

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

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

**XIX ENCUESTA
DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR
(Agosto del 2008)**

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

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

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

**Documento disponible en:
www.estadistica.ucr.ac.cr
www.ucr.ac.cr**

NOTA TÉCNICA

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica. De setiembre del 2002, fecha de la primera encuesta, hasta marzo del 2005, su frecuencia fue semestral (marzo y setiembre). A partir de agosto del 2005 se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre) con el apoyo de la Rectoría de la Universidad de Costa Rica.

La encuesta se realiza asumiendo 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 prevee, entonces, que cuando muchos consumidores cambian al mismo tiempo de una perspectiva a otra, surge un cambio generalizado en su comportamiento de compra y esto afecta, de manera favorable o desfavorable, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurren previamente al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica global. De esta manera, el planteamiento le asigna gran importancia al poder del consumidor.

Síntesis metodológica de la XIX Encuesta Confianza del Consumidor

Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística
Coordinador:	Juan Pablo Solís Alvarado
Supervisores:	Yorlene Quirós Díaz y Diana Ureña Mora
Fecha de encuesta:	del 4 al 12 de agosto del 2008
Población de interés:	hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de muestra:	702 hogares
Muestreo de teléfonos:	estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg).
Error de muestreo:	el ICC, que es un promedio, presenta diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a 1,8 puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a 3,7 puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%).
Informante:	principal sostén económico del hogar (95%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, una persona adulta informada de la situación económica del hogar (5%). Ver Cuadro Anexo para más detalles.

El cálculo del ICC se hace con las respuestas a cinco preguntas: dos referentes a las condiciones económicas actuales y otras tres relacionadas con las expectativas económicas¹. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es favorable, 50 a las respuestas neutras o “no sabe” y cero a las desfavorables. Luego se calcula un promedio con los cinco puntajes. El rango alcanza un mínimo en cero, el valor más bajo del ICC, es decir el pesimismo más acentuado. El máximo se alcanza en 100, el mayor grado de optimismo. La posición intermedia (ni pesimista ni optimista, neutral, indecisa o de incertidumbre) se alcanza cuando el valor es de 50.

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

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

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

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

SÍNTESIS DE RESULTADOS

La confianza de los consumidores

La encuesta de agosto del 2008 revela que continúa acentuándose un pesimismo generalizado entre los consumidores por la situación económica que prevalece en el país. Aún más, en esta ocasión se obtuvo el ICC más bajo registrado desde setiembre del 2002, fecha de la primera encuesta.

Específicamente, el mes de agosto registra un ICC de 31,6 (en una escala de cero a 100), cifra que es 7,5 puntos menor a la de mayo del presente año (39,1) (Gráfico 1). Desde noviembre del 2007, época en la que los consumidores percibían un panorama más promisorio hacia la economía, el ICC ha caído 24 puntos.

El ICC encontrado en este mes se asemeja al de otras épocas de pesimismo. Por ejemplo, en marzo del 2003 el ICC llegó a 37,2, lo que coincidió con el inicio del conflicto bélico en el Golfo Pérsico y el presagio de un impacto negativo importante en la economía mundial, principalmente por las diversas secuelas previstas ante la escalada de los precios del petróleo. Posteriormente, en setiembre del 2004 el ICC cayó a 33,1, época que impactó a los consumidores por el incremento de los precios del petróleo a nivel mundial y la espiral inflacionaria que empezó a experimentar el país. También se padeció en ese momento de los efectos de las huelgas por la revisión técnica vehicular, el bajo incremento de los salarios y la eventual firma del TLC. No puede dejar de mencionarse que probablemente esa cifra recoge también el efecto de la denuncia de actos de corrupción en el país, cuyo saldo más impactante fue el encarcelamiento preventivo de dos ex presidentes de la República. Esto significa que en la encuesta de agosto del 2008 los consumidores presentan un grado de confianza similar a estas épocas, que el optimismo que se empezó a respirar a finales del 2007 desapareció y que ahora se está registrando la cifra más baja encontrada hasta la fecha.

Como es de esperar, el surgimiento del pesimismo se traduce en un incremento importante del número de consumidores que tienen percepciones negativas hacia la economía, pues mientras tres meses atrás esta magnitud era de 30,6%, actualmente creció a 42,2%, el más alto encontrado hasta el momento (Gráfico 2). Por el contrario, los consumidores optimistas son bastante menos, pues dicho grupo disminuyó de 16,0% tres meses atrás a 7,0% durante el presente mes.

El pesimismo entre los consumidores es generalizado en toda la población, pues la confianza sigue cayendo en hombres y en mujeres, en todas las edades y en todos los niveles de educación (Gráficos del 3 al 5). Lo mismo se observa cuando se toman en cuenta los indicadores socioeconómicos, pues la caída de la confianza continúa según el número de perceptores de ingreso en el hogar, en los diferentes niveles de ingreso familiar, en los hogares con o sin capacidad para realizar gastos discrecionales y tanto en quienes experimentan o no dificultades económicas con el ingreso familiar mensual que reciben en el hogar (Gráficos del 6 al 9).

¿Por qué cae la confianza?

Debe mencionarse que diversos factores pueden contribuir a conjeturar el por qué se sigue produciendo una pérdida tan importante en la confianza de los consumidores: los precios del petróleo, los que vienen incrementándose a niveles que baten récord históricos; el anuncio de una crisis alimentaria mundial, cuyo principal protagonista actual es el arroz (tanto a nivel de precio como de abastecimiento) y las variaciones en las tasas de cambio con respecto al dólar, pues recientemente ésta se ha incrementado con todas las secuelas que produce en los precios, los préstamos y las importaciones, entre otros. Para corroborar la importancia de estos factores el cuestionario de agosto incluyó una serie de preguntas (Cuadro 1). Los resultados muestran que durante los próximos 12 meses la mayoría de los consumidores esperan aumentos en el precio de los combustibles (diesel y gasolina) (82,9%), también visualizan incrementos en el precio del colón con respecto al dólar (72,6%) y casi la mitad piensa que habrá escases de alimentos básicos en el país (47,9%). La influencia que ejercen estos fenómenos sobre la confianza de los consumidores es evidente, pues las respuestas que reflejan más pesimismo presentan ICC más bajos y las que muestran más optimismo ICC más altos. Solo para ilustrar este hecho, puede mencionarse que quienes piensan que el precio de los combustibles aumentará presentan un ICC de 29,9 y quienes piensan que disminuirá registran uno de 39,7.

Otros aspectos relacionados con el campo laboral, incluidos por primera vez en la encuesta de agosto, también están ejerciendo un papel importante en la confianza de los consumidores (Cuadro 2). Sobre este tema, más de la mitad (57,1%) considera que es difícil encontrar trabajo en lo que hace, no obstante el 82,3% piensa que durante los próximos 12 meses tendrá trabajo, por lo que puede deducirse que a pesar del pesimismo imperante hacia la situación económica también hay confianza en que se dispondrá de trabajo. Por otra parte, solamente el 31,9% piensa que las posibilidades de recibir su pensión cuando le corresponda son altas o muy altas y la opinión prevaleciente es que cuando la reciban

ésta no será suficiente para cubrir sus necesidades básicas (65,2%). La influencia de estos factores sobre la confianza de los consumidores también puede corroborarse, pues en mayor o menor medida, las respuestas negativas se traducen en ICC más bajos que los obtenidos de las respuestas positivas.

Por otra parte, también puede corroborarse que la caída sistemática de la confianza de los consumidores se está dando tanto por lo que se percibe en la actualidad como en el futuro (Gráfico 16). En el primer caso, el ICEA (Índice de Condiciones Económicas Actuales) cayó de 42,9 a 32,9 durante los últimos tres meses (10 puntos). Además, el IEE (Índice de Expectativas Económicas) disminuyó de 36,6 a 30,7 en igual período (7 puntos). Esto significa que la caída experimentada en la confianza se da tanto por una valoración negativa de las condiciones económicas actuales así como también por el derrumbe de las expectativas por un futuro económico más promisorio⁴. Incluso, actualmente puede corroborarse que ambos índices casi son iguales.

Otras percepciones sobre la economía

Las percepciones sobre la inflación durante los próximos 12 meses revelaron un patrón de consumidores más optimistas desde mayo del 2006 hasta noviembre del 2007 (Gráficos del 17 al 19). Sin embargo, desde febrero del 2008 hubo un giro hacia una percepción menos favorable, que se vino a acentuar en agosto del 2008. Esto se afirma porque actualmente la percepción de un aumento de las tasas de interés para los préstamos en dinero se incrementó 10 puntos (de 58,7% a 69,2%), la expectativa por un ingreso familiar mayor se mantiene en 56,6% y la de un ingreso menor que el aumento de los precios aumentó 14 puntos (de 50.6% a 59.1%).

