



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA

EEs

Escuela de  
Estadística

USEs

Unidad de  
Servicios Estadísticos

60

55

50

45

40

35

30

0

Investigador:  
Johnny Madrigal Pana, M.Sc.

e-mail:  
johnny.madrigal@ucr.ac.cr

# La Confianza de los Consumidores

## Encuesta Nº59 Agosto 2018

## 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), contabilizando 53 más. Actualmente se cuenta con un total de 59 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, y que, por el contrario, la incertidumbre produce pesimismo y, por ello, el deseo de reducir los gastos y reorganizar las reservas financieras. Se prevé, entonces, que cuando muchos consumidores cambian al mismo tiempo de una perspectiva a otra, surge un cambio generalizado en su comportamiento de compra y esto afecta, positiva o negativamente, la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurre previo al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica doméstica. De esta manera, el planteamiento asigna importancia al poder del consumidor.

La Confianza del Consumidor. Encuesta N° 59. Agosto, 2018	
Revisión del documento:	Fernando Ramírez Hernández, Director Escuela de Estadística
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística. Coordinador: Fernando Ramírez Hernández
Coordinadora de trabajo de campo:	Yorlene Quirós Díaz
Supervisores:	Moisés Coto, Michelle Saucedo, Rafael Jiménez y Marcos Scott
Fecha de la encuesta:	Del 2 al 22 de agosto del 2018
Población de interés:	Hogares con teléfono fijo (residencial) en todo el territorio nacional (50%)
Tamaño de la muestra:	710 hogares con teléfono fijo
Informante:	Principal sostén económico del hogar (90%) o, en su defecto, después de tres intentos por localizarlo, se pregunta a una persona adulta informada de la situación económica del hogar. 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 adicionales. Uno de ellos es el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA)<sup>2</sup>, que se deriva de las preguntas que valoran el momento para la compra de bienes duraderos y la percepción de la situación económica de la familia comparada con un año atrás. El otro es el Índice de Expectativas Económicas (IEE)<sup>3</sup>, que se obtiene de las preguntas sobre la situación económica de la familia y de las empresas dentro de un año, y la situación del país dentro de los próximos cinco años. Para calcular ambos índices se procede de manera semejante al ICC.

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

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

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

## ENCUESTA DEL CONSUMIDOR

### Metadato de la encuesta

Datos de contacto		
<b>País</b>	Costa Rica	
<b>Encuesta</b>	Consumidores	
<b>Organización</b>	Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica	
<b>Dirección oficial</b>	Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José. San Pedro de Montes de Oca. Código 2060. Tercer piso de la Facultad de Ciencias Económicas.	
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.estadistica.ucr.ac.cr">www.estadistica.ucr.ac.cr</a>	
REPRESENTANTE		
<b>Nombre</b>	Fernando Ramírez Hernández, Director Escuela de Estadística	
<b>Número de teléfono</b>	(506) 2511 6483 / 2511 6500	
<b>Número de fax</b>	(506) 2511 6510	
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:fernando.ramirezhernandez@ucr.ac.cr">fernando.ramirezhernandez@ucr.ac.cr</a>	
PERSONA DE CONTACTO		
<b>Nombre</b>	Johnny Madrigal Pana	
<b>Número de teléfono</b>	(506) 2511 6483 / (506) 8381 7197	
<b>Número de fax</b>	(506) 2511 6510	
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:johnny.madrigal@ucr.ac.cr">johnny.madrigal@ucr.ac.cr</a>	
Metodología		
<b>Población y marco muestral</b>	<b>Población de estudio</b>	Principal sostén económico en viviendas con teléfono residencial
	<b>Marco muestral de la encuesta</b>	Primeros cuatro dígitos activos de las centrales telefónicas residenciales del Instituto Costarricense de Electricidad en todo el país
	<b>Tamaño del marco muestral</b>	No está determinado
	<b>Características</b>	Incluye únicamente teléfonos residenciales
	<b>Fecha de actualización</b>	2016
	<b>Sectores y/o categorías cubiertas actualmente</b>	Se cubren todos los bancos telefónicos activos del país
<b>Muestreo y precisión</b>	<b>Método de muestreo</b>	Muestreo estratificado proporcional de bancos telefónicos residenciales activos del país, utilizando el procedimiento de Waksberg, para entrevistar al principal sostén económico de los hogares
	<b>Tamaño de muestra esperada</b>	700 entrevistas
	<b>Cobertura de la muestra</b>	Se cubre aproximadamente el 40% de las viviendas del país
	<b>Error de muestreo</b>	El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es un promedio que revela diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a $\pm 1,8$ puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a $\pm 3,7$ puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%)
	<b>Tasa de respuesta</b>	Aproximadamente 90%
	<b>Tratamiento de la no respuesta</b>	Se realizan cuatro llamadas telefónicas en diferentes días y a diferentes horas para localizar al principal sostén económico del hogar. Así se completa el 90% de las entrevistas.
	<b>Sistema de ponderación</b>	La muestra es auto-ponderada y no se hacen ajustes
<b>Recolección de datos</b>	<b>Periodicidad</b>	Trimestral (febrero, mayo, agosto y noviembre)
	<b>Método de encuesta</b>	Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI en inglés)
	<b>Período de trabajo de campo</b>	Primeros 15 días del mes en que la encuesta es ejecutada
	<b>Presentación de resultados</b>	Último miércoles del mes en que es ejecutada la encuesta
<b>Última actualización del metadato</b>		Mayo del 2018

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

**La confianza de los consumidores.** En los últimos tres meses la confianza de los consumidores cayó abruptamente 10 puntos: mientras en mayo pasado alcanzó una cifra de 45,0, actualmente es 34,9 (en una escala de cero a 100) (Gráfico 1). Este resultado evidencia una inyección de pesimismo en las expectativas que manifiestan los consumidores hacia la situación económica actual del país.

La serie de encuestas corrobora que en los últimos cuatro gobiernos sucedió algo similar. Tomando como referencia el mes de inicio de cada administración (mayo) y su primer trimestre (en agosto), puede verificarse que en la administración Arias la confianza disminuyó 5,2 puntos en ese período, en la de Chinchilla bajó 3,2 y en la de Solís la caída fue 6,1 puntos. Lo que diferencia a la actual administración de sus predecesoras es que la cuantificación de la pérdida de confianza en su primer trimestre de gestión es la más alta registrada desde el año 2006 (cayó 10 puntos). Un resultado similar se obtiene si se toman como referencia los meses de febrero y agosto del inicio de cada administración. Por otra parte, como antecedente a este resultado debe recordarse que la confianza de los consumidores se fortalece en las vísperas del cambio de gobierno, lo que puede corroborarse analizando la información entre noviembre y mayo de cada período electoral: la confianza se incrementó 11,8 puntos cuando inició la administración Arias, 6,5 cuando lo hizo la administración Chinchilla, 11,9 al empezar la administración Solís y 5,3 puntos al hacerlo la administración Alvarado. Este resultado se trae a colación porque evidencia un patrón de optimismo creciente en el período electoral, que se desvanece en los primeros tres meses de gestión, cuando emerge la incertidumbre hacia la economía nacional. En esta ocasión, pareciera ser que el pesimismo es generado, principalmente, por la situación fiscal del país y el deterioro que sufrirá la economía de no aprobarse los impuestos que requiere el gobierno para cumplir con sus obligaciones.

La caída de la confianza en los últimos tres meses se evidencia en la clasificación de los consumidores, pues mientras los pesimistas aumentaron de 22,9% a 34,8% (casi 12 puntos porcentuales), los optimistas disminuyeron de 20,4% a 7,6% (casi 13 puntos porcentuales) (Gráfico 2). Otra forma de analizar este incremento es observando que mientras hace meses el porcentaje de pesimistas y optimistas era casi igual (1,1), ahora los pesimistas son casi cinco veces más que los optimistas (4,6).

Las tendencias del ICC en diferentes segmentos poblacionales muestran aspectos de interés. Por una parte, se observa que la caída abrupta de la confianza en los últimos tres meses fue generalizada, pues disminuyó significativamente en hombres y mujeres que llevan el rol de principal sostén económico del hogar, así como en todos los grupos de edades y niveles de educación (Gráficos 3, 4 y 5). Lo mismo sucede cuando se analiza para las diferentes categorías del número de perceptores de ingreso en el hogar, el monto de ingreso familiar que reciben, la capacidad de realizar gastos discrecionales y la situación económica que dicen estar experimentando por el ingreso mensual familiar que reciben (ingreso subjetivo) (Gráficos 6, 7, 8 y 9). Por otra parte, es claro que la tendencia observada de las diferentes encuestas muestra que la confianza presenta un patrón en el que las familias con menos recursos tienen una confianza menor. Esto generalmente se observa en el ICC por educación, monto de ingreso mensual, capacidad de realizar gastos discrecionales e ingreso subjetivo. Por ejemplo, actualmente la confianza de quienes manifiestan una situación económica más favorable (pueden ahorrar) casi duplica a quienes dicen tener una situación económica muy difícil (ICCagosto=44,7 y 23,6, respectivamente).

**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 sobre el futuro económico del país.

Lo primero que destaca es que, en los últimos tres meses, el ICEA y el IEE cayeron significativamente (-5,3 y -13,2, respectivamente). Es claro que el IEE presenta la mayor disminución, pues bajó de 47,8 a 34,5 (Gráfico 16). Esto confirma que los consumidores están percibiendo un deterioro de la situación económica actual, pero que la incertidumbre es más fuerte cuando se consideran sus expectativas hacia el futuro económico del país. Una revisión de la serie de encuestas muestra que el IEE generalmente se deteriora al inicio de las últimas cuatro administraciones, aunque la caída registrada en esta encuesta es la mayor (el IEE cayó 5,5 puntos en la administración Arias, 4,6 en la administración Chinchilla, 11,2 en la administración Solís y 13,2 puntos en la administración Alvarado).

Un detalle de interés que muestran las preguntas individuales de cada índice, en los últimos tres meses, es que en el caso del IEE, las expectativas sobre la situación de la familia dentro de un año se deterioraron, pues quienes afirman que económicamente estarán peor aumentó de 25,6% a 34,9% (9,4 puntos); la visión que tienen de las empresas en el próximo año también es negativa, ya que se espera que económicamente estarán peor (creció de 30,4% a 50,3%, es decir, 19,9 puntos porcentuales) y lo que se piensa del país en los próximos cinco años son períodos de crisis (aumentó de 47,1% a 56,6%, es decir, casi 9,5 puntos porcentuales).

**Expectativas ante la situación económica personal.** Las expectativas ante las tasas de interés de los préstamos en dinero indican que 65,8% de los consumidores espera incrementos en los próximos 12 meses, 20,6% espera tasas iguales y 5,8% menores (Gráfico 17). En los últimos tres meses quienes piensan que las tasas de interés serán mayores aumentó de 61,5% a 65,8%, pero tal vez lo más importante es que, desde febrero del 2016, la tendencia observada es cada vez más negativa (desde hace más de dos años), pues más consumidores esperan aumentos en las tasas de interés. En lo que respecta al ingreso familiar, actualmente 28,9% espera que en los próximos 12 meses este sea mayor, cifra que hace tres meses era 44,9%, por lo que la expectativa por un ingreso familiar creciente se deterioró drásticamente (-16,0 puntos porcentuales) (Gráfico 18). Por el contrario, la expectativa por un ingreso familiar menor aumentó de 19,3% a 28,3% en el mismo período (9,0 puntos porcentuales). En el tema de la capacidad de compra, actualmente 47,7% de los consumidores espera que el ingreso familiar crezca menos que el nivel de precios en los próximos 12 meses (espera pérdidas en la capacidad de compra) y tres meses atrás esa cifra era 40,4% (Gráfico 19). Por otra parte, mientras que en la encuesta actual 11,7% espera que el ingreso familiar crezca más que el nivel de precios, esa cifra fue 17,4% tres meses atrás. Es decir, la expectativa ante una capacidad de compra fortalecida cayó en los últimos tres meses y ahora esperan pérdidas en su poder adquisitivo.

**Política económica y social.** La calificación a la política económica del gobierno indica que actualmente 13,5% afirma que está haciendo un trabajo bueno, 35,9% que hace lo necesario y 42,3% que está haciendo un trabajo pobre (Gráfico 20). Debe interpretarse que esta es la primera calificación acerca del tema para la actual administración, pues la encuesta anterior inició el 2 de mayo y eso indica que la pregunta abarcó dos administraciones. Un aspecto a resaltar es que la primera calificación dada a las últimas cuatro administraciones, calculando la diferencia de respuesta favorables y desfavorables, arroja saldos negativos. En el ámbito de la política social, 58,5% espera que el desempleo aumente en los próximos 12 meses, cifra que era más baja tres meses atrás (36,6%). En el caso de la pobreza, 65,5% espera que aumente y también era más baja hace tres meses (43,4%) (Gráficos 21 y 22). Es importante destacar que en el ámbito social (desempleo y pobreza) las expectativas experimentaron un deterioro importante en los últimos tres meses, de aproximadamente 22 puntos porcentuales. Pero tal vez es más relevante observar que, desde agosto del 2015 hasta mayo del 2018, la tendencia observada mostró expectativas con una tendencia positiva en el ámbito social. No obstante, esa tendencia fue interrumpida en la encuesta actual, con expectativas que vaticinan un incremento importante del desempleo y la pobreza en el futuro cercano.

**Valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro).** La valoración del momento para la compra de casa, a lo largo del tiempo, es desfavorable, pues generalmente se observa que las opiniones negativas superan a las positivas. Actualmente, 16,1% opina que son buenos tiempos para comprar casa y 65,5% que son malos tiempos (Gráfico 23). Estas cifras muestran valoraciones más negativas que tres meses atrás (en mayo 23,6% opinó que eran buenos tiempos y 55,7% lo contrario). La diferencia de respuestas positivas y las negativas evidencia que mientras en mayo pasado ese saldo era -32,1, actualmente es de -49,4 puntos porcentuales. Por otra parte, en lo referente al carro, 11,8% dice que son buenos tiempos para comprar y 69,4% que son malos tiempos (Gráfico 24). Al comparar los saldos de las respuestas positivas menos las negativas también se registra una valoración más negativa hacia la compra de carro en los últimos tres meses, pues aumentó de -47,3 a -57,6 puntos porcentuales.

