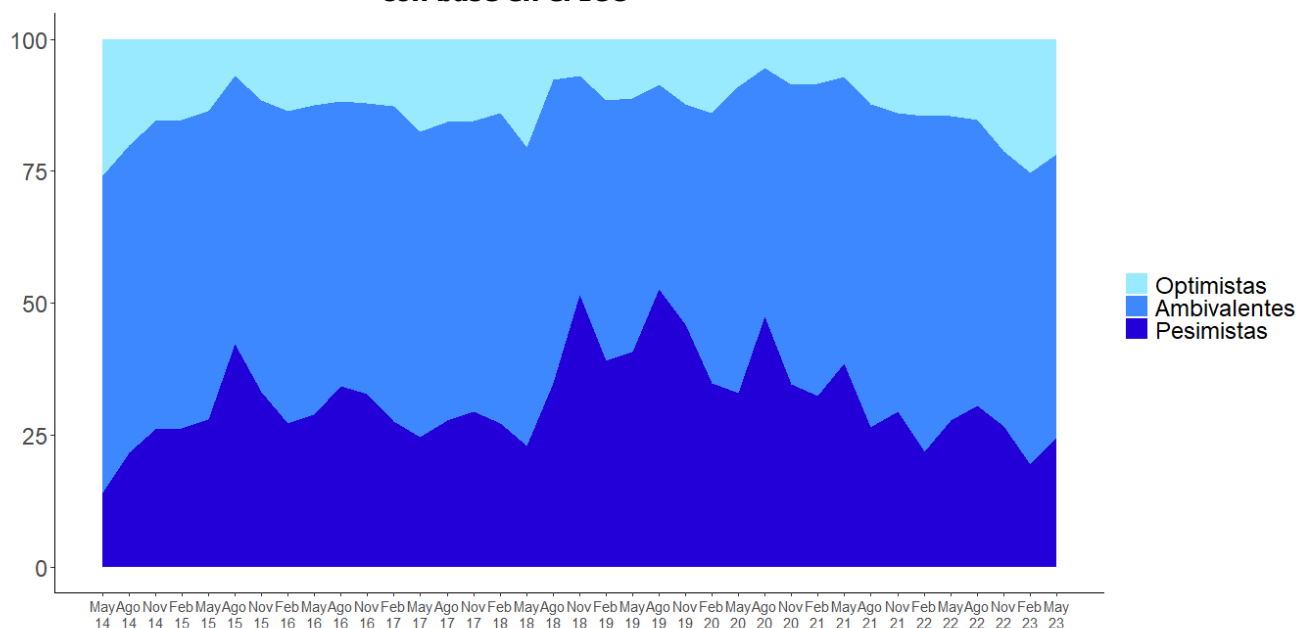
LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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° 78. Mayo, 2023

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

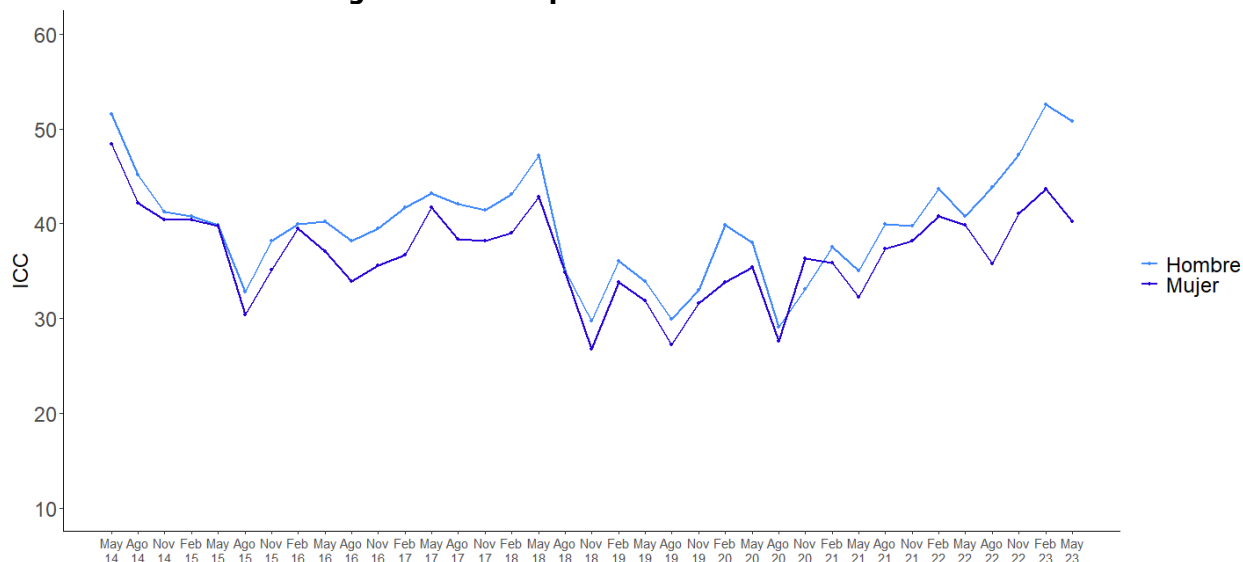


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada 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° 78. Mayo, 2023

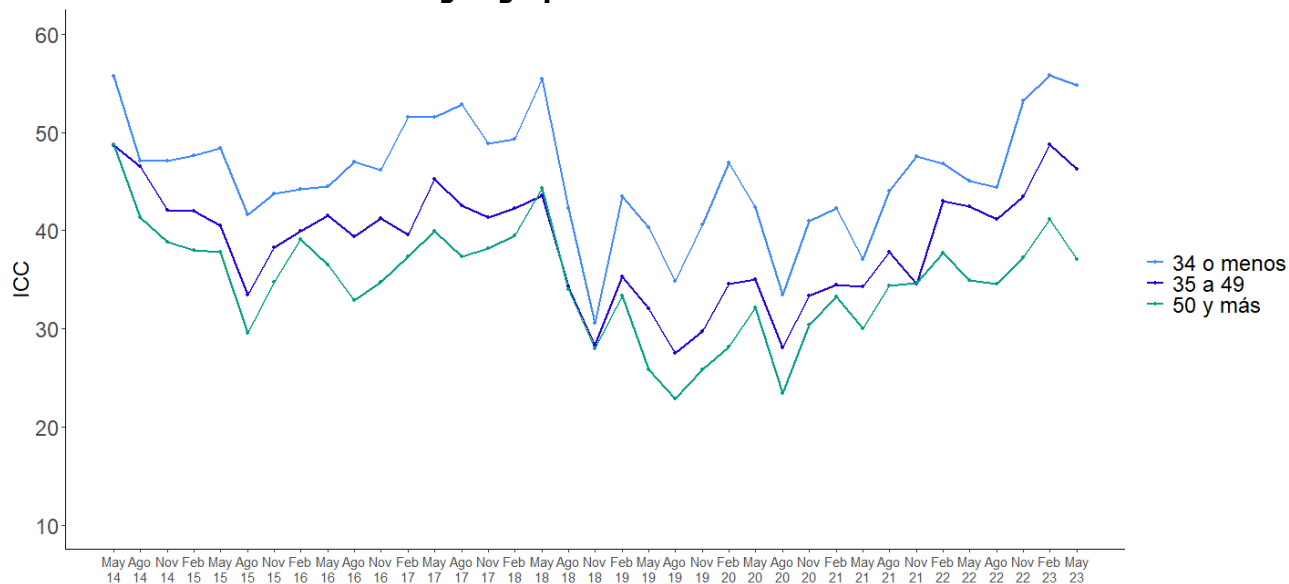
DIFERENCIALES DEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3
ICC según sexo de la persona entrevistada



