

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

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

**XVIII ENCUESTA  
DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR  
(Mayo 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  
Mayo del 2008**

**Documento disponible en:  
[www.estadistica.ucr.ac.cr](http://www.estadistica.ucr.ac.cr)  
[www.ucr.ac.cr](http://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 XVIII Encuesta de Confianza del Consumidor

Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística
Coordinador:	Juan Pablo Solís Alvarado
Supervisores:	Yorlene Quirós Díaz y Diana Ureña Mora
Fecha de encuesta:	del 2 al 12 de mayo del 2008
Población de interés:	hogares con teléfono en todo el territorio nacional (65%)
Tamaño de muestra:	700 hogares
Muestreo de teléfonos:	estratificado, probabilístico (Técnica de Waksberg).
Error de muestreo:	el ICC, que es un promedio, presenta diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a 1.8 puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a 3.7 puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%).
Informante:	principal sostén económico del hogar (95.0%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, una persona adulta informada de la situación económica del hogar (5%). Ver Cuadro Anexo para más detalles.

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

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

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

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

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

## RESULTADOS

### La confianza de los consumidores

Mientras que tres meses atrás (febrero del 2008) el ICC había alcanzado una magnitud de 53.4 en el presente mes la confianza de los consumidores cayó abruptamente y registró una cifra de 39.1 (en una escala de cero a 100) (Gráfico 1). Aunque ya a principios del presente año el ICC mostraba una disminución, el mes actual marca una tendencia marcada de pesimismo hacia la economía nacional, pues la reducción de 14 puntos que sufrió el ICC de mayo del 2008 con respecto a la encuesta anterior es la más grande encontrada desde setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta). Esto significa que desde hace seis años, aproximadamente, no se produce un cambio hacia percepciones tan pesimistas y que la inyección de optimismo administrada a los consumidores desde febrero del 2006 dejó de tener efecto.

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 13.6%, actualmente creció a 30.6% (Gráfico 2). Por el contrario, los consumidores optimistas son menos, pues dicho grupo disminuyó de 34.4% tres meses atrás a 16% durante el presente mes.

La drástica disminución de la confianza en la economía registrada durante el presente mes es generalizada en toda la población. Esto se afirma porque se dio, sin excepciones, tanto en hombres como 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 baja se registró independientemente del 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).

Como se procedió en los informes de noviembre del 2007 y febrero del 2008, la confianza de los consumidores también fue medida entre quienes opinan que los diputados deben aprobar y rechazar las leyes complementarias para el TLC. Los resultados muestran que la confianza disminuyó en ambos grupos y que, como en las encuestas anteriores, quienes favorecen la aprobación de las leyes complementarias por parte de los diputados presentan un nivel de confianza mayor en la economía (ICC=44.6) que quienes opinan lo contrario (ICC=30.9). Esto significa que todavía la opinión sobre cómo deben proceder los diputados con las leyes complementarias incide en la confianza de los consumidores, haciéndolos sentirse más optimistas (o menos pesimistas) a quienes favorecen la aprobación de las leyes y más pesimistas a quienes las rechazan. No obstante, también puede corroborarse que conforme avanza el tiempo esta influencia es cada vez menor, pues la diferencia del ICC entre quienes favorecen la aprobación y quienes se oponen era de 23 puntos en noviembre del 2007, luego disminuyó a disminuyó a 17 puntos en febrero del 2008 y actualmente es de 14 puntos.

Debe mencionarse que diversos factores han tomado preponderancia durante los últimos meses para conjeturar el por qué se produjo una pérdida tan importante en la confianza de los consumidores. Entre las noticias más destacadas de los últimos tres meses se encuentran los precios del petróleo, pues vienen incrementándose a niveles que baten récord históricos. La crisis inmobiliaria en los Estados Unidos y cuyas secuelas podrían afectar al país es otra noticia que todavía está en el ambiente nacional. Otra que preocupa a la población nacional es el anuncio de una crisis alimentaria mundial, cuyo principal protagonista actual es el arroz (tanto a nivel de precio como de abastecimiento) pero que en el futuro podrían sumársele otros productos. Las variaciones en las tasas de cambio con respecto al dólar también pueden estar afectando la confianza de los consumidores, pues recientemente ésta se ha incrementado con todas las secuelas que produce en los precios, los préstamos y las importaciones, entre otros. Ante tal panorama no puede dejar de mencionarse el informe que el pasado 1º de mayo brindó el Presidente Arias ante la Asamblea Legislativa, en el que reconoció la difícil situación que debe enfrentar el país en los próximos dos años de su administración.

Por otra parte, también puede corroborarse que la caída de la confianza de los consumidores se dio por lo que se percibe de la economía tanto en la actualidad como en el futuro. En el primer caso, el ICEA (Índice de Condiciones Económicas Actuales) cayó de 51.2 a 42.9 durante los últimos tres meses (8 puntos). Además, el IEE (Índice de Expectativas Económicas) disminuyó de 54.9 a 36.6 en igual período (18 puntos). Esto significa que si bien es cierto la valoración de las condiciones económicas actuales es menos favorable que tres meses atrás (8 puntos menos), también lo es que se derrumbaron las expectativas por un futuro económico más promisorio (18 puntos menos)<sup>4</sup>. Incluso, por primera vez desde el año 2006 la valoración de lo que sucederá con la economía es más desfavorable cuando se piensa en el futuro que en la actualidad.

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

## Otras percepciones sobre la economía

Las percepciones sobre la inflación durante los próximos 12 meses revelaron un patrón de consumidores más optimistas desde mayo del 2006 hasta noviembre del 2007 (Gráficos del 17 al 19). Sin embargo, durante los tres meses siguientes (febrero del 2008) hubo un giro hacia una situación relativamente menos favorable, que se vino a acentuar en mayo del 2008. Esto se afirma porque actualmente la percepción de un aumento de las tasas de interés para los préstamos en dinero se incrementó 11 puntos (47.2% a 58.7%), la expectativa por un ingreso familiar mayor decreció 8 puntos (de 64.5% a 56.6) y la expectativa por un ingreso menor que el aumento de los precios aumentó 14 puntos (de 36.4% a 50.6%).

Las percepciones sobre la política económica y social, que revelaron una franca mejoría desde mayo del 2006, también sufrieron un retroceso durante los últimos tres meses (Gráficos del 20 al 22). Por una parte, la opinión sobre la política económica del gobierno actual se deterioró con respecto a tres meses atrás. Esto se afirma porque la magnitud de quienes califican como bueno el trabajo realizado (24.4%) es menor a la de quienes lo califican como pobre (37.9%). Esta diferencia negativa de 13 puntos porcentuales era positiva tres meses atrás y alcanzaba una magnitud de 8 puntos porcentuales (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 la evolución favorable que venían presentando ambos indicadores presenta un retroceso. En el caso del desempleo, actualmente el 51.3% espera un nivel mayor durante los próximos 12 meses, cifra que era 32.5% tres meses atrás (diferencia de 19 puntos) (Gráfico 21). En el caso de la pobreza el cambio es más dramático, pues ahora el 64.3% espera mayores niveles durante los próximos 12 meses y tres meses atrás esta magnitud era de 40.9% (23 puntos de diferencia) (Gráfico 22). Esto significa que las percepciones sobre el desempleo, y particularmente de la pobreza, se vieron deterioradas drásticamente durante los últimos tres meses.

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 tiende a desmejorar. En el caso de la compra de casa, actualmente el 42.4% piensa que son buenos tiempos para comprar, pero este valor era de 49.9% tres meses atrás (7 puntos de diferencia). Igual sucedió con la compra de carro, pues la valoración de un buen momento cayó de 21.0% en febrero del 2008 a 15.4% en la actualidad (6 puntos).