**Otros factores relacionados con la confianza.** Datos adicionales de la encuesta indican otros aspectos de interés. Por ejemplo, actualmente 81,3% de los consumidores espera aumentos en el precio de los combustibles, cifra que viene creciendo desde hace un año (Cuadro 1). Sobre el tipo de cambio, 69,9% espera aumentos en este rubro en los próximos 12 meses, cifra que aumentó en los últimos tres meses (9 puntos) (Cuadro 2). Debe mencionarse que tanto el precio de los combustibles como el tipo de cambio son eventos que impactan directamente el bolsillo de las familias, por lo que es de esperar que estén afectando negativamente la confianza.

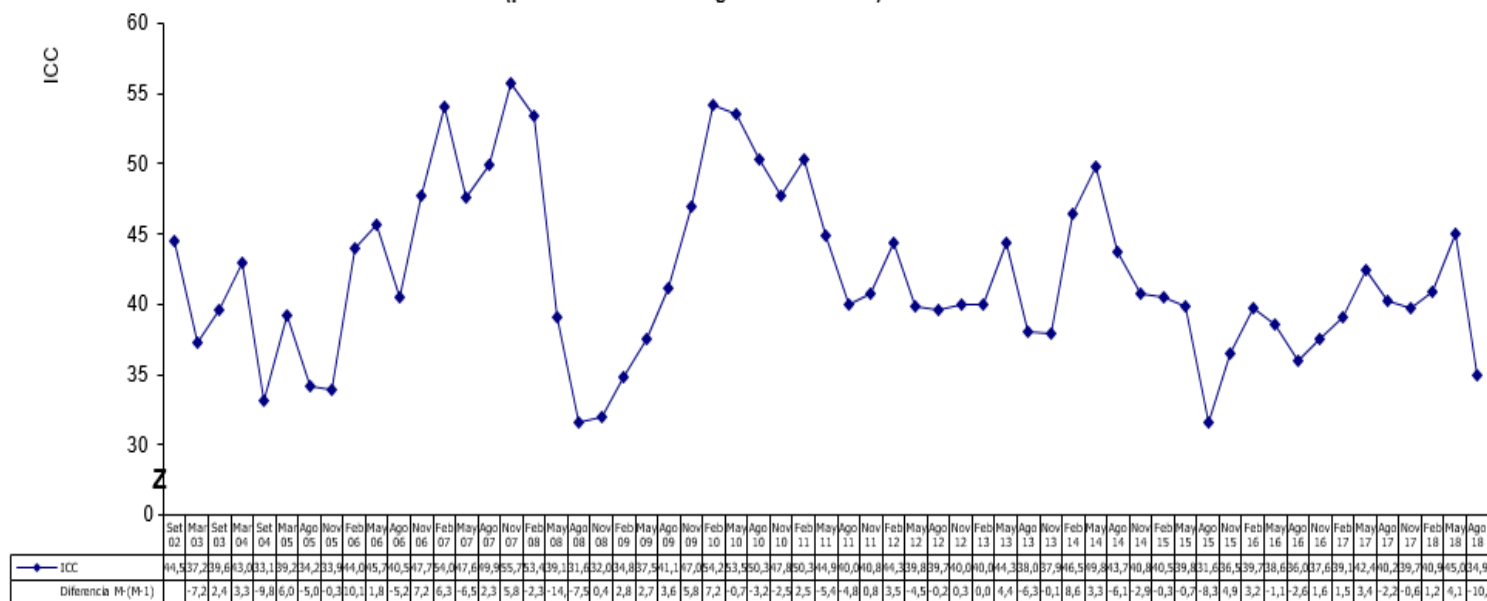
### ¿Qué puede concluirse?

La confianza de los consumidores cayó 10 puntos en los últimos tres meses y su nivel actual es 34,9 (en una escala de cero a 100), lo que evidencia un grado de incertidumbre importante hacia la situación económica del país. Aunque los consumidores perciben un deterioro en la situación económica actual, es más fuerte cuando se consideran sus expectativas hacia el futuro económico del país. La caída de la confianza puede explicarse por varias vías. Por una parte, está lo que se espera de la situación económica personal: aumento de las tasas de interés de los préstamos en dinero (65,8%) y deterioro del ingreso familiar (solo 28,9% espera que crezca) y de la capacidad de compra (47,7% espera que los precios aumenten más que el ingreso). Otro ámbito de influencia es la calificación a la política económica y social: solamente 13,5% opina que está haciendo un trabajo bueno y se esperan aumentos del desempleo y la pobreza en magnitudes importantes (58,5% y 65,5%, respectivamente). La valoración del momento actual para la compra de bienes duraderos puede ser otro factor que contribuya a explicar la pérdida de confianza: 65,5% considera que son malos tiempos para comprar casa y 69,4% dijo lo mismo sobre la compra de carro. A esto hay que agregarle las elevadas expectativas de aumentos en los precios de los combustibles (81,3% espera aumentos) y en el tipo de cambio (69,9% espera aumentos). Pueden existir otros factores no investigados en la encuesta que contribuyan a explicar la caída de la confianza, como es la difícil situación que está atravesando el país en materia fiscal y la necesidad de recaudar más impuestos para que el gobierno enfrente sus obligaciones, así como los casos de corrupción que todavía están discutiéndose, como por ejemplo, el del cemento chino (denominado el caso del “cementazo”), en el que están involucrados todos los poderes de la República y cuya atención ahora está centrada en altos funcionarios del Poder Judicial.

# RESULTADOS GRÁFICOS

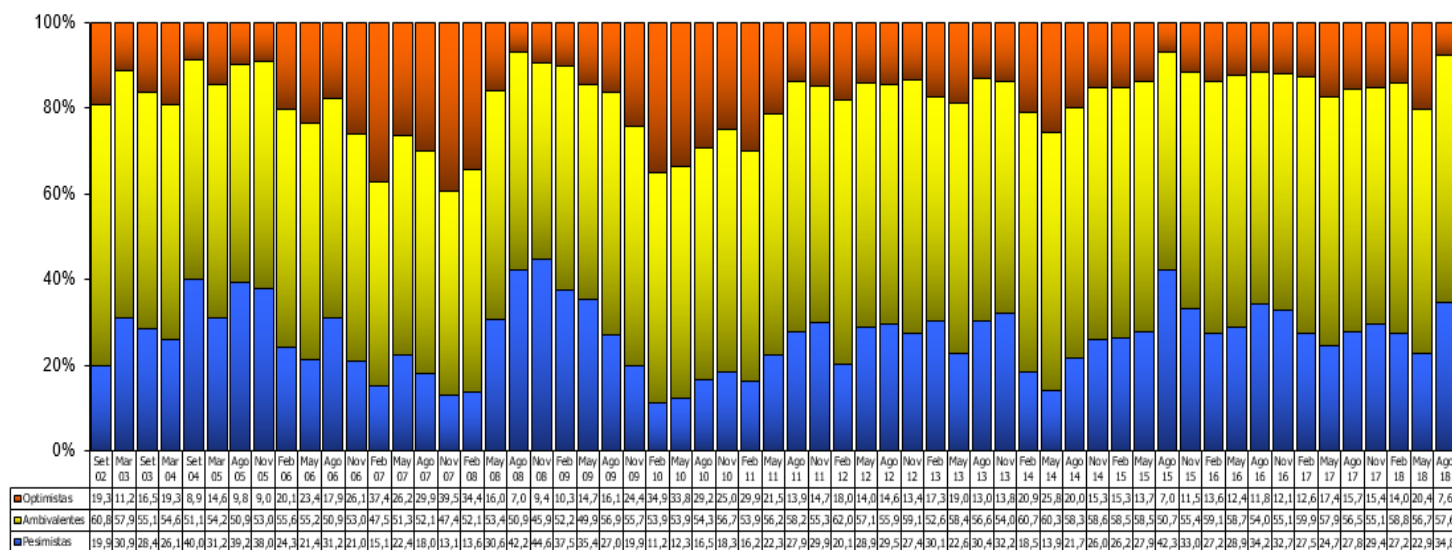
## LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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

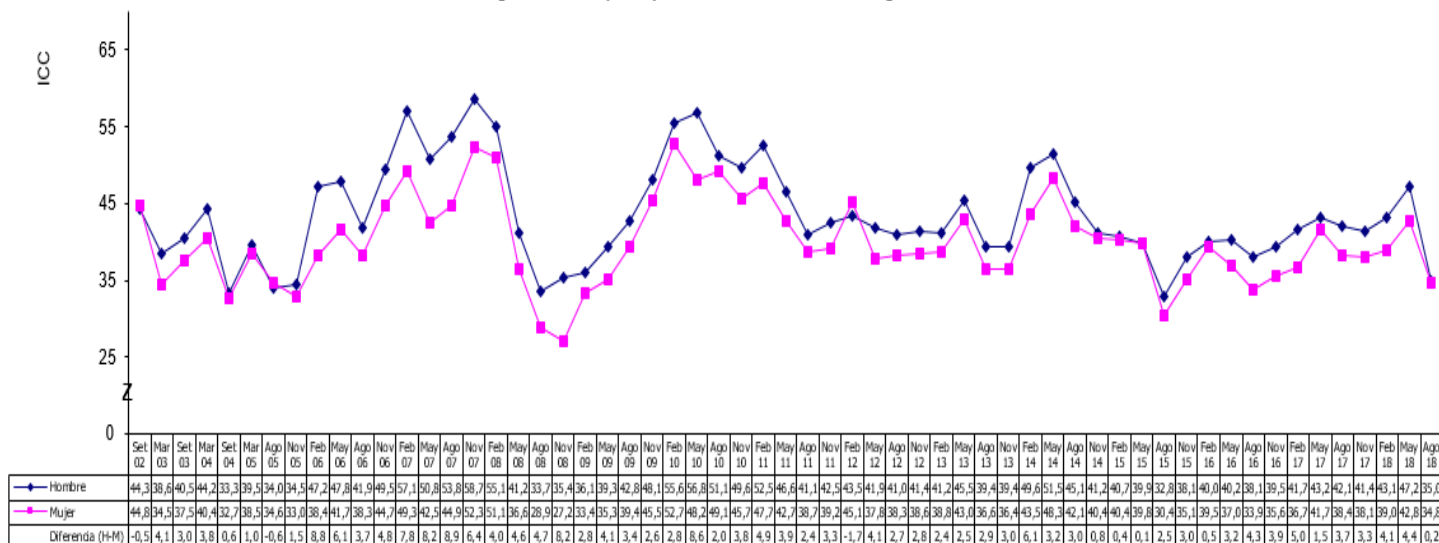


Nota: Para clasificar a los consumidores se utilizó la técnica de conglomerados (procedimiento K-Medias). El objetivo es clasificarlos con base en la magnitud del ICC, agrupando consumidores que se asemejen en su confianza para lograr que entre los grupos se diferencien. La magnitud del ICC para cada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

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

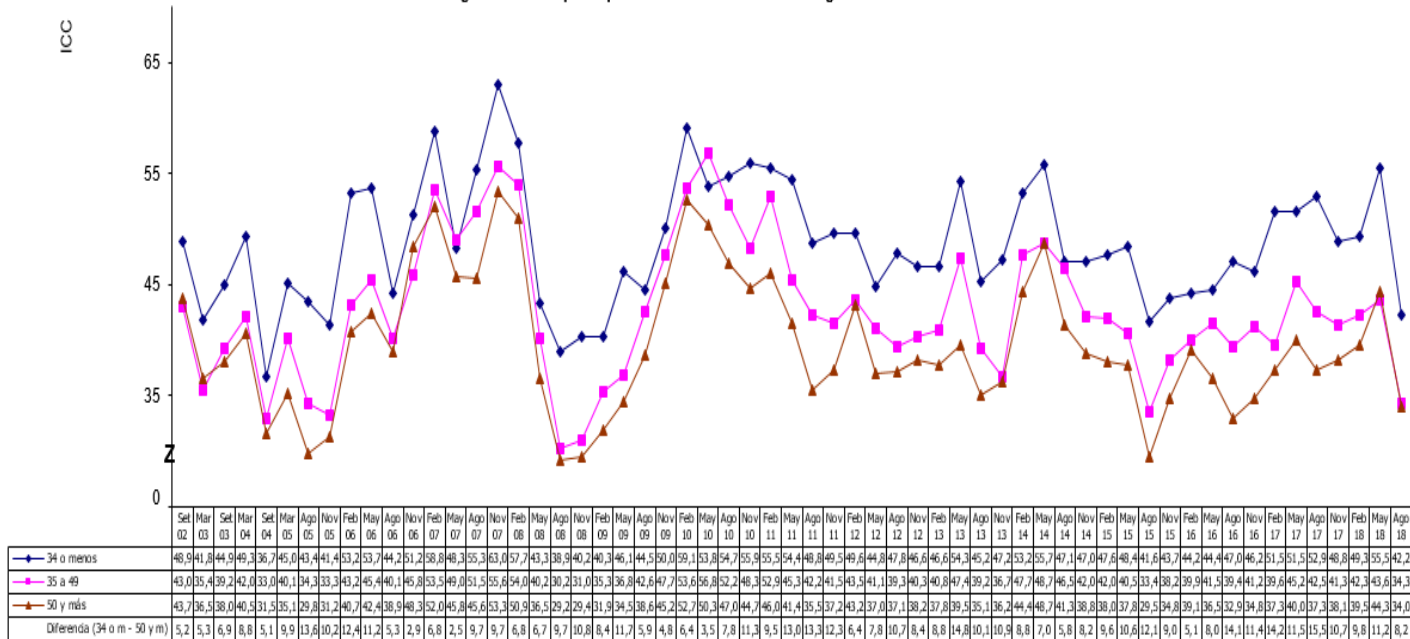
## DIFERENCIALES DEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3  
ICC según sexo del principal sostén económico del hogar



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

Gráfico 4  
ICC según edad del principal sostén económico del hogar

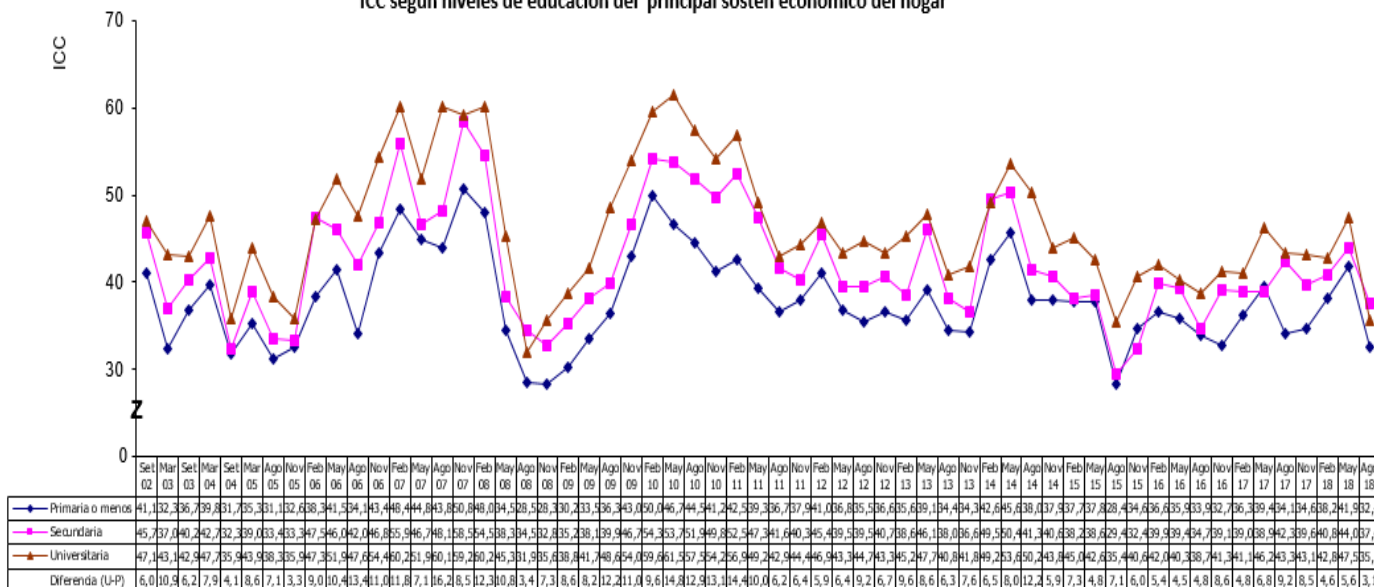


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.