Las percepciones sobre la política económica y social, que revelaron una franca mejoría desde mayo del 2006 hasta finales del 2007, siguen sufriendo un retroceso continuo (Gráficos del 20 al 22). La opinión sobre la política económica del gobierno actual sigue deteriorándose. Esto se afirma porque la magnitud de quienes califican como bueno el trabajo realizado (15,1%) es ahora mucho menor a la de quienes lo califican como pobre (49,7%). Esta diferencia negativa de 34 puntos porcentuales era positiva seis meses atrás y corrobora que actualmente la política económica del gobierno no goza de la confianza de los consumidores (Gráfico 20). En el caso de lo que sucederá con el desempleo y la pobreza durante los próximos 12 meses las percepciones son todavía más negativas y ahora es evidente que desapareció la evolución positiva que venían presentando ambos indicadores. En el caso del desempleo, actualmente el 55,1% espera un nivel mayor durante los próximos 12 meses, cifra que era 32,5% seis meses atrás (diferencia de 23 puntos) (Gráfico 21). En el caso de la pobreza el cambio es más dramático, pues ahora el 71,1% espera mayores niveles durante los próximos 12 meses y seis meses atrás esta magnitud era de 40,9% (30 puntos de diferencia) (Gráfico 22). Esto significa que las percepciones sobre el desempleo, y particularmente de la pobreza, siguen deteriorándose drásticamente.

La valoración del momento para la compra de casa y carro presentaron una tendencia positiva que abarcó desde agosto del 2006 hasta febrero del 2008 (Gráficos 23 y 24). No obstante, ahora la situación también tiende a desmejorar cada vez más. En el caso de la compra de casa, actualmente el 26,8% piensa que son buenos tiempos para comprar, pero este valor era de 42,4% tres meses atrás (casi 16 puntos de diferencia). Igual sucedió con la compra de carro, pues la valoración de un buen momento cayó de 15,4% en mayo del 2008 a 8,5% en la actualidad (7 puntos). Si se compara con lo que sucedía seis meses atrás la valoración positiva para comprar casa cayó 23 puntos y la del carro 12 puntos.

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

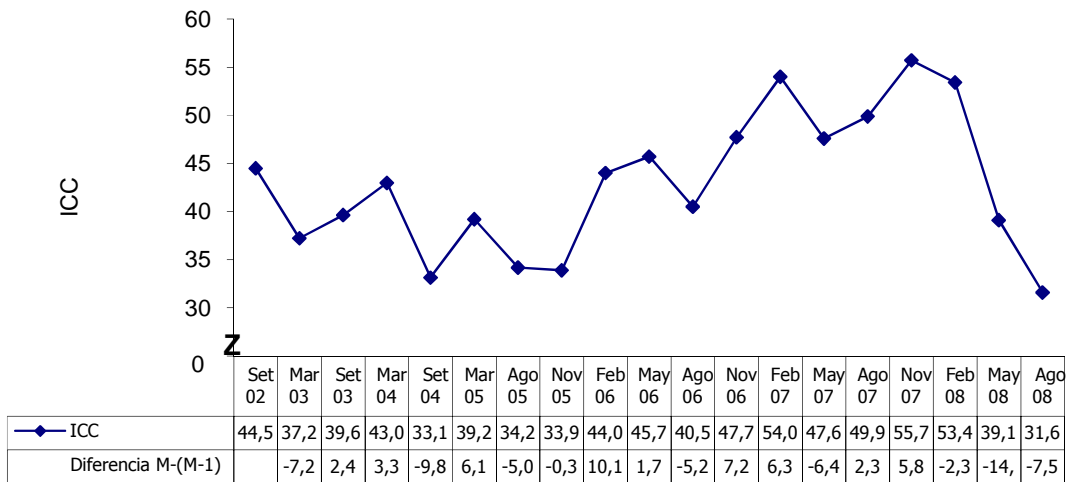
RESULTADOS GRÁFICOS

Setiembre del 2002 a Agosto del 2008

	Página
Confianza de los consumidores en la economía nacional	6
Diferenciales sociodemográficos de la confianza del consumidor	7
Diferenciales socioeconómicos de la confianza del consumidor	9
Percepciones sobre la situación económica (valoración de la familia, empresas, país y momento de compra).....	11
Valoración de las condiciones económicas actuales (ICEA) y de las expectativas económicas (IEE).....	14
Percepciones sobre la inflación.....	15
Percepciones sobre la política económica y social	17
Valoración del momento para la compra de bienes duraderos	19
Sección especial: Otros factores relacionados con la confianza.....	20
Anexos.....	21

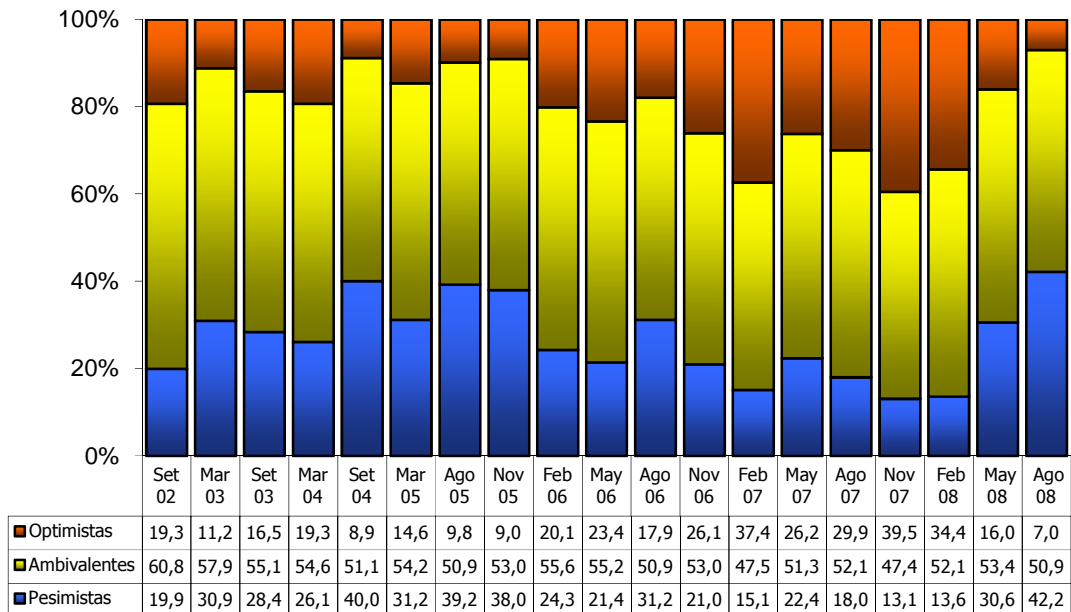
CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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

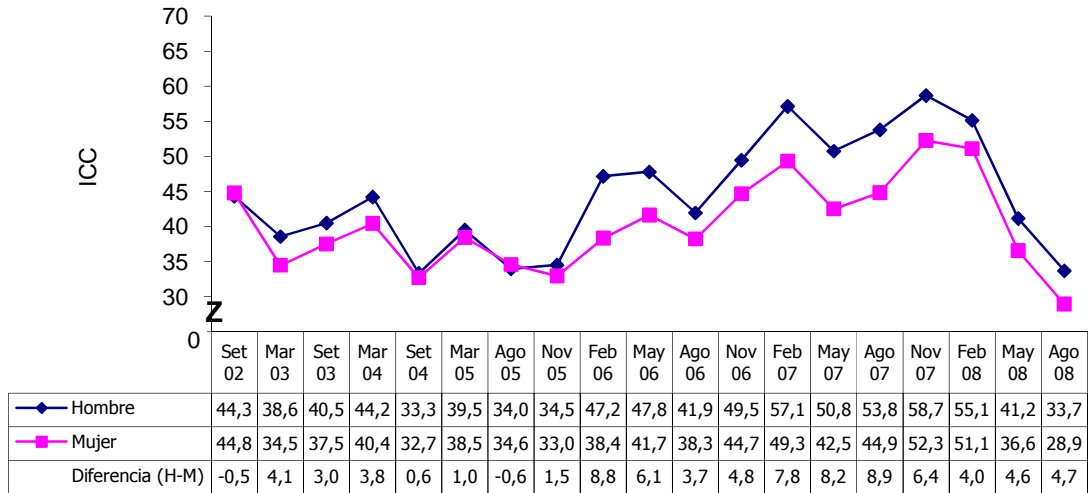


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada grupo es fijo y en el de consumidores pesimistas es 13.6, en los ambivalentes es 43.1 y en los optimistas de 77.9.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