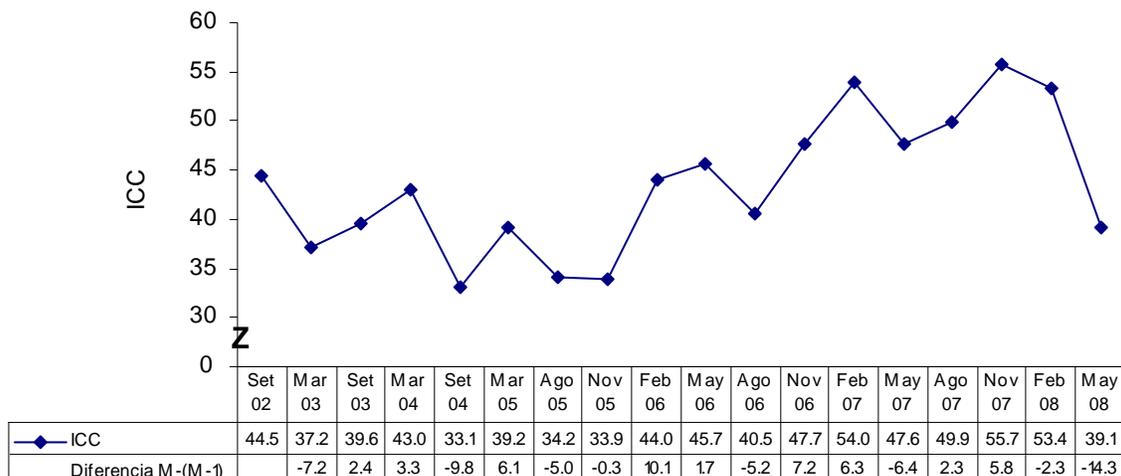
# RESULTADOS

## Setiembre del 2002 a mayo 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: Impacto del TLC y las Leyes Complementarias en la confianza de los consumidores.....	20
Anexos.....	21

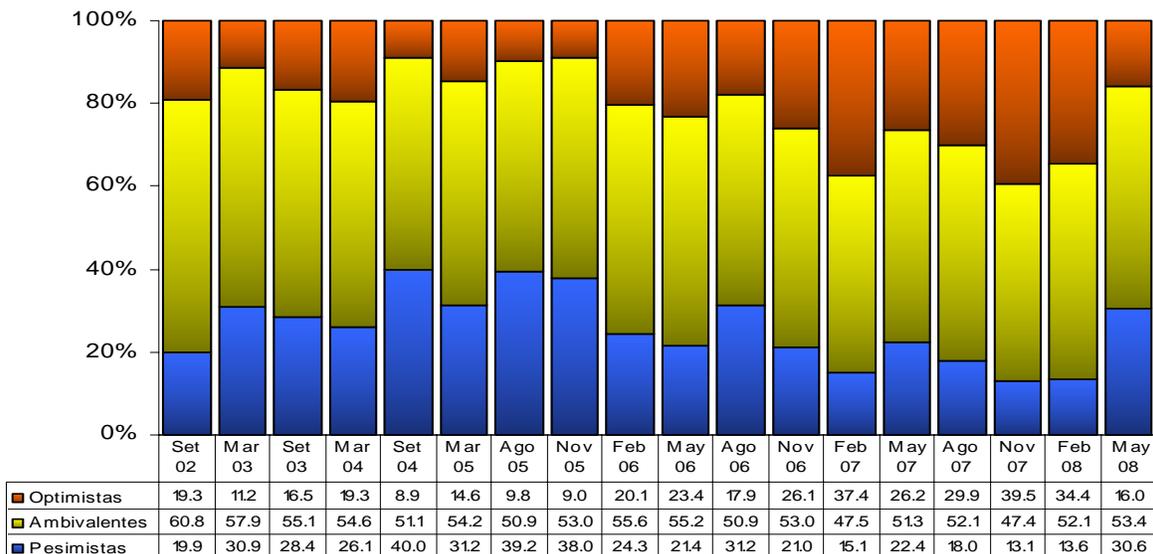
## CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

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

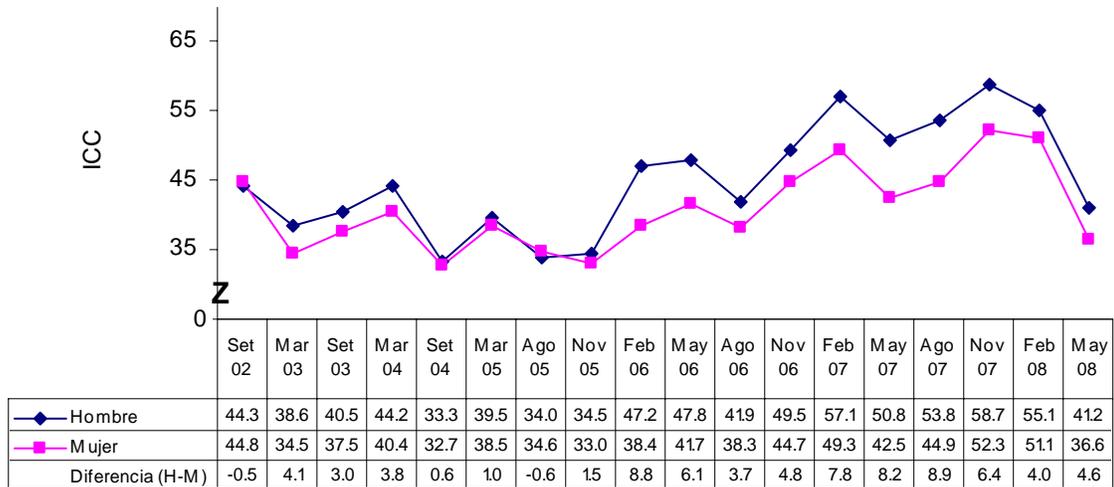


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada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

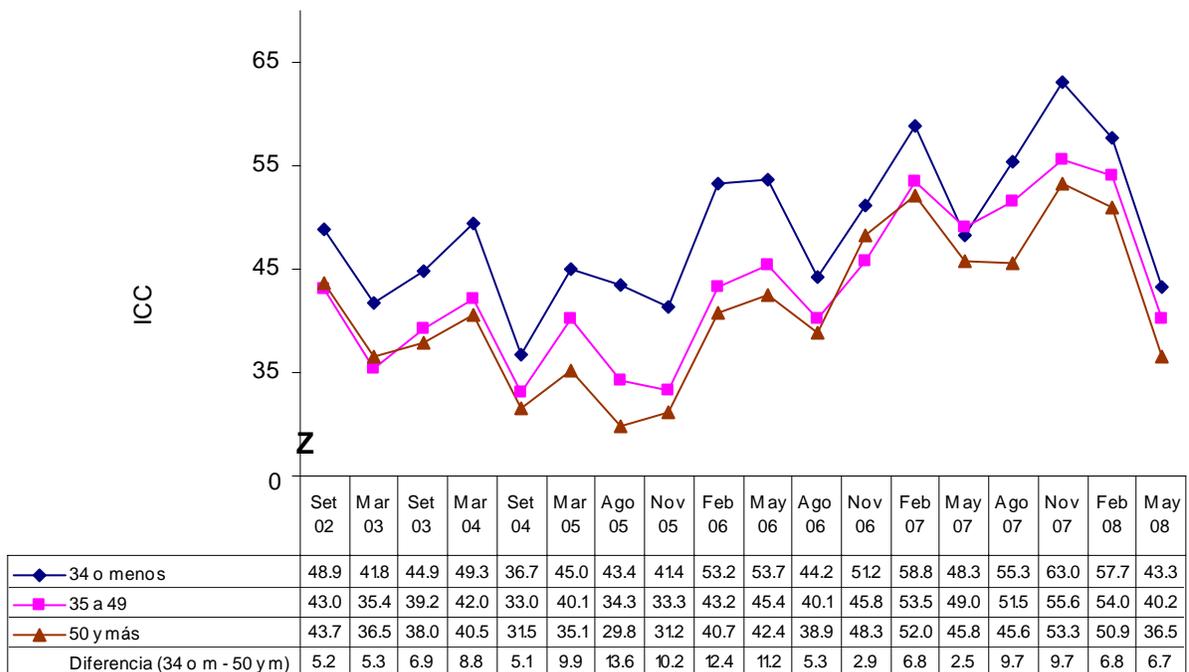
## DIFERENCIALES SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

