



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EES Escuela de
Estadística

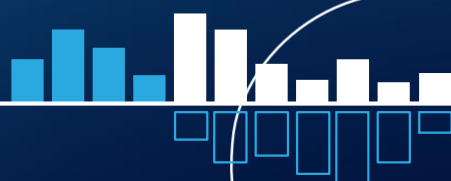
La confianza de los consumidores

Encuesta N° 91
Agosto 2026

Investigadora:
Fernanda Alvarado-Leitón, PhD
maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr

San José, Costa Rica

Agosto/2026



SÍNTESIS METODOLÓGICA

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es producto de la encuesta periódica que realiza la Escuela de Estadística de la Universidad de Costa Rica. De setiembre del 2002 (fecha de la primera encuesta) a marzo del 2005, su frecuencia fue semestral (marzo y setiembre) y se ejecutaron seis encuestas. A partir de agosto del 2005 se realiza trimestralmente (febrero, mayo, agosto y noviembre) y se cuenta con un total de 91 encuestas. Desde mediados del 2015, la Encuesta del Consumidor es parte del Sistema Estadístico Nacional (SEN) y se convirtió en una estadística nacional que es reportada a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Para realizar la encuesta se asume que el optimismo hacia la economía genera confianza entre los consumidores y, como consecuencia, aumenta el deseo de realizar gastos y contraer deudas. Por el contrario, la incertidumbre produce pesimismo, y por ello, el deseo de reducir los gastos y reorganizar las reservas financieras. Se prevé, entonces, que cuando muchos consumidores cambian simultáneamente de una perspectiva a otra, surja un cambio generalizado en su comportamiento de compra lo que puede afectar, positiva o negativamente la economía nacional. Debido a que el cambio en las actitudes y las expectativas de los consumidores ocurre previo al suceso, se considera que el ICC puede actuar como un indicador adelantado de la actividad económica doméstica. De esta manera, el planteamiento asigna importancia al poder del consumidor.

Encuesta del Consumidor N° 90. Mayo, 2026	
Revisión del documento:	M.Sc. Johnny Madrigal Pana, Ex Director de Escuela (jubilado)
Trabajo de campo:	Unidad de Servicios Estadísticos (USES) de la Escuela de Estadística
Coordinación de trabajo de campo:	Mag. Yorlene Quirós Díaz
Supervisión:	Mag. Yorlene Quirós Díaz
Fecha de la encuesta:	Del 3 de agosto al 3 de setiembre de 2026
Población de interés:	Personas de 18 años y más, nacionales y extranjeros, que usan telefonía móvil (celular) dentro del territorio nacional (97% de cobertura).
Tamaño de la muestra:	1204 personas usuarias de teléfono celular
Informante:	Persona de 18 años o más que usan telefonía móvil (celular). Ver Cuadro Anexo para más detalles.



El cálculo del ICC se hace con las respuestas a cinco preguntas: dos referentes a las condiciones económicas actuales y otras tres relacionadas con las expectativas económicas. Para calcularlo se asigna el valor 100 si la respuesta es favorable, 50 si es neutra o “no sabe” y 0 si es desfavorable. Luego se calcula un promedio con los cinco puntajes. El rango alcanza un mínimo en cero, el valor más bajo del ICC, es decir el pesimismo más acentuado. El máximo se alcanza en 100, el mayor grado de optimismo. La posición intermedia (ni pesimista ni optimista, neutral, indecisa o de incertidumbre) se alcanza cuando el valor está alrededor de 50.

El ICC se descompone en dos índices adicionales. Uno de ellos es el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA), 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), que se obtiene de las preguntas sobre la situación económica de la familia y de las empresas dentro de un año, y de la situación del país dentro de los próximos cinco años. Para calcular ambos índices se procede de manera semejante al ICC.



ENCUESTA DEL CONSUMIDOR Metadato de la encuesta		
Datos de contacto		
País	Costa Rica	
Encuesta	Consumidores	
Organización	Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica	
Dirección oficial	Universidad de Costa Rica. Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José. San Pedro de Montes de Oca. Código 2060. Tercer piso de la Facultad de Ciencias Económicas.	
Sitio web	www.estadistica.ucr.ac.cr	
REPRESENTANTE		
Nombre	Ericka Méndez Chacón	
Número de teléfono	(506) 2511 6483	
Número de fax	(506) 2511 6510	
Correo electrónico	ERICKA.MENDEZ@ucr.ac.cr	
PERSONA DE CONTACTO		
Nombre	Fernanda Alvarado Leitón	
Número de teléfono	(506) 2511 6483 / (506) 8816 16 35	
Número de fax	(506) 2511 6510	
Correo electrónico	maria.alvaradoleiton@ucr.ac.cr	
Metodología		
Población y marco muestral	Población de estudio	Personas de 18 años y más, nacionales o extranjeros, que usan telefonía móvil (celular) dentro del territorio nacional.
	Marco muestral de la encuesta	Primeros cuatro dígitos activos de los teléfonos celulares activos de las operadoras telefónicas existentes en el país según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL)
	Tamaño del marco muestral	No está determinado
	Características	Incluye únicamente teléfonos celulares
	Fecha de actualización	2018
	Categorías cubiertas	Se cubren todos los bancos telefónicos activos de los celulares del país
Muestreo y precisión	Método de muestreo	Muestreo de bancos telefónicos celulares activos del país, utilizando el procedimiento de Random Digit Dialing (RDD), para entrevistar personas de 18 años o más.
	Tamaño de muestra esperada	1200 entrevistas
	Cobertura de la muestra	Se cubre aproximadamente el 97% de la población de 18 años y más en el país
	Error de muestreo	El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es un promedio que revela diferencias estadísticamente significativas cuando el cambio es mayor a $\pm 1,6$ puntos y los porcentajes cuando el cambio es mayor a $\pm 2,9$ puntos (ambos asumiendo una confianza del 95%)
	Tratamiento de la no respuesta	Se realizan cuatro llamadas telefónicas en diferentes días y a diferentes horas para localizar a la persona a entrevistar.
Recolección de datos	Sistema de ponderación	La muestra se ajusta por no respuesta con base en la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). El ajuste se hace con la distribución por sexo, edad y educación de la ENAH.
	Periodicidad	Trimestral (febrero, mayo, agosto y noviembre)
	Método de encuesta	Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI en inglés)
	Período de trabajo de campo	Primeros 21 días del mes en que la encuesta es ejecutada
	Presentación de resultados	Primer miércoles del mes siguiente al que es ejecutada la encuesta
Última actualización del metadato		Agosto 2026

SÍNTESIS DE RESULTADOS

La confianza de los consumidores. En agosto de 2026, la confianza de los consumidores registró 55,9 puntos (en una escala de 0 a 100). Al comparar con la medición de tres meses atrás (mayo de 2026), se obtiene que el ICC se mantiene estable (Gráfico 1). Este resultado señala una relativa estabilización de la confianza hacia la economía nacional después de la baja observada en mayo y, posterior al pico observado durante el período electoral en febrero de 2026 (60,7 puntos).

Las personas entrevistadas se clasificaron en tres grupos de consumidores, de acuerdo con sus expectativas hacia la economía nacional: pesimistas, ambivalentes y optimistas (Gráfico 2). Los resultados del mes de agosto muestran que la distribución de los consumidores no varió respecto a la de mayo anterior y actualmente, el grupo de consumidores ambivalentes representa 48,0% del total, el de pesimistas 13,3% y el de optimistas 39,0%.

El análisis de las tendencias de la confianza entre grupos de la población, no revela cambios en la dinámica de la confianza (Gráficos del 3 al 9). No obstante, en agosto, parece consolidarse una nueva dinámica observada por primera vez en noviembre de 2025. Actualmente, las personas con alguna instrucción universitaria tienen una confianza similar a aquellas con educación primaria o menor. Este patrón rompe el observado hasta la fecha y en el que las personas con instrucción secundaria y universitaria mantuvieron una confianza mayor a las de sus contrapartes con menor nivel educativo.

Al mismo tiempo, otras dinámicas se mantienen intactas: hay más confianza entre los hombres, las personas menores a 35 años, aquellas que viven en hogares con mayores ingresos y en aquellos hogares con mayor número de personas insertas en el mercado de trabajo.

El momento actual y el futuro económico. El ICC puede dividirse en dos mediciones: el Índice de Condiciones Económicas Actuales (ICEA, Gráficos 10 y 15) y el Índice de Expectativas Económicas (IEE, Gráficos 11, 13 y 14). Mientras el primero proporciona una valoración de la confianza de los consumidores en la situación económica actual, el segundo lo hace en el futuro económico del país. Ambos componentes toman valores de 0 a 100. En agosto, se observó un aumento significativo del ICEA de +5,2 puntos, alcanzando un valor de 55,7 puntos. En cambio, el IEE se mantuvo estable desde mayo anterior, en 56,0 puntos (Gráfico 16). Este comportamiento de los componentes (aumento de uno y estabilidad del otro), hizo que se cerrara la brecha observada entre ellos desde el inicio de la pandemia por el COVID-19.

El incremento en el ICEA se debe a una reducción de las opiniones negativas en sus dos

indicadores. En agosto, disminuyó el porcentaje de personas que considera que su situación económica actual es peor que hace 12 meses (18,1%, -5p.p.), así como el de aquellas que consideran que son malos tiempos para comprar artículos grandes para el hogar (32,0%, -10,7p.p.).

En el IEE, se encontró un mayor porcentaje de personas consumidoras que espera que su familia esté mejor económicamente en los próximos 12 meses (47,0%, +3,1p.p.) y que las empresas del país tengan mejores condiciones en el mismo periodo (24,9%; +3,4p.p.). No obstante, a este optimismo a corto plazo, se contrapuso una mirada más negativa del futuro, pues en los últimos tres meses incrementó el porcentaje que espera períodos de crisis en los próximos 5 años, en +5,9p.p., llegando a 42,8%.

Expectativas hacia la situación económica personal. La encuesta recolectó las expectativas de los consumidores sobre tres aspectos que impactan directamente su situación económica personal: las que tienen sobre las tasas de interés, los ingresos familiares y la capacidad de compra. En agosto, continúa un ambiente de reserva en estos tres aspectos, dejando atrás las expectativas positivas observadas durante la campaña electoral.

Respecto a las tasas de interés, disminuyó el porcentaje que espera su reducción en los próximos 12 meses en -7,2p.p., alcanzando un valor de 10,8% (Gráfico 17). Por otro lado, más consumidores esperan que aumente su ingreso familiar en los próximos 12 meses, aunque muchos no esperan que esto impacte de forma positiva su capacidad de compra. En agosto, 61,3% espera que los ingresos de su familia sean mayores en los próximos 12 meses (+5,8p.p.; Gráfico 18); no obstante, 43,0% afirmó que ese aumento en los ingresos será proporcional al aumento de los precios (Gráfico 19).

Política económica y social. La medición de agosto 2026, corresponde a la primera que se refiere a la administración Fernández-Delgado. Se encontró que 32,3% de los consumidores considera que la presidenta está realizando un “trabajo bueno” en materia de política económica y social, 30,3% dice que hace “lo necesario” y 30,2% lo califica como “trabajo pobre”. (Gráfico 20). Estos resultados son menos favorables que los observados en mayo anterior correspondientes a la última valoración que dieron los consumidores a la Administración Chaves-Robles en esta materia. Esto se afirma porque el porcentaje que califica como “trabajo bueno” lo realizado en materia económica se redujo -6,3 p.p., mientras que se incrementó +6,5 p.p. el que lo calificó como “trabajo pobre”.

Por otro lado, al comparar la primera medición realizada en la administración Fernández-Delgado con la primera de la administración Chaves-Robles, los resultados sugieren que Fernández-Delgado empieza un paso atrás. Aunque el porcentaje de consumidores que opinó que la administración está realizando un buen trabajo es similar al de su homólogo de cuatro años atrás, la presidenta despierta más críticas. En agosto de 2022 (primera

medición del ahora Ministro de Hacienda) el porcentaje que calificaba la política económica como “trabajo pobre” fue de 24,9%, mientras que para Fernández-Delgado esa magnitud es de 30,2%, esto es, una diferencia de +5,3p.p.

Por otro lado, la medición de agosto reveló un desmejoramiento de las expectativas del campo social (Gráfico 21 y 22). Esto se afirma porque en agosto aumentó el porcentaje de personas que espera mayor pobreza en los próximos 12 meses (39,4%; +9,1 p.p.), así como también el que espera mayor desempleo (37,2%, +7,7p.p.).