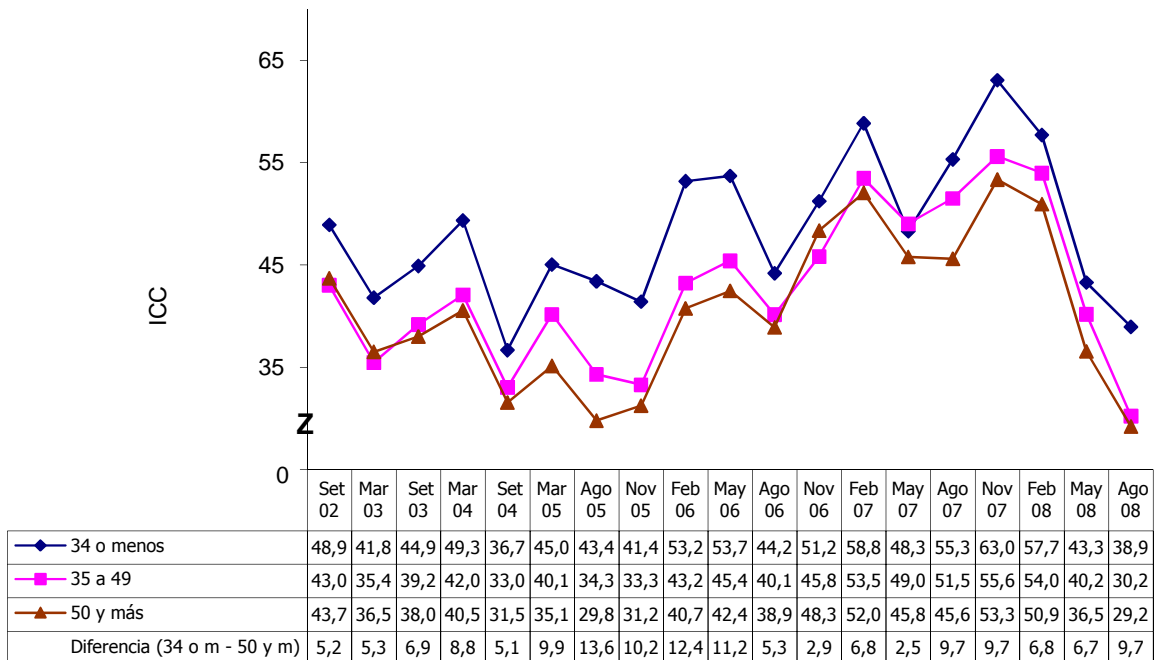
DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



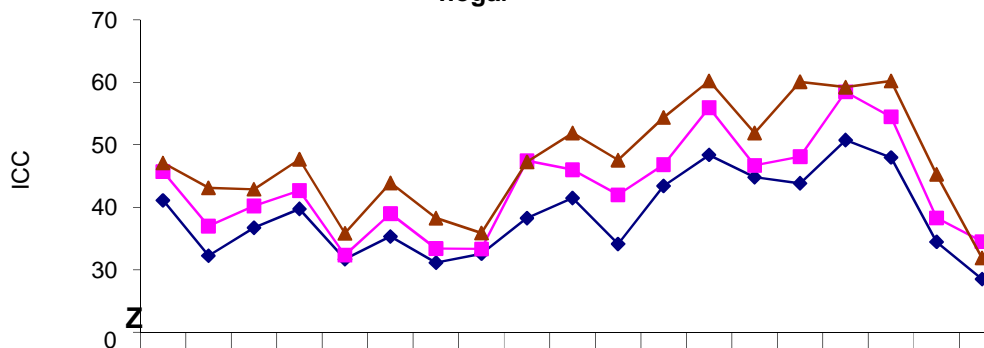
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX. Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

Gráfico 4
ICC según edad del principal sostén económico del hogar



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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

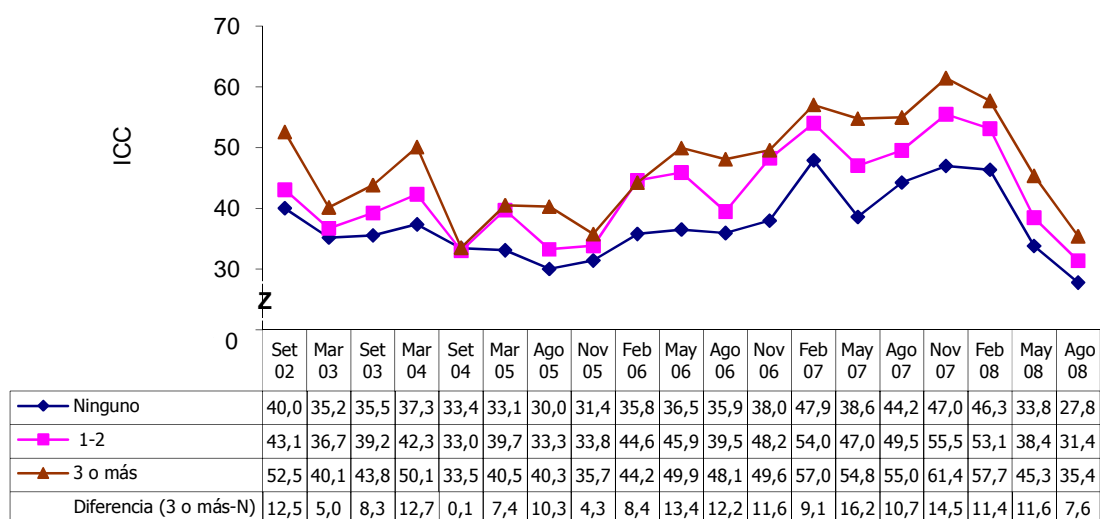


	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07	Ago 07	Nov 07	Feb 08	May 08	Ago 08
◆ Primaria o menos	41,1	32,3	36,7	39,8	31,7	35,3	31,1	32,6	38,3	41,5	34,1	43,4	48,4	44,8	43,8	50,8	48,0	34,5	28,5
■ Secundaria	45,7	37,0	40,2	42,7	32,3	39,0	33,4	33,3	47,5	46,0	42,0	46,8	55,9	46,7	48,1	58,5	54,5	38,3	34,5
▲ Universitaria	47,1	43,1	42,9	47,7	35,9	43,9	38,3	35,9	47,3	51,9	47,6	54,4	60,2	51,9	60,1	59,2	60,2	45,3	31,9
Diferencia (U-P)	6,0	10,9	6,2	7,9	4,1	8,6	7,1	3,3	9,0	10,4	13,4	11,0	11,8	7,1	16,2	8,5	12,3	10,8	3,4

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

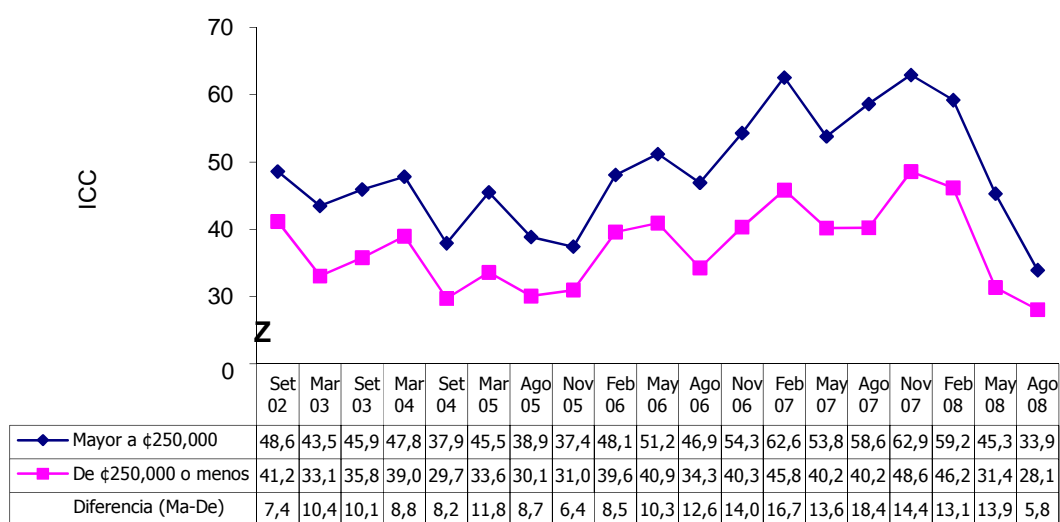
DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