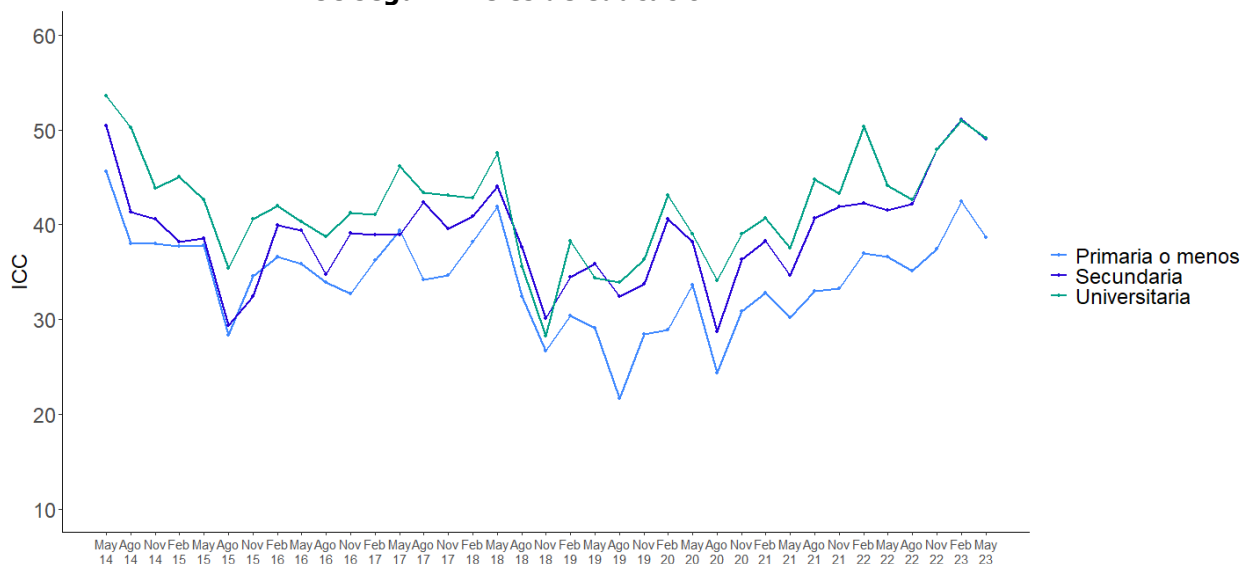
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

Gráfico 4
ICC según grupos de edad



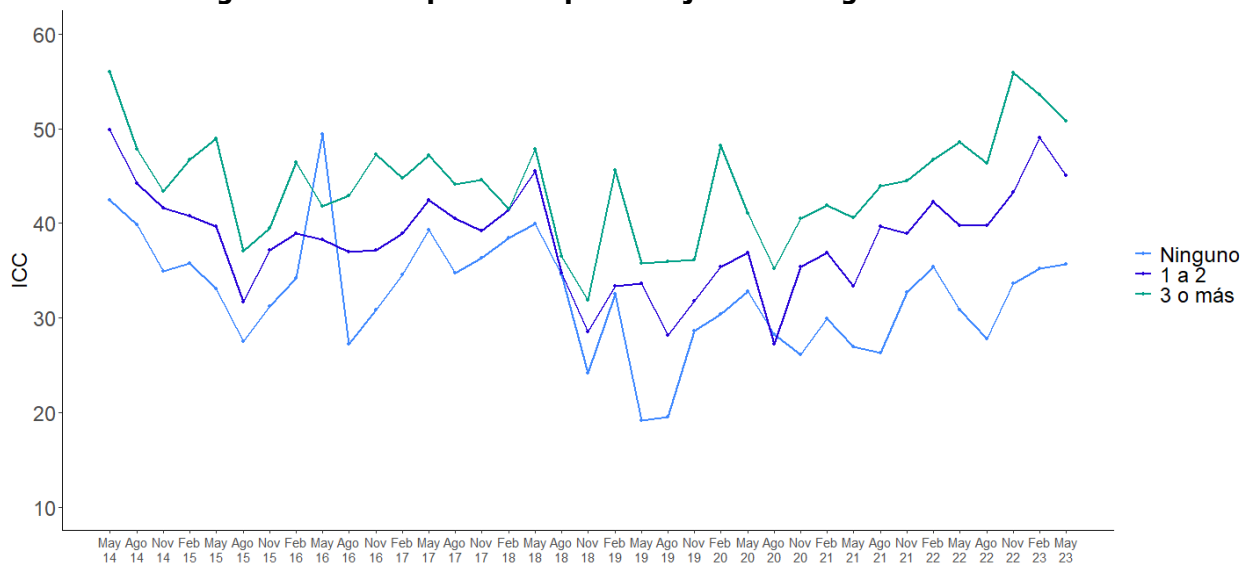
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

Gráfico 5
ICC según niveles de educación



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 78. Mayo, 2023

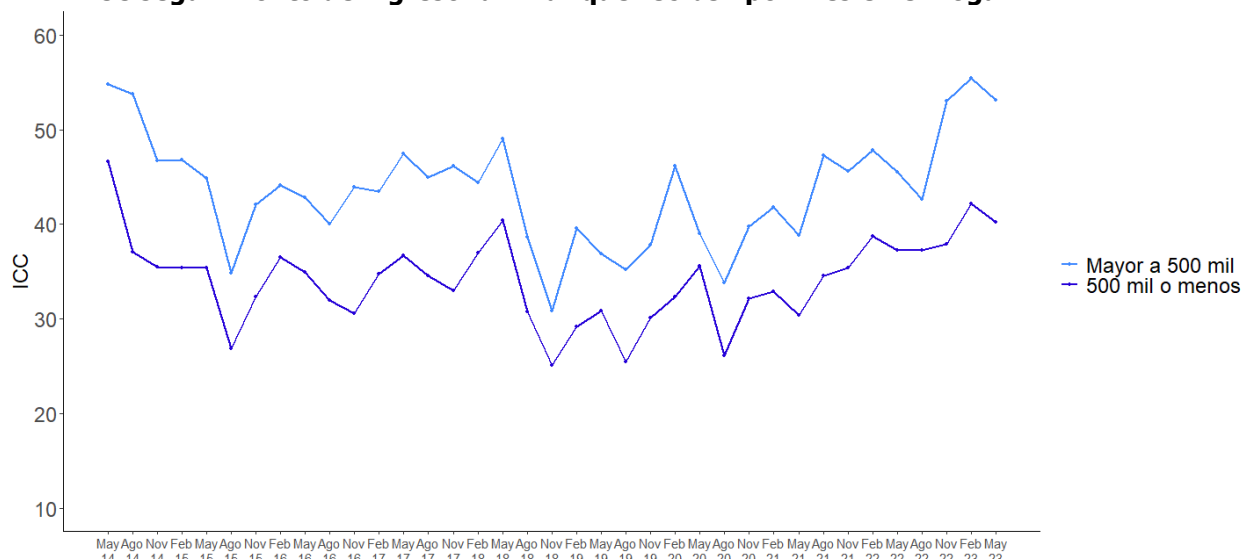
Gráfico 6
ICC según número de personas que trabajan en el hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 78. Mayo, 2023