Valoración del momento para la compra de bienes duraderos (casa y carro). Congruente con la tendencia observada desde que se inició la medición en 2002, son más quienes valoran negativamente el momento actual para comprar casa y carro. En los últimos tres meses, no se detectaron cambios significativos en estos resultados (Gráfico 23 y 24). Actualmente 30,7% cree que es un buen momento para adquirir un vehículo, 47,3% cree que es un mal momento y 15,8% dijo no ser ni un buen ni un mal momento. Para la compra de casa, actualmente 34,0% de los entrevistados dijo que es un buen momento para adquirirla, 45,2% dijo que son malos tiempos y 16,4% respondió con una valoración que no es buena ni es mala.

Otros factores relacionados con la confianza. La encuesta también recolecta datos sobre otros factores que podrían contribuir a modificar la confianza de los consumidores en la economía nacional. La expectativa sobre los precios de los combustibles para los próximos 12 meses se mantiene similar a la observada en mayo anterior, con una mayoría que espera aumentos en sus precios (60,3%; Cuadro 1.). Asimismo, se mantuvo estable en los últimos tres meses la expectativa de aumento en el precio del dólar en los próximos 12 meses (Cuadro 2). En agosto, 29,0% de los consumidores espera alzas en el precio del dólar.

¿Qué puede concluirse? En agosto, se observó un nivel de confianza hacia la economía similar al de tres meses atrás, anulándose así el incremento observado por el proceso electoral vivido en el país hace seis meses, lo que constituye una distorsión típica producto de las elecciones presidenciales. El ICC mantiene un valor alto si se toma en cuenta su promedio histórico. En esta encuesta, la confianza de los consumidores en la economía nacional llegó a 55,9 puntos (en una escala de cero a 100) que se mantiene por encima de los 50 puntos desde agosto de 2024.

Los resultados revelan expectativas más negativas ante los problemas sociales. En agosto se registraron aumentos importantes en los porcentajes de quienes esperan más pobreza y más desempleo en los próximos doce meses (39,4% y 37,2% respectivamente). Asimismo, los resultados muestran que la Administración Fernández-Delgado inicia con una base de consumidores más crítica en materia de política económica, al compararla con la que inició la Administración Chaves-Robles. Aunque, los porcentajes iniciales de aprobación del trabajo de ambos mandatarios son similares en su primera medición, fueron menos quienes en su



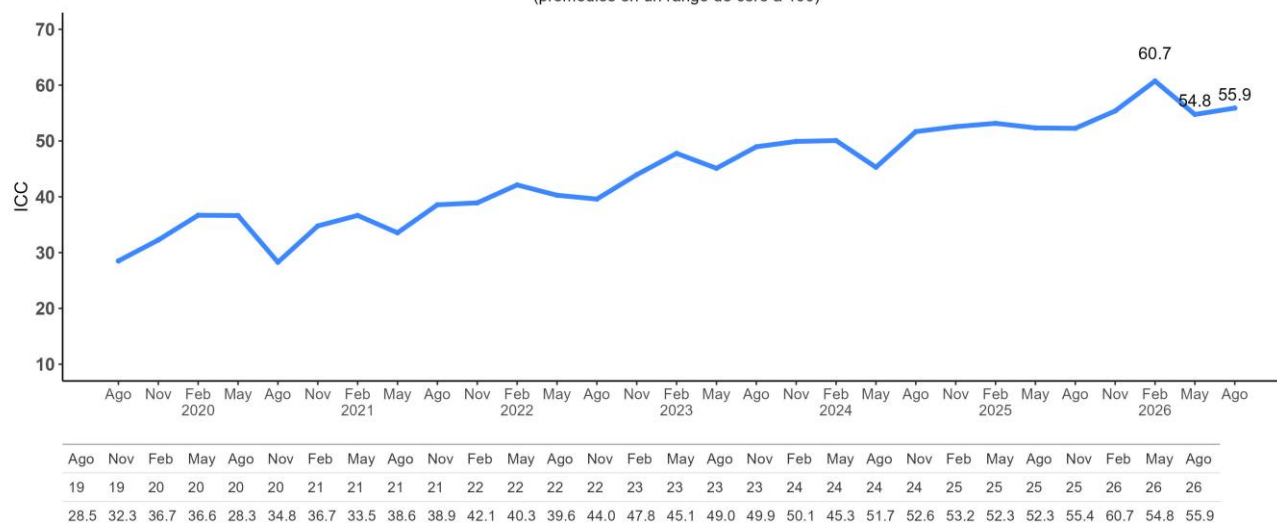
momento (agosto de 2022) calificaron el actuar de la administración Chaves-Robles en materia económica como “trabajo pobre” que los que así lo expresaron para la presidenta Fernández-Delgado (24,9% vs 30,2% respectivamente).

Finalmente, si se compara con mayo anterior, se mantiene alta la perspectiva alzas en los precios de la gasolina y el diésel. En agosto, 60,3% espera en los meses venideros aumentos en los precios de los combustibles, probablemente asociado al conflicto entre los Estados Unidos e Irán que superó ya su sexto mes.

GRÁFICOS Y CUADROS

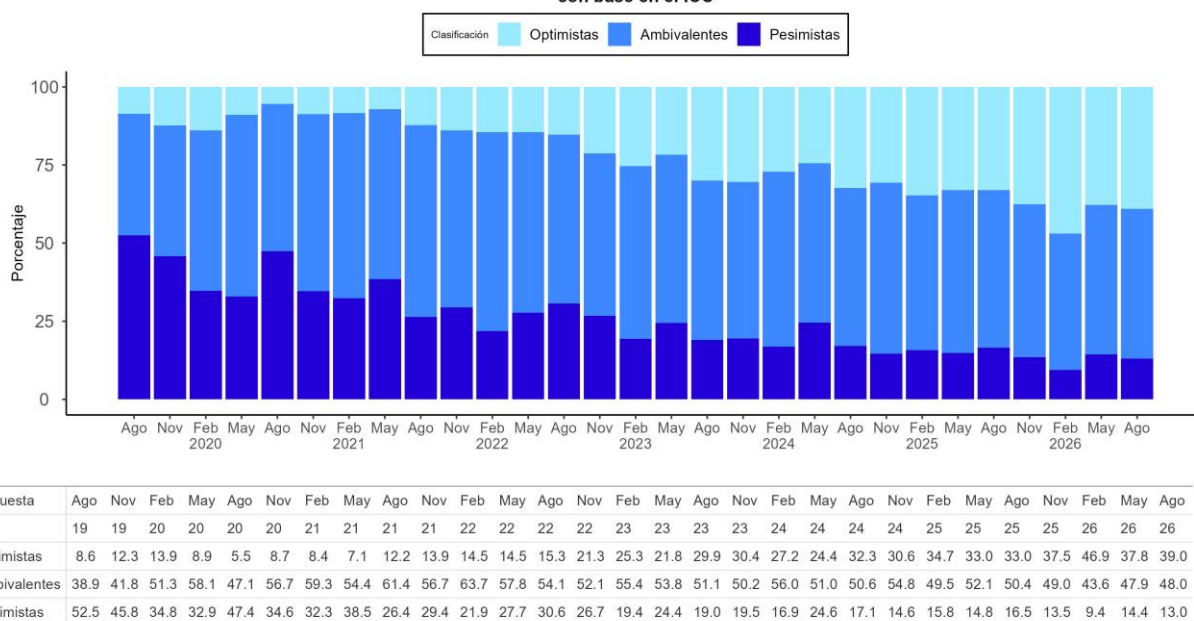
LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LA ECONOMÍA NACIONAL

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

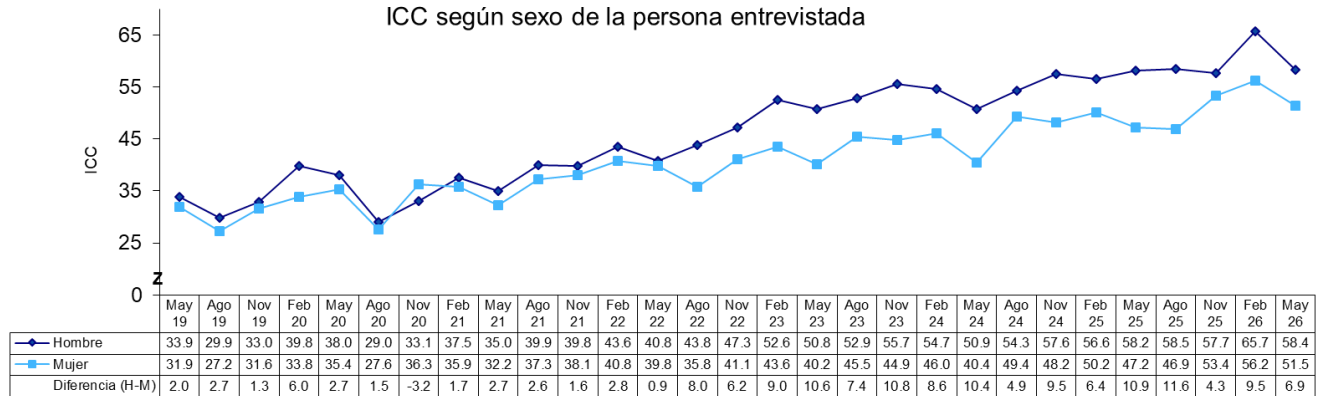
Gráfico 2
Distribución porcentual de la clasificación de los consumidores con base en el ICC



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

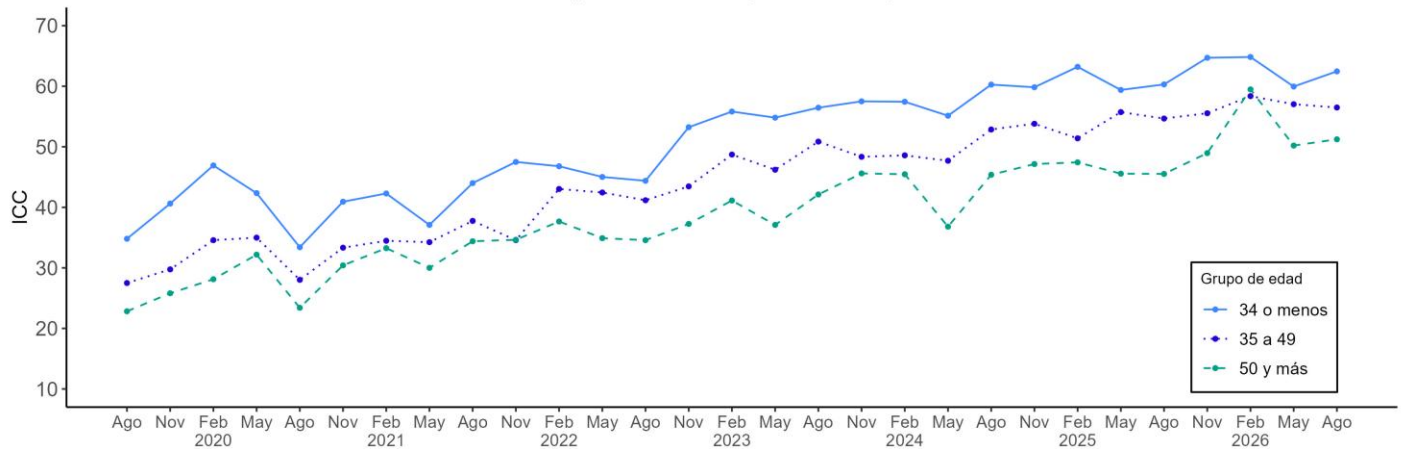
DIFERENCIALES DEMOGRÁFICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

Gráfico 3
ICC según sexo de la persona entrevistada



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91. Agosto, 2026.