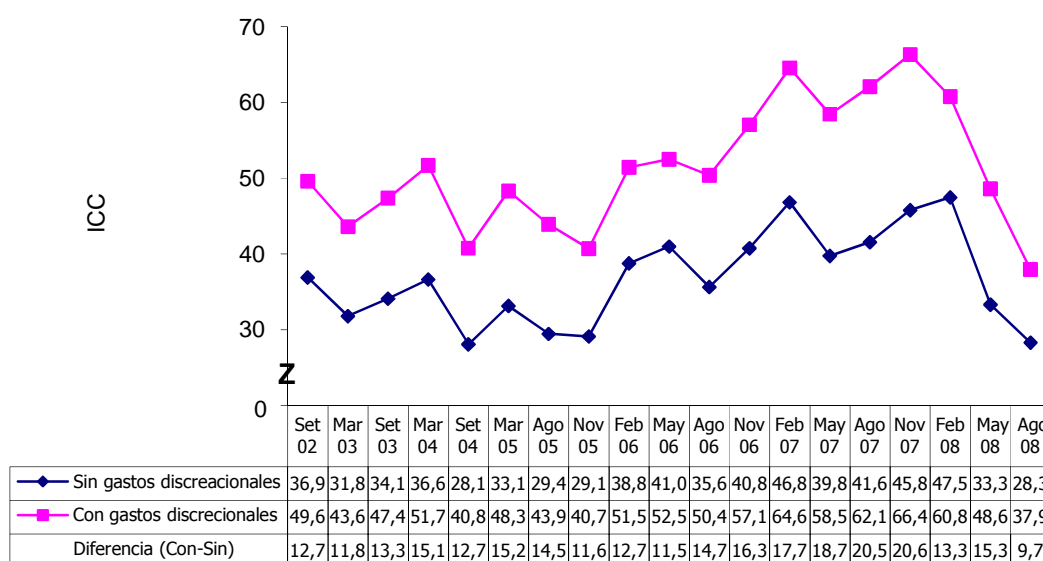
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

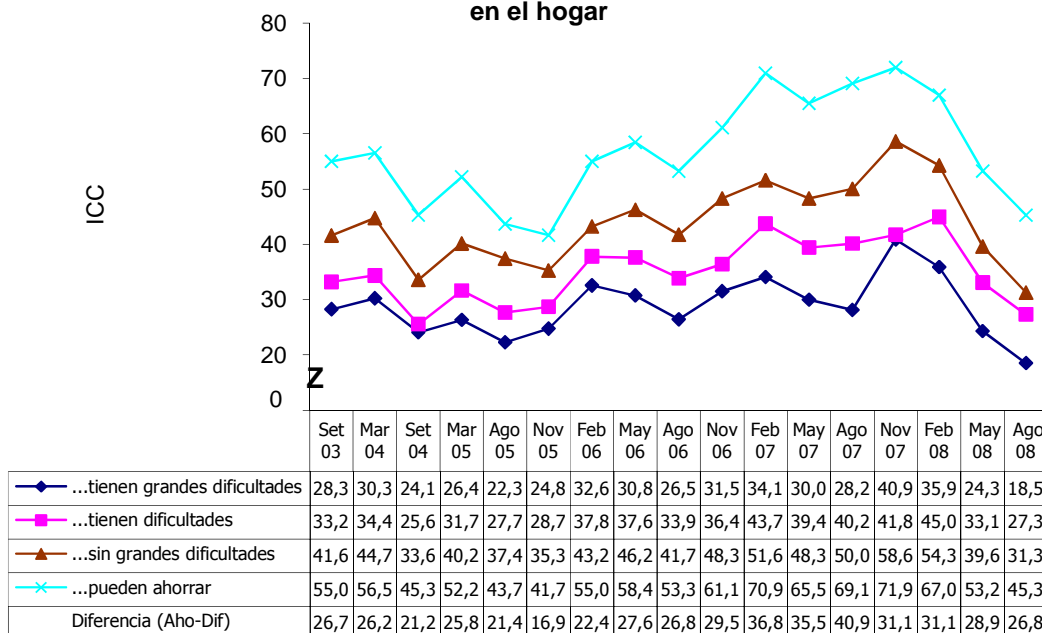
Gráfico 8
ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales¹



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

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

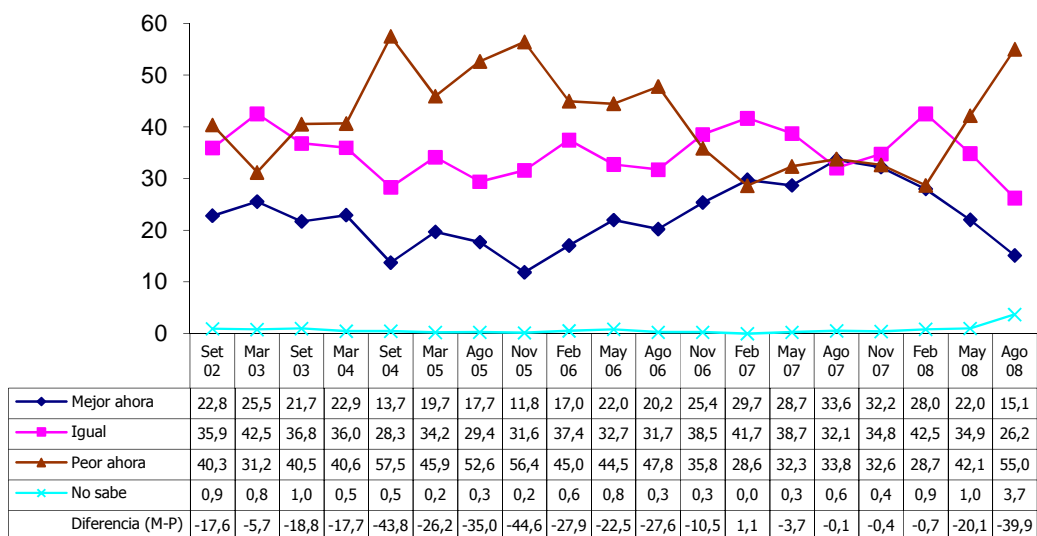
Gráfico 9
ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

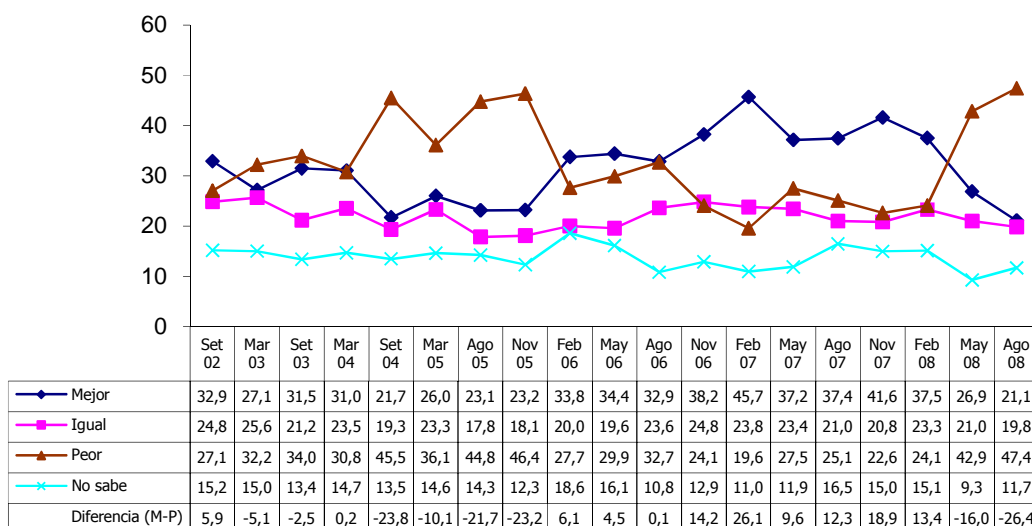
PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)⁵