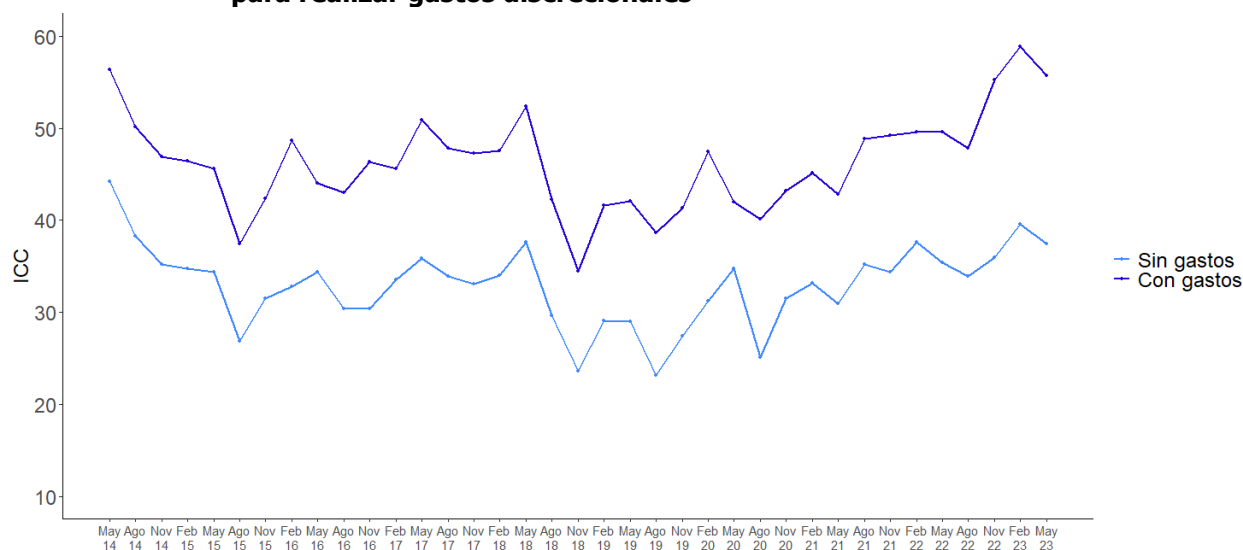
DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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° 78. Mayo, 2023

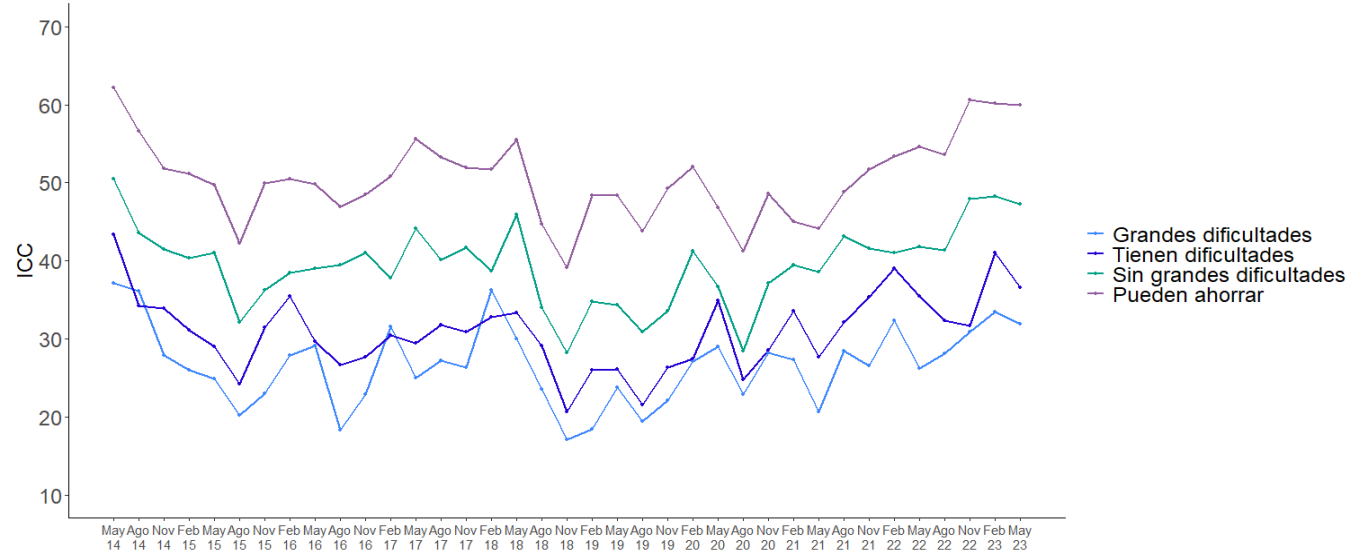
Gráfico 8
ICC según indicador de la capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales¹



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 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. N° 78. Mayo, 2023

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

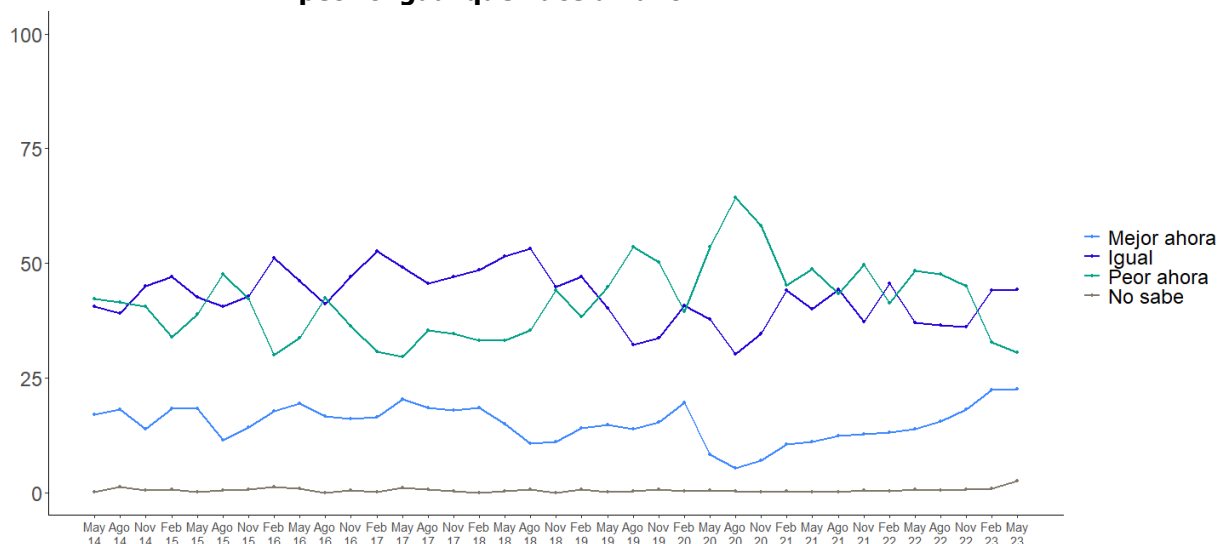


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

COMPONENTES DEL ICC (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)⁴

Gráfico 10

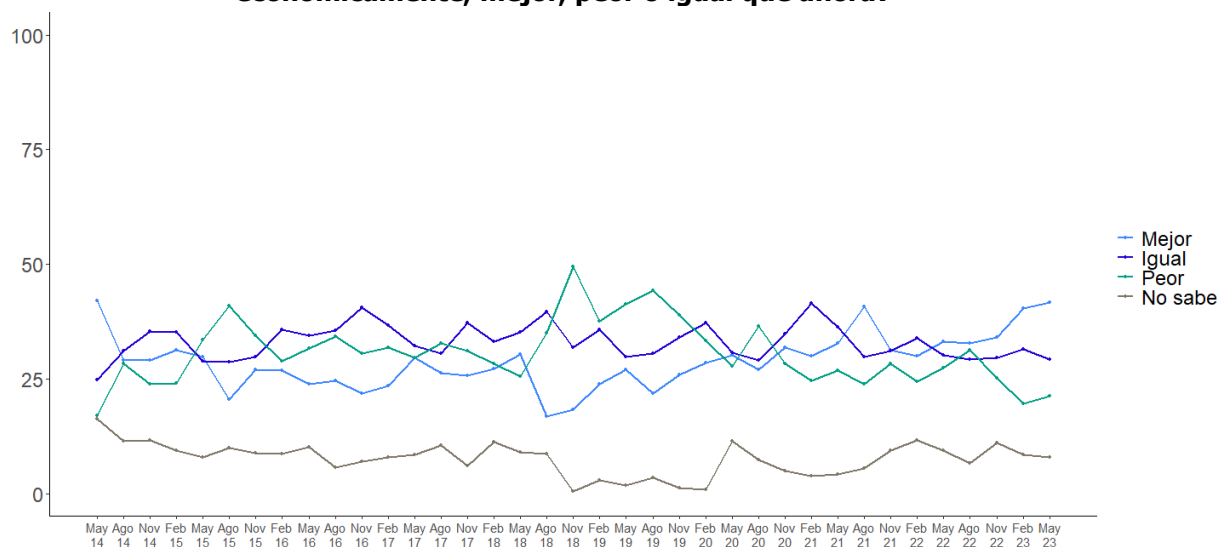
¿Podría decirme si, económicamente, Usted y su familia están mejor, peor o igual que hace un año?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