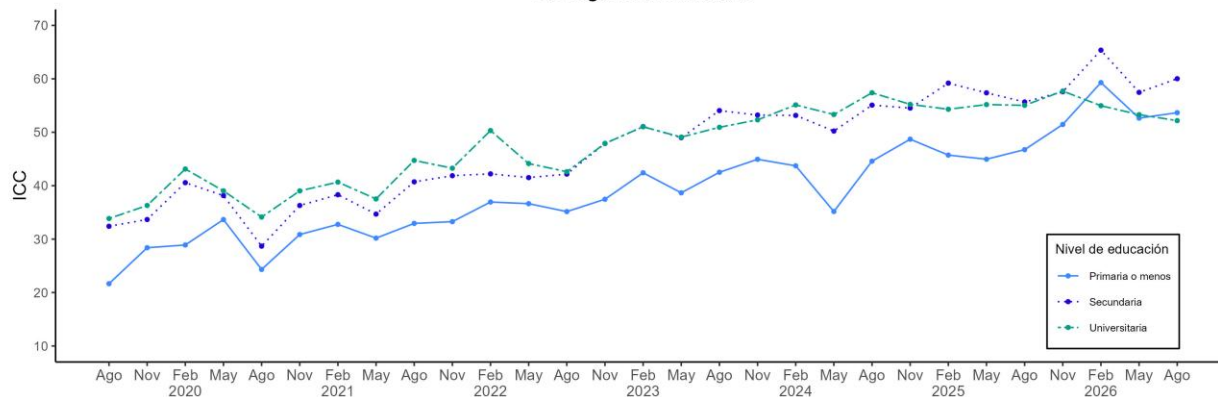
Gráfico 4
ICC según grupos de edad
(promedios en un rango de cero a 100)



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
34 o menos	34.8	40.6	46.9	42.3	33.4	40.9	42.3	37.1	44.0	47.5	46.8	45.0	44.4	53.2	55.8	54.8	56.5	57.5	57.4	55.1	60.3	59.8	63.2	59.4	60.3	64.7	64.8	59.9	62.5
35 a 49	27.5	29.8	34.6	35.0	28.0	33.3	34.5	34.2	37.8	34.6	43.0	42.4	41.2	43.5	48.7	46.2	50.9	48.3	48.6	47.7	52.9	53.8	51.4	55.7	54.7	55.5	58.4	57.0	56.5
50 y más	22.8	25.8	28.1	32.2	23.4	30.4	33.3	30.0	34.4	34.6	37.7	34.9	34.6	37.3	41.1	37.1	42.1	45.6	45.5	36.8	45.4	47.1	47.4	45.6	45.5	49.0	59.5	50.2	51.2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

Gráfico 5
ICC según nivel educativo

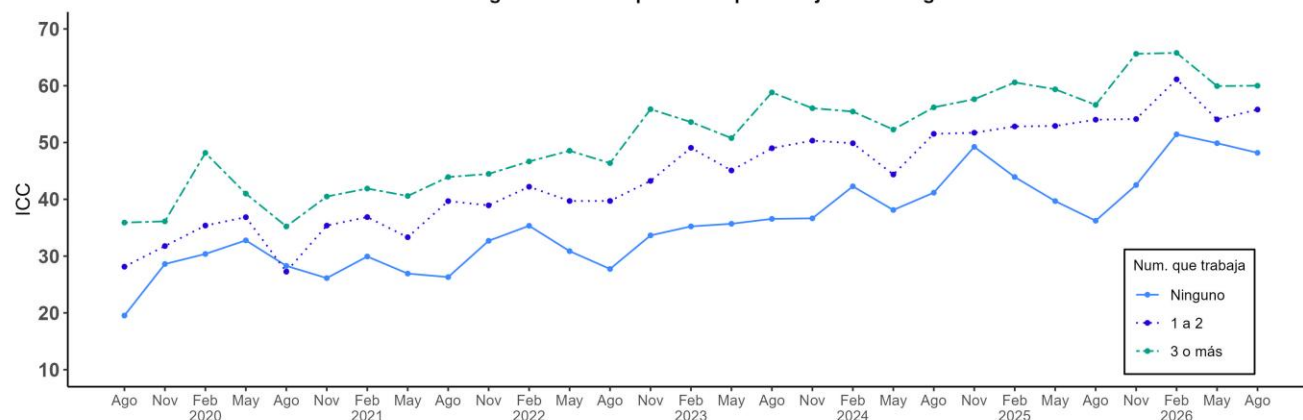


Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Primaria o menos	21.7	28.4	28.9	33.7	24.3	30.9	32.8	30.2	32.9	33.3	36.9	36.6	35.2	37.5	42.4	38.7	42.5	44.9	43.7	35.2	44.6	48.7	45.7	45.0	46.7	51.5	59.3	52.6	53.7
Secundaria	32.4	33.7	40.6	38.2	28.7	36.3	38.3	34.7	40.7	41.9	42.2	41.5	42.2	47.9	51.1	49.0	54.1	53.2	53.2	50.2	55.1	54.5	59.2	57.4	55.7	57.6	65.4	57.5	60.0
Universitaria	33.9	36.3	43.1	39.0	34.1	39.0	40.7	37.5	44.7	43.3	50.3	44.1	42.6	47.9	51.0	49.1	50.9	52.3	55.1	53.3	57.4	55.2	54.3	55.2	55.0	57.7	55.0	53.3	52.2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

DIFERENCIALES SOCIOECONÓMICOS DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

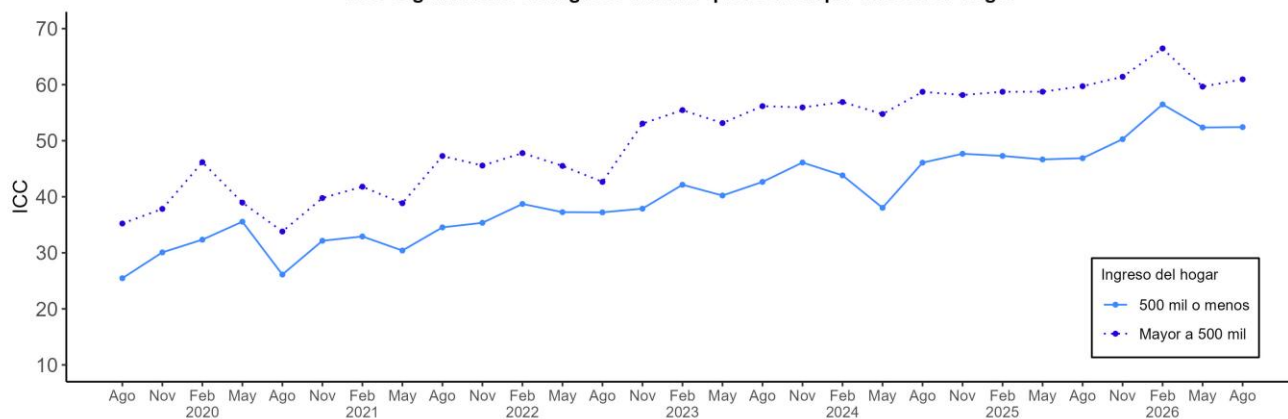
Gráfico 6
ICC según número de personas que trabajan en el hogar



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Ninguno	19.5	28.6	30.4	32.8	28.3	26.1	29.9	26.9	26.3	32.7	35.3	30.9	27.7	33.6	35.2	35.7	36.6	36.6	42.3	38.1	41.2	49.2	43.9	39.7	36.2	42.5	51.4	49.9	48.2
1 a 2	28.1	31.8	35.4	36.9	27.3	35.4	36.9	33.3	39.7	38.9	42.2	39.7	39.7	43.2	49.1	45.1	49.0	50.3	49.9	44.4	51.5	51.7	52.8	52.9	54.0	54.1	61.1	54.1	55.8
3 o más	35.9	36.1	48.2	41.0	35.2	40.5	41.9	40.6	43.9	44.5	46.7	48.6	46.4	55.9	53.6	50.8	58.8	56.0	55.5	52.3	56.2	57.6	60.6	59.4	56.6	65.6	65.8	59.9	60.0

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

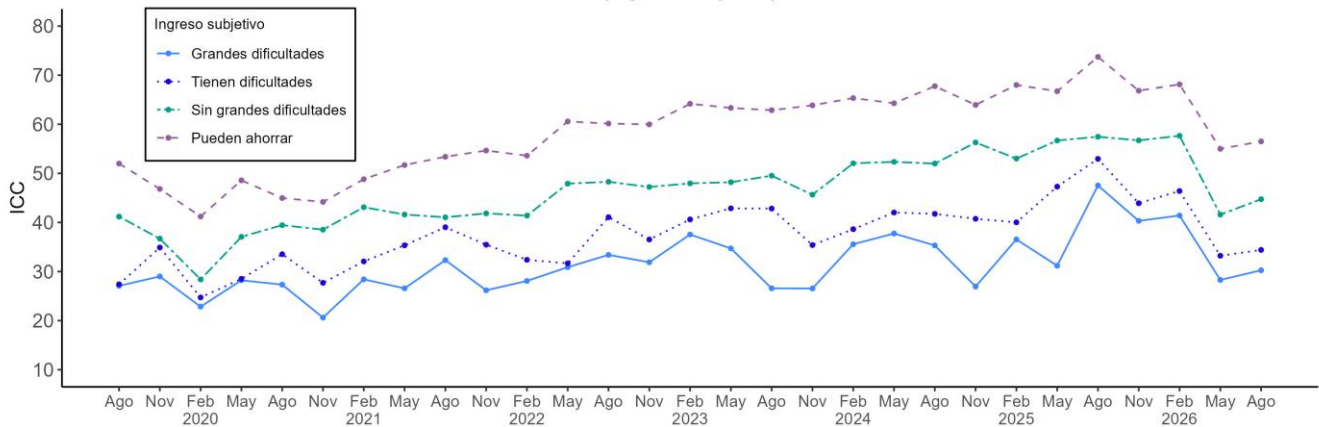
Gráfico 7
ICC según monto de ingreso familiar que reciben por mes en el hogar



Encuesta	Ago	Nov	Feb	May	Ago	Nov	Feb	May	Ago	Nov	Feb	May	Ago	Nov	Feb	May	Ago	Nov	Feb	May	Ago	Nov	Feb	May	Ago	Nov	Feb	May
	19	19	20	20	20	20	21	21	21	21	22	22	22	22	23	23	23	23	24	24	24	24	25	25	25	25	26	26
500 mil o menos	25.5	30.1	32.3	35.6	26.1	32.2	32.9	30.4	34.5	35.4	38.7	37.3	37.2	37.9	42.1	40.2	42.7	46.1	43.8	38.0	46.1	47.7	47.3	46.7	46.9	50.3	56.5	52.4
Mayor a 500 mil	35.2	37.8	46.2	39.0	33.8	39.8	41.8	38.8	47.3	45.6	47.8	45.5	42.7	53.1	55.5	53.1	56.2	55.9	56.9	54.8	58.7	58.2	58.7	58.7	59.7	61.4	66.5	59.7

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

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

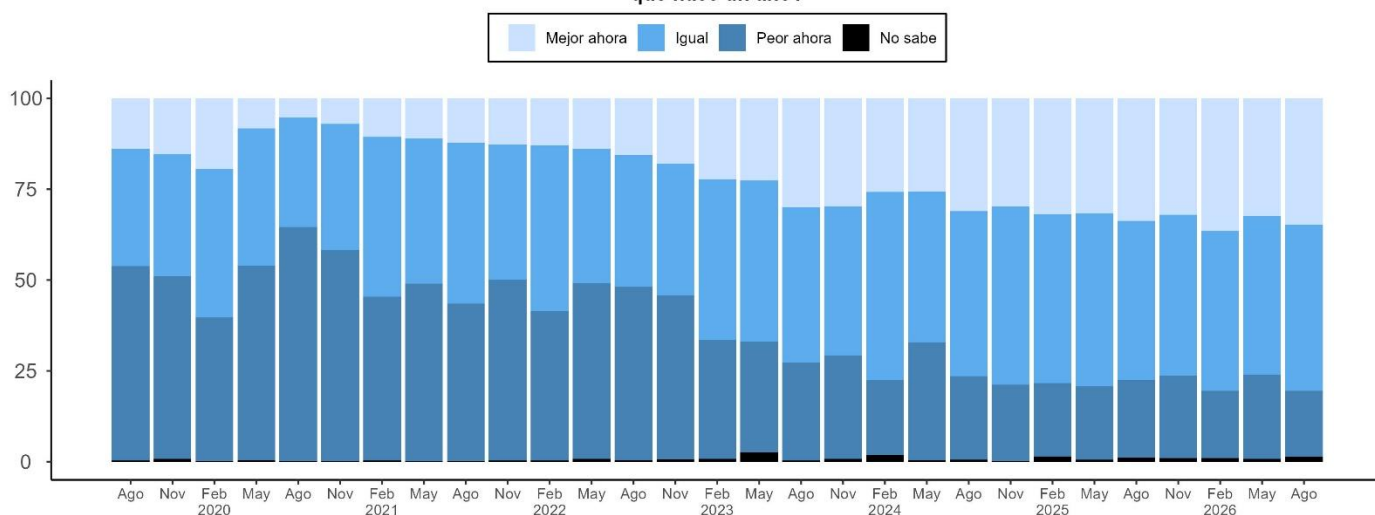


Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Grandes dificultades	27.1	29.0	22.8	28.2	27.3	20.6	28.4	26.6	32.3	26.2	28.1	30.9	33.4	31.9	37.5	34.7	26.6	26.5	35.6	37.8	35.3	26.9	36.5	31.2	47.5	40.3	41.4	28.3	30.3
Tienen dificultades	27.4	34.9	24.7	28.5	33.5	27.7	32.1	35.3	39.0	35.5	32.4	31.7	41.1	36.5	40.6	42.9	42.8	35.4	38.6	42.0	41.7	40.7	40.0	47.3	53.0	43.9	46.4	33.2	34.4
Sin grandes dificultades	41.2	36.7	28.4	37.1	39.5	38.5	43.1	41.6	41.0	41.8	41.4	47.9	48.3	47.2	48.0	48.2	49.5	45.7	52.0	52.3	52.0	56.3	53.0	56.7	57.5	56.7	57.7	41.6	44.7
Pueden ahorrar	52.0	46.8	41.2	48.6	45.0	44.2	48.8	51.7	53.4	54.6	53.6	60.6	60.2	60.0	64.2	63.3	62.9	63.9	65.3	64.3	67.8	63.9	68.0	66.7	73.7	66.8	68.1	55.0	56.5