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto , 2008

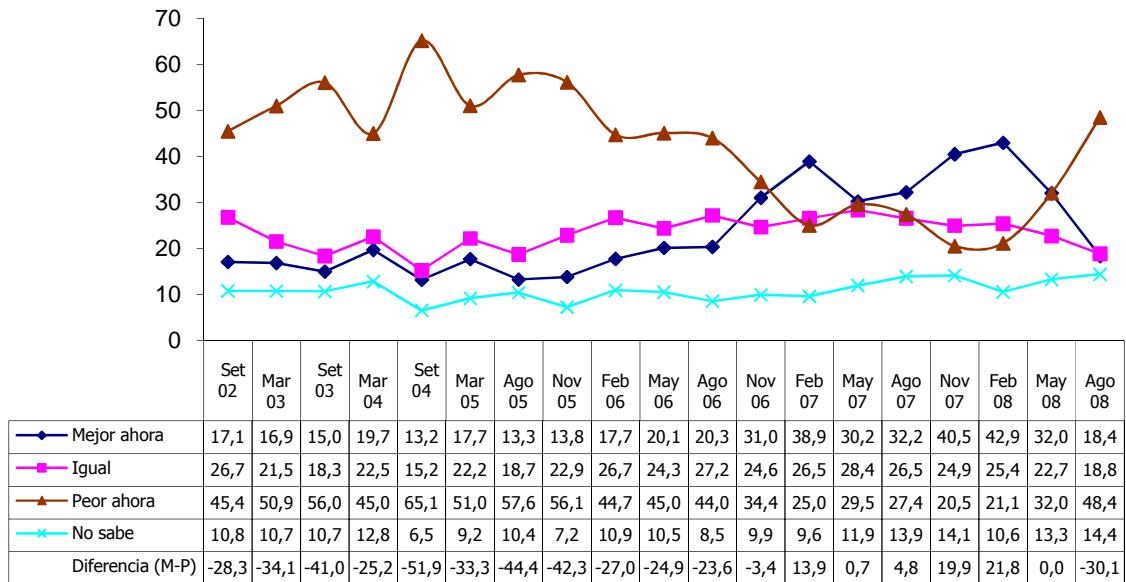
Gráfico 11
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

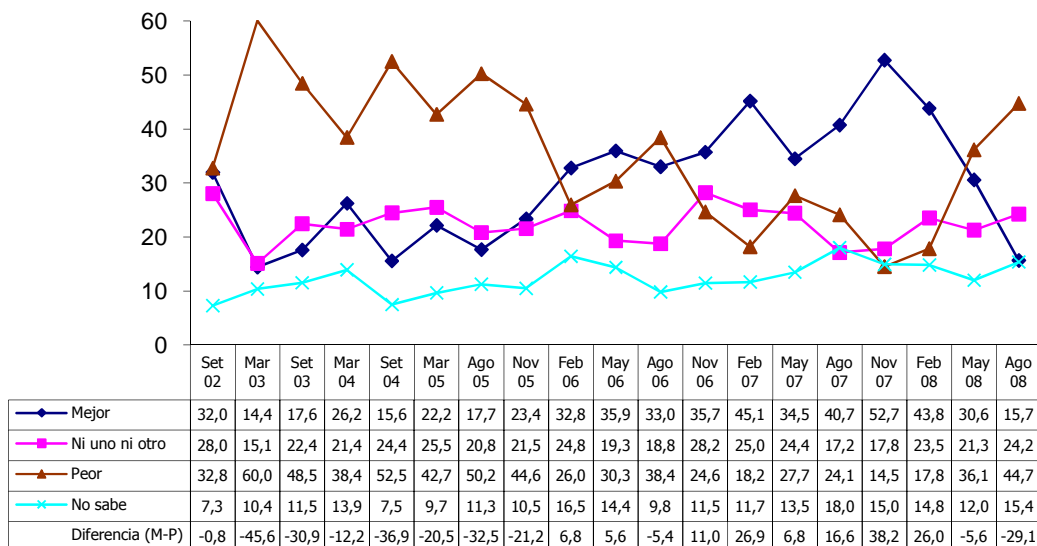
⁵ Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

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



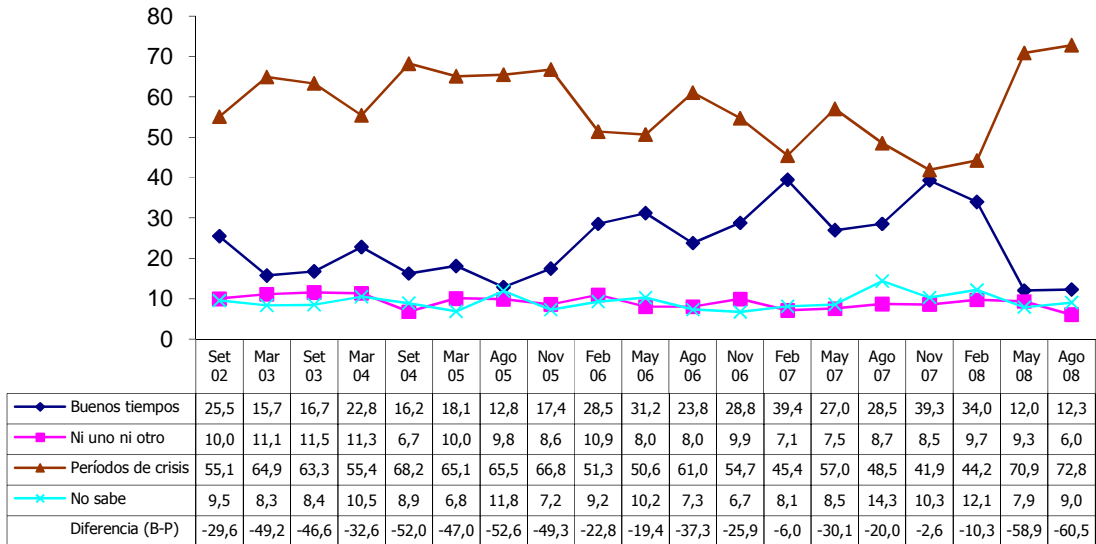
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



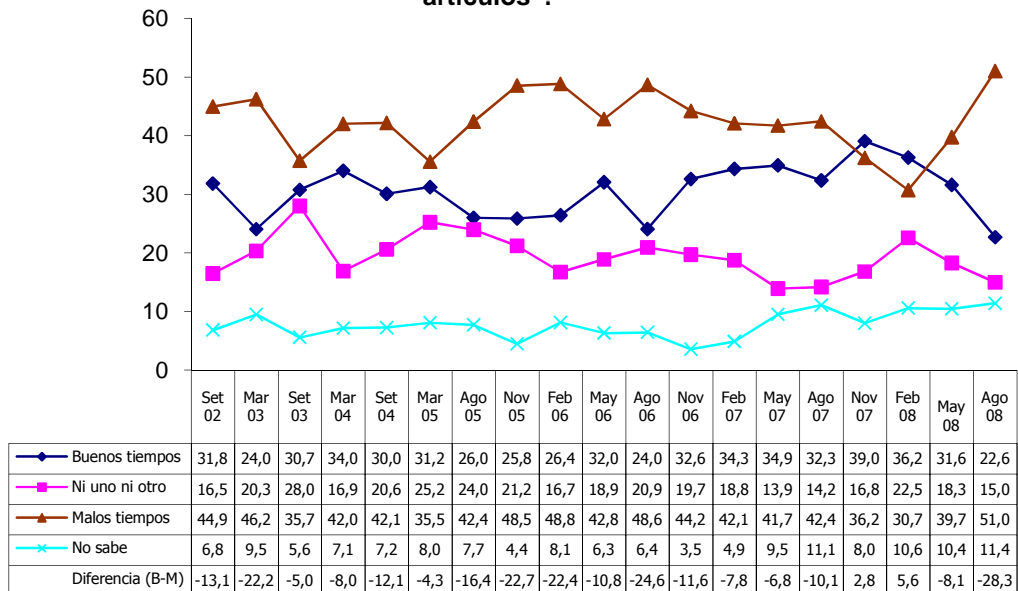
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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