Gráfico 11

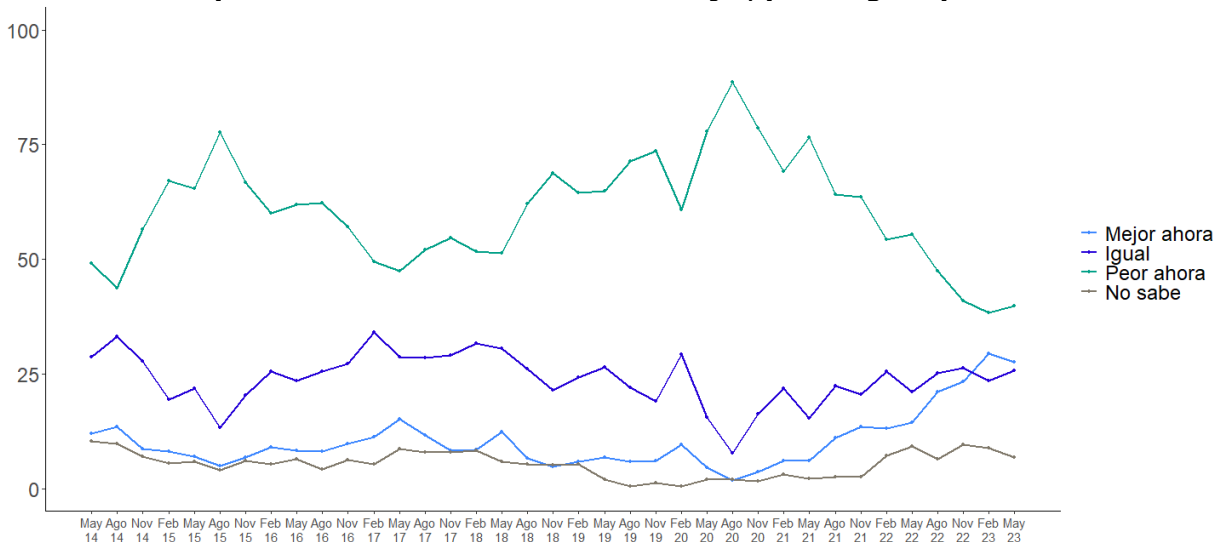
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

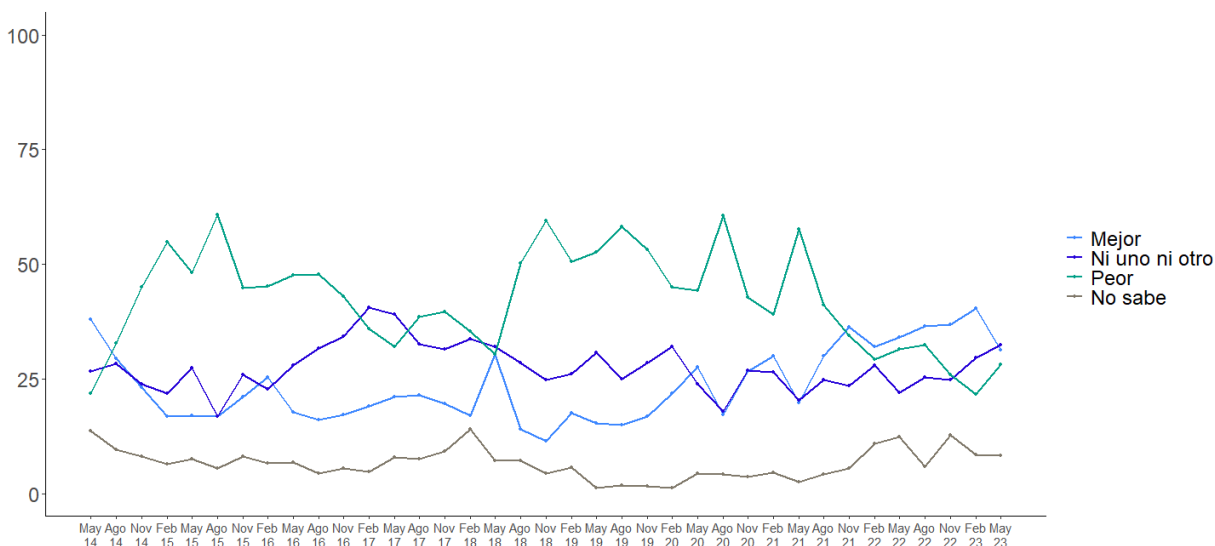
⁴ Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

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?



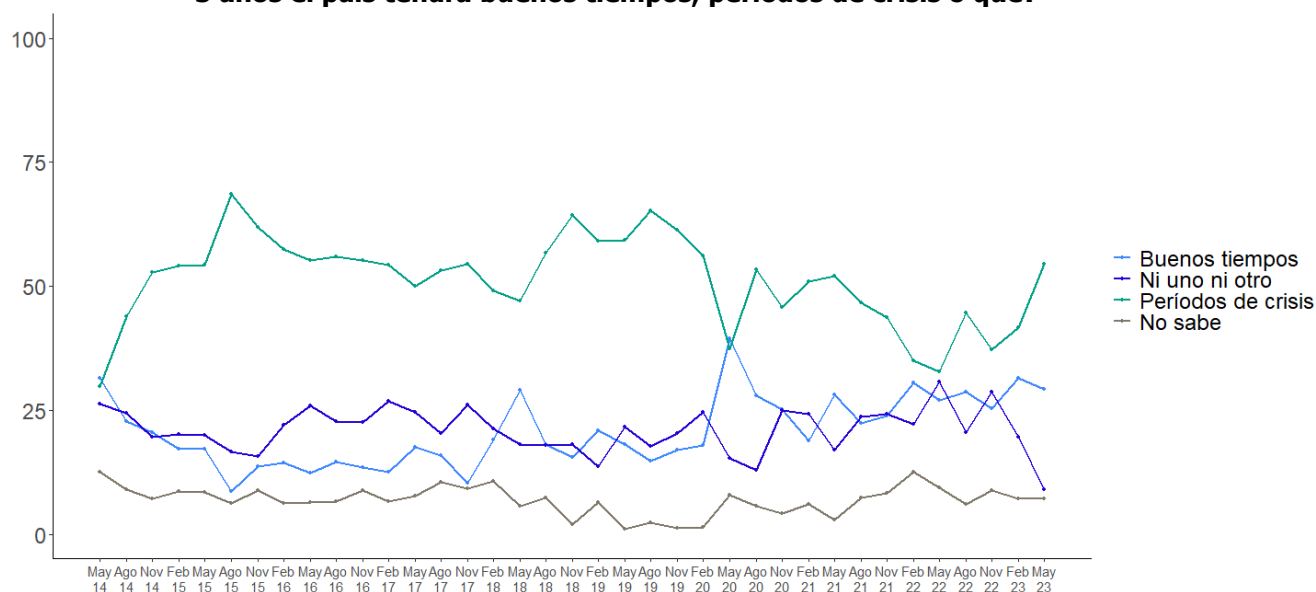
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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?