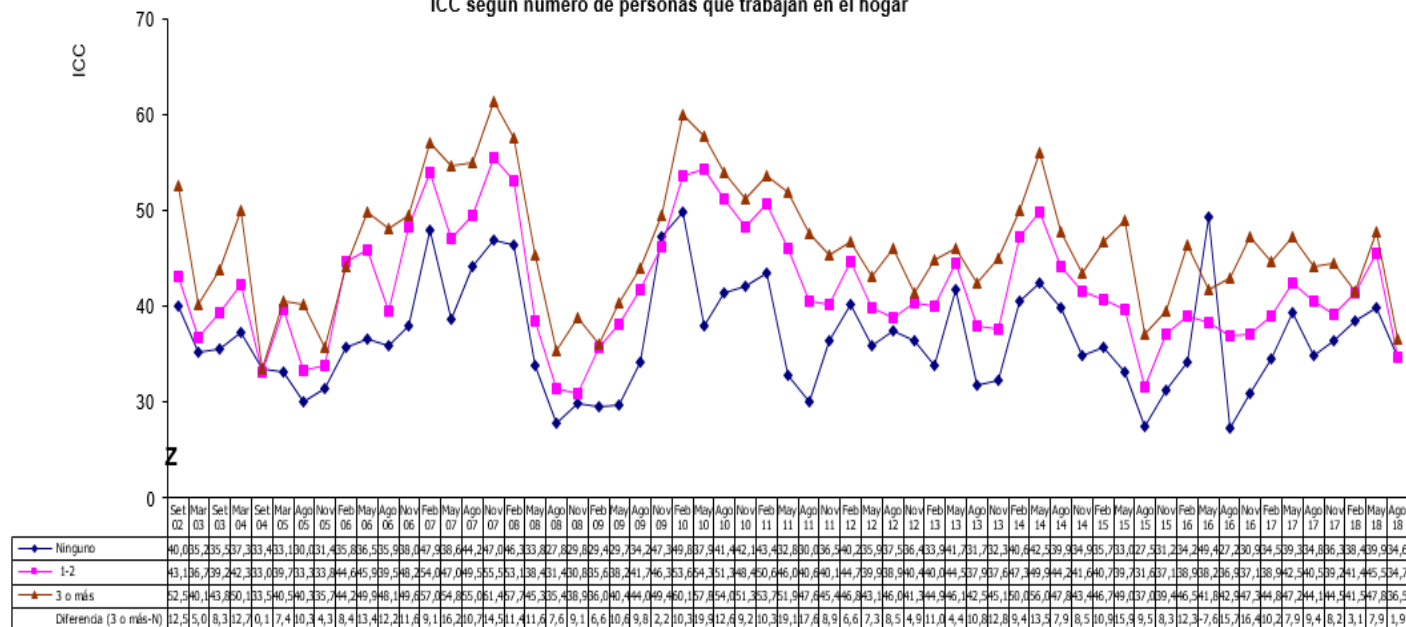
# DIFERENCIAS SOCIOECONÓMICAS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

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



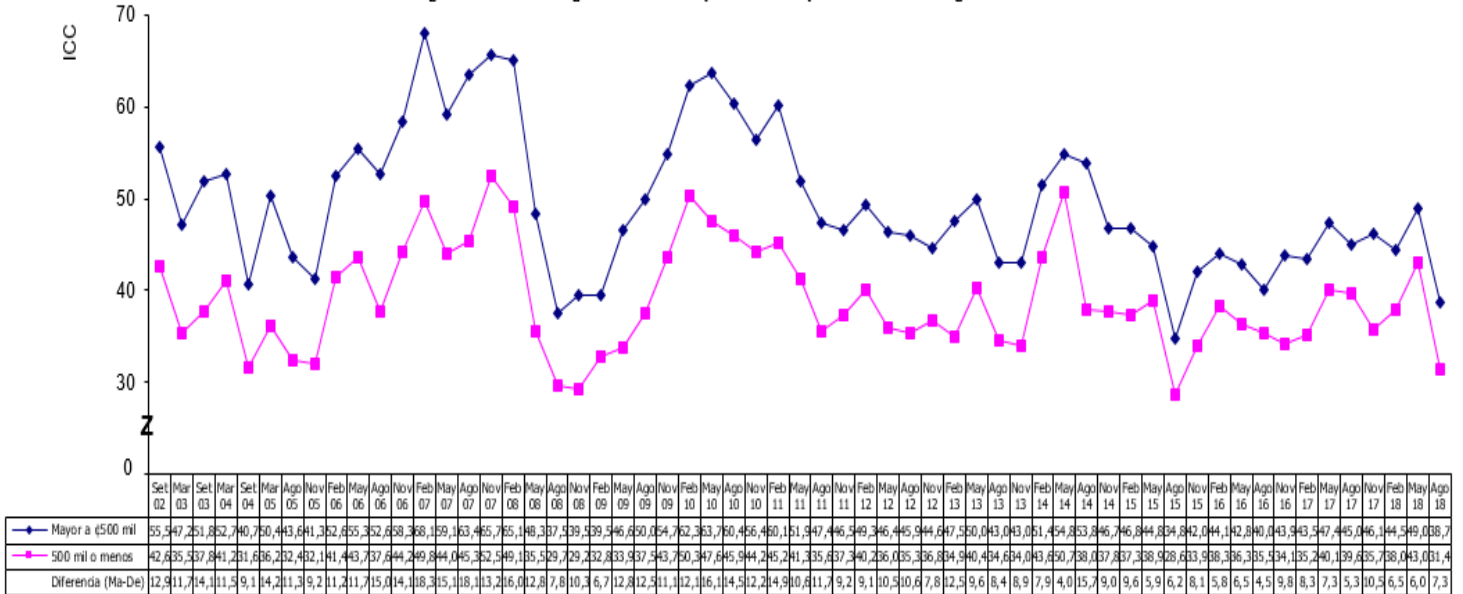
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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



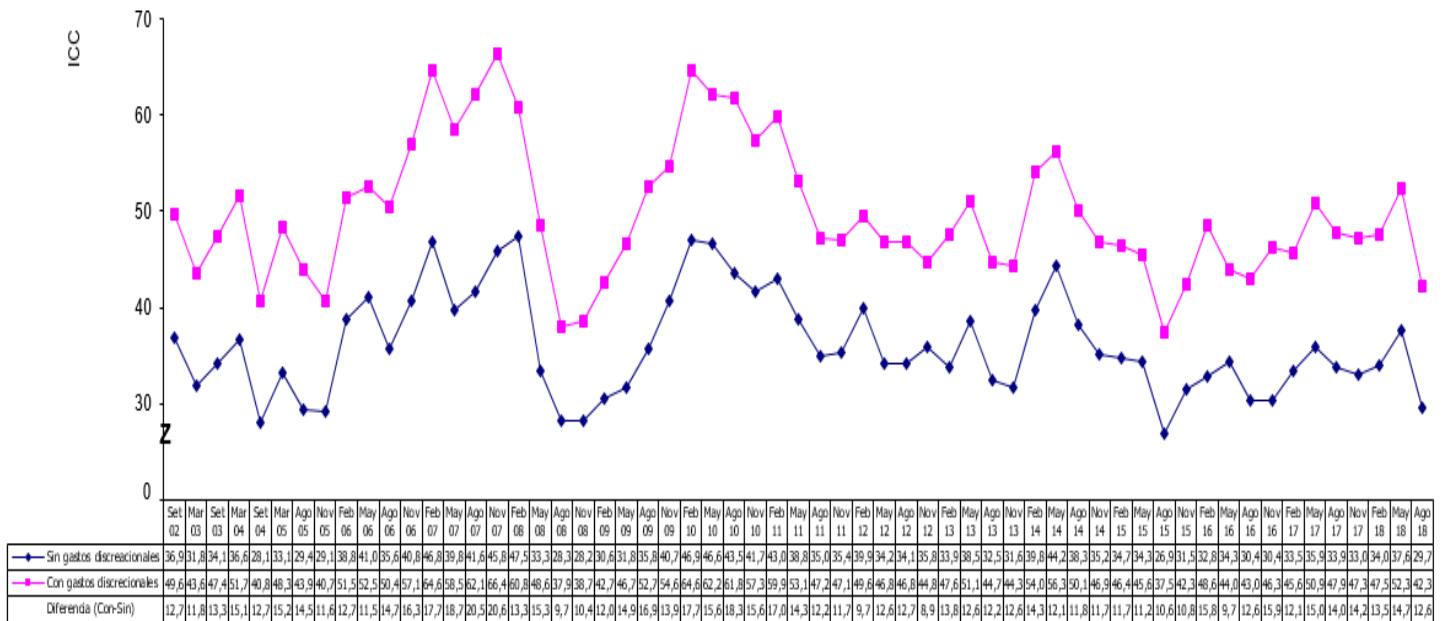
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

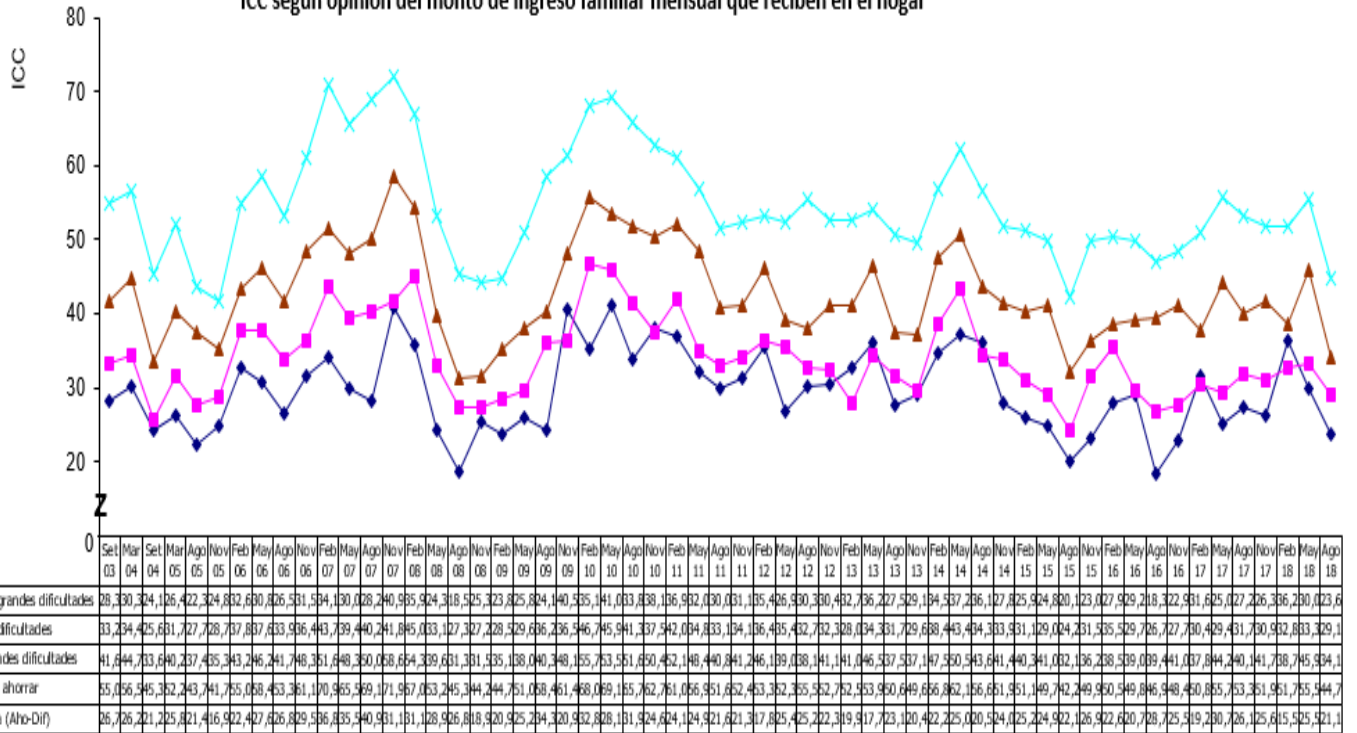
**Gráfico 8**  
ICC según capacidad del hogar para realizar gastos discrecionales<sup>1</sup>