**Gráfico 3**  
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



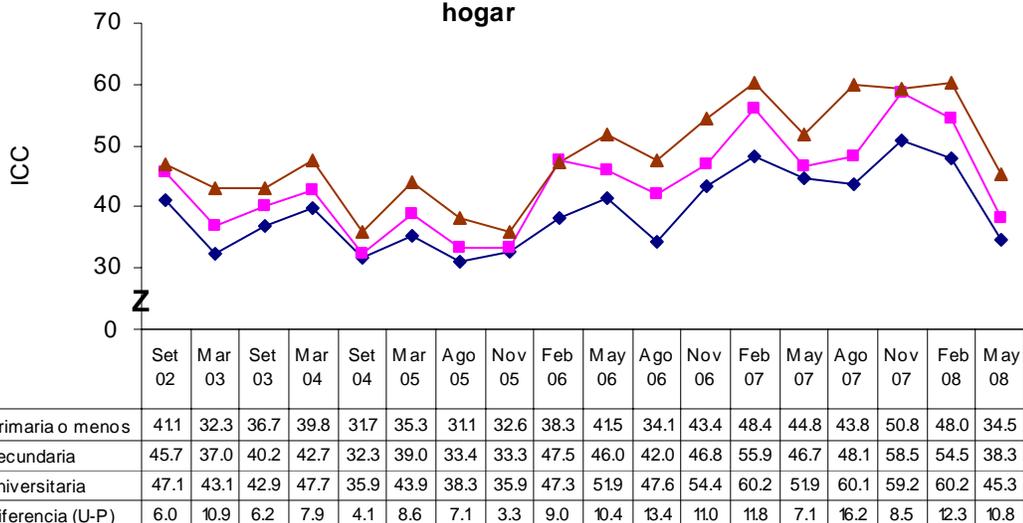
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

**Gráfico 4**  
ICC según edad del principal sostén económico del hogar



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

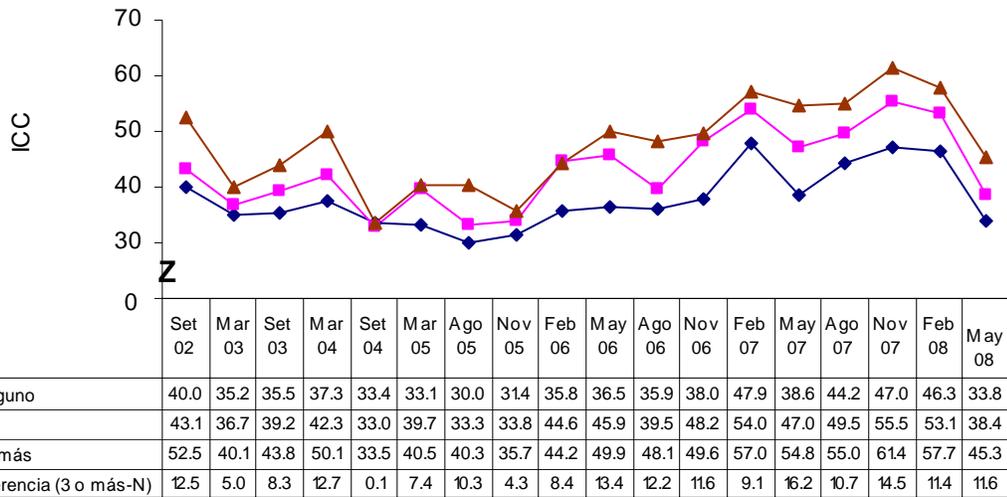
**Gráfico 5**  
**ICC según niveles de educación del principal sostén económico del hogar**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

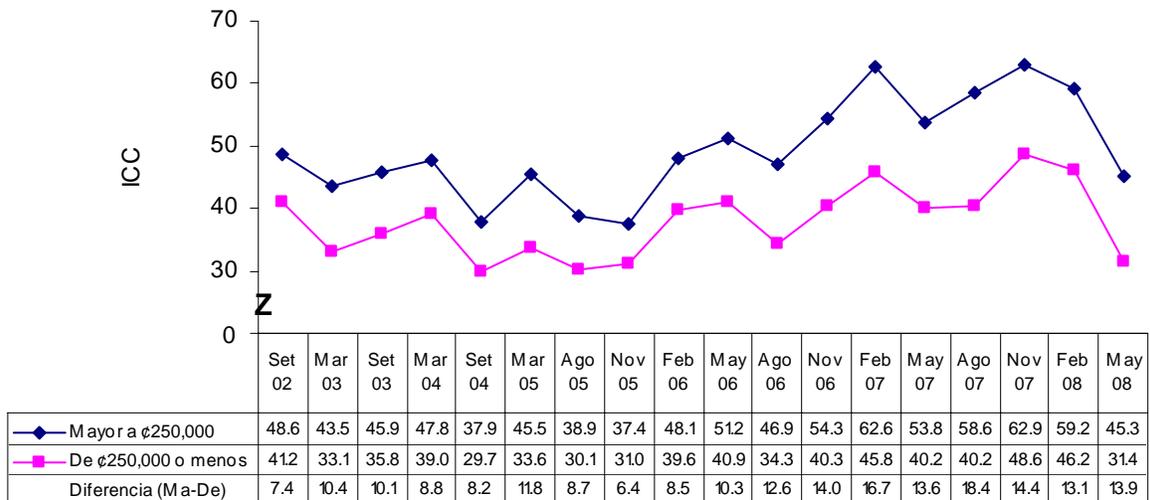
## DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



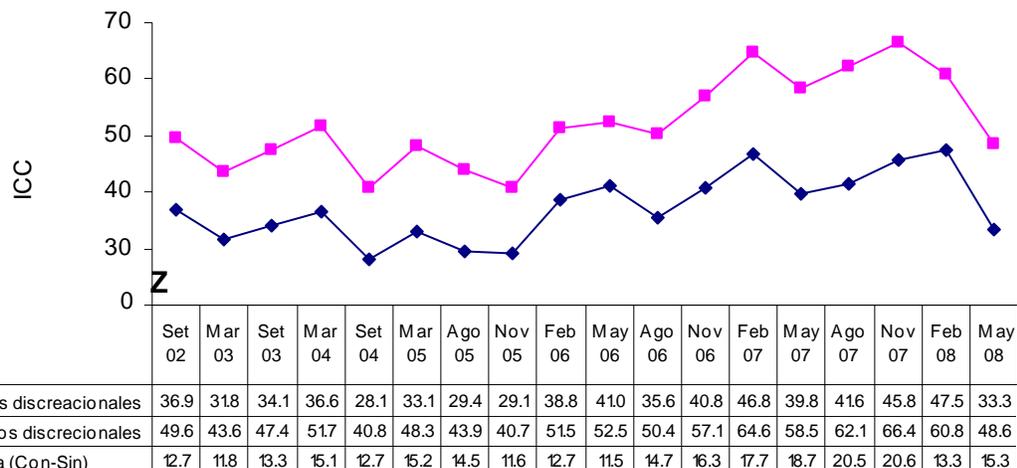
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