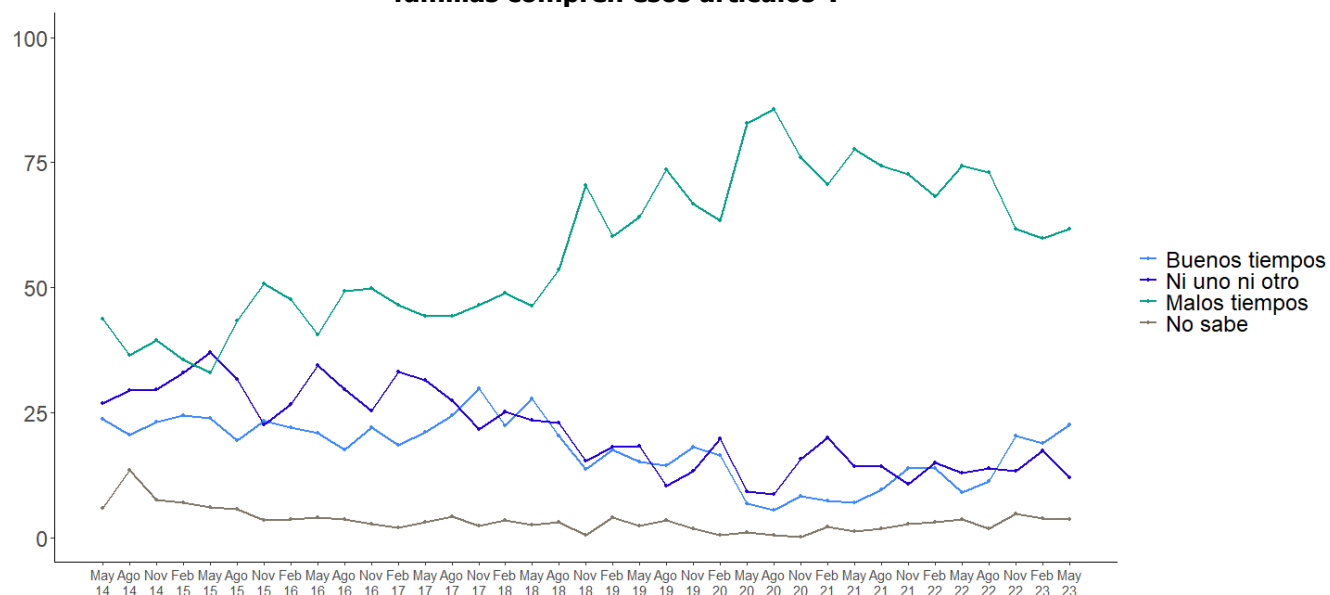
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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. Nº 78. Mayo, 2023

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



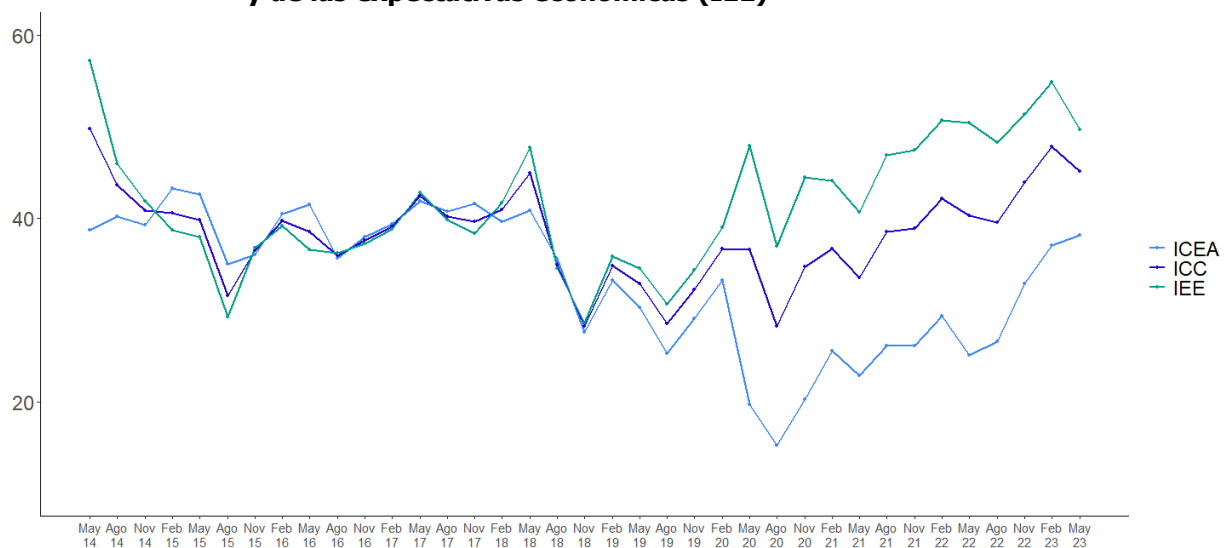
¹Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)⁵ Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)⁶

Gráfico 16

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



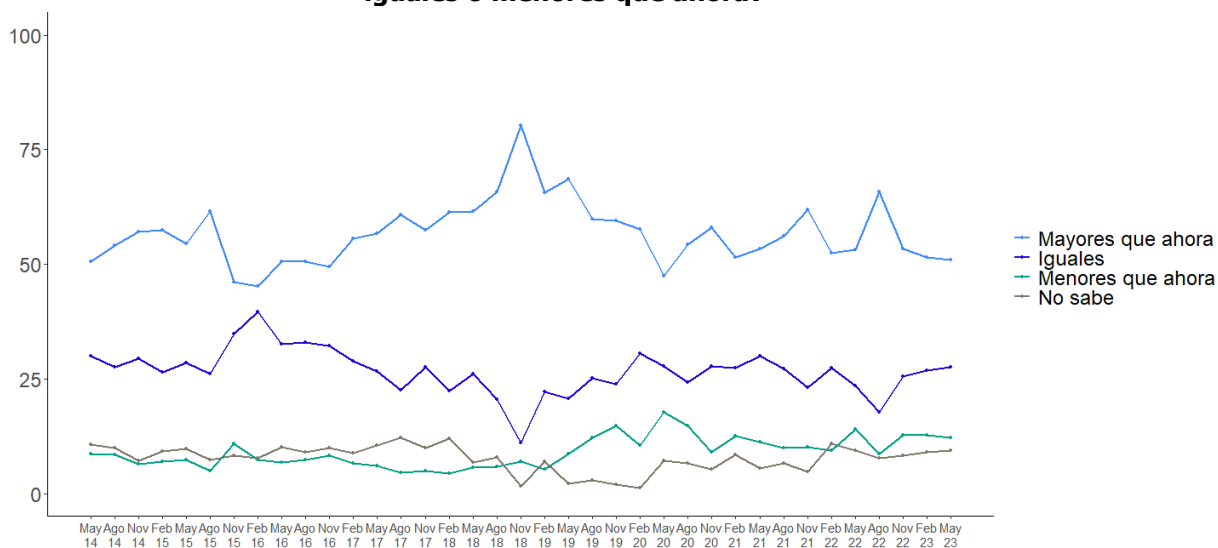
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