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

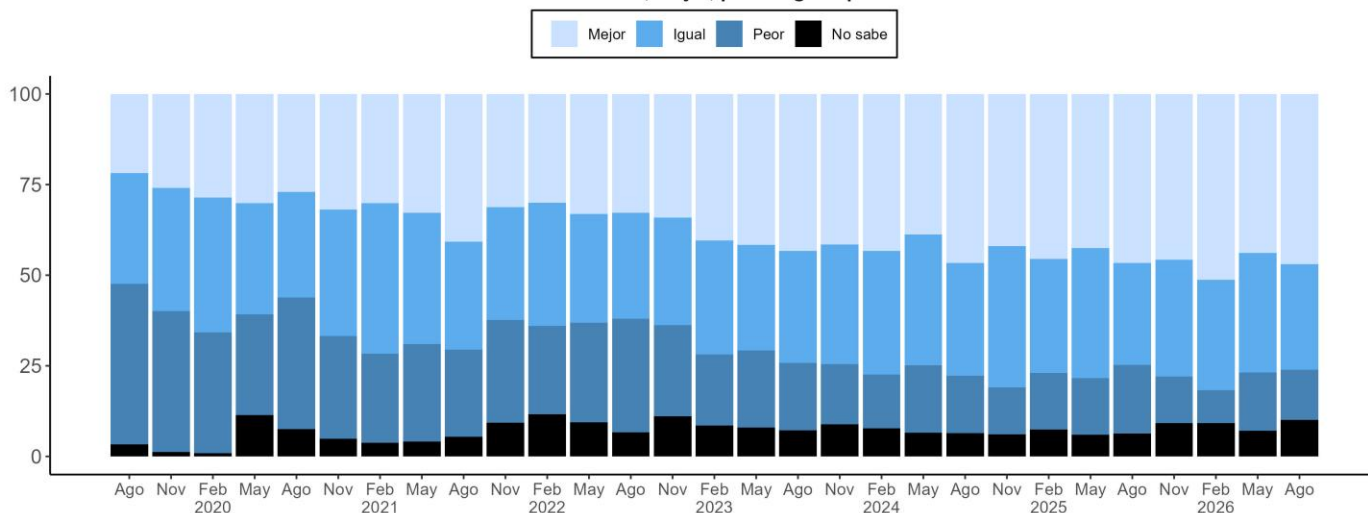
COMPONENTES DEL ICC (VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LA FAMILIA, EMPRESAS Y EL PAÍS)

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



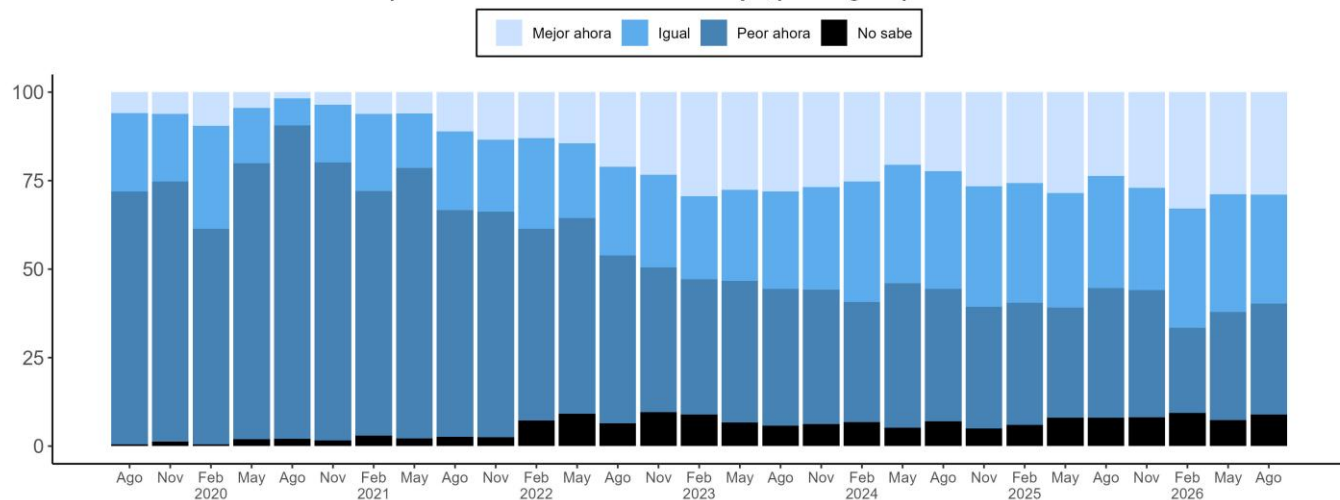
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

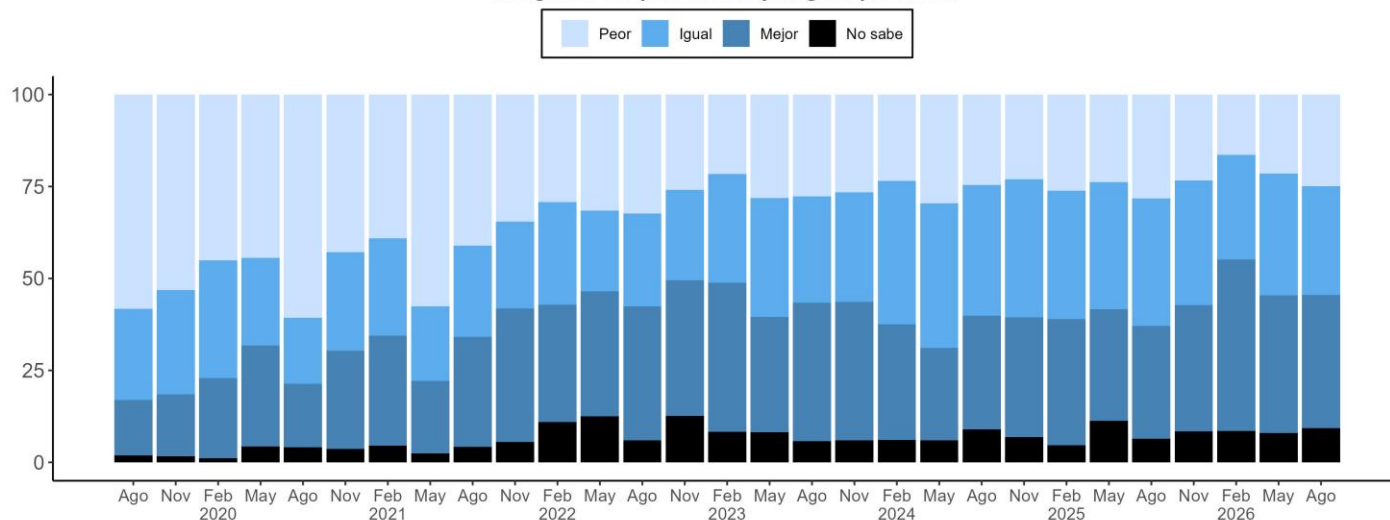
Gráfico 12
Hablando ahora sobre las empresas o negocios en el país como un todo. ¿Usted diría que la situación actual de éstas es mejor, peor o igual que hace un año?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Mejor ahora	5.9	6.1	9.5	4.5	1.7	3.5	6.1	6.1	11.1	13.4	13.0	14.5	21.0	23.3	29.4	27.5	28.1	26.8	25.2	20.5	22.3	26.6	25.7	28.4	23.7	27.0	32.8	28.8	28.9
Igual	22.1	19.1	29.2	15.6	7.7	16.3	21.8	15.3	22.3	20.4	25.6	21.2	25.1	26.2	23.4	25.8	27.5	29.0	34.1	33.5	33.3	34.1	33.9	32.5	31.7	28.9	33.7	33.3	30.9
Peor ahora	71.5	73.5	60.8	78.0	88.6	78.5	69.1	76.5	64.0	63.6	54.2	55.3	47.4	40.9	38.3	40.0	38.6	38.0	33.9	40.8	37.4	34.4	34.5	31.1	36.6	35.9	24.1	30.6	31.3
No sabe	0.5	1.2	0.5	1.9	2.0	1.6	3.0	2.1	2.6	2.5	7.2	9.1	6.4	9.6	8.9	6.7	5.8	6.2	6.8	5.2	7.0	5.0	5.9	8.0	8.0	8.2	9.3	7.3	8.9

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

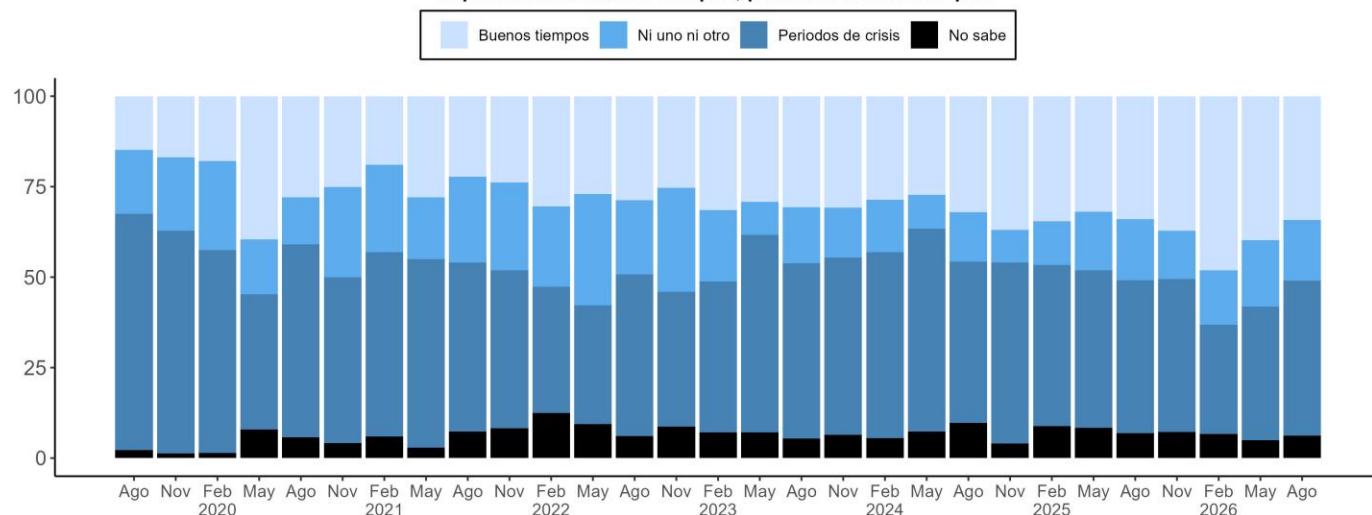
Gráfico 13
¿Y en los próximos 12 meses piensa que la situación económica de las empresas o negocios del país será mejor, igual que ahora?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Peor	15.0	16.9	21.8	27.5	17.2	26.7	30.0	19.7	29.9	36.3	31.9	34.1	36.4	36.8	40.5	31.3	37.6	37.7	31.5	25.2	30.8	32.6	34.3	30.3	30.6	34.3	46.6	37.5	36.3
Igual	24.9	28.4	32.0	23.9	18.0	26.8	26.4	20.3	24.8	23.6	27.9	22.0	25.3	24.7	29.6	32.4	28.9	29.7	38.9	39.4	35.6	37.5	34.8	34.6	34.7	33.9	28.4	33.1	29.6
Mejor	58.2	53.1	45.1	44.4	60.7	42.8	39.1	57.5	41.1	34.5	29.2	31.5	32.3	25.9	21.6	28.1	27.7	26.6	23.5	29.6	24.6	23.1	26.2	23.8	28.3	23.4	16.4	21.5	24.9
No sabe	1.9	1.6	1.2	4.3	4.1	3.6	4.5	2.5	4.2	5.6	11.0	12.5	5.9	12.6	8.3	8.2	5.8	5.9	6.1	5.9	9.0	6.8	4.7	11.3	6.4	8.4	8.6	7.9	9.3