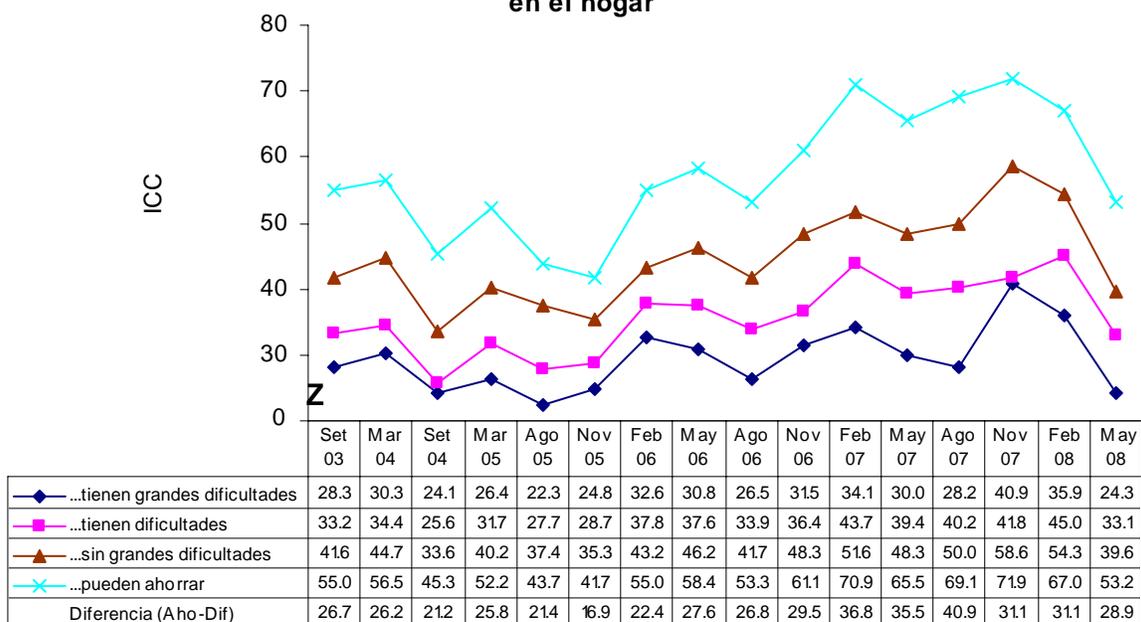
**Gráfico 8**  
**ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>**



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

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

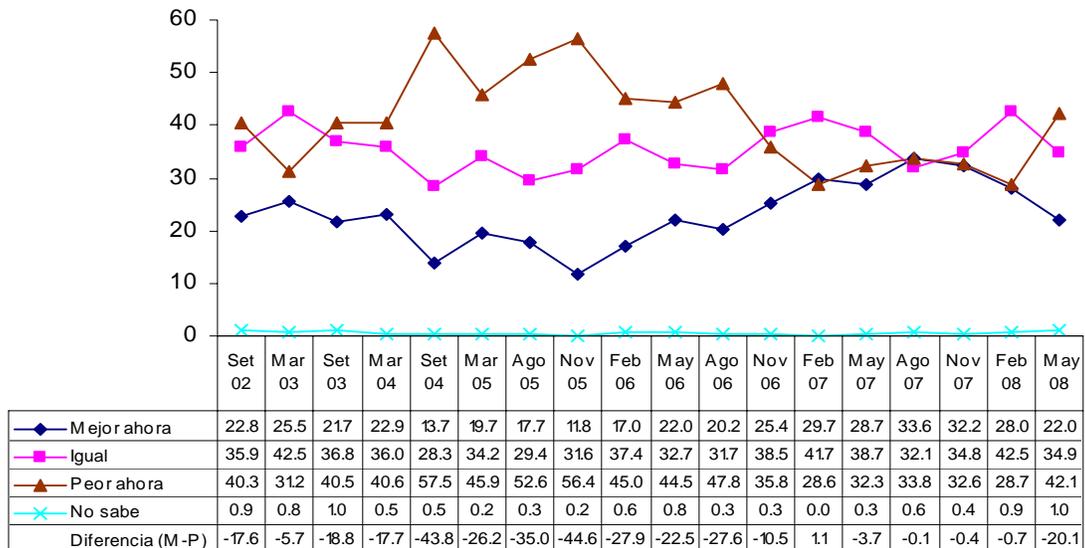
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

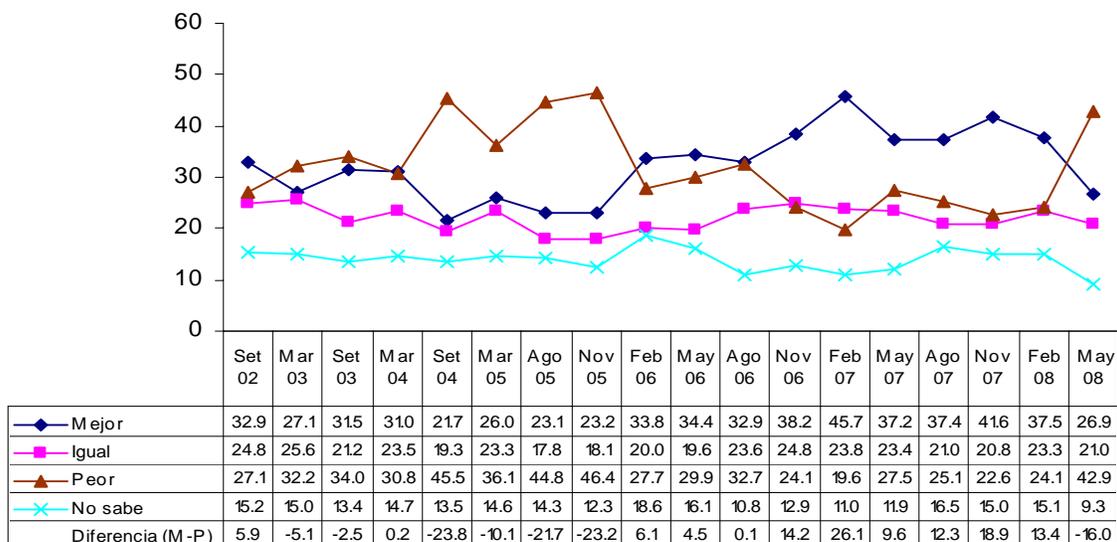
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>5</sup>

**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. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

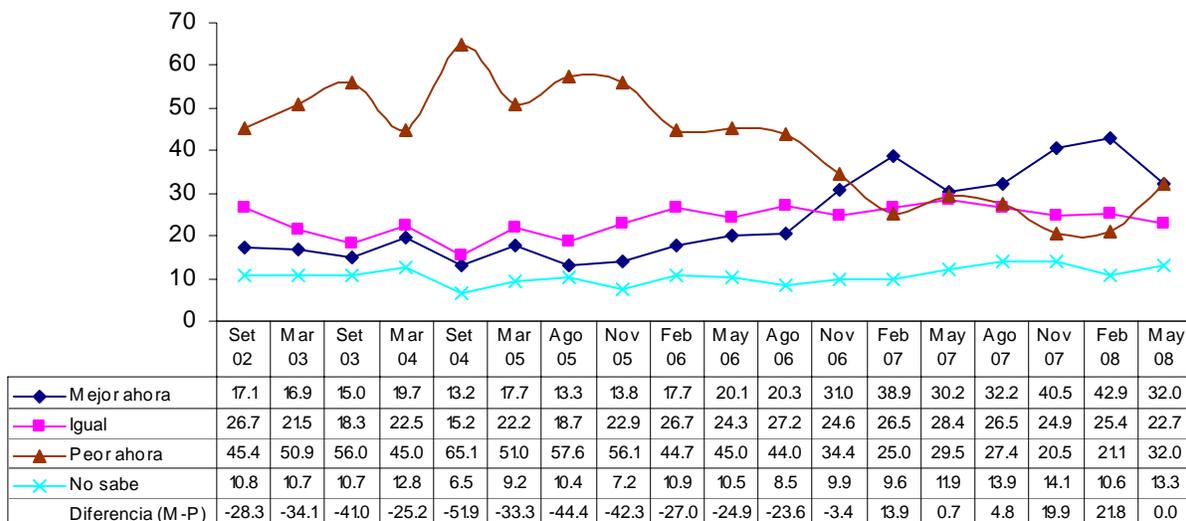
**Gráfico 11**  
**¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