⁵ Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

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

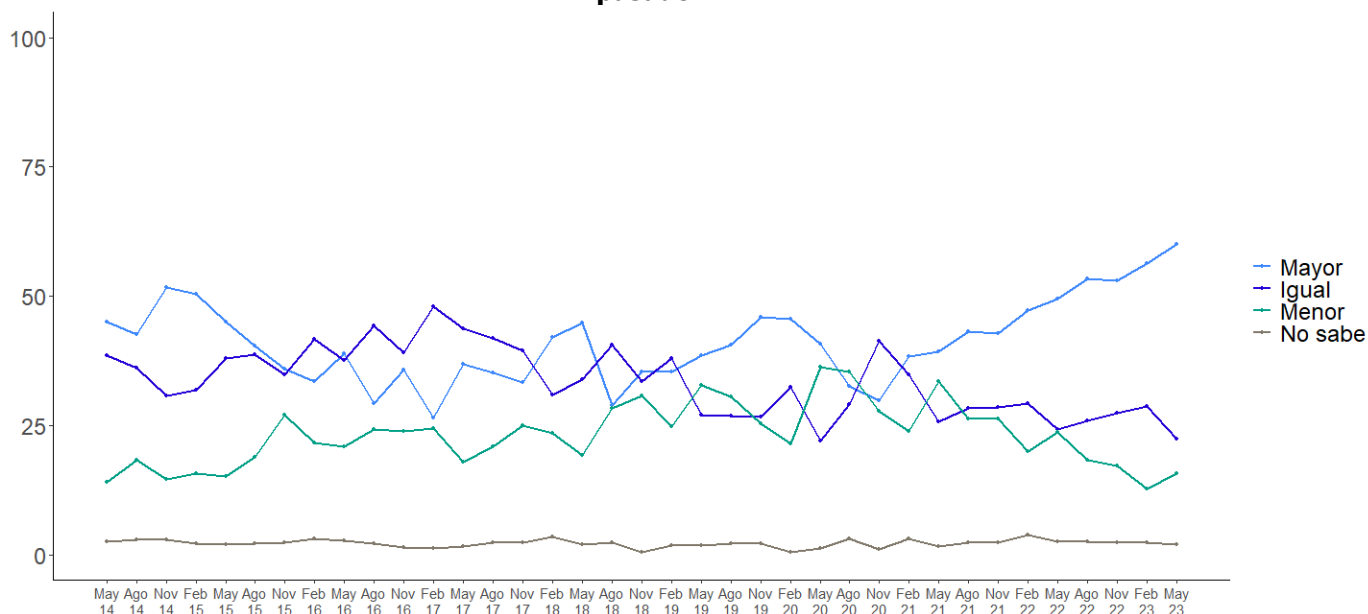
EXPECTATIVAS ANTE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

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?



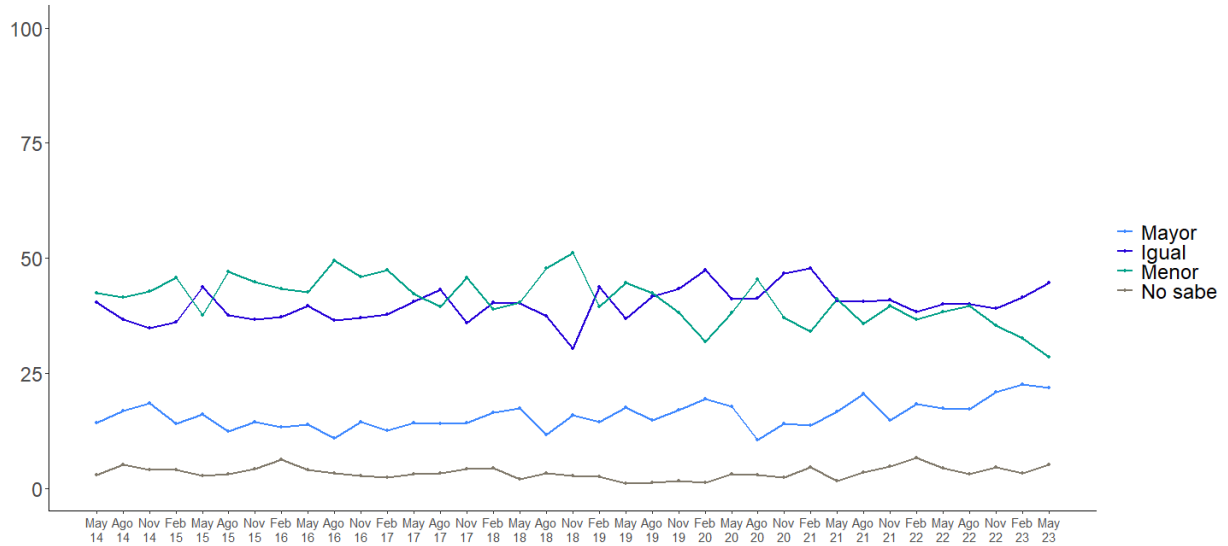
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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



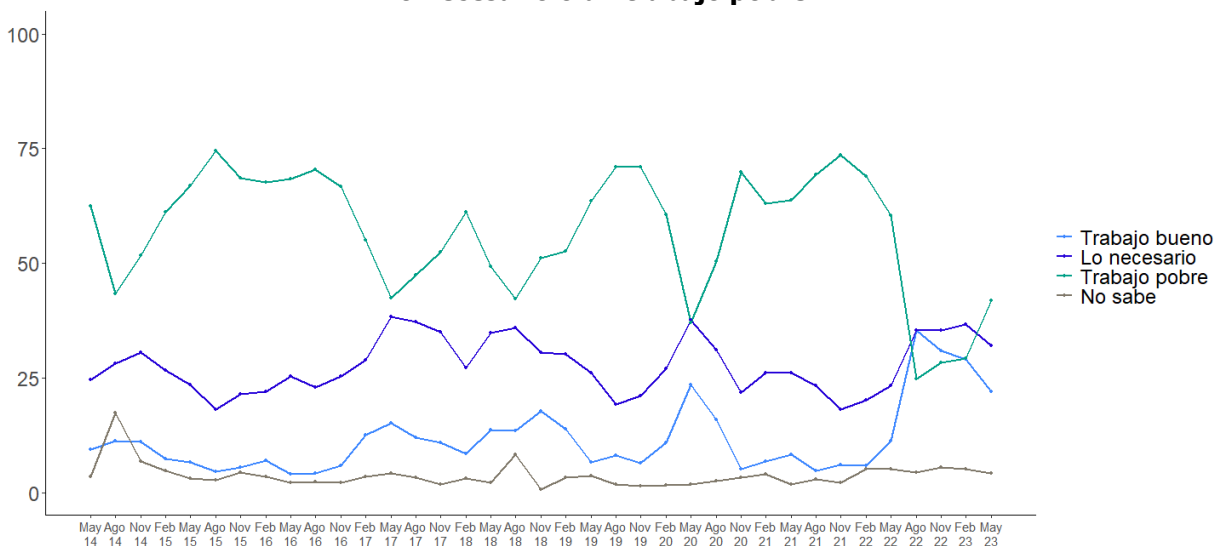
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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?