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

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

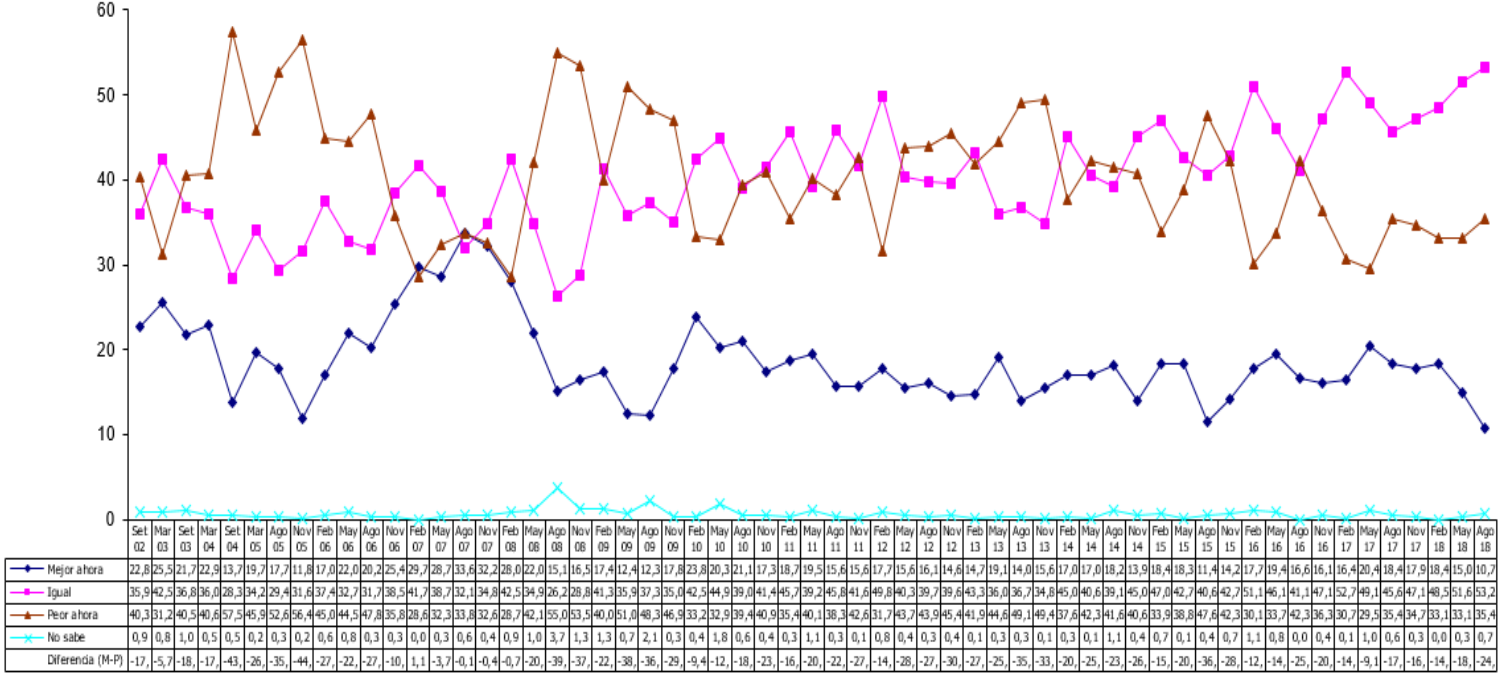
**Gráfico 9**  
**ICC según opinión del monto de ingreso familiar mensual que reciben en el hogar**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

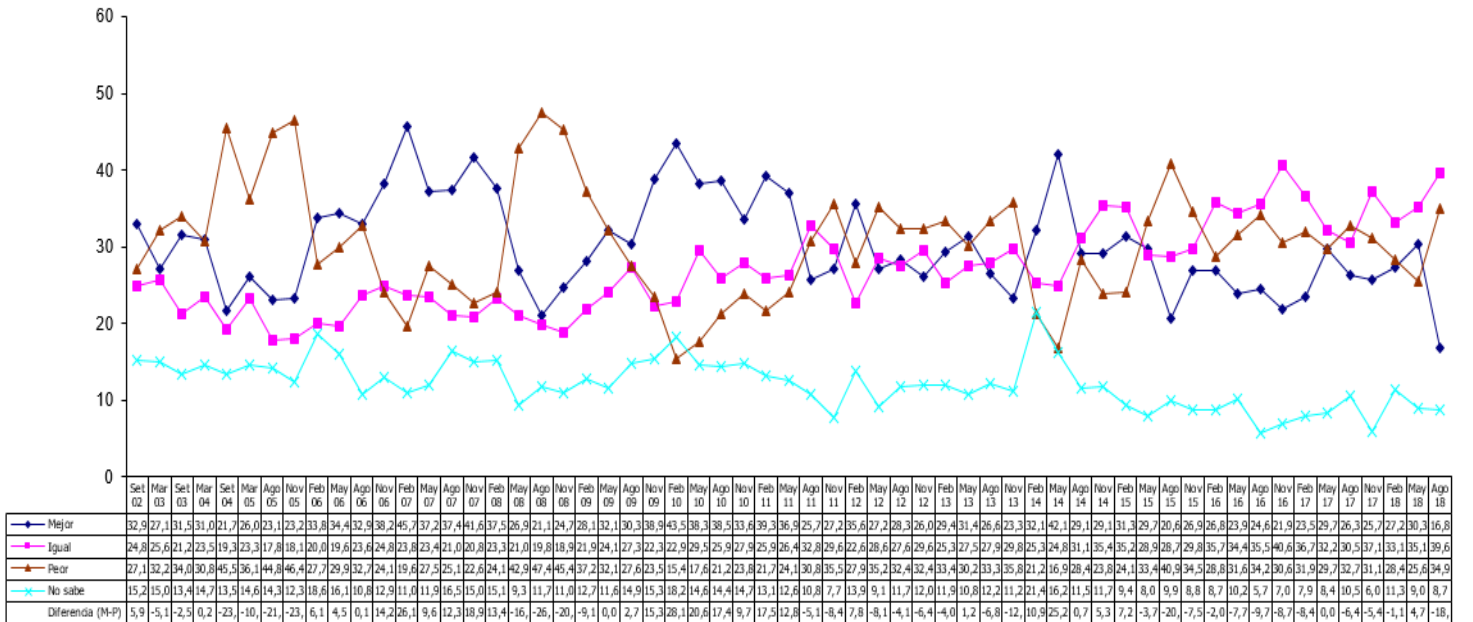
## PERCEPCIONES SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA (VALORACIÓN DE LA FAMILIA, EMPRESAS, PAÍS Y EL MOMENTO DE COMPRA)<sup>4</sup>

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

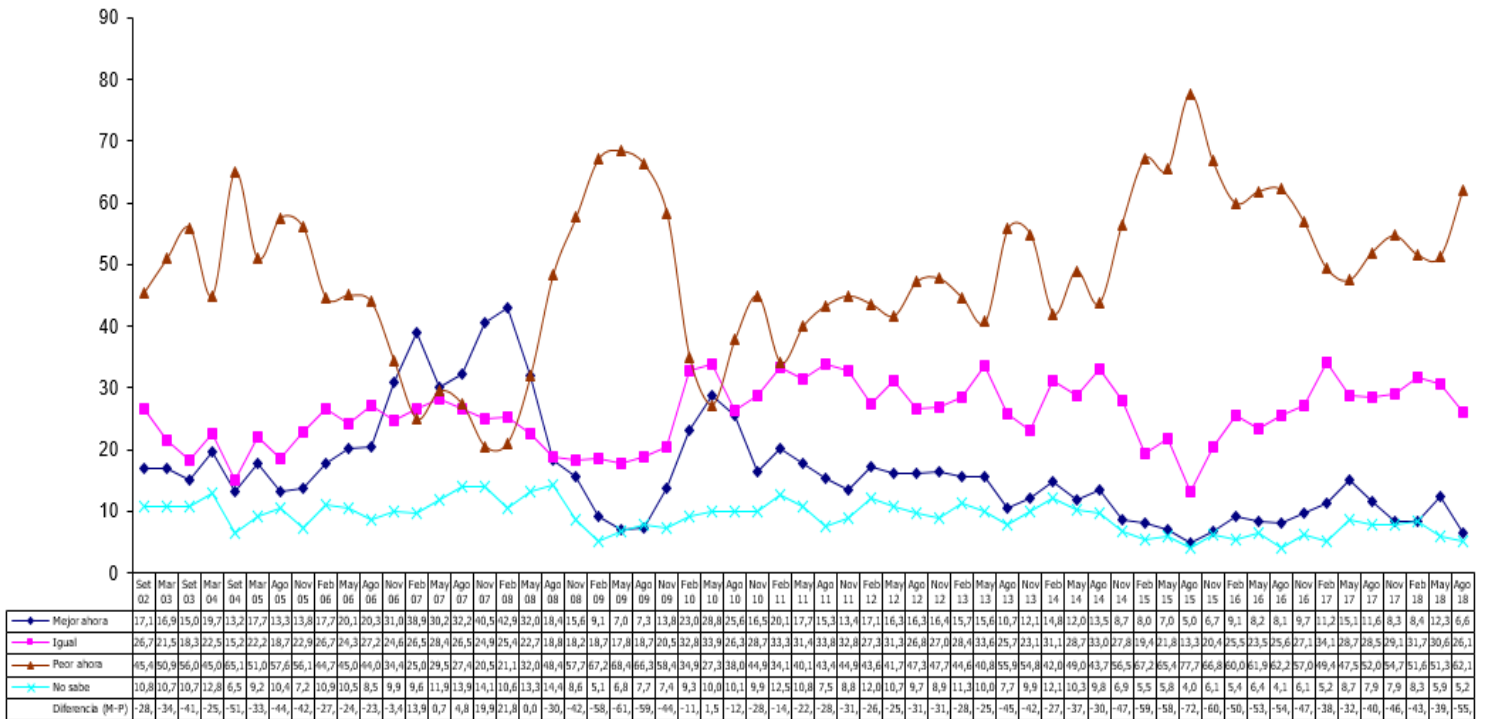
Gráfico 11  
¿Y dentro de un año podría decirme si Usted y su familia estarán, económicamente, mejor, peor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

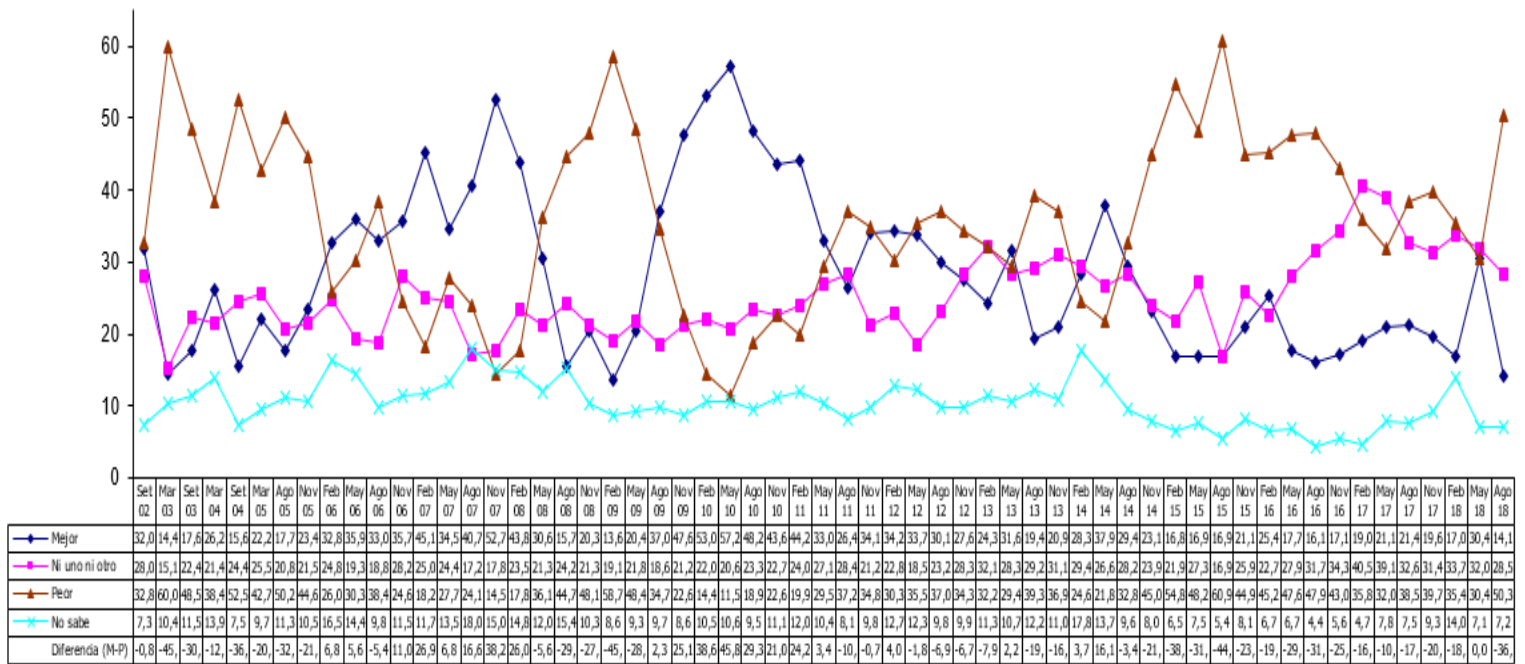
<sup>4</sup> Las respuestas a las preguntas presentadas en los Gráficos 10, 11, 13, 14 y 15 se utilizan para calcular el Índice de Confianza del Consumidor.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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

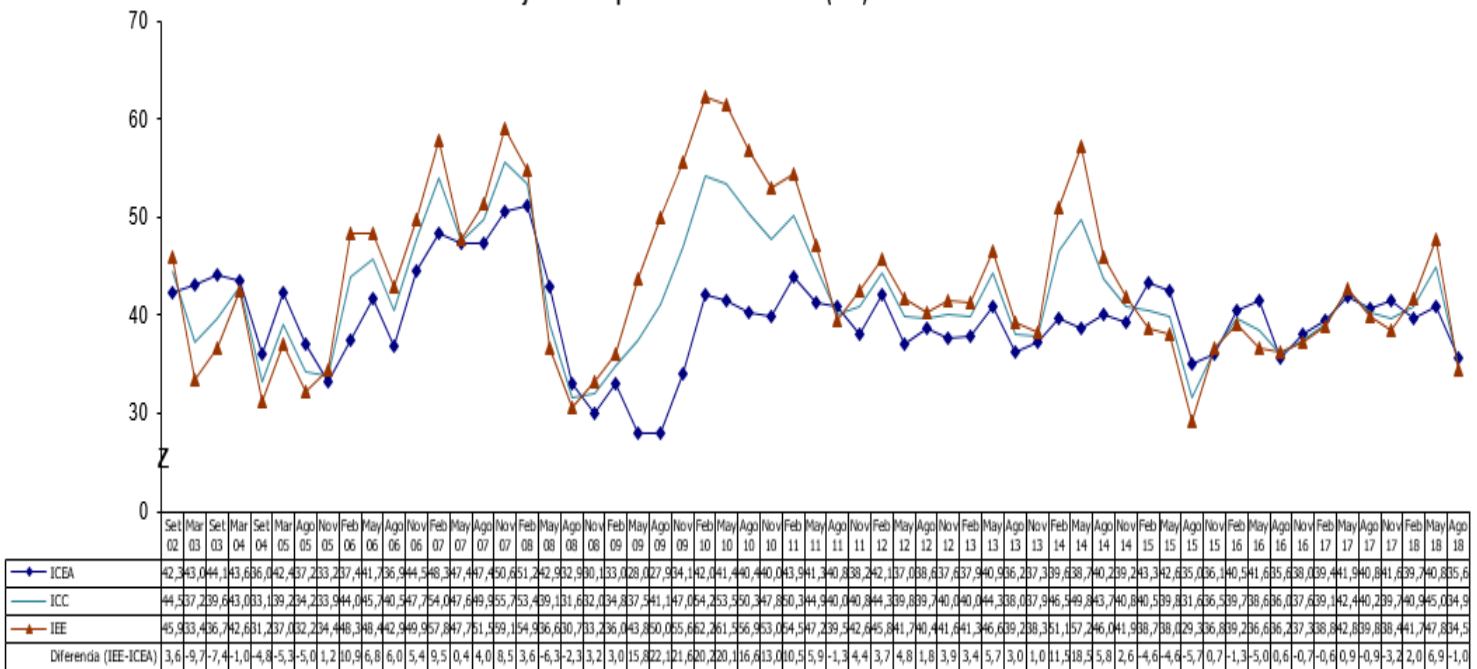


Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.