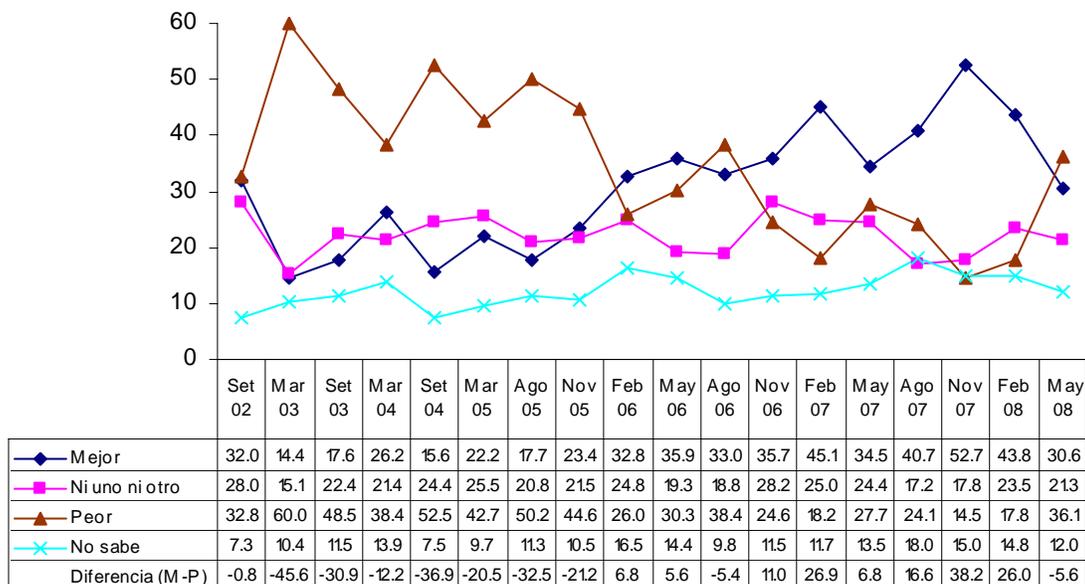
<sup>5</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

**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?**



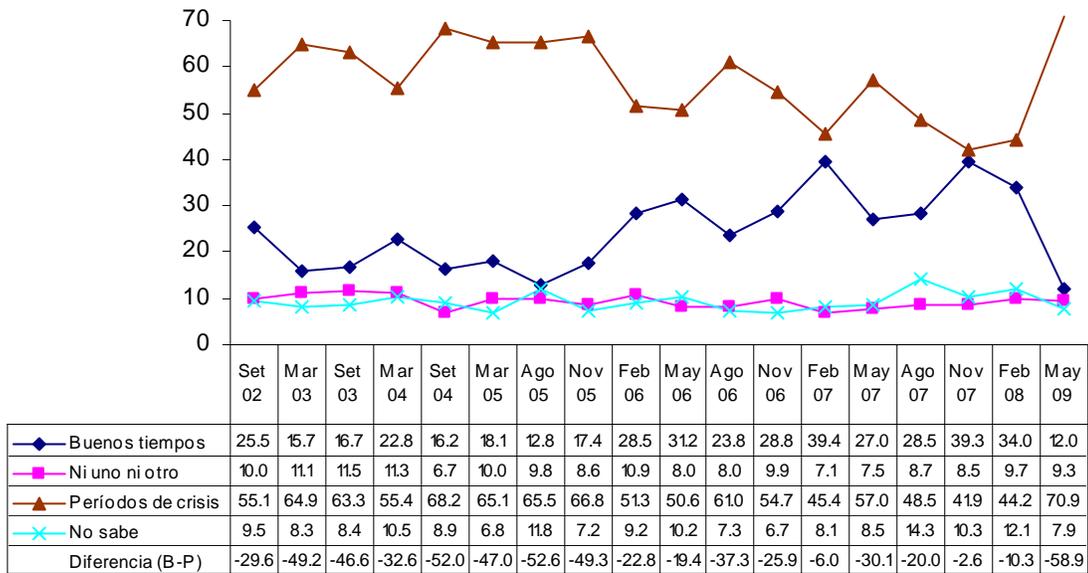
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

**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?**



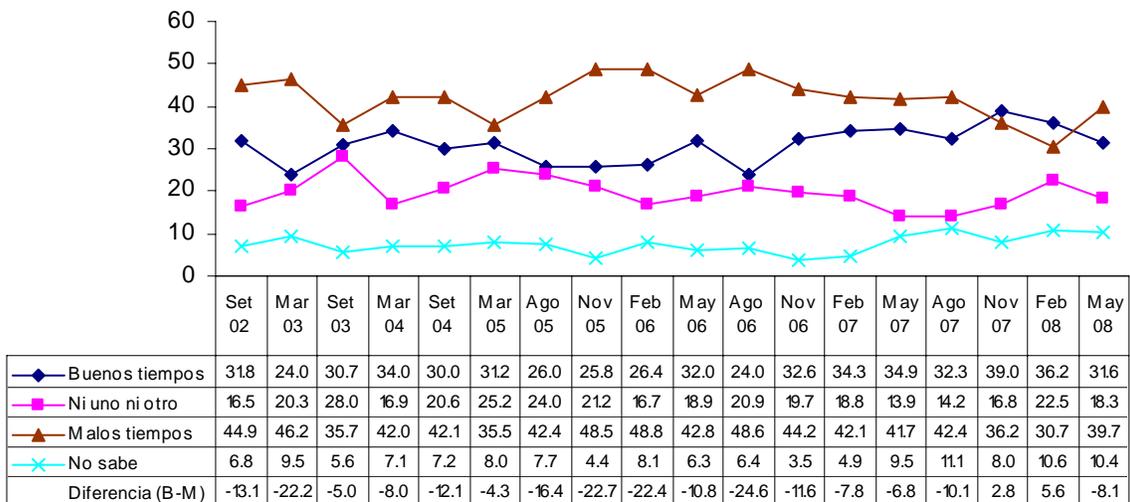
Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

**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. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

**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>?**

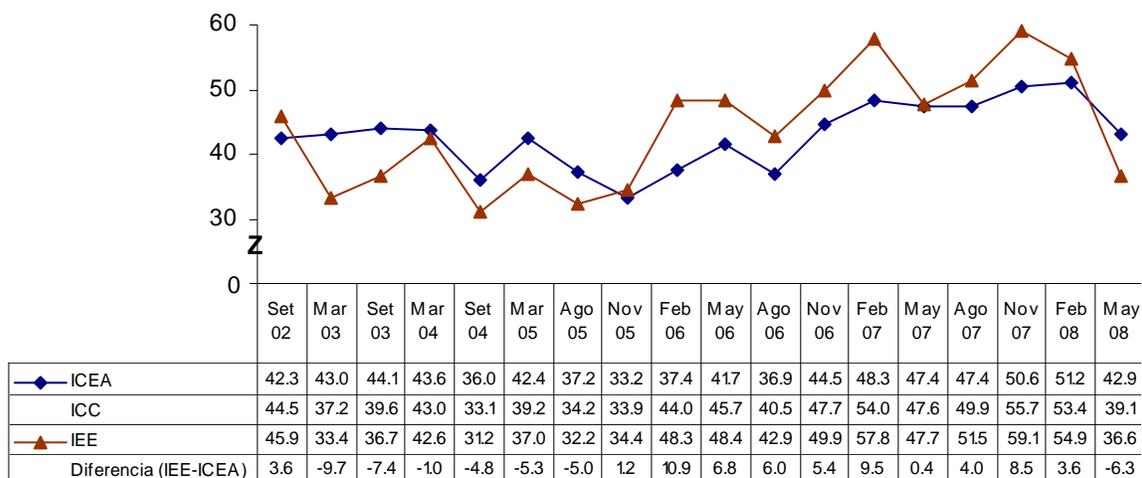


<sup>1</sup>Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

## VALORACIÓN DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS ACTUALES (ICEA)<sup>6</sup> Y DE LAS EXPECTATIVAS ECONÓMICAS (IEE)<sup>7</sup>