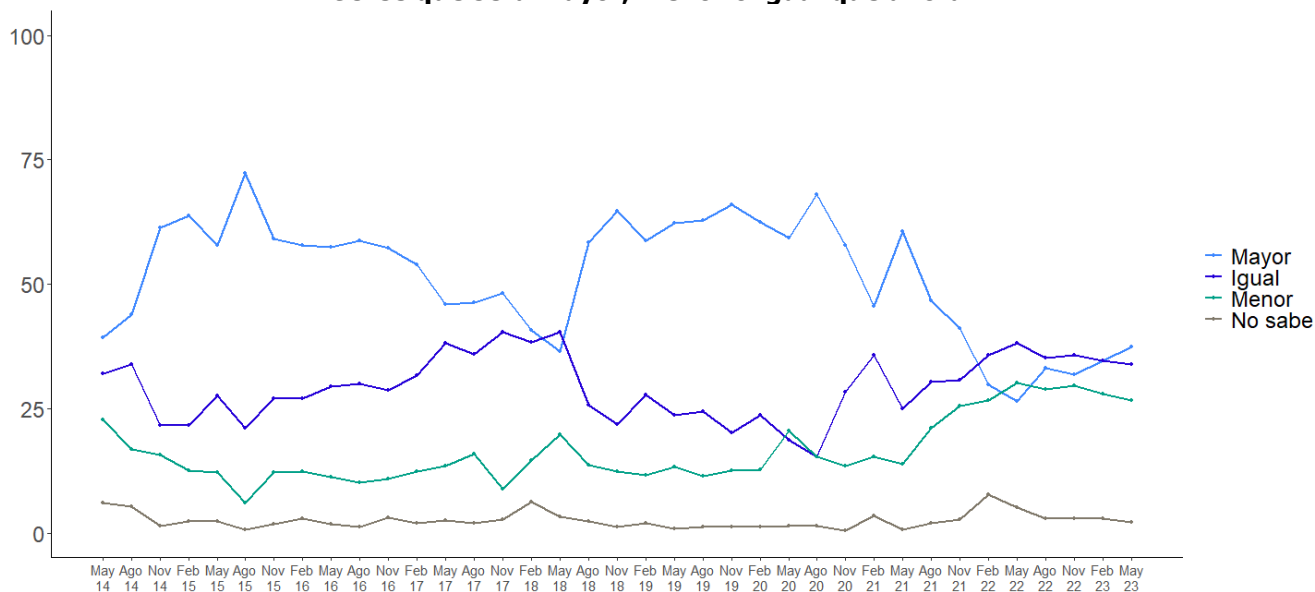
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

Gráfico 20
¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual¹?
¿Diría que está haciendo un trabajo bueno,
lo necesario o un trabajo pobre?



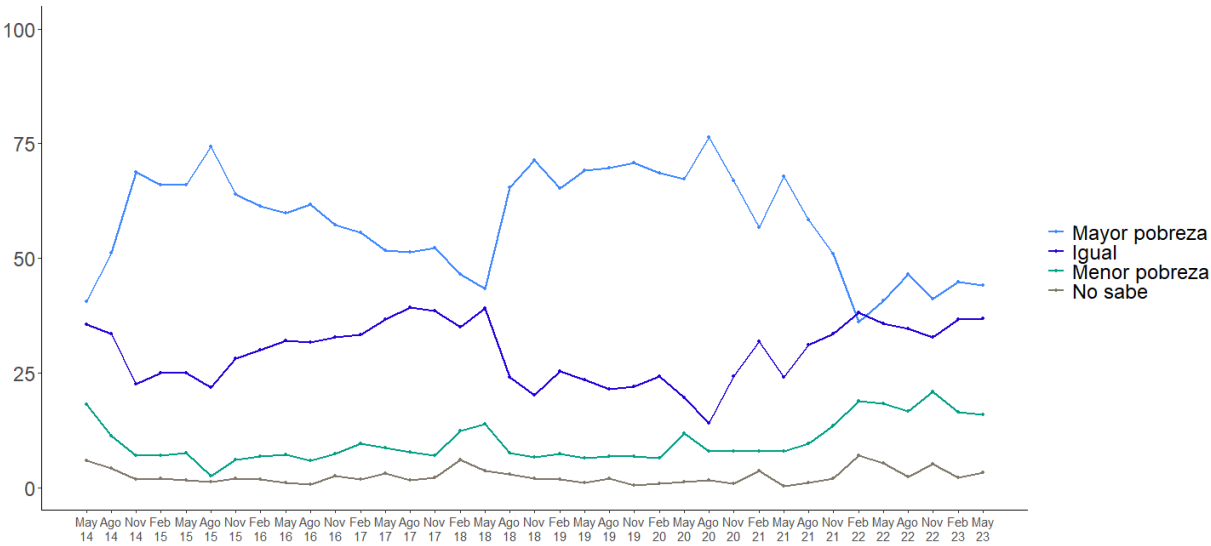
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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



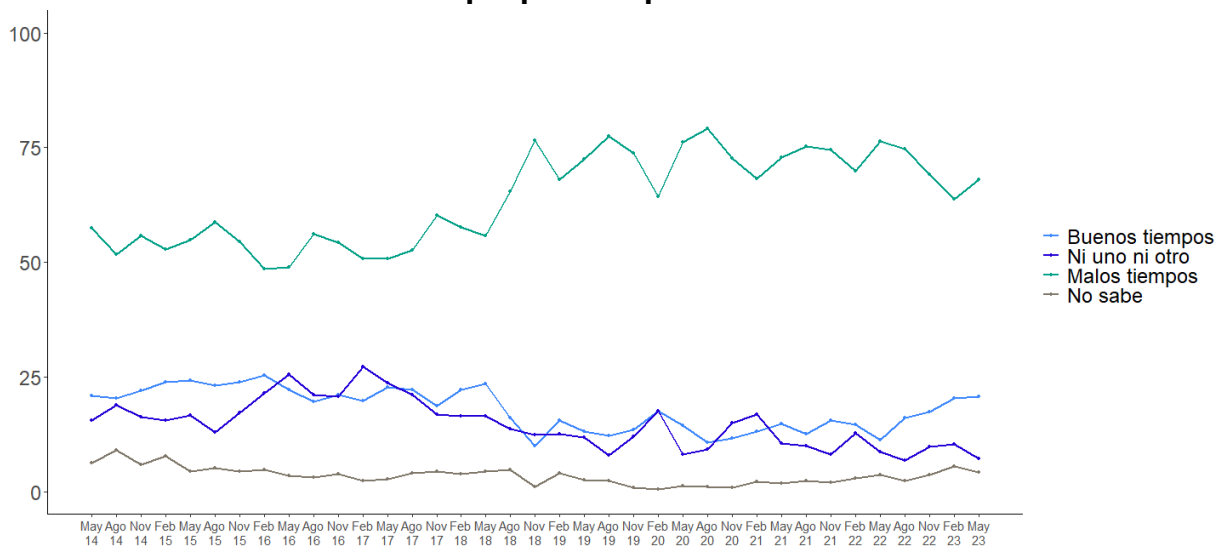
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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



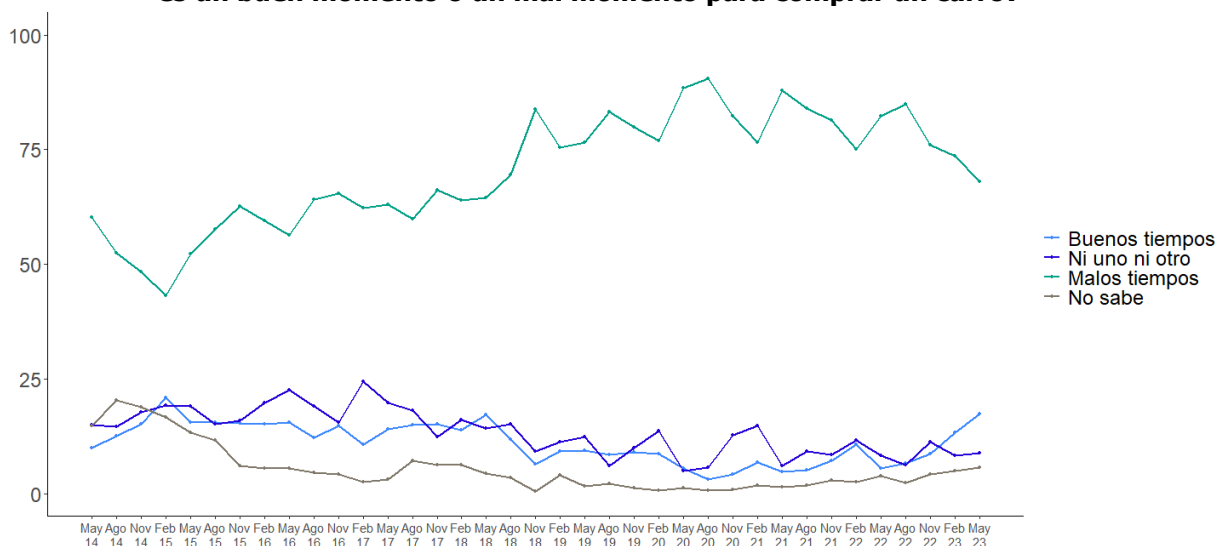
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. Nº 78. Mayo, 2023