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

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

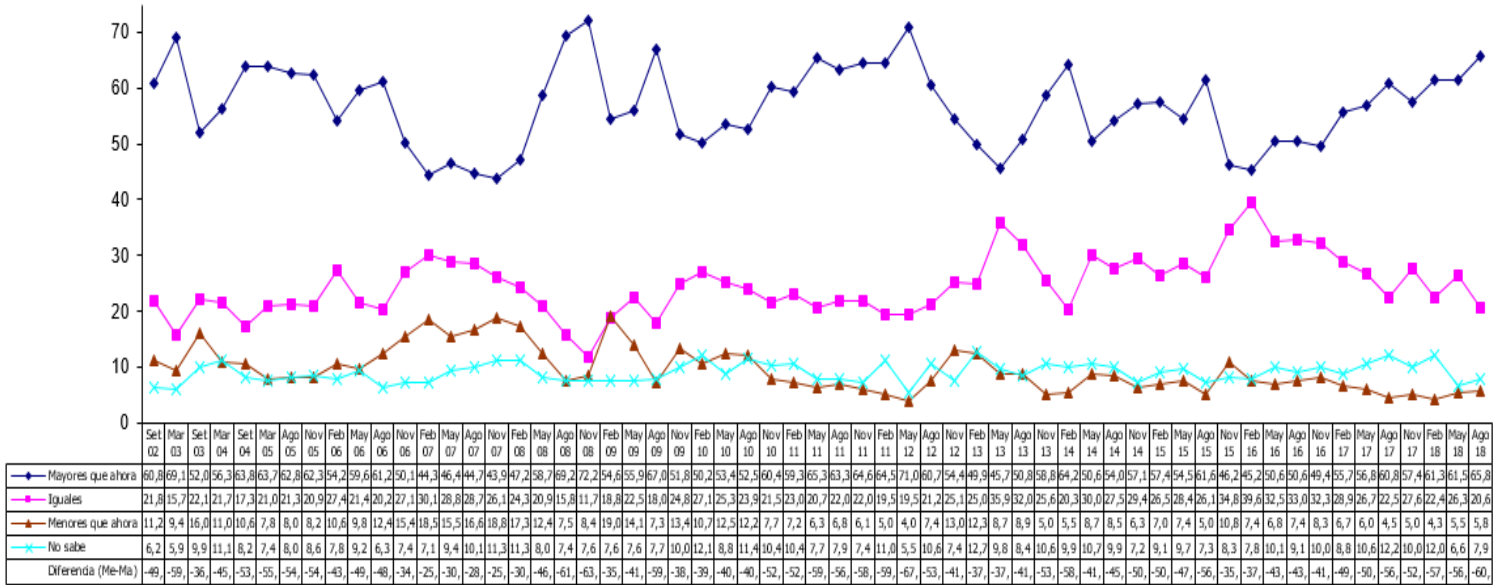
<sup>5</sup> Para calcularlo se utilizan las respuestas presentadas en los Gráficos 10 y 15.

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

# EXPECTATIVAS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

Gráfico 17

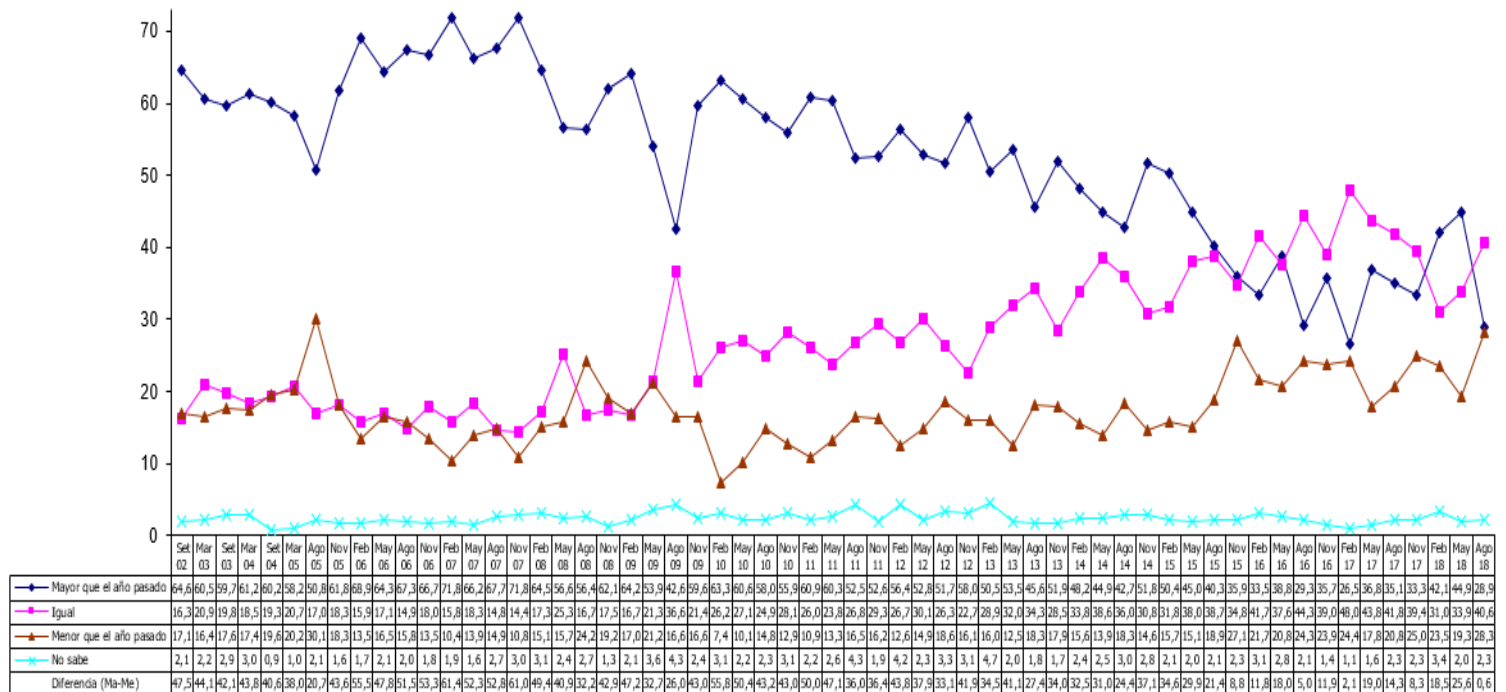
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero en los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

Gráfico 18

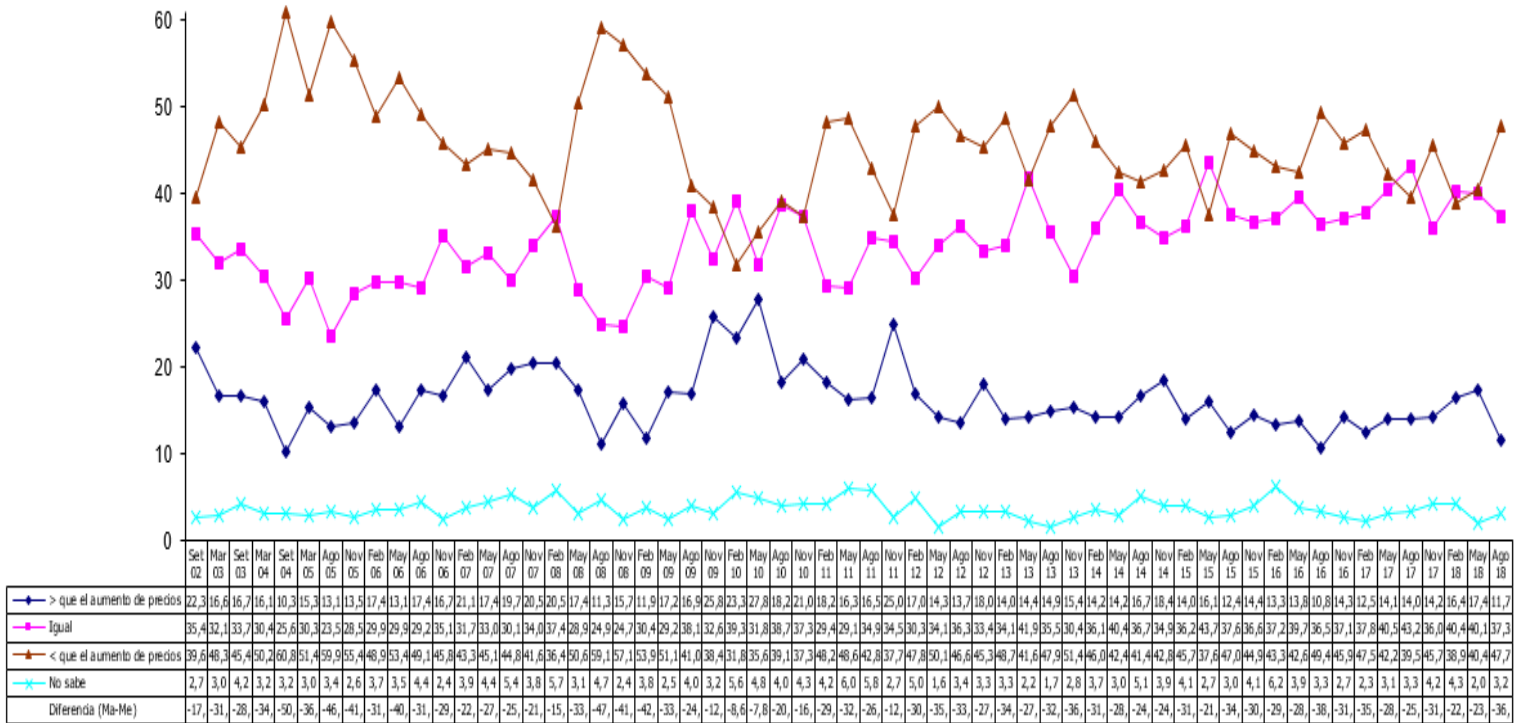
¿En los próximos 12 meses Usted espera que el ingreso de su familia sea mayor o menor que el año pasado?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.



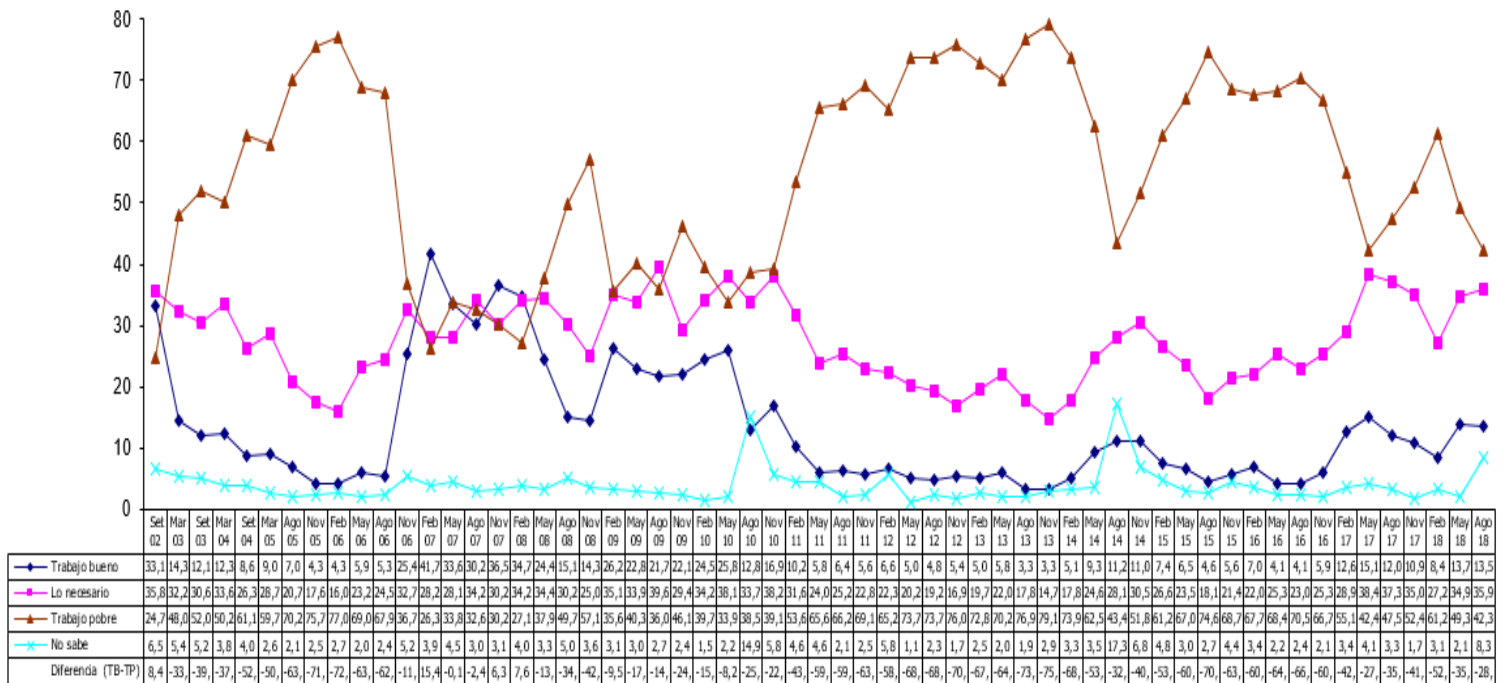
**Gráfico 19**  
**Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual o será menor que el aumento de los precios?**