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

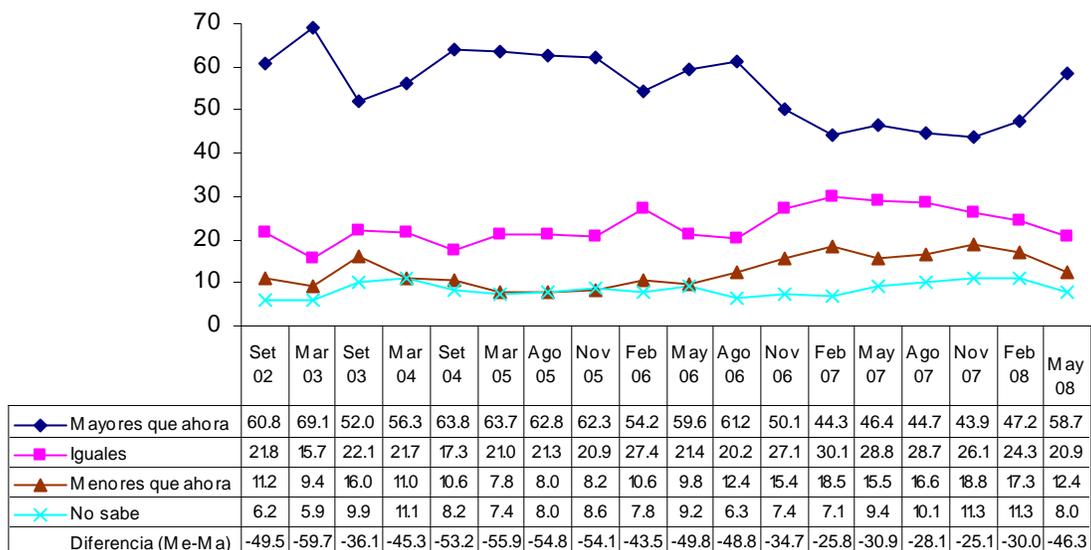
<sup>6</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

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

## PERCEPCIONES SOBRE LA INFLACIÓN

Gráfico 17

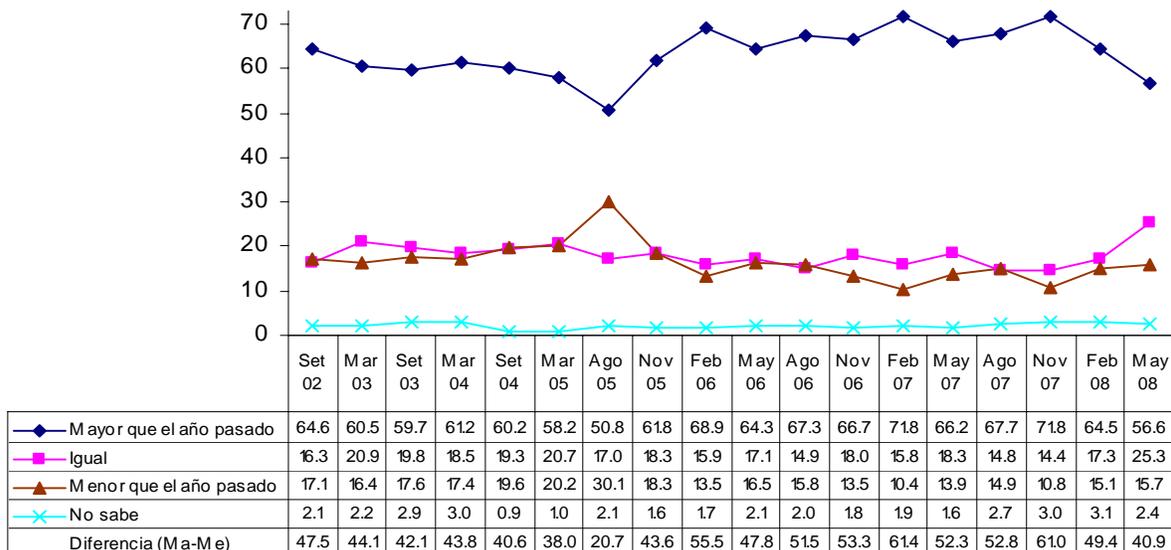
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero durante los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

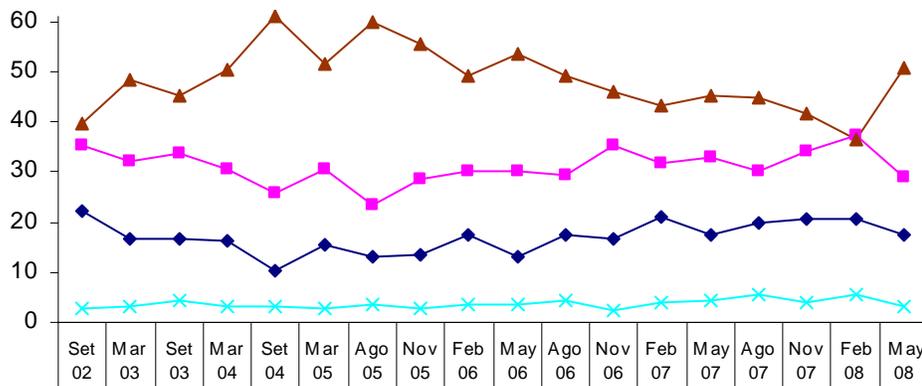
Gráfico 18

¿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. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

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



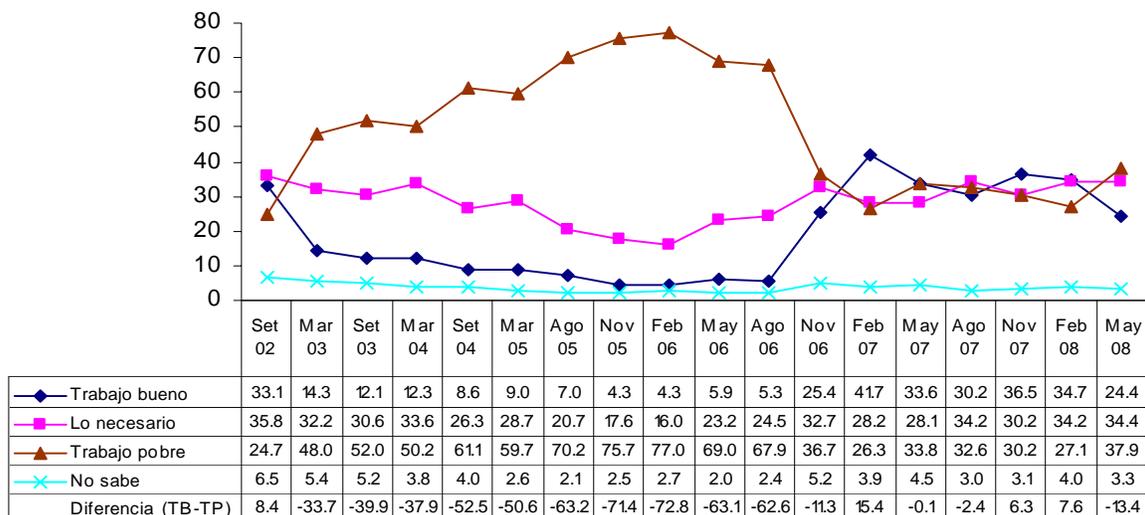
	Set 02	Mar 03	Set 03	Mar 04	Set 04	Mar 05	Ago 05	Nov 05	Feb 06	May 06	Ago 06	Nov 06	Feb 07	May 07	Ago 07	Nov 07	Feb 08	May 08
◆ > que el aumento de precios	22.3	16.6	16.7	16.1	10.3	15.3	13.1	13.5	17.4	13.1	17.4	16.7	21.1	17.4	19.7	20.5	20.5	17.4
■ Igual	35.4	32.1	33.7	30.4	25.6	30.3	23.5	28.5	29.9	29.9	29.2	35.1	31.7	33.0	30.1	34.0	37.4	28.9
▲ < que el aumento de precios	39.6	48.3	45.4	50.2	60.8	51.4	59.9	55.4	48.9	53.4	49.1	45.8	43.3	45.1	44.8	41.6	36.4	50.6
✕ No sabe	2.7	3.0	4.2	3.2	3.2	3.0	3.4	2.6	3.7	3.5	4.4	2.4	3.9	4.4	5.4	3.8	5.7	3.1
Diferencia (Ma-Me)	-17.2	-31.6	-28.6	-34.1	-50.5	-36.0	-46.8	-41.9	-31.5	-40.3	-31.7	-29.0	-22.2	-27.7	-25.1	-21.1	-15.8	-33.1

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 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?