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. N° 78. Mayo, 2023

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. N° 78. Mayo, 2023

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	18	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	16	5.0	41.6	45.1	41.8	0.2
ago-17	100	69.4	22.1	14	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	13	11	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	17	11	31.5	40.6	50.0	18.5
ago-19	100	78.8	17.0	2.4	18	26.2	35.7	53.7	27.5
nov-19	100	79.4	17.1	18	17	29.7	41.3	51.3	21.6
feb-20	100	76.4	18.6	2.8	11	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	17	37.7	46.0	47.5	9.8
nov-21	100	89.0	6.3	3.0	17	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	16	37.0	43.5	46.2	9.2
nov-22	100	58.3	26.4	10.7	4.6	37.3	52.3	55.6	18.3
feb-23	100	52.8	26.0	10.9	10.3	44.0	51.9	57.5	13.5
may-23	100	53.4	32.3	7.6	6.6	42.0	48.7	59.1	17.2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, N° 78. Mayo 2023.

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	519	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	19
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	316	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	411	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	417	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	713	20.1	2.7	5.8	410	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	616	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	213	2.3	6.6	32.8	40.3	43.8	110
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	112
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	14	26.0	32.3	313	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	412	6.7	17	35.8	37.7	35.6	-0.2
may-20	100	49.4	29.5	15.4	5.7	34.6	412	37.0	2.4
ago-20	100	66.6	22.4	7.7	3.3	26.1	32.2	317	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	214	5.7	3.7	32.4	34.8	37.9	5.5
ago-21	100	70.0	212	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
nov-22	100	50.2	319	10.7	7.2	39.3	49.9	50.4	111
feb-23	100	56.9	310	5.8	6.3	46.0	514	50.8	4.8
may-23	100	47.4	34.7	117	6.2	44.6	47.4	418	-2.9

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica, Encuesta del Consumidor, N° 78. Mayo 2023.

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

Mes-Año	Número de ent	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	18	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	39.4	37.1	31.6	7.8
nov-15	427	100	15.2	17.6	65.8	14	46.8	37.3	36.7	10.1
feb-16	433	100	16.6	20.1	61.7	16	49.3	44.4	36.7	12.6
may-16	436	100	17	18.3	62.4	2.3	47	46.6	36.9	10.2
ago-16	433	100	16.2	20.8	62.4	0.7	44.7	42.2	36	8.7
nov-16	440	100	17.5	19.5	61.1	18	47.8	42.8	37.2	10.6
feb-17	424	100	15.1	24.6	57.2	3.1	47.7	42	38.7	9
may-17	427	100	18.5	19	61.1	14	54.7	44.7	40.5	14.2
ago-17	443	100	19.9	18.1	60.5	15	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	50	44	6
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	34.5	34	26	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	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	44.2	30.6	31.9	12.3
feb-20	403	100	14.1	21.6	64.3	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	12	47.8	37.2	36.7	11.1
may-21	312	100	14.1	8	76.2	16	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	18	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	19	47.0	36.3	38	9.0
ago-22	449	100	18.0	14.7	55.7	11.6	46.9	46.5	40.6	6.3
nov-22	395	100	27.1	13.9	57.7	13	57.3	53.0	41.2	16.1
feb-23	389	100	24.4	12.3		2.1	0.0	0.0	0.0	17.1
may-23	419	100	31.0	15.3		0.7	57.1	53.5	42.5	12.9

¹ 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, N° 78 Mayo 2023.

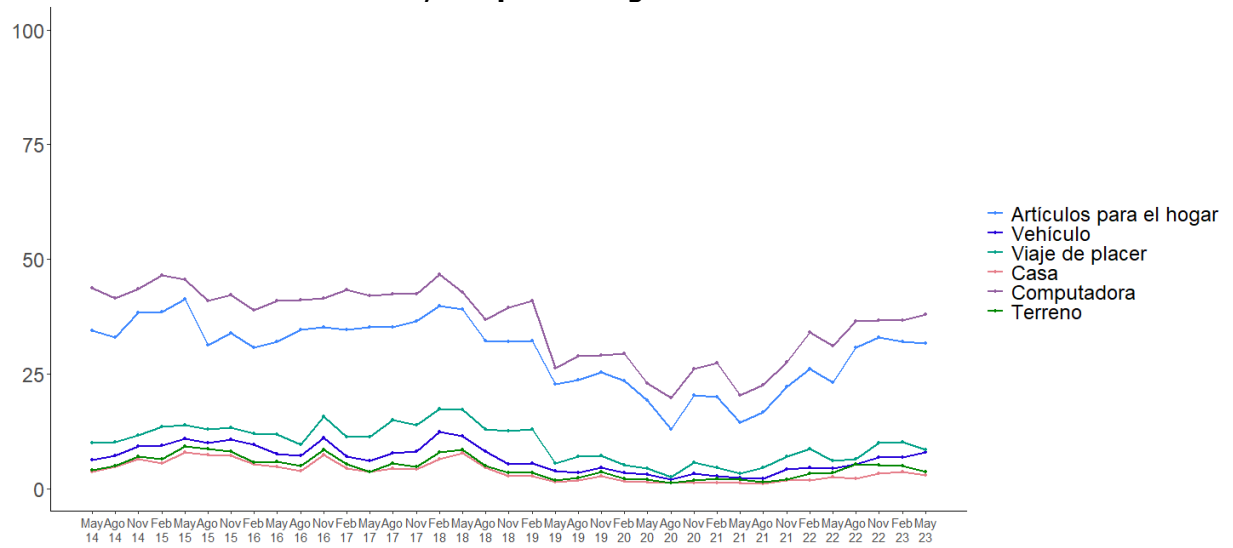
Cuadro 4
¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o
piensa que tendrá trabajo?

Mes-Año: entrevistas ¹		Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Ns/Nr	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Diferencia
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	35	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	3.9	34.8	40	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	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	36	12
nov-18	404	100	20	80	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	17	20.5	32.8	12.3
nov-19	452	100	30.5	69.5	0	27.6	35.8	8.2
feb-20	403	100	27.5	71.5	1	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	8.8	29.9	39.5	9.6
feb-21	412	100	25.7	68	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	45.5	9.5
may-22	270	100	23	73.6	3.3	29.7	43.4	13.7
ago-22	449	100	17.1	72	10.9	37.1	44.8	7.8
nov-22	395	100	21.8	72.8	5.3	37.0	50.9	13.9
feb-23	389	100	15.7	78.4	5.9	39.9	54.4	14.5
may-23	419	100	15.3	81.9	2.9	36.9	52.0	15.14

¹ 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° 78. Mayo 2023.

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 78. Mayo, 2023

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 (subjetiva)				Gasto discrecional 2/	
		Sí	No	Hombre	Mujer	Primaria o menos	Secundaria	Universitaria	500 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
nov-22	721	50.9	49.1	46.5	53.5	37.9	39.0	23.2	36.7	50.8	12.5	14.3	26.2	37.0	22.4	58.7	41.3
feb-23	717	53.8	44.8	46.6	53.4	37.9	39.0	23.1	35.6	55.4	9.1	13.4	22.5	37.2	26.4	57.5	42.5
may-23	707	48.3	51.3	46.5	53.5	37.9	39.0	23.2	37.1	55.0	7.9	11.8	27.6	37.4	23.3	58.1	41.9

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 resi

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° 78. Mayo 2023.