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

## PERCEPCIONES SOBRE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL

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

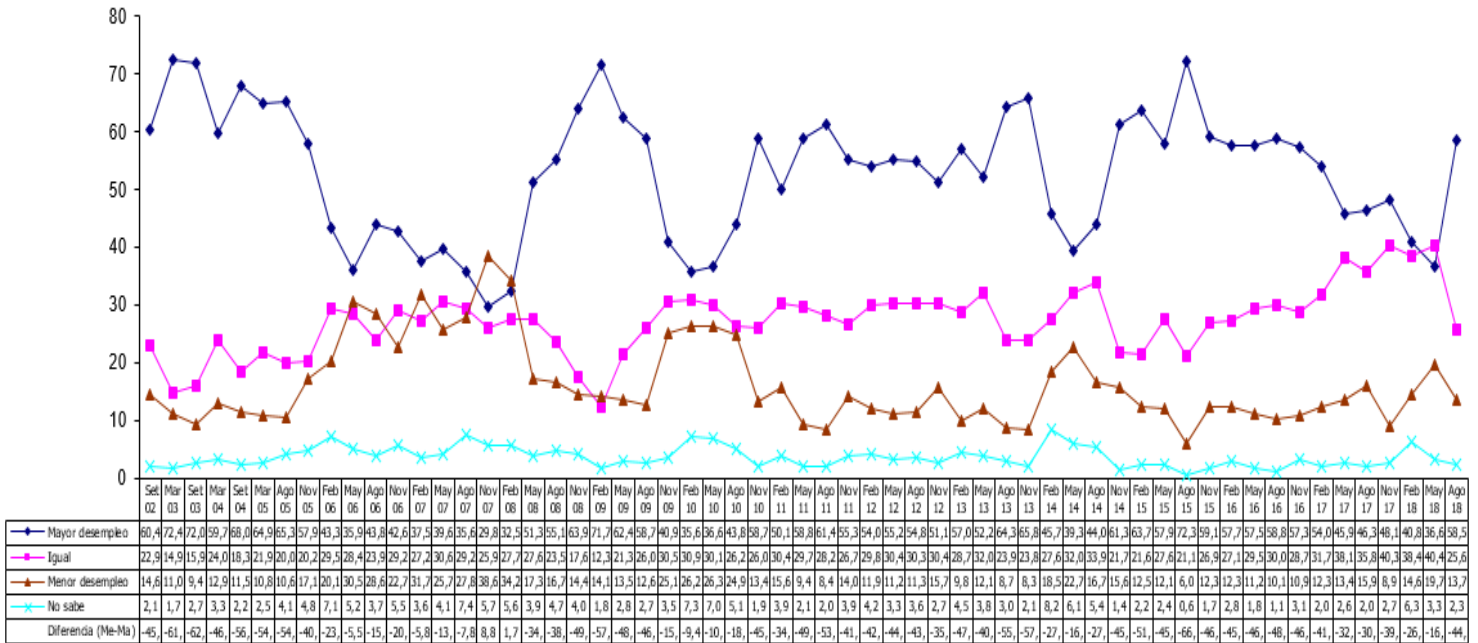


<sup>1</sup> Se aclara diciendo: "me refiero a las acciones para combatir la inflación, la pobreza y el desempleo".

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

Gráfico 21

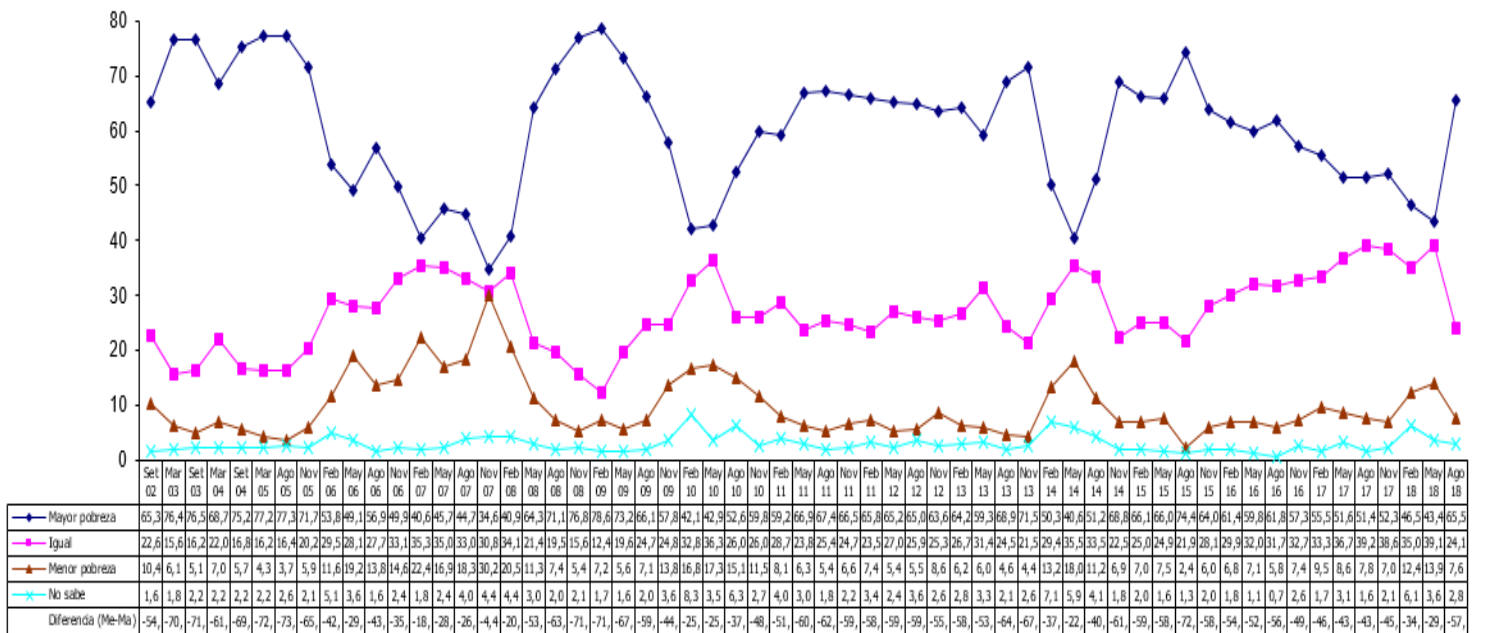
¿Qué cree que sucederá con el desempleo en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

Gráfico 22

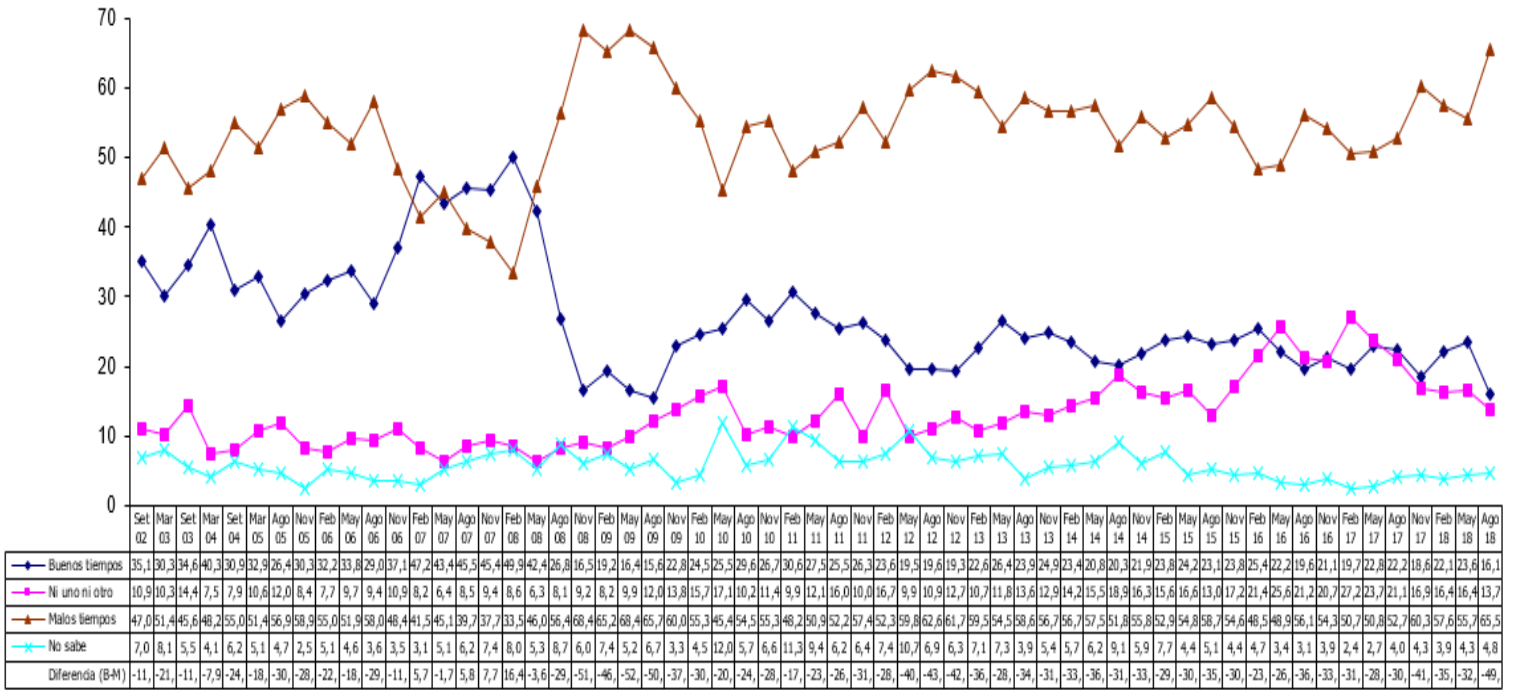
¿Y qué cree que sucederá con la pobreza en los próximos 12 meses? ¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

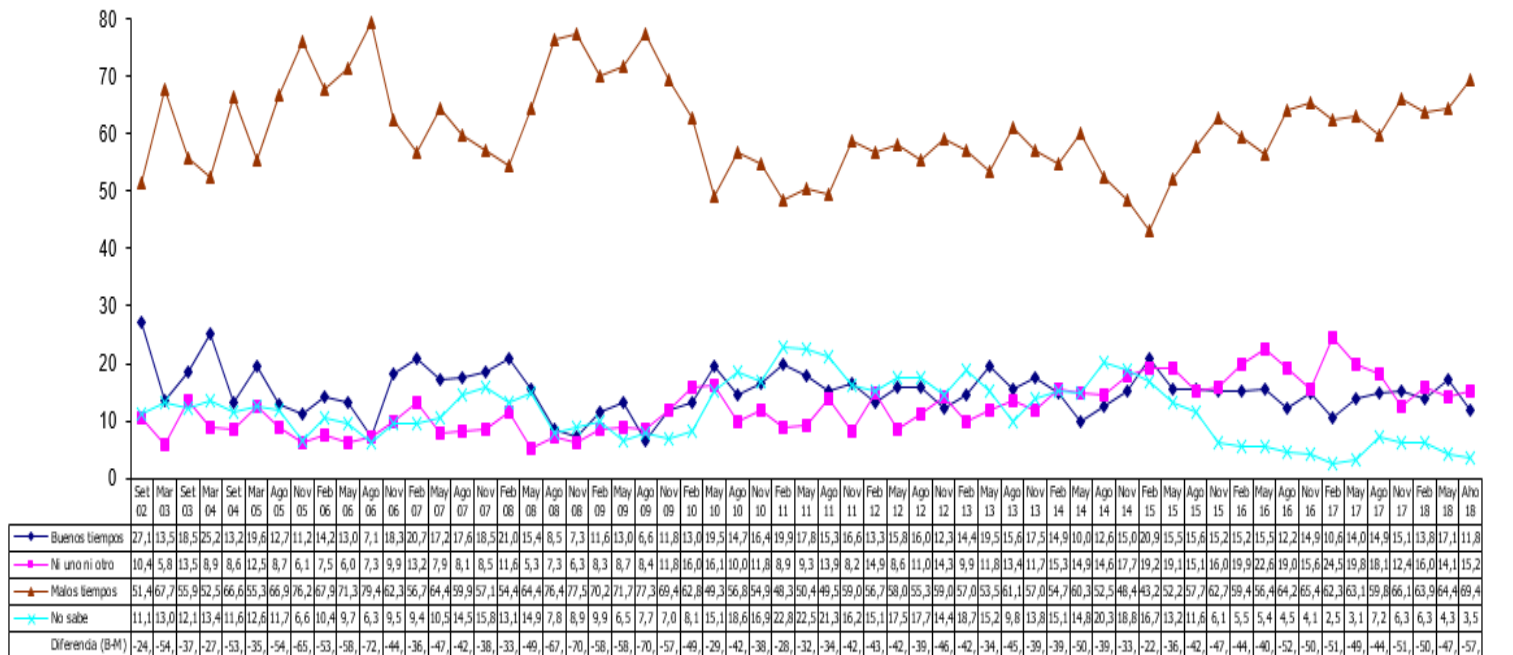
## VALORACIÓN DEL MOMENTO PARA LA COMPRA DE BIENES DURADEROS

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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