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

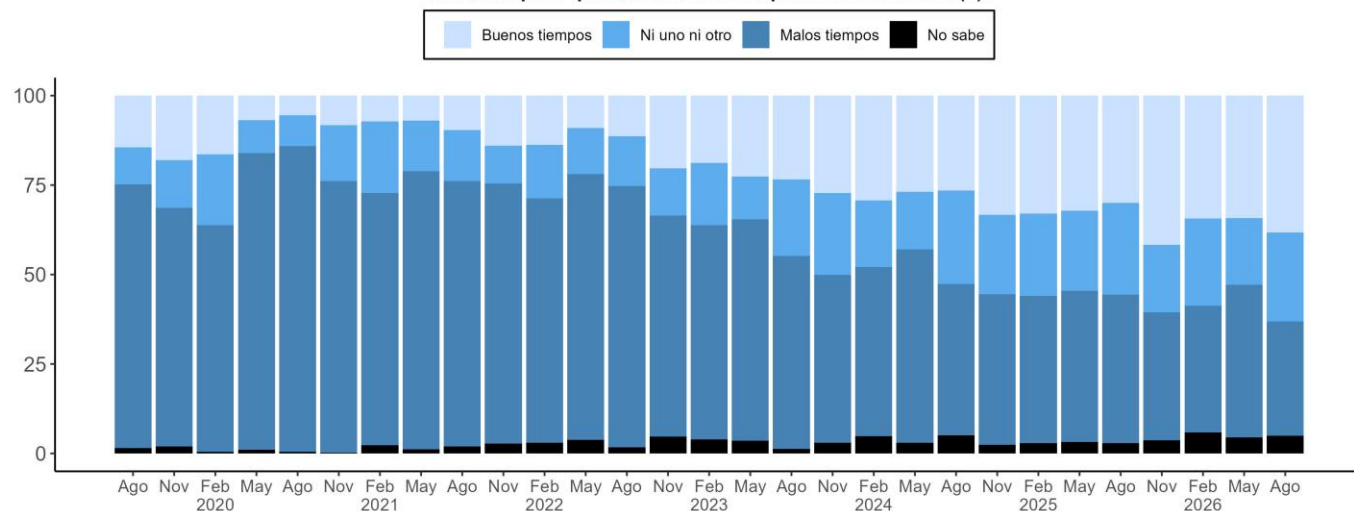
Gráfico 14
Pensando ahora en general sobre el futuro. ¿Diría Usted que en los próximos 5 años el país tendrá buenos tiempos, períodos de crisis o qué?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Buenos tiempos	14.8	16.9	18.0	39.5	28.0	25.1	18.9	28.0	22.3	23.9	30.5	27.1	28.7	25.3	31.5	29.2	30.7	30.8	28.6	27.2	32.1	36.9	34.6	32.0	34.0	37.2	48.1	39.8	34.2
Ni uno ni otro	17.7	20.3	24.5	15.2	12.9	24.9	24.2	17.0	23.7	24.2	22.2	30.7	20.4	28.7	19.7	9.1	15.4	13.8	14.5	9.4	13.6	9.1	12.1	16.2	16.9	13.3	15.1	18.3	16.8
Períodos de crisis	65.2	61.5	56.1	37.4	53.3	45.8	50.9	52.1	46.7	43.7	34.8	32.8	44.7	37.2	41.7	54.5	48.4	49.0	51.4	56.1	44.6	50.0	44.5	43.5	42.2	42.3	30.2	36.9	42.8
No sabe	2.3	1.3	1.4	7.9	5.7	4.2	6.0	2.9	7.4	8.2	12.5	9.4	6.1	8.7	7.2	7.2	5.4	6.4	5.5	7.3	9.7	4.0	8.8	8.4	6.9	7.2	6.7	5.0	6.2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

Gráfico 15
En términos generales ¿diría Usted que actualmente es un buen momento o un mal momento para que las familias compren esos artículos(1)?

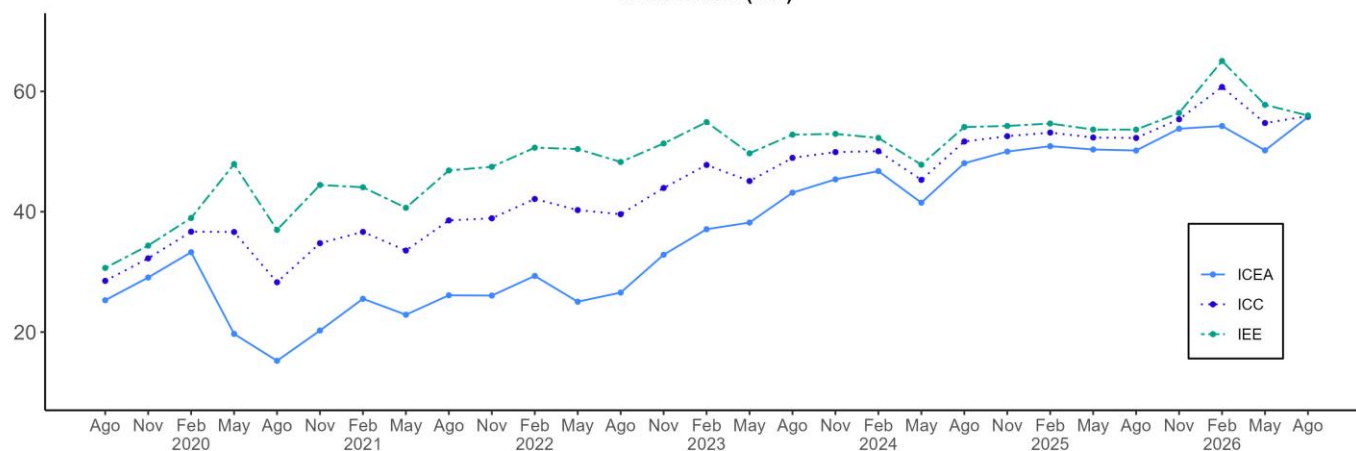


Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Buenos tiempos	14.5	18.0	16.4	6.9	5.5	8.2	7.3	7.0	9.7	14.0	13.8	9.0	11.4	20.3	18.8	22.6	23.4	27.2	29.3	26.9	26.6	33.3	32.9	32.2	29.9	41.8	34.4	34.2	38.3
Ni uno ni otro	10.4	13.3	19.8	9.3	8.6	15.7	19.9	14.1	14.3	10.6	14.9	12.9	13.9	13.2	17.5	12.0	21.4	22.9	18.5	16.0	26.1	22.2	23.1	22.4	25.7	18.8	24.4	18.6	24.8
Malos tiempos	73.7	66.8	63.3	82.8	85.5	75.9	70.6	77.7	74.2	72.7	68.3	74.4	73.0	61.7	59.9	61.9	53.9	46.9	47.4	54.1	42.3	42.1	41.1	42.2	41.5	35.8	35.4	42.7	32.0
No sabe	1.5	1.9	0.5	1.0	0.4	0.2	2.2	1.1	1.9	2.7	3.0	3.8	1.7	4.8	3.9	3.5	1.3	3.0	4.8	3.0	5.0	2.4	2.9	3.2	2.8	3.6	5.8	4.5	4.9

(1) Se refiere a artículos grandes para el hogar como como muebles, refrigeradoras, cocinas y televisores.
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91. Agosto, 2026

COMPONENTES DEL ICC (SUBÍNDICES)

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

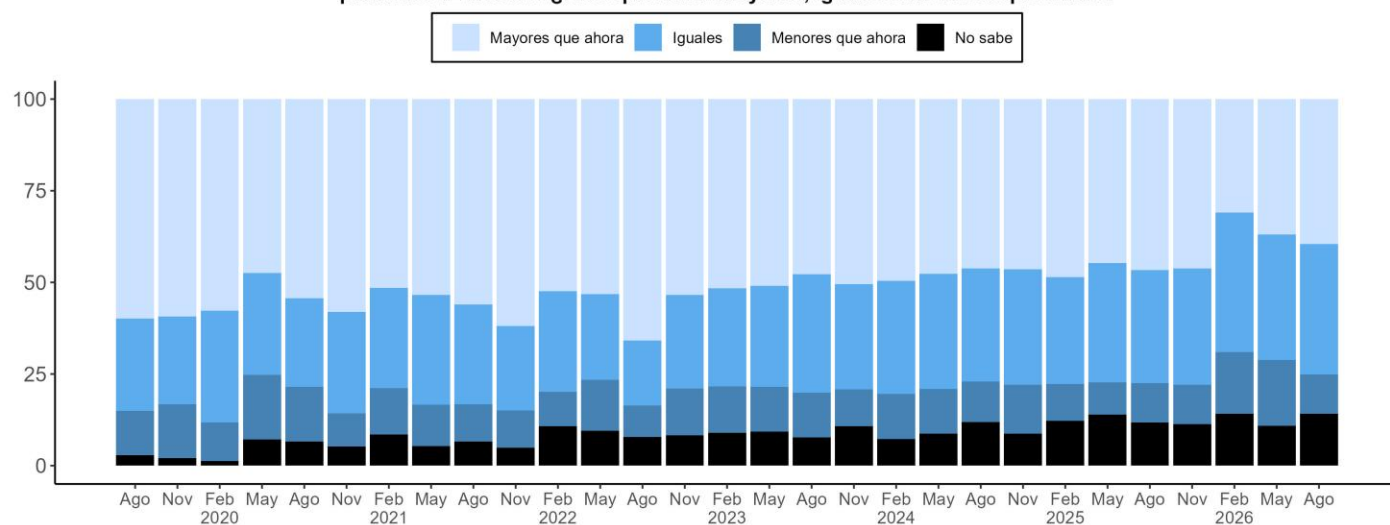


Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
ICEA	25.3	29.1	33.3	19.7	15.2	20.3	25.5	22.9	26.1	26.1	29.3	25.0	26.6	32.8	37.1	38.2	43.2	45.4	46.8	41.5	48.1	50.0	50.9	50.4	50.2	53.8	54.2	50.2	55.7
ICC	28.5	32.3	36.7	36.6	28.3	34.8	36.7	33.5	38.6	38.9	42.1	40.3	39.6	44.0	47.8	45.1	49.0	49.9	50.1	45.3	51.7	52.6	53.2	52.3	52.3	55.4	60.7	54.8	55.9
IEE	30.7	34.4	39.0	47.9	37.0	44.5	44.1	40.7	46.9	47.5	50.7	50.4	48.3	51.4	54.9	49.7	52.8	52.9	52.3	47.8	54.1	54.3	54.7	53.7	53.7	56.4	65.1	57.8	56.0

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

EXPECTATIVAS ANTE LA SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

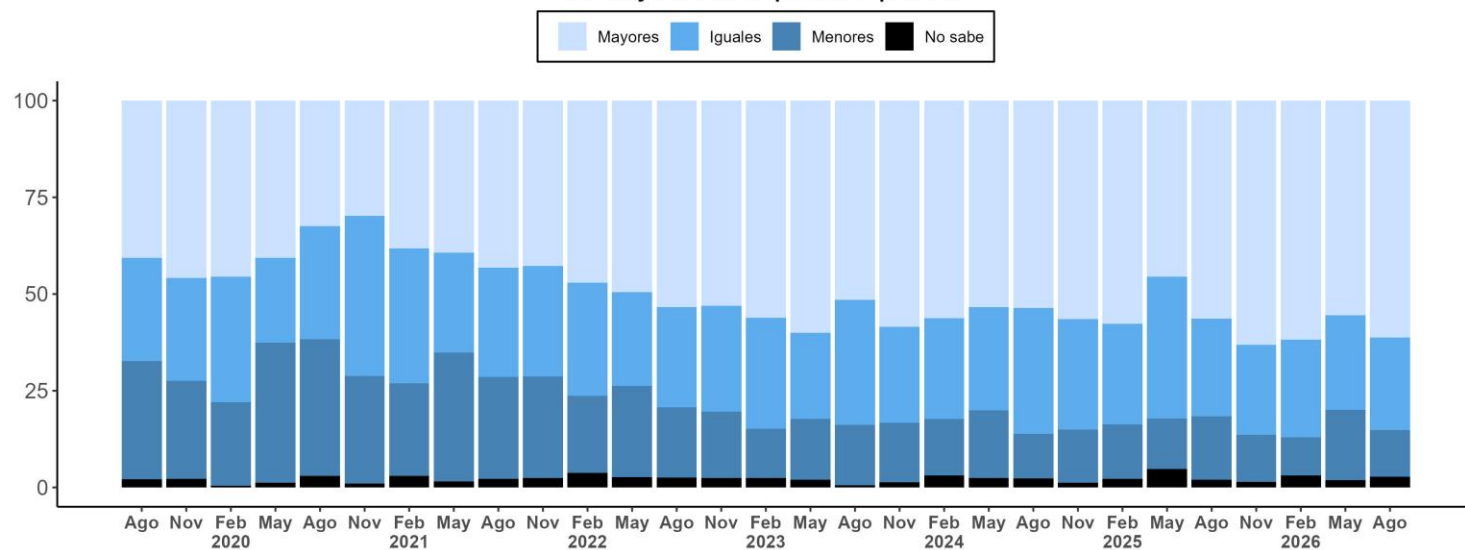
Gráfico 17
¿Qué cree que sucederá con las tasas de interés de los préstamos de dinero en los próximos 12 meses? ¿Cree que serán mayores, iguales o menores que ahora?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Mayores que ahora	59.8	59.3	57.7	47.5	54.3	58.1	51.6	53.4	56.1	61.9	52.4	53.2	65.9	53.4	51.7	51.0	47.8	50.5	49.6	47.7	46.2	46.4	48.6	44.7	46.6	46.2	30.9	36.9	39.5
Iguales	25.2	23.9	30.5	27.7	24.2	27.6	27.2	29.9	27.2	23.1	27.4	23.3	17.7	25.6	26.8	27.5	32.3	28.7	30.8	31.4	30.8	31.5	29.1	32.6	30.9	31.7	38.1	34.2	35.6
Menores que ahora	12.1	14.7	10.5	17.6	14.9	9.0	12.6	11.3	10.1	10.2	9.4	14.0	8.6	12.7	12.6	12.2	12.1	10.1	12.3	12.2	11.0	13.3	10.1	8.7	10.7	10.8	16.9	18.0	10.8
No sabe	2.9	2.0	1.2	7.2	6.6	5.3	8.6	5.4	6.6	4.8	10.7	9.5	7.8	8.3	8.9	9.3	7.7	10.8	7.3	8.7	11.9	8.8	12.2	14.0	11.8	11.3	14.1	10.9	14.1