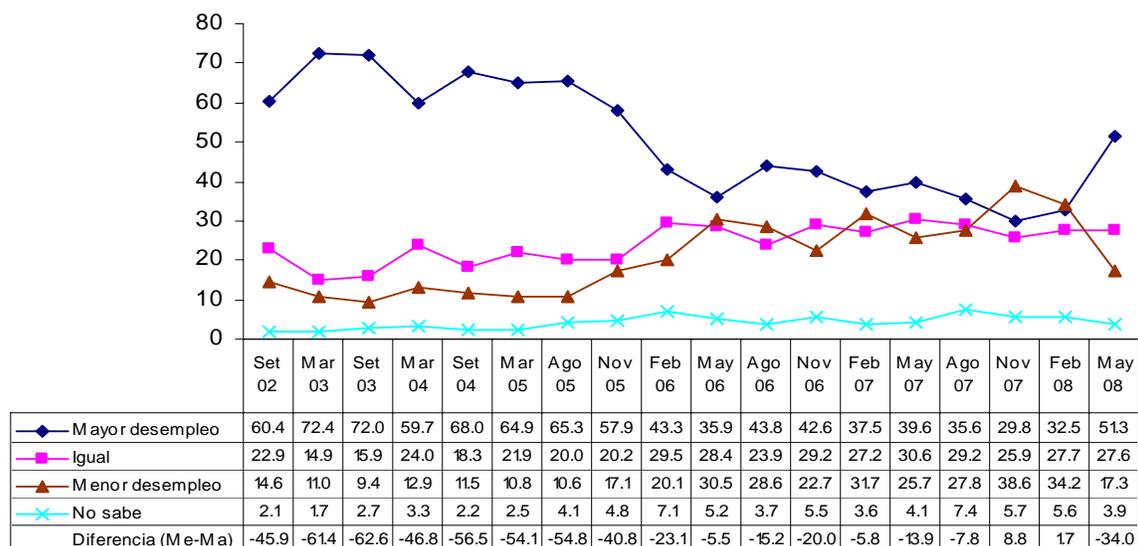


<sup>1</sup> Se aclara diciendo: "me refiero a las acciones para combatir la inflación, la pobreza y el desempleo".

Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

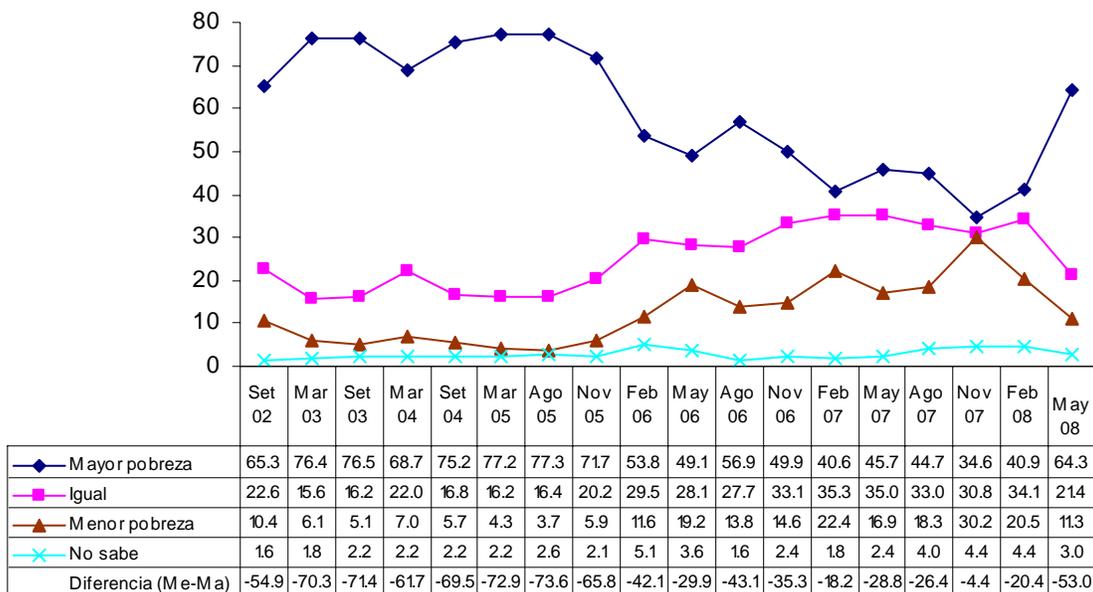
Gráfico 21

¿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. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

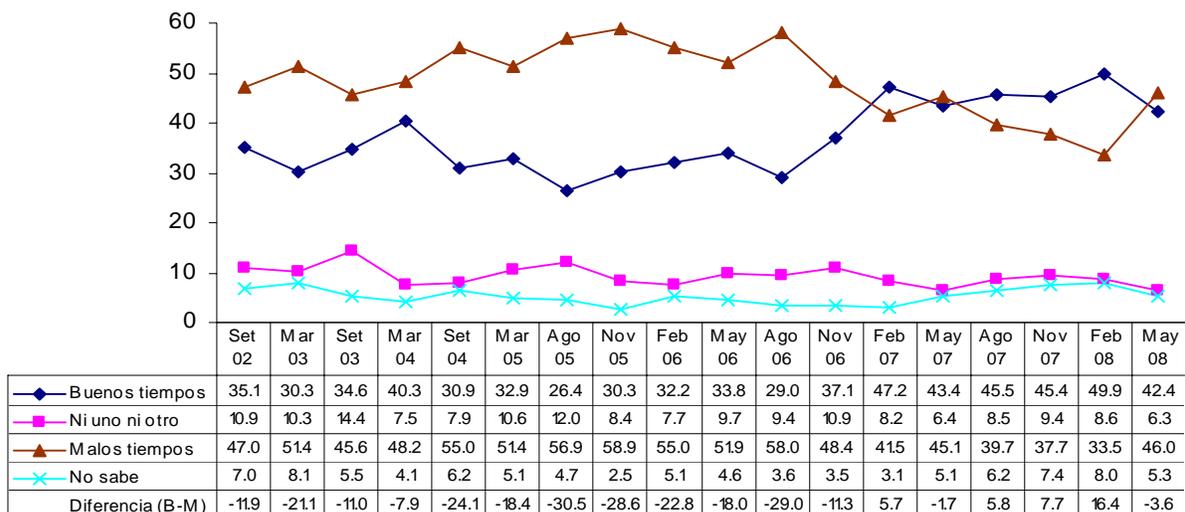
**Gráfico 22**  
**¿Y qué cree que sucederá con la pobreza durante los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?**



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

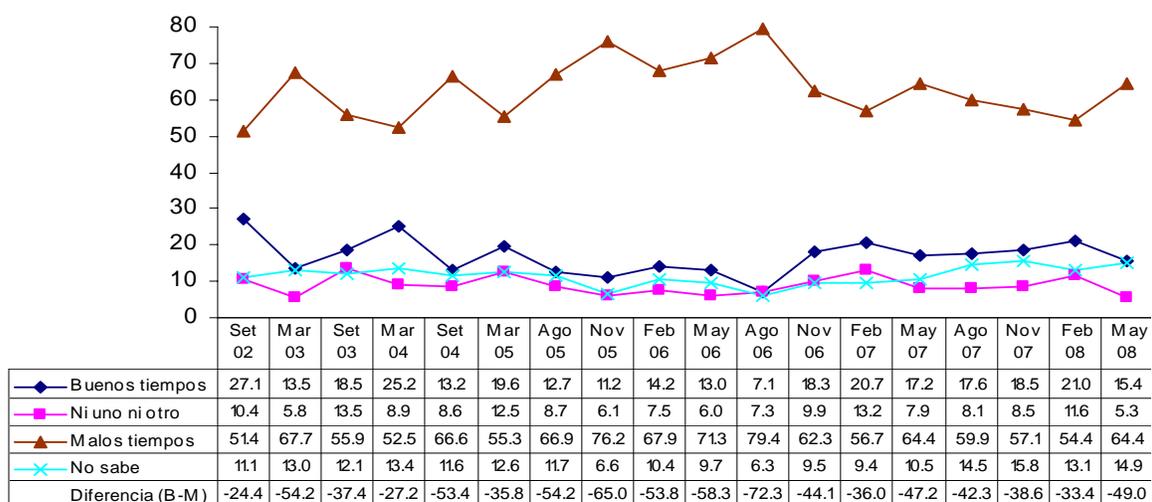
## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