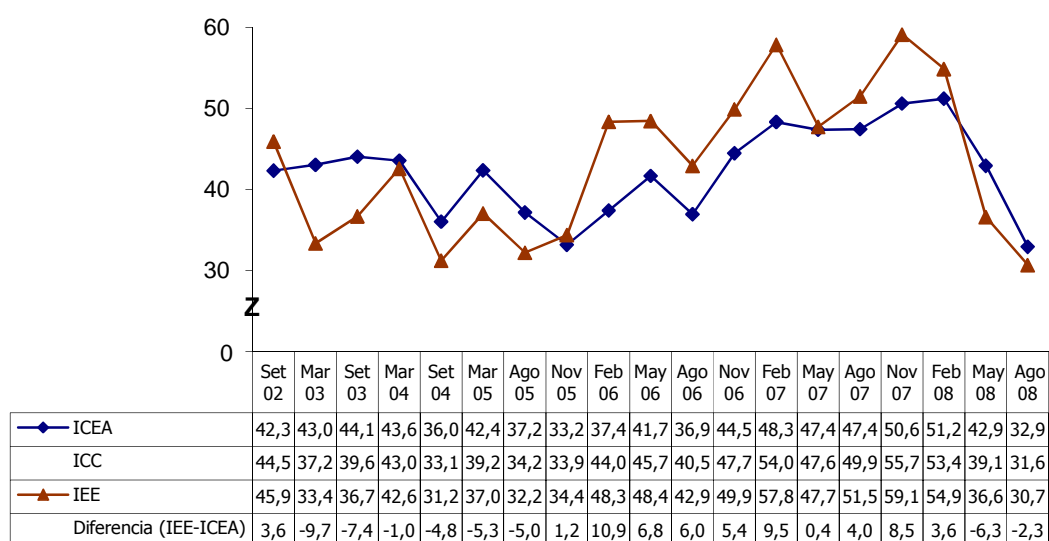


¹Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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

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



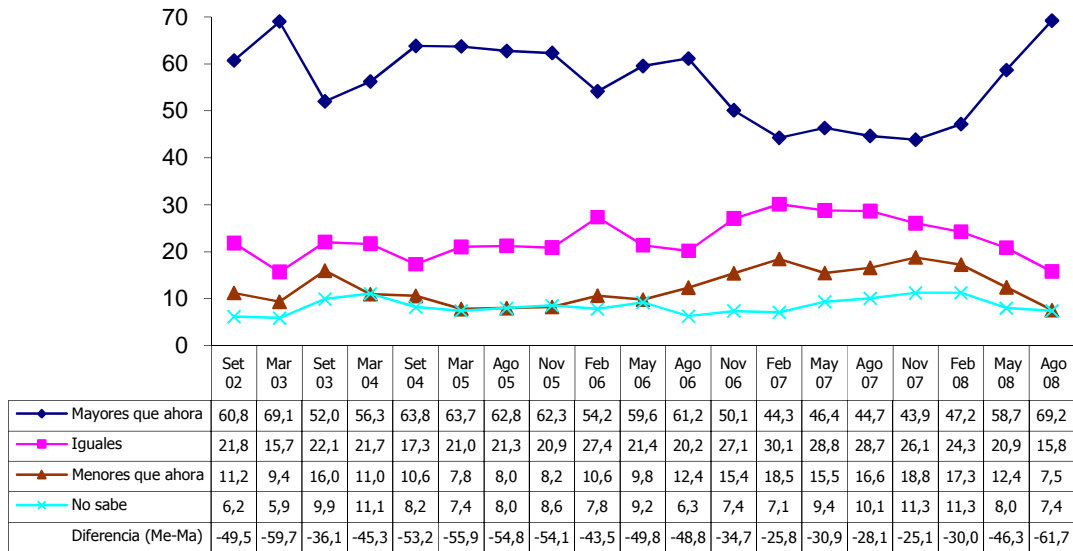
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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

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

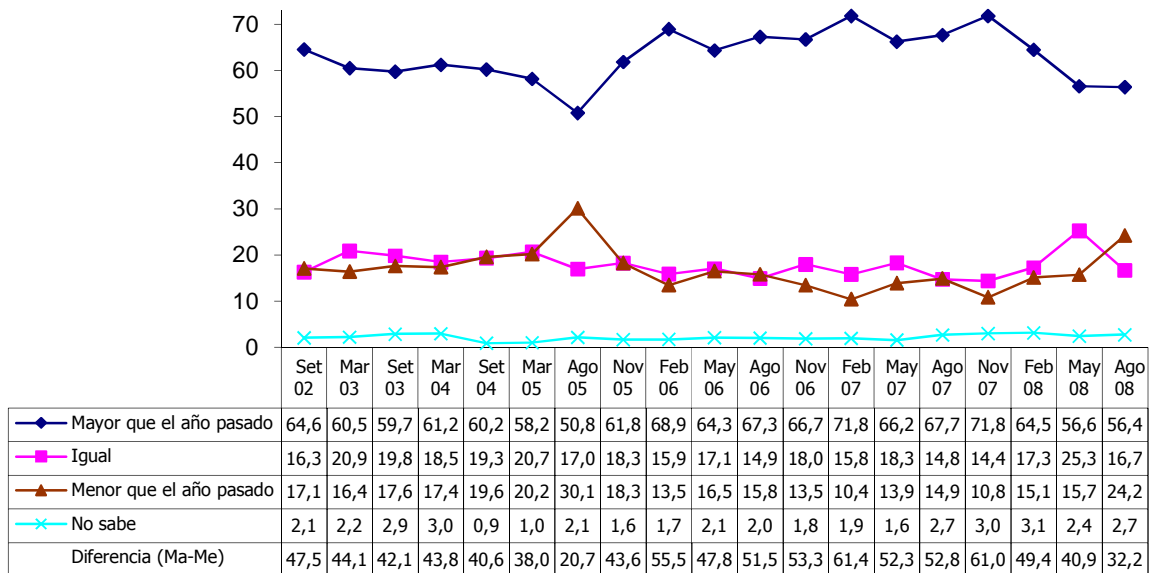
PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

Gráfico 17
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero durante los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



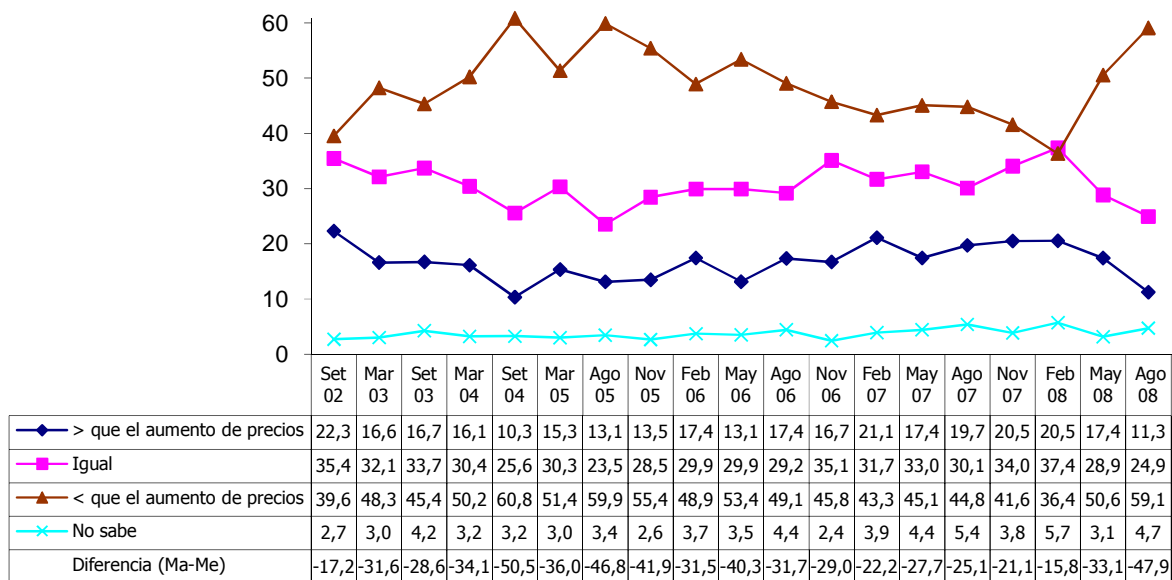
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

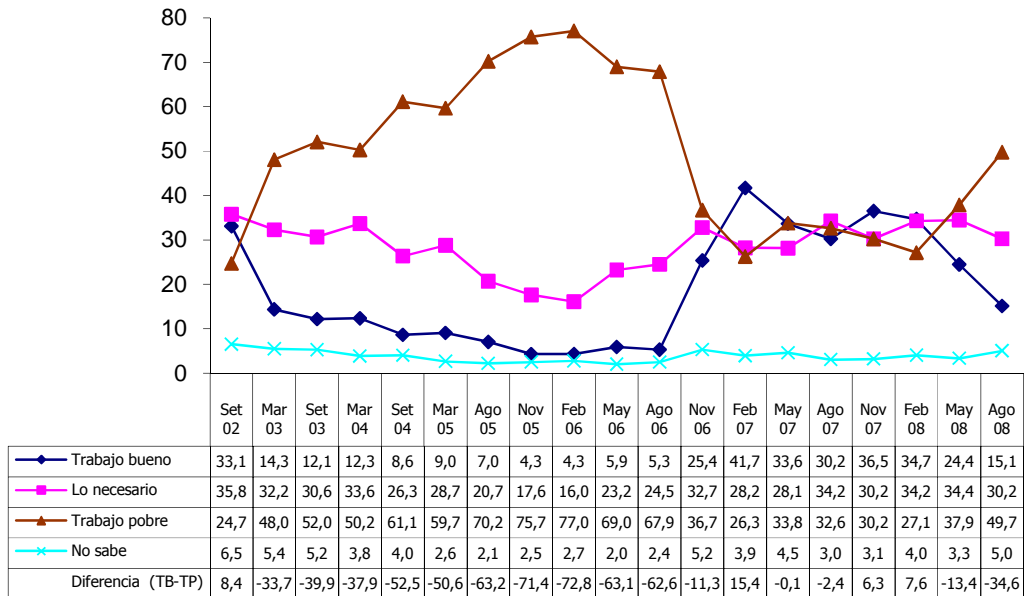
Gráfico 19
Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