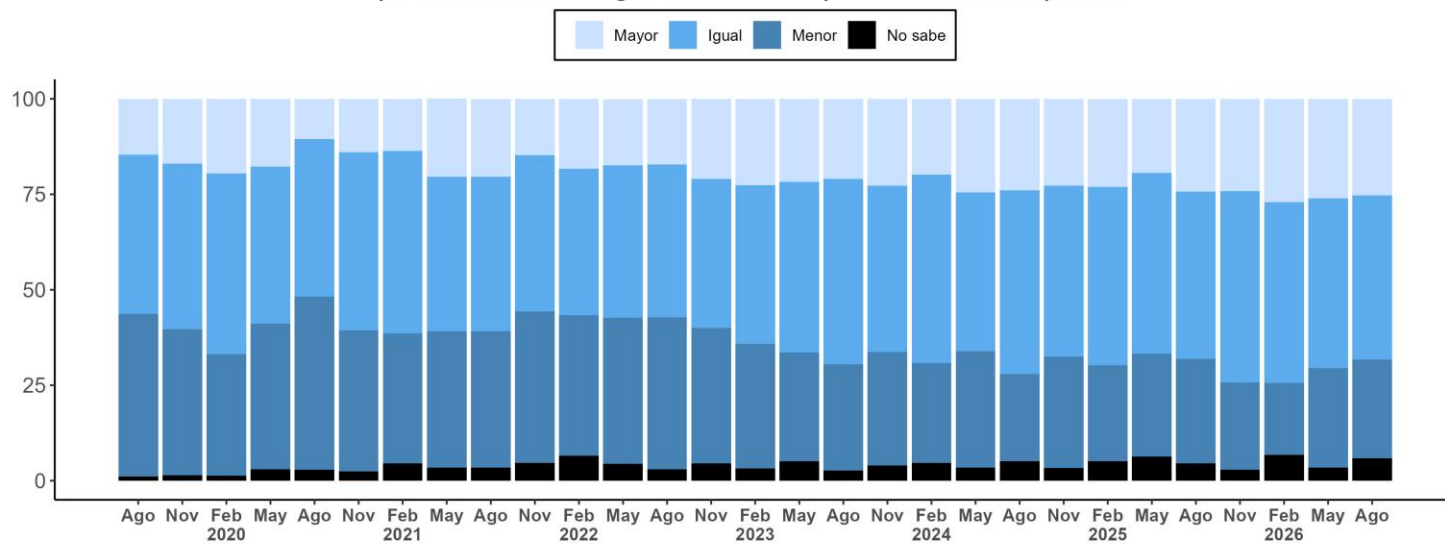
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

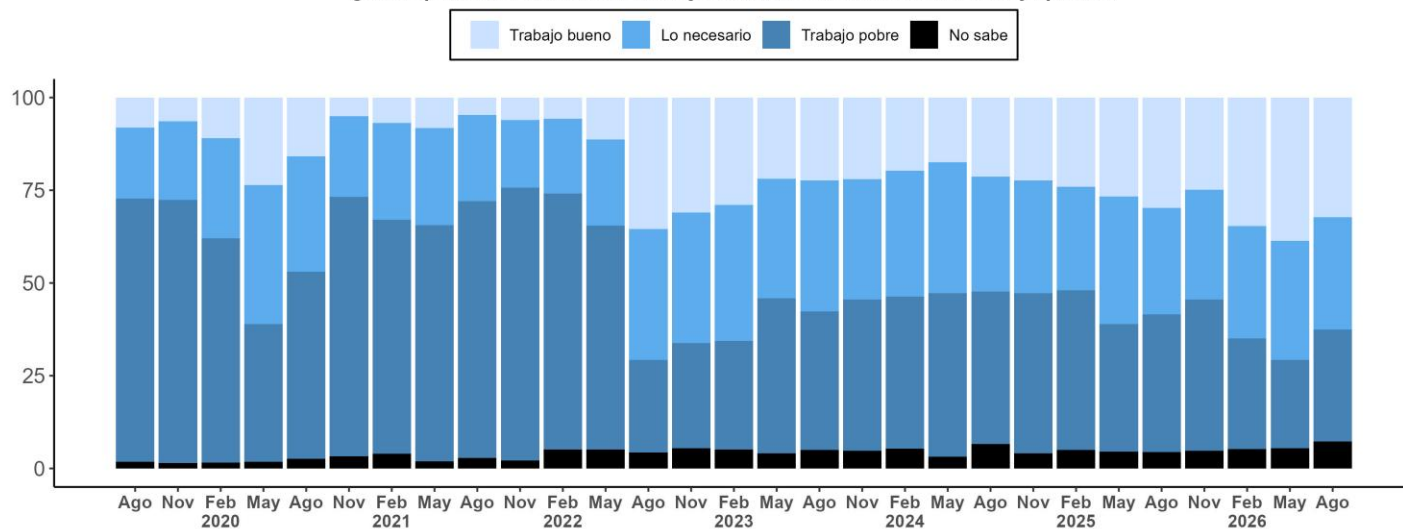
Gráfico 19
Durante el próximo año ¿cree que el ingreso de su familia aumentará más que los precios, se mantendrá igual no será menor que el aumento de los precios?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Mayor	14.7	16.9	19.5	17.7	10.5	14.0	13.7	20.5	20.4	14.7	18.3	17.3	17.2	21.0	22.7	21.8	20.9	22.7	19.9	24.5	24.0	22.7	23.1	19.4	24.3	24.2	27.0	26.1	25.3
Igual	41.7	43.4	47.4	41.1	41.2	46.7	47.7	40.5	40.5	41.0	38.3	39.9	40.0	39.0	41.5	44.6	48.6	43.6	49.3	41.5	48.2	44.8	46.7	47.3	43.8	50.2	47.4	44.4	43.0
Menor	42.5	38.2	31.8	38.2	45.3	36.9	34.1	35.7	35.7	39.7	36.8	38.3	39.8	35.4	32.6	28.5	27.8	29.7	26.2	30.5	22.8	29.2	25.2	27.0	27.3	22.7	18.8	26.1	25.8
No sabe	1.1	1.5	1.3	3.0	2.9	2.4	4.5	3.4	3.5	4.6	6.6	4.4	3.0	4.6	3.3	5.1	2.7	4.0	4.6	3.4	5.1	3.3	5.0	6.3	4.6	2.9	6.8	3.4	5.9

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

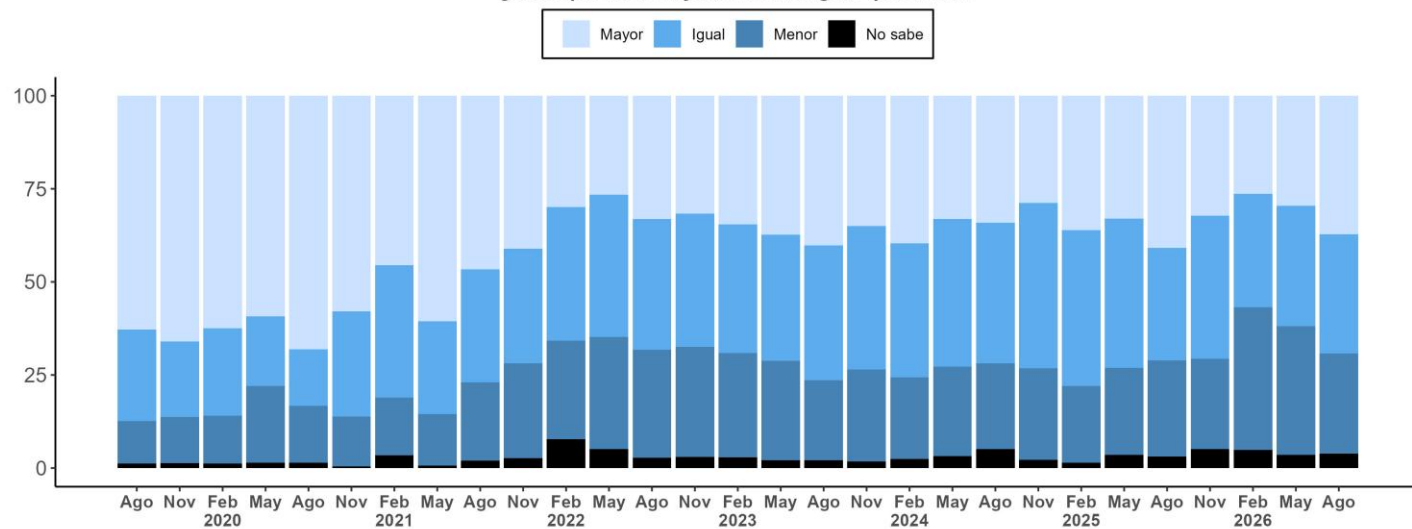
Gráfico 20
¿Qué opina Usted sobre la política económica del gobierno actual?
¿Diría que está haciendo un trabajo bueno, lo necesario o un trabajo pobre?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Trabajo bueno	8.1	6.5	10.9	23.6	15.9	5.0	6.8	8.3	4.7	6.0	5.8	11.3	35.4	31.0	29.0	21.9	22.3	22.0	19.8	17.4	21.4	22.3	24.0	26.7	29.7	24.8	34.7	38.6	32.3
Lo necesario	19.1	21.1	27.0	37.5	31.1	21.7	26.1	26.1	23.2	18.2	20.1	23.3	35.3	35.2	36.7	32.2	35.3	32.5	33.9	35.3	31.0	30.4	27.9	34.4	28.7	29.6	30.3	32.2	30.3
Trabajo pobre	71.0	71.0	60.5	37.1	50.4	69.9	63.1	63.7	69.2	73.6	69.1	60.3	24.9	28.4	29.2	41.8	37.4	40.8	40.9	44.1	41.1	43.2	43.0	34.4	37.1	40.8	29.9	23.7	30.2
No sabe	1.8	1.4	1.6	1.8	2.6	3.3	3.9	1.9	2.8	2.1	5.1	5.1	4.4	5.4	5.2	4.1	5.0	4.7	5.4	3.2	6.5	4.1	5.0	4.5	4.5	4.8	5.2	5.5	7.3