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

Mes-Año	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	Ns/Nr	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Ago 08	100	82,9	8,5	4,1	4,4	29,9	40,7	39,7	9,8
Nov 08	100	59,1	20,0	12,9	8,0	29,6	36,4	38,6	9,0
Feb 09	100	63,4	24,2	5,7	6,8	34,1	37,5	36,5	2,4
May 09	100	64,7	23,6	3,9	7,9	36,2	40,3	41,2	5,0
Ago 09	100	82,0	12,1	2,9	3,0	39,7	51,5	44,0	4,3
Nov 09	100	74,8	14,8	2,5	7,9	45,6	52,0	57,8	12,2
Feb 10	100	78,0	13,9	1,7	6,5	52,9	61,3	52,5	-0,4
May 10	100	79,7	13,0	2,3	5,0	52,7	60,3	52,1	-0,5
Ago 10	100	69,3	18,2	3,6	9,0	48,4	55,0	60,4	12,0
Nov 10	100	75,2	17,1	1,4	6,4	47,1	52,1	58,0	10,9
Feb 11	100	82,2	11,4	0,8	5,6	49,3	56,2	63,3	14,0
May 11	100	90,0	6,1	1,4	2,4	42,9	48,1	44,6	1,7
Ago 11	100	76,9	15,0	3,4	4,7	37,9	47,5	55,0	17,1
Nov 11	100	78,6	16,3	1,2	3,9	39,1	48,1	42,5	3,4
Feb 12	100	74,3	16,4	1,8	7,5	42,9	49,1	56,1	13,2
May 12	100	79,3	12,9	3,0	4,8	38,2	49,3	44,8	6,6
Ago 12	100	72,0	18,6	2,3	7,0	37,5	47,0	44,1	6,7
Nov 12	100	75,6	14,4	4,9	5,1	37,9	46,3	47,6	9,7
Feb 13	100	83,0	10,7	1,1	5,1	39,2	43,9	56,3	17,1
May 13	100	79,1	16,0	1,2	3,7	43,2	51,9	57,8	14,6
Ago 13	100	83,1	12,0	1,2	3,6	36,8	46,0	42,2	5,4
Nov 13	100	83,3	12,8	0,6	3,3	36,7	47,0	32,5	-4,2
Feb 14	100	83,2	10,9	1,6	4,3	45,5	52,3	52,7	7,2
May 14	100	73,8	17,5	4,1	4,6	48,9	52,9	53,4	4,5
Ago 14	100	74,0	17,7	4,4	3,8	41,6	49,1	56,1	14,5
Nov 14	100	75,5	18,0	2,8	3,7	39,1	46,3	53,5	14,4
Feb 15	100	53,9	29,5	10,0	6,7	37,6	44,8	49,3	11,7
May 15	100	73,3	20,3	1,8	4,6	37,4	45,7	61,5	24,1
Ago 15	100	75,9	16,6	3,3	4,3	30,4	34,4	38,7	8,3
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
May17	100	80,6	12,8	1,6	5,0	41,6	45,1	41,8	0,2
Ago 17	100	69,4	22,1	1,4	7,1	37,3	48,3	57,0	19,7
Nov 17	100	74,1	17,9	2,1	5,9	38,3	44,6	50,0	11,7
Feb 18	100	72,5	17,3	3,0	7,3	38,5	49,3	46,2	7,7
May 18	100	79,9	13,9	2,1	4,1	42,8	53,7	61,3	18,5
Ago 18	100	81,3	12,1	2,5	4,1	33,2	44,2	45,6	12,4

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

**Cuadro 2**  
**¿Usted diría que durante los próximos 12 meses el tipo de cambio aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?**

Mes-Año	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	Ns/Nr	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Ago 08	100	72,6	16,4	3,4	7,5	30,3	35,9	37,1	6,8
Nov 08	100	70,0	18,9	4,6	6,6	30,6	39,5	28,4	-2,2
Feb 09	100	70,0	19,2	5,7	5,1	34,1	36,1	40,0	5,9
May 09	100	71,0	20,0	4,1	4,9	36,2	40,7	40,0	3,8
Ago 09	100	80,4	14,0	2,6	3,0	40,7	44,8	41,1	0,4
Nov 09	100	67,8	18,5	7,9	5,7	46,8	48,9	46,8	0,0
Feb 10	100	67,3	22,9	2,8	7,0	53,1	59,5	46,5	-6,6
May 10	100	65,4	20,8	4,8	9,0	52,5	58,6	49,3	-3,2
Ago 10	100	56,0	26,7	5,5	11,7	49,9	53,5	46,4	-3,5
Nov 10	100	54,1	31,1	10,3	4,5	47,3	50,7	47,4	0,1
Feb 11	100	51,5	29,8	8,2	10,4	50,7	53,3	44,1	-6,7
May 11	100	53,1	34,0	6,8	6,1	44,8	45,7	46,0	1,2
Ago 11	100	47,0	32,7	9,1	6,8	37,7	44,4	36,9	-0,8
Nov 11	100	55,6	30,8	6,6	6,9	39,6	43,4	37,6	-2,0
Feb 12	100	47,4	36,8	5,1	10,7	43,2	47,0	38,3	-4,9
May 12	100	38,3	47,8	5,5	8,3	39,0	42,0	33,6	-5,5
Ago 12	100	29,2	51,7	10,2	8,8	37,5	42,5	37,7	0,2
Nov 12	100	32,6	50,7	9,0	7,7	37,1	42,2	38,1	1,0
Feb 13	100	34,5	47,9	8,2	7,4	39,4	41,6	38,4	-0,9
May 13	100	26,6	58,1	6,4	8,9	43,6	45,8	41,7	-1,9
Ago 13	100	38,6	48,5	5,9	6,9	36,7	39,7	34,2	-2,5
Nov 13	100	43,3	45,9	4,8	7,4	36,8	39,5	37,7	1,0
Feb 14	100	62,6	22,6	5,8	8,9	44,6	52,5	49,5	4,9
May 14	100	48,7	34,4	8,6	8,3	47,4	52,6	53,3	5,9
Ago 14	100	52,9	36,2	5,2	5,7	40,3	48,5	47,0	6,8
Nov 14	100	54,3	38,5	2,5	4,6	38,0	44,9	40,0	2,0
Feb 15	100	51,9	37,2	4,1	6,9	37,1	45,6	44,1	7,0
May 15	100	44,7	43,7	5,0	6,7	36,9	42,6	38,9	1,9
Ago 15	100	53,0	37,3	3,1	6,6	29,5	35,0	28,6	-0,9
Nov 15	100	37,6	46,4	4,8	11,1	31,6	40,8	39,7	8,2
Feb 16	100	39,9	48,8	4,7	6,7	33,7	44,2	47,0	13,3
May 16	100	37,3	49,6	4,3	8,8	35,1	41,1	47,1	12,0
Ago 16	100	55,8	34,8	3,6	5,8	34,6	37,6	37,6	3,0
Nov 16	100	63,3	26,4	3,0	7,3	35,5	41,7	43,8	8,3
Feb 17	100	69,8	22,7	2,3	5,2	37,8	44,1	37,5	-0,3
May 17	100	71,3	20,1	2,7	5,8	41,0	45,8	47,4	6,4
Ago 17	100	62,5	28,0	2,1	7,4	37,9	44,1	43,3	5,4
Nov 17	100	61,6	29,4	2,1	6,9	37,2	44,9	42,0	4,8
Feb 18	100	67,9	22,8	2,6	6,7	38,4	47,4	42,8	4,4
May 18	100	60,6	30,9	3,7	4,9	42,5	48,7	56,5	14,0
Ago 18	100	69,9	21,3	2,3	6,6	32,8	40,3	43,8	11,0

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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

Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
		Total	Fácil	Regular	Difícil	Ns/Nr	Fácil	Regular	Difícil	Diferencia
Ago 08	504	100	28,2	12,7	57,1	2,0	38,2	33,4	28,6	9,6
Nov 08	499	100	26,5	14,6	57,1	1,8	40,9	33,0	29,2	11,7
Feb 09	488	100	25,0	12,9	60,0	2,0	44,7	34,6	33,3	11,3
May 09	440	100	17,3	15,0	67,3	0,5	47,0	37,6	36,7	10,3
Ago 09	442	100	18,8	22,6	57,5	1,1	49,0	45,2	40,5	8,5
Nov 09	449	100	21,8	15,8	61,2	1,1	53,9	57,0	42,8	11,1
Feb 10	498	100	20,5	16,9	61,4	1,2	62,3	60,0	51,9	10,3
May 10	337	100	22,8	19,3	55,8	2,1	62,5	52,9	50,9	11,6
Ago 10	472	100	19,7	13,3	66,7	0,2	61,9	55,4	50,2	11,7
Nov 10	498	100	19,9	16,1	62,7	1,4	56,2	54,6	46,4	9,8
Feb 11	477	100	18,9	23,7	54,7	2,7	58,2	56,9	49,0	9,2
May 11	470	100	21,1	17,4	58,1	3,4	56,0	49,3	44,1	11,9
Ago 11	419	100	17,4	18,4	61,6	2,6	47,9	46,9	40,7	7,2
Nov 11	447	100	19,2	23,3	55,5	2,0	46,3	48,3	36,7	9,6
Feb 12	483	100	19,3	17,6	59,8	3,3	51,3	50,5	42,8	8,5
May 12	507	100	19,9	23,3	55,0	2,4	48,6	50,7	34,8	13,8
Ago 12	504	100	18,1	16,7	63,3	2,0	44,6	46,0	39,6	5,0
Nov 12	417	100	21,6	12,9	64,5	1,0	48,6	46,9	37,1	11,5
Feb 13	487	100	14,8	16,6	67,4	1,8	51,3	45,7	38,3	13,0
May 13	507	100	18,9	14,8	64,3	2,0	54,6	53,2	41,9	12,7
Ago 13	538	100	18,6	13,0	66,4	2,0	47,3	45,1	36,7	10,6
Nov 13	487	100	16,0	13,6	68,8	1,6	49,2	37,9	36,2	13,0
Feb 14	454	100	15,9	12,3	70,3	1,5	51,1	48,7	47,5	3,6
May 14	472	100	17,6	18,2	63,6	0,6	58,3	52,2	48,8	9,5
Ago 14	464	100	14,0	20,5	64,0	1,5	52,4	50,9	41,9	10,5
Nov 14	484	100	13,8	27,1	56,2	2,9	51,5	46,0	37,9	13,6
Feb 15	514	100	13,2	24,7	60,3	1,8	53,4	42,9	38,9	14,5
May 15	462	100	13,4	21,4	62,6	2,6	53,2	42,2	39,7	13,5
Ago 15	409	100	15,9	16,6	65,5	2,0	39,4	37,1	31,6	7,8
Nov 15	427	100	15,2	17,6	65,8	1,4	46,8	37,3	36,7	10,1
Feb 16	433	100	16,6	20,1	61,7	1,6	49,3	44,4	36,7	12,6
May 16	436	100	17,0	18,3	62,4	2,3	47,0	46,6	36,9	10,2
Ago 16	433	100	16,2	20,8	62,4	0,7	44,7	42,2	36,0	8,7
Nov 16	440	100	17,5	19,5	61,1	1,8	47,8	42,8	37,2	10,6
Feb 17	424	100	15,1	24,6	57,2	3,1	47,7	42,0	38,7	9,0
May 17	427	100	18,5	19,0	61,1	1,4	54,7	44,7	40,5	14,2
Ago 17	443	100	19,9	18,1	60,5	1,5	50,1	48,1	38,4	11,7
Nov 17	439	100	14,8	15,5	65,4	4,3	48,6	44,9	37,4	11,2
Feb 18	429	100	19,3	14,5	63,9	2,3	49,9	43,1	38,5	11,3
May 18	456	100	18,2	15,1	66,2	0,5	50,0	50,0	44,0	6,0
Ago 18	373	100	11,5	21,4	64,9	2,1	41,9	38,9	30,7	11,2

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

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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