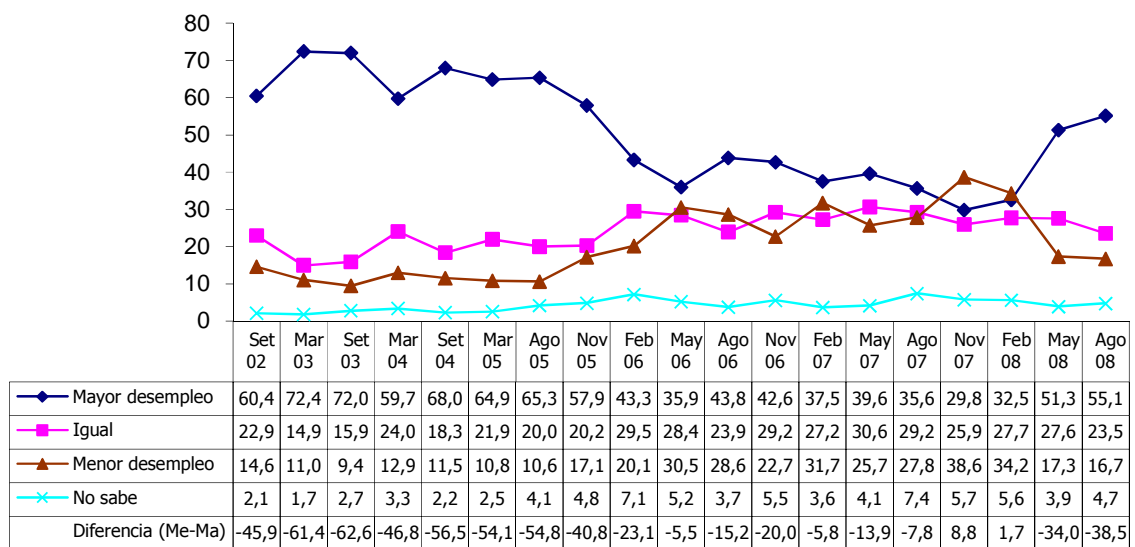
Gráfico 20
**¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual?
 ¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?**



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

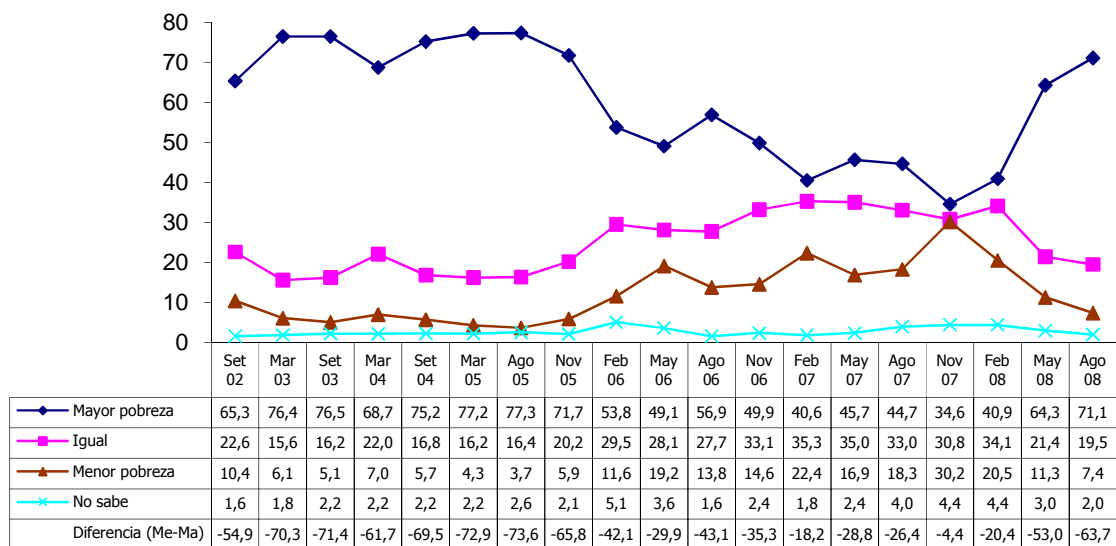
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

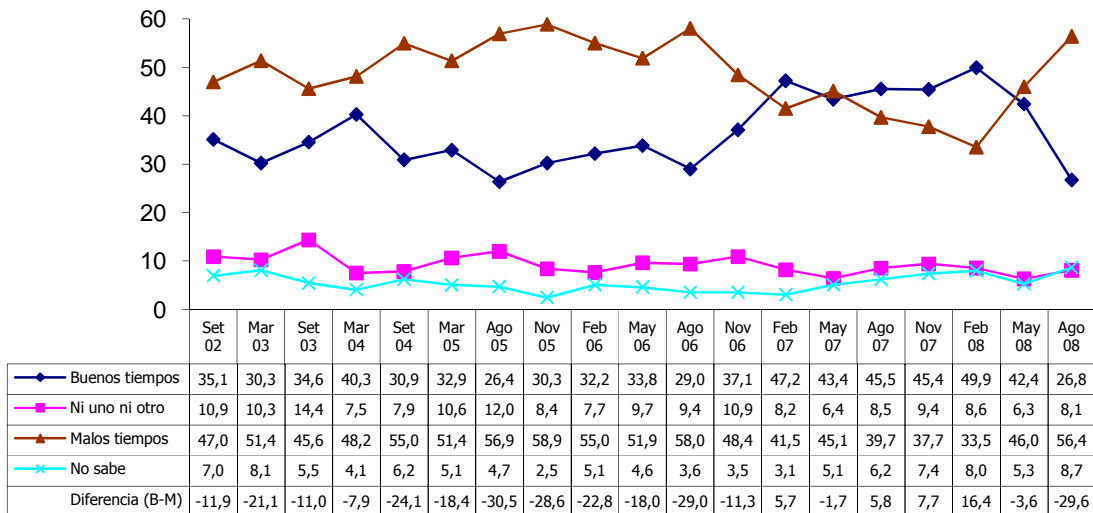
Gráfico 22
¿Y qué cree que sucederá con la pobreza durante los próximos 12 meses?
Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

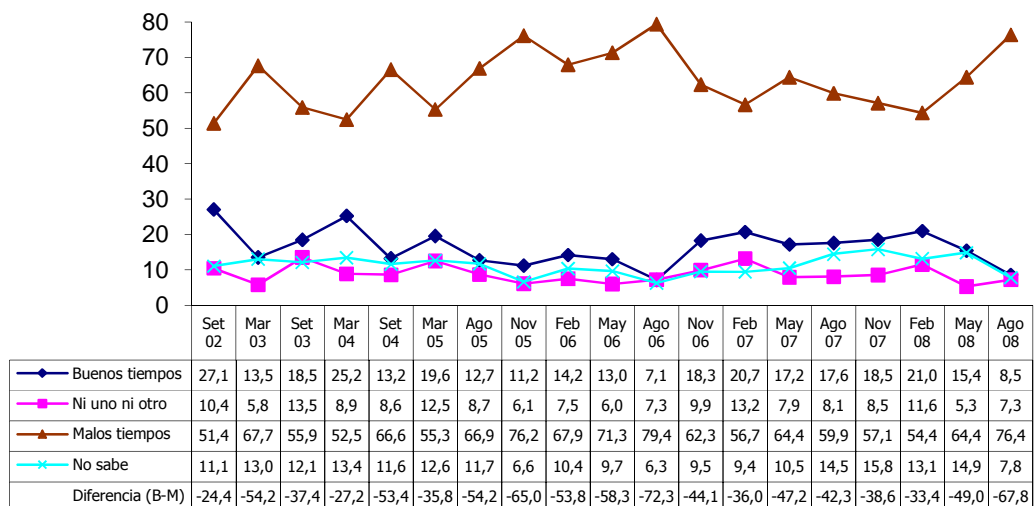
VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

SECCIÓN ESPECIAL

OTROS FACTORES RELACIONADOS CON LA CONFIANZA

Cuadro 1
Percepción de lo que sucederá durante los próximos 12 meses con respecto a los combustibles, los alimentos básicos y el tipo de cambio y magnitud del ICC según percepciones.