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



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

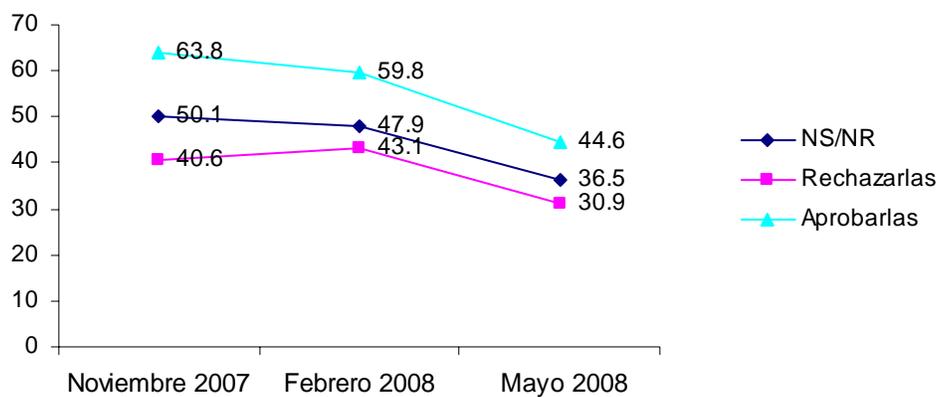
**Gráfico 24**  
Y hablando sobre el mercado de los automóviles ¿Diría que actualmente es un buen momento o un mal momento para comprar un carro?



Fuente: UCR, Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008

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

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



Fuente: UCR. Escuela de Estadística. CEO. XVIII Encuesta de Confianza del Consumidor, Mayo2008

# ANEXOS

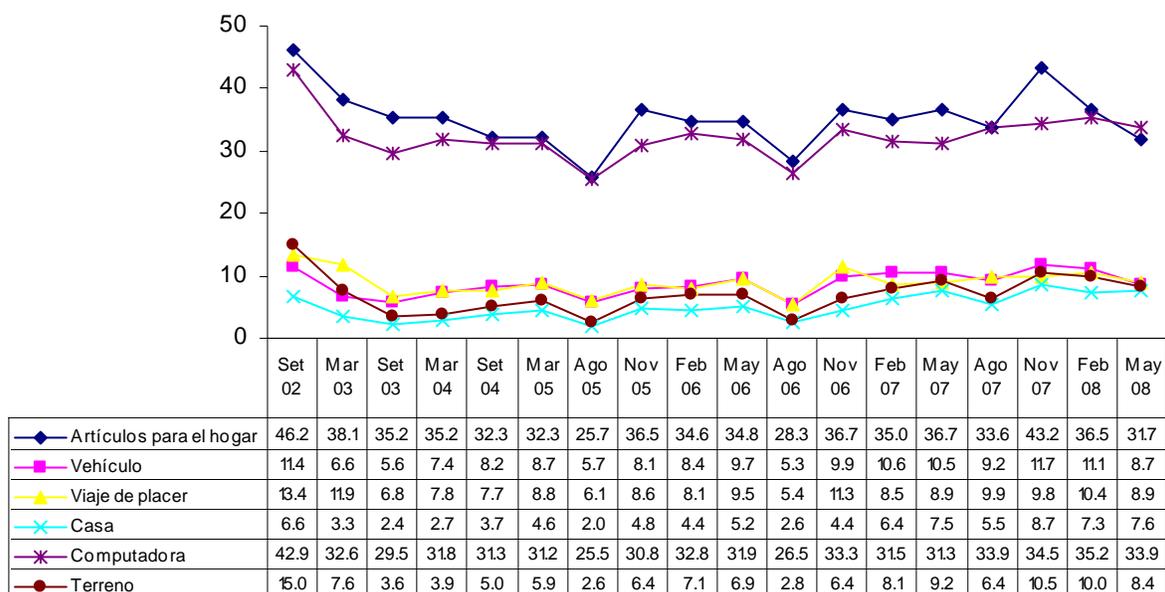
## CUADRO ANEXO DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL PRINCIPAL SOSTÉN ECONÓMICO DEL HOGAR

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
<b>Número de entrevistas</b>	632	866	807	812	802	808	700	608	705	715	703	706	721	705	705	702	701	700
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
<b>¿Quién respondió la entrevista?</b>																		
Principal sostén económico del hogar	67.4	84.2	81.0	77.5	81.3	79.8	79.0	80.2	79.1	75.9	80.8	84.4	86.5	82.3	87.5	95.0	97.3	95.1
Otra persona adulta informada	32.6	15.8	19.0	22.5	18.7	20.2	21.0	19.8	20.9	24.1	19.2	15.6	13.5	17.7	12.5	5.0	2.7	4.9
<b>Sexo</b>																		
Hombre	67.0	67.6	67.1	67.6	68.5	67.5	66.2	63.6	63.7	66.2	61.6	62.4	60.2	61.4	56.2	53.3	56.6	55.6
Mujer	33.0	32.4	32.9	32.4	31.5	32.5	33.8	36.4	36.3	33.8	38.4	37.6	39.8	38.6	43.8	46.7	43.4	44.4
<b>Educación</b>																		
Primaria o menos	37.2	36.0	38.5	39.4	39.4	38.9	41.5	34.8	36.9	43.4	38.7	39.9	41.6	38.4	41.3	39.0	43.1	36.1
Secundaria	32.6	34.2	32.7	31.8	30.8	27.9	27.7	32.6	30.7	28.1	33.4	29.5	29.7	31.0	29.4	31.3	27.1	32.3
Universitaria	30.2	29.8	28.8	28.8	29.8	33.2	30.7	32.6	32.4	28.5	28.0	30.6	28.7	30.7	29.4	29.6	29.8	31.6
<b>Total de ingreso familiar mensual</b>																		
Menos de 250,000 colones	61.1	59.5	61.1	58.1	58.0	53.6	53.4	53.1	49.9	54.0	52.6	47.9	50.1	46.2	47.9	51.6	52.4	54.0
250,000 colones o más	37.5	38.1	37.2	40.2	40.9	44.2	44.9	45.9	48.1	44.8	44.8	48.7	47.0	51.5	49.8	45.4	45.6	44.1
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
<b>Situación económica según el sostén</b>																		
No les alcanza y tienen grandes dificultades	--	--	8.7	9.7	11.3	11.9	10.6	10.7	8.8	10.9	11.3	6.5	7.8	8.0	10.8	11.4	8.8	9.6
No les alcanza y tienen algunas dificultades	--	--	31.4	27.9	23.8	24.7	29.7	23.2	21.4	21.3	23.1	21.6	18.7	28.3	25.7	23.5	22.7	26.0
Les alcanza sin mayores dificultades	--	--	46.0	42.2	42.9	40.5	40.0	46.2	45.7	43.1	45.9	47.8	46.2	43.8	39.2	42.2	45.5	43.5
Les alcanza bien y pueden ahorrar	--	--	13.9	20.2	22.0	22.9	19.7	19.9	24.1	24.8	19.7	24.1	27.3	19.9	24.3	22.8	23.1	20.8
<b>Gasto discrecional 1/</b>																		
No	40.5	54.0	58.4	58.0	60.1	60.3	67.3	58.7	59.0	58.9	66.9	57.4	59.5	58.2	59.6	51.9	55.6	62.0
Si	59.5	46.0	41.6	42.0	39.9	39.7	32.7	41.3	41.0	41.1	33.1	42.6	40.5	41.8	40.4	48.1	44.4	38.0

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. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 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. XVIII Encuesta Confianza del Consumidor, Mayo 2008