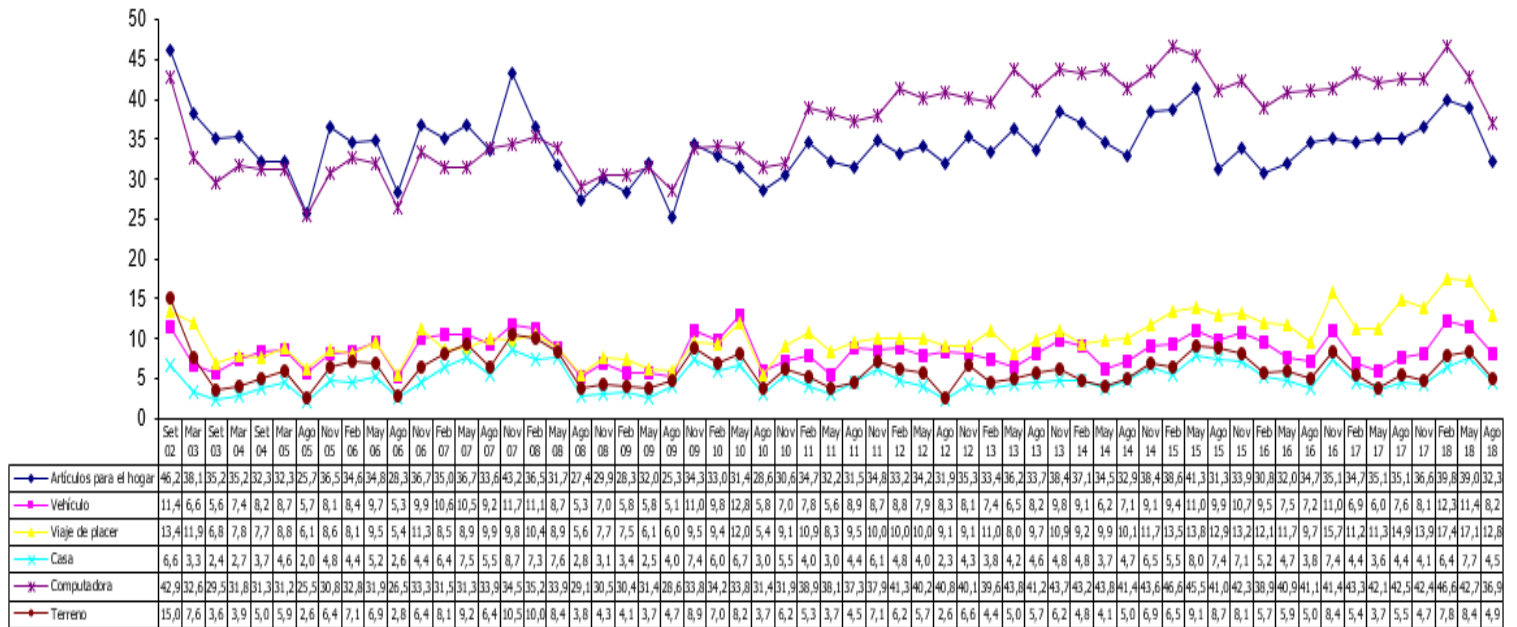
Mes-Año	Número de entrevistas <sup>1</sup>	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor		
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Ns/Nr	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	Diferencia
Ago 08	504	100	12,7	82,3	5,0	24,8	33,2	8,4
Nov 08	499	100	12,6	83,8	3,6	25,1	34,1	9,0
Feb 09	488	100	12,7	82,0	5,3	30,2	37,9	7,7
May 09	440	100	13,4	81,8	4,8	28,3	41,0	12,7
Ago 09	442	100	20,1	77,8	2,0	39,9	44,4	4,5
Nov 09	449	100	18,3	75,1	6,7	39,5	49,9	10,4
Feb 10	498	100	21,7	71,9	6,4	46,5	58,9	12,4
May 10	337	100	20,8	72,4	6,8	47,0	57,0	10,0
Ago 10	472	100	19,5	74,8	5,7	41,5	56,9	15,4
Nov 10	498	100	21,5	72,9	5,6	40,7	52,7	12,0
Feb 11	477	100	19,3	71,1	9,6	41,7	56,8	15,1
May 11	470	100	22,3	71,9	5,7	41,0	50,4	9,4
Ago 11	419	100	19,1	74,7	6,2	40,5	44,6	4,1
Nov 11	447	100	18,6	78,7	2,7	35,5	43,4	7,9
Feb 12	483	100	15,3	75,6	9,1	35,7	48,8	13,1
May 12	507	100	15,4	80,1	4,5	33,3	43,3	10,0
Ago 12	504	100	20,6	75,6	3,8	33,8	43,5	9,7
Nov 12	417	100	22,8	70,5	6,7	30,4	45,3	14,9
Feb 13	487	100	13,6	81,1	5,3	33,8	43,1	9,3
May 13	507	100	17,8	76,3	5,9	35,9	48,6	12,7
Ago 13	538	100	18,0	75,7	6,3	34,4	41,1	6,7
Nov 13	487	100	19,1	75,4	5,5	32,7	41,0	8,3
Feb 14	454	100	20,3	73,1	6,6	42,8	49,9	7,1
May 14	472	100	18,6	75,8	5,5	43,7	53,4	9,7
Ago 14	464	100	19,7	75,8	4,5	36,3	47,5	11,2
Nov 14	484	100	25,4	68,6	6,0	36,7	44,7	8,0
Feb 15	514	100	16,2	78,2	5,7	35,4	43,6	8,2
May 15	462	100	16,9	80,3	2,8	34,9	44,2	9,3
Ago 15	409	100	12,2	83,6	4,2	30,4	35,0	4,6
Nov 15	427	100	16,4	81,5	2,1	29,6	40,6	11,0
Feb 16	433	100	14,3	80,6	5,1	33,2	42,5	9,3
May 16	436	100	17,2	78,4	4,4	36,8	41,3	4,5
Ago 16	433	100	20,1	76,0	3,9	34,8	40,0	5,2
Nov 16	440	100	13,6	82,7	3,6	32,2	41,8	9,6
Feb 17	424	100	15,6	81,6	2,8	36,2	41,9	5,7
May 17	427	100	11,7	85,0	3,3	37,8	45,4	7,6
Ago 17	443	100	14,8	82,1	3,1	33,8	44,5	10,7
Nov 17	439	100	16,2	77,4	6,4	32,5	42,4	9,9
Feb 18	429	100	14,7	80,9	4,4	32,2	42,9	10,7
May 18	456	100	18,2	79,2	2,6	37,7	48,2	10,5
Ago 18	373	100	13,9	80,4	5,6	24,0	36,0	12,0

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

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.



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. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.

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

Mes-Año	Número de entrevistas	¿Quién respondió la entrevista?		Sexo		Educación			Ingreso familiar mensual			Situación económica (subjetiva)				Gasto discrecional 1/	
		Principal sostén	Adulto informado	Hombre	Mujer	Primaria o menos	Secundaria	Univer-sitaria	500 mil o más	Menos de 500 mil	NS/ NR	Tienen grandes dificultades	Tienen algunas dificultades	Sin grandes dificultades	Pueden ahorrar	No	Si
Set 02	632	67,4	32,6	--	--	37,2	32,6	30,2	12,0	86,9	1,1	--	--	--	--	40,5	59,5
Mar 03	866	84,2	15,8	67,0	33,0	36,0	34,2	29,8	13,9	82,3	3,8	6,9	19,0	58,7	15,4	54,0	46,0
Set 03	807	81,0	19,0	67,6	32,4	38,5	32,7	28,8	12,1	86,7	1,1	8,7	31,4	46,0	13,9	58,4	41,6
Mar 03	812	77,5	22,5	67,1	32,9	39,4	31,8	28,8	12,4	87,1	0,5	9,7	27,9	42,2	20,2	58,0	42,0
Set 04	802	81,3	18,7	67,6	32,4	39,4	30,8	29,8	16,8	82,9	0,2	11,3	23,8	42,9	22,0	60,1	39,9
Mar 05	808	79,8	20,2	68,5	31,5	38,9	27,9	33,2	18,7	80,8	0,5	11,9	24,7	40,5	22,9	60,3	39,7
Ago 05	701	79,0	21,0	66,2	33,8	41,5	27,7	30,7	15,3	84,6	0,1	10,6	29,7	40,0	19,7	67,3	32,7
Nov 05	608	80,2	19,8	63,6	36,4	34,8	32,6	32,6	20,6	79,3	0,2	10,7	23,2	46,2	19,9	58,7	41,3
Feb 06	705	79,1	20,9	63,7	36,3	36,9	30,7	32,4	20,6	78,7	0,7	8,8	21,4	45,7	24,1	59,0	41,0
May 06	715	75,9	24,1	66,2	33,8	43,4	28,1	28,5	17,9	81,5	0,6	10,9	21,3	43,1	24,8	58,9	41,1
Ago 06	703	80,8	19,2	61,6	38,4	38,7	33,4	28,0	15,8	83,5	0,7	11,3	23,1	45,9	19,7	66,9	33,1
Nov 06	706	84,4	15,6	62,4	37,6	39,9	29,5	30,6	21,8	77,5	0,7	6,5	21,6	47,8	24,1	57,4	42,6
Feb 07	720	86,5	13,5	60,3	39,7	41,5	29,7	28,8	21,5	77,6	0,8	7,8	18,7	46,2	27,3	59,4	40,6
May 07	705	82,3	17,7	61,4	38,6	38,4	31,0	30,7	21,0	77,9	1,1	8,0	28,3	43,8	19,9	58,2	41,8
Ago 07	705	87,5	12,5	56,2	43,8	41,3	29,4	29,4	23,5	75,6	0,9	10,8	25,7	39,2	24,3	59,6	40,4
Nov 07	702	95,0	5,0	53,3	46,7	39,0	31,3	29,6	20,2	78,9	0,9	11,4	23,5	42,2	22,8	51,9	48,1
Feb 08	701	97,3	2,7	56,6	43,4	43,1	27,1	29,8	24,4	74,9	0,7	8,8	22,7	45,5	23,1	55,6	44,4
May 08	700	95,1	4,9	55,6	44,4	36,1	32,3	31,6	25,9	73,4	0,7	9,6	26,0	43,5	20,8	62,0	38,0
Ago 08	702	95,3	4,7	55,6	44,4	36,2	31,5	32,2	20,1	79,2	0,7	7,8	26,7	48,8	16,7	66,0	34,0
Nov 08	699	96,4	3,6	57,9	42,1	38,5	29,4	32,1	24,9	74,4	0,7	6,7	28,1	48,6	16,6	63,9	36,1
Feb 09	707	96,7	3,3	51,1	48,9	33,2	32,4	34,4	27,6	71,1	1,3	5,7	25,9	47,4	21,1	65,5	34,5
May 09	675	91,4	8,6	55,0	45,0	38,2	28,2	33,6	28,3	70,7	1,0	7,9	24,2	48,7	19,2	61,5	38,5
Ago 09	700	93,3	6,7	52,0	48,0	39,0	30,4	30,6	24,9	74,3	0,9	7,3	27,9	47,4	17,4	68,3	31,7
Nov 09	718	90,8	9,2	56,4	43,6	41,5	33,7	24,8	27,0	71,9	1,1	8,4	24,4	49,6	17,7	54,9	45,1
Feb 10	713	94,2	5,8	50,4	49,6	40,6	29,4	30,1	28,8	70,0	1,3	6,3	28,6	45,9	19,2	59,2	40,8
May 10	601	79,2	20,8	61,4	38,6	38,8	29,1	32,1	31,4	65,4	3,2	13,1	23,2	42,1	21,6	55,9	44,1
Ago 10	703	96,6	3,4	58,5	41,5	45,2	25,9	28,9	27,6	71,1	1,3	9,7	25,1	44,2	21,1	62,7	37,3
Nov 10	739	98,4	1,6	53,5	46,5	39,5	29,2	31,3	28,4	70,0	1,6	10,8	26,4	45,6	17,2	60,9	39,1
Feb 11	718	96,7	3,3	53,8	46,2	37,7	27,6	34,7	31,6	66,9	1,5	9,1	23,6	45,8	21,5	57,0	43,0
May 11	701	97,6	2,4	54,4	45,6	38,4	28,7	33,0	31,0	67,9	1,1	13,5	20,4	48,9	17,2	57,9	42,1
Ago 11	705	93,0	7,0	56,0	44,0	40,1	28,8	31,1	31,3	67,5	1,1	9,4	25,4	44,6	20,6	59,0	41,0
Nov 11	692	86,3	13,7	57,9	42,1	39,4	25,9	34,7	33,4	65,6	1,0	8,9	22,9	50,1	18,1	53,9	46,1
Feb 12	707	95,5	4,5	51,1	48,9	37,2	24,8	38,0	37,9	60,1	2,0	6,9	26,0	48,2	18,9	54,3	45,7
May 12	707	95,9	4,1	51,1	48,9	37,7	25,2	37,1	36,6	62,1	1,3	8,7	23,9	46,8	20,6	55,4	44,6
Ago 12	725	98,2	1,8	51,3	48,7	39,4	27,1	33,6	35,7	62,3	1,9	10,3	22,6	47,4	19,7	56,6	43,4
Nov 12	700	90,0	10,0	54,4	45,6	38,6	28,3	33,0	35,4	63,9	0,7	7,0	25,7	50,9	16,4	53,1	46,9
Feb 13	707	99,2	0,8	50,2	49,8	37,7	24,6	37,7	36,2	62,4	1,4	10,7	19,6	48,6	21,1	55,7	41,4
May 13	738	99,7	0,3	52,6	47,4	34,0	28,5	37,5	39,7	59,5	0,8	9,3	24,1	43,3	23,4	53,8	46,2
Ago 13	723	99,6	0,4	50,1	49,9	31,3	28,2	40,5	40,8	58,1	1,1	6,1	24,0	50,1	19,8	54,9	45,1
Nov 13	726	97,4	2,6	49,3	50,7	35,0	24,7	40,4	40,5	57,9	1,7	8,0	22,0	45,0	25,0	50,4	49,6
Feb 14	704	98,4	1,6	50,1	49,9	41,8	24,6	33,7	34,7	64,6	0,7	7,8	23,3	44,6	23,8	52,8	47,2
May 14	710	99,4	0,6	46,3	53,7	37,3	25,2	37,5	40,0	59,9	0,1	11,5	22,9	45,1	20,5	54,1	45,9
Ago 14	705	99,1	0,9	51,3	48,7	35,2	25,4	39,4	38,2	61,1	1,1	7,3	24,7	45,6	22,4	54,5	45,5
Nov 14	711	97,7	2,3	49,1	50,9	37,6	25,4	37,0	42,8	56,7	0,6	8,5	22,9	46,0	22,6	52,0	48,0
Feb 15	713	100,0	0,0	50,2	49,8	37,9	25,1	37,0	41,7	57,5	0,8	5,2	20,5	47,2	27,1	50,2	49,8
May 15	703	99,4	0,6	47,8	52,2	38,4	22,8	38,8	41,1	57,9	1,0	8,0	19,5	44,1	28,3	51,1	48,9
Ago 15	700	99,3	0,7	49,6	50,4	37,4	21,3	41,3	41,4	56,3	2,3	9,7	24,9	40,7	24,6	55,6	44,4
Nov 15	702	99,3	0,7	45,1	54,9	43,6	18,3	38,1	40,2	59,1	0,7	9,5	27,2	43,0	20,3	54,1	45,9
Feb 16	705	99,1	0,9	47,5	52,5	33,9	22,1	44,0	40,4	58,4	1,1	9,6	25,7	39,9	24,8	56,5	43,5
May 16	716	95,7	4,3	51,7	48,3	34,7	24,1	41,3	44,7	54,7	0,6	8,3	24,4	42,7	24,6	56,3	43,7
Ago 16	704	97,6	2,4	51,3	48,7	39,4	20,2	40,4	42,5	56,7	0,9	9,9	24,3	44,3	21,6	55,5	44,5
Nov 16	700	98,3	1,7	51,3	48,7	37,7	21,3	41,0	44,4	54,9	0,7	14,4	20,7	39,2	25,7	54,9	45,1
Feb 17	706	96,3	3,7	48,6	51,4	30,3	25,8	43,9	42,9	56,2	0,8	8,1	24,4	39,7	27,8	54,0	46,0
May 17	701	98,9	1,1	50,2	49,8	28,6	25,3	46,1	43,8	54,9	1,3	8,0	22,0	43,8	26,1	56,3	43,7
Ago 17	706	97,5	2,5	53,7	46,3	30,8	27,9	41,3	47,7	50,8	1,1	9,3	23,9	41,0	25,9	54,5	45,5
Nov 17	700	99,6	0,4	47,3	52,7	30,1	25,2	44,7	47,3	52,4	0,3	8,9	28,0	40,5	22,7	53,4	46,6
Feb 18	701	98,3	1,7	47,1	52,9	31,2	24,3	44,5	50,5	48,9	0,6	7,2	21,3	43,5	28,0	48,9	51,1
May 18	700	99,9	0,1	50,3	49,7	29,3	25,5	45,2	47,9	51,1	1,0	8,9	17,4	45,8	27,9	50,0	50,0
Ago 18	710	89,2	10,8	48,7	51,3	34,1	22,1	43,8	45,6	53,4	1,0	4,0	24,8	47,8	23,5	58,2	41,8

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: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. La Confianza de los Consumidores. Encuesta N° 59. Agosto, 2018.