Preguntas	Porcentajes	ICC
Número de entrevistas	702	702
Total	100	31,6
Durante los próximos 12 meses ¿cree Usted que el precio de los combustibles (diesel y gasolina) aumentará, se mantendrá igual		
Aumentará	82,9	29,9
Se mantendrá igual	8,5	40,7
Disminuirá	4,1	39,7
NS/NR	4,4	--
¿Y Usted cree que durante los próximos 12 meses habrá escasez de alimentos básicos en el país o piensa que no habrá escasez?		
Habra escasez	47,9	25,6
No habra escasez	48,9	37,1
NS/NR	3,3	--
¿Usted diría que durante los próximos 12 meses el precio del dólar con respecto al colón aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?		
Aumentará	72,6	30,3
Se mantendrá igual	16,4	35,9
Disminuirá	3,4	37,1
NS/NR	7,5	--

Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

Cuadro 2
Percepciones en el campo laboral y de pensión
(Principal sostén económico que trabaja, n=504 entrevistas)

Preguntas	Porcentajes	ICC
Total	100	31,6
¿Actualmente es fácil o es difícil encontrar trabajo en lo que Usted hace?		
Fácil	28,2	38,2
Regular	12,7	33,4
Difícil	57,1	28,6
NS/NR	2,0	--
¿Y durante los próximos 12 meses Usted piensa que podría quedarse sin trabajo o piensa que tendrá trabajo?		
Podría quedarse sin trabajo	12,7	24,8
Tendrá trabajo	82,3	33,2
NS/NR	5,0	--
¿Y diría que las posibilidades de recibir su pensión cuando le corresponda son altas, muy altas, bajas, muy bajas?		
No tendrá pensión	10,9	30,2
Bajas o muy bajas	37,1	29,6
Regulares	14,1	30,7
Altas o muy altas	31,9	34,9
NS/NR	6,0	--
¿Cree que su pensión va a ser suficiente para cubrir sus necesidades básicas?¹		
Será suficiente	21,9	38,0
No será suficiente	65,2	27,7
Otras	5,5	--
No sabe	7,4	--

¹ Pregunta dirigida a la persona que es principal sostén económico del hogar, que trabaja y piensa que recibirá pensión (420 entrevistas)

Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

ANEXOS

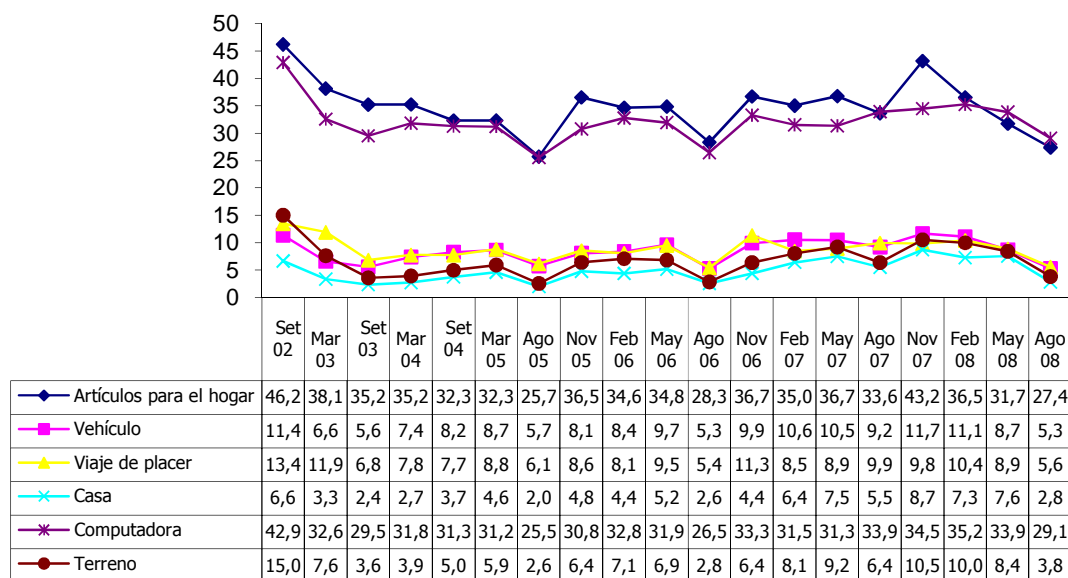
CUADRO ANEXO DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL PRINCIPAL SOSTÉN ECONÓMICO DEL HOGAR

Características	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07	Ago 07	Nov 07	Feb 08	May 08	Ago 08
Número de entrevistas	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705	705	702	701	700	702
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
¿Quién respondió la entrevista?																			
Principal sostén económico	67,4	84,2	81,0	77,5	81,3	79,8	79,0	80,2	79,1	75,9	80,8	84,4	86,5	82,3	87,5	95,0	97,3	95,1	95,3
Persona adulta informada	32,6	15,8	19,0	22,5	18,7	20,2	21,0	19,8	20,9	24,1	19,2	15,6	13,5	17,7	12,5	5,0	2,7	4,9	4,7
Sexo																			
Hombre	--	67,0	67,6	67,1	67,6	68,5	66,2	63,6	63,7	66,2	61,6	62,4	60,3	61,4	56,2	53,3	56,6	55,6	55,6
Mujer	--	33,0	32,4	32,9	32,4	31,5	33,8	36,4	36,3	33,8	38,4	37,6	39,7	38,6	43,8	46,7	43,4	44,4	44,4
Educación																			
Primaria o menos	37,2	36,0	38,5	39,4	39,4	38,9	41,5	34,8	36,9	43,4	38,7	39,9	41,5	38,4	41,3	39,0	43,1	36,1	36,2
Secundaria	32,6	34,2	32,7	31,8	30,8	27,9	27,7	32,6	30,7	28,1	33,4	29,5	29,7	31,0	29,4	31,3	27,1	32,3	31,5
Universitaria	30,2	29,8	28,8	28,8	29,8	33,2	30,7	32,6	32,4	28,5	28,0	30,6	28,8	30,7	29,4	29,6	29,8	31,6	32,2
Total de ingreso familiar mensual																			
250,000 colones o más	37,5	38,1	37,2	40,2	40,9	44,2	44,9	45,9	48,1	44,8	44,8	48,7	47,1	51,5	49,8	45,4	52,4	54,0	54,1
Menos de 250,000 colones	61,1	59,5	61,1	58,1	58,0	53,6	53,4	53,1	49,9	54,0	52,6	47,9	50,0	46,2	47,9	51,6	45,6	44,1	42,5
NS-NR	1,4	2,4	1,7	1,7	1,1	2,2	1,7	1,0	2,0	1,3	2,6	3,4	2,9	2,3	2,3	3,0	2,0	1,9	3,4
Situación económica según el sostén																			
... tienen grandes dificultades	--	--	8,7	9,7	11,3	11,9	10,6	10,7	8,8	10,9	11,3	6,5	7,8	8,0	10,8	11,4	8,8	9,6	7,8
... tienen algunas dificultades	--	--	31,4	27,9	23,8	24,7	29,7	23,2	21,4	21,3	23,1	21,6	18,7	28,3	25,7	23,5	22,7	26,0	26,7
... sin mayores dificultades	--	--	46,0	42,2	42,9	40,5	40,0	46,2	45,7	43,1	45,9	47,8	46,2	43,8	39,2	42,2	45,5	43,5	48,8
... bien y pueden ahorrar	--	--	13,9	20,2	22,0	22,9	19,7	19,9	24,1	24,8	19,7	24,1	27,3	19,9	24,3	22,8	23,1	20,8	16,7
Gasto discrecional 1/																			
No	40,5	54,0	58,4	58,0	60,1	60,3	67,3	58,7	59,0	58,9	66,9	57,4	59,4	58,2	59,6	51,9	55,6	62,0	66,0
Sí	59,5	46,0	41,6	42,0	39,9	39,7	32,7	41,3	41,0	41,1	33,1	42,6	40,6	41,8	40,4	48,1	44,4	38,0	34,0

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

Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XIX Encuesta Confianza del Consumidor. Agosto, 2008