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

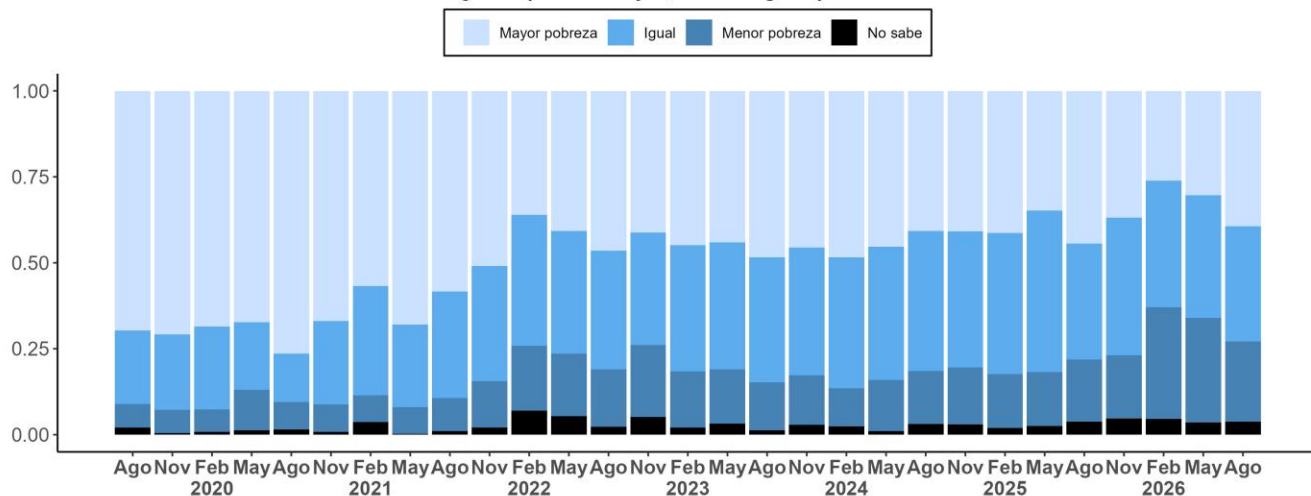
Gráfico 21
¿Qué cree que sucederá con el desempleo en los próximos 12 meses?
¿Cree que será mayor, menor o igual que ahora?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Mayor	62.8	66.0	62.4	59.3	68.1	58.0	45.5	60.5	46.6	41.1	29.9	26.6	33.1	31.7	34.5	37.3	40.2	35.0	39.6	33.1	34.1	28.8	36.1	33.0	40.8	32.2	26.3	29.5	37.2
Igual	24.5	20.2	23.5	18.7	15.2	28.2	35.6	24.9	30.3	30.7	35.8	38.2	35.2	35.7	34.5	33.8	36.2	38.6	36.0	39.7	37.8	44.4	41.9	40.1	30.2	38.4	30.4	32.4	32.1
Menor	11.4	12.5	12.8	20.6	15.3	13.4	15.4	13.9	21.0	25.5	26.5	30.1	28.9	29.6	28.1	26.7	21.4	24.7	22.0	24.1	23.0	24.6	20.6	23.4	25.9	24.3	38.3	34.5	26.9
No sabe	1.2	1.3	1.2	1.5	1.4	0.5	3.5	0.6	2.0	2.6	7.7	5.1	2.8	3.0	2.9	2.1	2.1	1.8	2.4	3.2	5.1	2.2	1.4	3.5	3.1	5.1	4.9	3.6	3.9

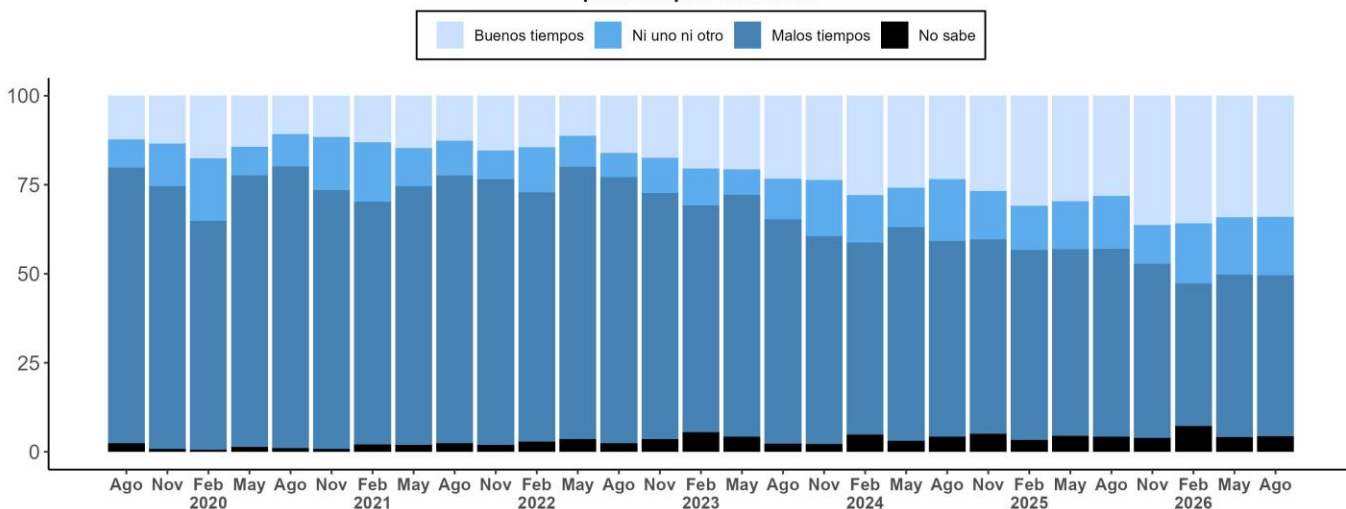
Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

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



Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

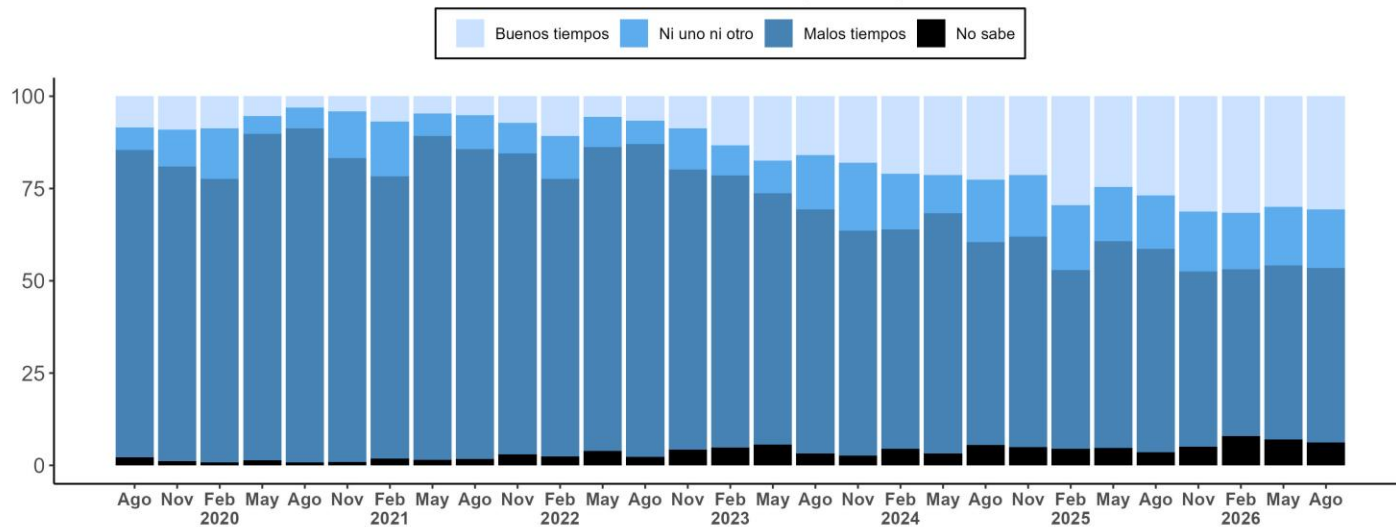
Gráfico 23
Hablando en general ¿piensa que estos son buenos tiempos o malos tiempos para comprar una casa?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Buenos tiempos	12.2	13.4	17.6	14.3	10.7	11.6	13.1	14.7	12.6	15.4	14.5	11.3	16.1	17.5	20.4	20.7	23.3	23.7	27.9	25.8	23.5	26.7	30.9	29.6	28.1	36.3	35.8	34.1	34.0
Ni uno ni otro	7.9	12.0	17.5	8.1	9.1	15.0	16.7	10.6	9.8	8.1	12.7	8.7	6.8	9.9	10.3	7.1	11.4	15.7	13.3	11.1	17.4	13.6	12.4	13.5	14.8	10.9	16.9	16.1	16.4
Malos tiempos	77.5	73.8	64.4	76.2	79.2	72.6	68.2	72.8	75.2	74.6	70.0	76.5	74.8	69.1	63.8	67.9	63.0	58.5	54.0	60.0	55.0	54.7	53.4	52.4	52.8	48.9	40.0	45.6	45.2
No sabe	2.4	0.8	0.5	1.3	1.0	0.8	2.1	1.9	2.4	2.0	2.9	3.5	2.4	3.5	5.5	4.3	2.3	2.1	4.8	3.1	4.2	5.0	3.3	4.4	4.2	3.9	7.2	4.2	4.4

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

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?



Encuesta	Ago 19	Nov 19	Feb 20	May 20	Ago 20	Nov 20	Feb 21	May 21	Ago 21	Nov 21	Feb 22	May 22	Ago 22	Nov 22	Feb 23	May 23	Ago 23	Nov 23	Feb 24	May 24	Ago 24	Nov 24	Feb 25	May 25	Ago 25	Nov 25	Feb 26	May 26	Ago 26
Buenos tiempos	8.4	9.0	8.7	5.4	3.1	4.1	6.9	4.7	5.1	7.2	10.7	5.6	6.7	8.7	13.3	17.4	15.9	18.0	21.1	21.4	22.6	21.3	29.5	24.6	26.9	31.3	31.6	30.0	30.7
Ni uno ni otro	6.1	10.0	13.6	4.8	5.7	12.7	14.9	6.1	9.2	8.3	11.6	8.2	6.2	11.2	8.2	8.9	14.8	18.4	15.0	10.3	17.0	16.7	17.6	14.7	14.5	16.2	15.3	15.9	15.8
Malos tiempos	83.3	79.9	76.9	88.5	90.5	82.3	76.4	87.8	83.9	81.5	75.2	82.3	84.8	76.0	73.6	68.1	66.2	60.9	59.5	65.1	54.9	57.1	48.4	55.9	55.1	47.5	45.1	47.2	47.3
No sabe	2.1	1.1	0.8	1.3	0.7	0.9	1.8	1.4	1.8	2.9	2.4	3.9	2.3	4.2	4.9	5.6	3.2	2.7	4.4	3.2	5.5	4.9	4.5	4.8	3.5	5.1	8.0	7.0	6.3

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

Cuadro 1

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

Encuesta	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Aumentará	Igual	Disminuirá	Ns/Nr	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Agosto 2017	69.4	22.1	1.4	7.1	100	37.3	48.3	57.0	19.7
Noviembre 2017	74.1	17.9	2.1	5.9	100	38.3	44.6	50.0	11.7
Febrero 2018	72.5	17.3	3.0	7.3	100	38.5	49.3	46.2	7.7
Mayo 2018	79.9	13.9	2.1	4.1	100	42.8	53.7	61.3	18.5
Agosto 2018	81.3	12.1	2.5	4.1	100	33.2	44.2	45.6	12.4
Noviembre 2018	86.3	11.3	1.3	1.1	100	26.6	36.3	41.1	14.5
Febrero 2019	65.3	22.6	4.0	8.1	100	33.1	37.3	44.6	11.5
Mayo 2019	84.5	12.7	1.6	1.2	100	31.5	40.6	50.0	18.6
Agosto 2019	78.8	17.0	2.4	1.8	100	26.2	35.7	53.7	27.5
Noviembre 2019	79.4	17.1	1.8	1.7	100	29.7	41.3	51.3	21.5
Febrero 2020	76.5	19.6	2.8	1.1	100	35.9	39.6	35.4	-0.5
Mayo 2020	56.0	30.4	10.5	3.1	100	36.0	38.4	36.3	0.3
Agosto 2020	68.4	23.0	4.1	4.5	100	25.3	33.1	31.8	6.5
Noviembre 2020	66.9	25.3	5.3	2.5	100	32.8	38.3	42.5	9.7
Febrero 2021	71.9	19.3	4.8	4.0	100	35.7	40.1	35.5	-0.1
Mayo 2021	83.4	12.3	3.6	0.8	100	32.7	37.3	36.1	3.4
Agosto 2021	87.4	7.4	3.5	1.6	100	37.7	46.0	47.5	9.8
Noviembre 2021	89.0	6.3	3.0	1.7	100	38.2	43.3	51.9	13.7
Febrero 2022	76.9	12.0	6.0	5.1	100	40.8	46.3	49.3	8.5
Mayo 2022	70.6	10.6	16.4	2.4	100	37.6	45.5	47.1	9.5
Agosto 2022	67.0	18.4	13.1	1.6	100	37.0	43.5	46.2	9.3
Noviembre 2022	58.2	26.4	10.7	4.6	100	37.3	52.3	55.6	18.3
Febrero 2023	52.8	26.1	10.9	10.3	100	44.0	51.9	57.5	13.5
Mayo 2023	53.4	32.3	7.7	6.6	100	42.0	48.7	59.1	17.2
Agosto 2023	51.8	36.3	6.8	5.1	100	44.0	52.4	66.1	22.1
Noviembre 2023	65.1	21.9	5.4	7.6	100	46.7	56.9	59.0	12.3
Febrero 2024	58.9	28.9	5.4	6.9	100	46.5	55.1	64.3	17.8
Mayo 2024	73.9	18.2	3.3	4.6	100	42.3	53.4	64.0	21.8
Agosto 2024	63.8	25.8	3.0	7.5	100	48.2	58.3	68.9	20.7
Noviembre 2024	60.1	29.7	5.1	5.2	100	50.4	57.6	50.6	0.2
Febrero 2025	57.7	32.7	4.8	4.8	100	47.9	59.1	72.2	24.3
Mayo 2025	55.0	34.8	4.2	5.9	100	49.6	55.9	67.6	18.0
Agosto 2025	58.7	33.0	3.7	4.6	100	47.6	58.5	69.0	21.5
Noviembre 2025	53.4	34.5	5.6	6.5	100	51.0	58.9	70.1	19.1
Febrero 2026	32.9	40.4	16.4	10.3	100	52.2	63.6	73.8	21.6
Mayo 2026	60.2	22.2	12.7	4.8	100	52.9	60.5	51.5	-1.4
Agosto 2026	60.9	23.9	6.7	8.5	100	51.0	64.5	69.1	18.2

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

Cuadro 2

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

Encuesta	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor			
	Aumentará	Igual	Disminuirá	Ns/Nr	Total	Aumentará	Igual	Disminuirá	Diferencia
Agosto 2017	62.5	28.0	2.1	7.4	100	37.9	44.1	43.3	5.4
Noviembre 2017	61.6	29.4	2.1	6.9	100	37.2	44.9	42.0	4.8
Febrero 2018	67.9	22.8	2.6	6.7	100	38.4	47.4	42.8	4.4
Mayo 2018	60.6	30.9	3.7	4.9	100	42.5	48.7	56.5	14.1
Agosto 2018	69.9	21.3	2.3	6.6	100	32.8	40.3	43.8	10.9
Noviembre 2018	70.8	18.4	7.8	3.0	100	25.1	36.1	37.5	12.3
Febrero 2019	64.6	26.1	4.1	5.1	100	32.6	39.8	43.8	11.2
Mayo 2019	67.3	26.5	3.7	2.5	100	30.7	37.1	45.2	14.5
Agosto 2019	57.3	32.1	9.2	1.4	100	26.0	32.3	31.3	5.3
Noviembre 2019	58.0	34.4	5.3	2.2	100	30.0	35.8	33.5	3.6
Febrero 2020	50.4	41.3	6.7	1.6	100	35.8	37.7	35.6	-0.1
Mayo 2020	49.4	29.5	15.4	5.7	100	34.6	41.2	37.0	2.4
Agosto 2020	66.5	22.4	7.7	3.3	100	26.1	32.2	31.7	5.6
Noviembre 2020	66.8	24.6	5.7	2.9	100	34.1	36.2	38.5	4.4
Febrero 2021	59.1	29.3	5.3	6.3	100	35.8	38.1	44.8	9.0
Mayo 2021	69.1	21.4	5.8	3.7	100	32.4	34.8	37.9	5.5
Agosto 2021	69.9	21.2	4.4	4.5	100	37.5	43.3	36.6	-0.9
Noviembre 2021	74.7	17.2	5.0	3.2	100	38.1	40.9	47.9	9.9
Febrero 2022	67.8	20.7	6.0	5.5	100	40.3	45.8	49.7	9.4
Mayo 2022	68.2	18.4	8.7	4.7	100	38.0	46.0	45.1	7.1
Agosto 2022	59.0	27.7	9.4	3.9	100	36.4	43.6	44.4	8.1
Noviembre 2022	50.2	32.0	10.7	7.1	100	39.3	49.9	50.4	11.1
Febrero 2023	54.5	24.7	9.8	10.9	100	46.0	51.4	50.8	4.8
Mayo 2023	47.4	34.6	11.8	6.2	100	44.6	47.4	44.4	-0.2
Agosto 2023	37.4	44.3	11.1	7.2	100	45.2	52.8	49.1	3.9
Noviembre 2023	40.9	38.7	12.5	7.9	100	48.6	53.1	48.1	-0.4
Febrero 2024	41.1	39.1	13.9	6.0	100	49.5	52.7	46.8	-2.7
Mayo 2024	49.5	32.2	10.6	7.6	100	46.5	44.5	47.2	0.7
Agosto 2024	37.4	41.8	10.3	10.4	100	50.9	54.2	51.8	1.0
Noviembre 2024	38.4	41.3	11.0	9.3	100	51.4	55.5	50.3	-1.2
Febrero 2025	36.3	44.8	10.9	7.9	100	50.0	56.7	55.8	5.8
Mayo 2025	33.8	48.9	9.6	7.7	100	52.0	53.6	53.8	1.8
Agosto 2025	32.5	48.5	11.7	7.3	100	49.8	54.4	53.6	3.9
Noviembre 2025	31.1	48.6	13.5	6.8	100	53.9	59.1	47.4	-6.5
Febrero 2026	24.2	49.4	15.4	10.9	100	59.1	62.8	64.5	5.5
Mayo 2026	31.6	43.4	20.7	4.2	100	56.4	58.3	45.5	-10.9
Agosto 2026	29.0	45.6	18.3	7.1	100	55.0	58.8	51.6	-3.4

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026

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

Encuesta	Num. Entrevistas(1)	Distribución porcentual					Índice de confianza del consumidor		
		Total	Fácil	Regular	Difícil	NS/NR	Fácil.	Regular.	Difícil.
Agosto 2017	443	100	19.9	18.1	60.5	1.6	50.1	48.1	38.4
Noviembre 2017	439	100	14.8	15.5	65.4	4.3	48.6	44.9	37.4
Febrero 2018	429	100	19.3	14.5	63.9	2.3	49.9	43.1	38.5
Mayo 2018	456	100	18.2	15.1	66.2	0.4	50.0	50.1	44.0
Agosto 2018	373	100	11.5	21.4	64.9	2.1	41.9	38.9	30.7
Noviembre 2018	404	100	20.3	14.1	65.6	0.0	34.5	34.0	26.0
Febrero 2019	386	100	17.6	15.5	64.2	2.6	44.3	38.2	33.6
Mayo 2019	491	100	15.3	14.2	70.5	0.0	42.5	41.2	30.8
Agosto 2019	446	100	15.2	11.3	73.2	0.3	43.3	37.2	25.6
Noviembre 2019	476	100	12.7	11.9	75.4	0.0	44.2	30.6	31.9
Febrero 2020	440	100	14.2	21.5	64.3	0.0	46.8	50.1	35.4
Mayo 2020	444	100	9.2	7.5	71.6	11.7	45.7	34.2	34.1
Agosto 2020	394	100	6.5	4.1	67.2	22.2	32.9	36.5	30.2
Noviembre 2020	453	100	15.1	14.3	67.2	3.4	43.4	41.2	34.2
Febrero 2021	433	100	13.9	18.4	66.5	1.3	47.8	37.2	36.7
Mayo 2021	316	100	14.0	8.1	76.3	1.5	48.5	48.3	32.2
Agosto 2021	530	100	18.3	7.6	73.4	0.6	48.2	51.6	38.5
Noviembre 2021	426	100	19.3	9.0	69.9	1.8	50.0	45.4	37.8
Febrero 2022	448	100	10.1	19.1	68.4	2.4	53.6	43.8	41.1
Mayo 2022	284	100	24.8	8.4	65.0	1.8	47.0	36.3	38.0
Agosto 2022	476	100	18.1	14.8	55.5	11.6	46.9	46.5	41.0
Noviembre 2022	430	100	27.2	13.8	57.8	1.2	57.3	53.0	41.2
Febrero 2023	432	100	13.2	6.7	33.2	1.1	60.5	57.6	47.6
Mayo 2023	454	100	18.3	9.1	31.4	0.4	57.1	53.5	42.5
Agosto 2023	443	100	13.5	11.0	32.7	0.7	62.0	57.6	48.7
Noviembre 2023	472	100	24.1	15.8	58.1	2.0	68.9	50.4	47.3
Febrero 2024	465	100	26.6	14.4	56.3	2.8	60.8	58.5	47.7
Mayo 2024	470	100	27.9	18.9	50.3	2.8	62.5	45.8	42.6
Agosto 2024	456	100	21.5	21.9	52.2	4.4	61.1	57.3	51.3
Noviembre 2024	477	100	29.6	17.0	50.4	3.0	63.7	56.3	50.8
Febrero 2025	480	100	25.1	19.6	53.2	2.1	67.9	57.2	50.1
Mayo 2025	478	100	34.6	22.6	41.4	1.3	64.1	58.7	51.2
Agosto 2025	468	100	26.9	23.9	47.5	1.8	65.7	59.6	51.3
Noviembre 2025	467	100	28.0	14.7	54.5	2.8	68.4	59.7	52.9
Febrero 2026	457	100	29.5	22.4	45.9	2.3	73.2	67.0	57.9
Mayo 2026	461	100	33.1	22.8	42.9	1.2	69.0	56.9	48.4
Agosto 2026	781	100	30.8	18.9	46.0	4.3	68.4	59.8	51.5

(1) Antes de mayo 2019, incluía al principal sostén económico que trabajaba. Actualmente, incluye a las personas participantes de la encuesta que trabajan.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91. Agosto, 2026

Cuadro 4

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

Encuesta	Num. Entrevistas(1)	Distribución porcentual				Índice de confianza del consumidor	
		Total	Podría quedarse sin trabajo	Tendrá trabajo	NS/NR	Podría quedarse sin trabajo.	Tendrá trabajo.
Agosto 2017	443	100	14.8	82.1	3.1	33.8	44.5
Noviembre 2017	439	100	16.2	77.4	6.4	32.5	42.4
Febrero 2018	429	100	14.7	80.9	4.4	32.2	42.9
Mayo 2018	456	100	18.2	79.2	2.6	37.7	48.2
Agosto 2018	373	100	13.9	80.4	5.6	24.0	36.0
Noviembre 2018	404	100	20.0	80.0	0.0	22.5	30.4
Febrero 2019	386	100	16.8	79.5	3.6	27.1	38.7
Mayo 2019	491	100	31.3	66.3	2.4	29.9	36.4
Agosto 2019	446	100	25.2	73.2	1.6	20.5	32.8
Noviembre 2019	476	100	30.5	69.5	0.0	27.6	35.8
Febrero 2020	440	100	27.5	71.5	1.1	33.9	42.7
Mayo 2020	444	100	33.0	46.6	20.4	31.2	38.8
Agosto 2020	394	100	42.0	34.1	23.9	30.5	31.8
Noviembre 2020	453	100	29.3	61.9	8.8	29.9	39.5
Febrero 2021	433	100	25.6	68.2	6.2	31.2	41.2
Mayo 2021	316	100	29.0	65.1	5.9	28.1	39.1
Agosto 2021	530	100	32.2	62.0	5.7	38.7	43.1
Noviembre 2021	426	100	25.9	69.4	4.7	35.1	42.8
Febrero 2022	448	100	22.0	71.7	6.3	36.0	45.5
Mayo 2022	284	100	23.1	73.5	3.4	29.7	43.4
Agosto 2022	476	100	16.7	69.9	13.4	37.1	44.8
Noviembre 2022	430	100	21.9	72.7	5.4	37.0	50.9
Febrero 2023	432	100	8.5	42.5	3.3	39.9	54.4
Mayo 2023	454	100	9.0	48.6	1.7	36.9	52.0
Agosto 2023	443	100	8.6	47.3	1.9	46.5	54.9
Noviembre 2023	472	100	17.0	74.6	8.4	46.8	54.7
Febrero 2024	465	100	16.5	77.9	5.6	40.1	55.7
Mayo 2024	470	100	18.6	73.9	7.5	38.9	52.3
Agosto 2024	456	100	15.9	76.6	7.5	46.7	57.3
Noviembre 2024	477	100	15.4	80.1	4.6	47.1	57.5
Febrero 2025	480	100	11.4	81.1	7.5	42.4	58.6
Mayo 2025	478	100	15.0	82.3	2.7	45.6	59.7
Agosto 2025	468	100	18.6	76.7	4.7	43.2	60.8
Noviembre 2025	467	100	17.7	76.6	5.6	50.9	60.8
Febrero 2026	457	100	15.3	77.2	7.5	53.0	67.4
Mayo 2026	461	100	15.5	79.5	5.0	50.3	58.8
Agosto 2026	781	100	15.7	76.5	7.8	45.8	61.3

(1) Antes de mayo 2019, incluía al principal sostén económico que trabajaba. Actualmente, incluye a las personas participantes de la encuesta que trabajan.

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91. Agosto, 2026



Cuadro Anexo
Distribución porcentual de características sociodemográficas de la persona entrevistada(1)

Encuesta	n	Respondió el principal sostén económico del hogar		Sexo		Educación			Ingreso familiar mensual			Situación económica (subjetivo)				Gasto discrecional (2)	
		Sí	No	Hombre	Mujer	Primaria	Secundaria	Universitaria	500 o más	500 o menos	Ns/Nr	Tienen grandes dificultades	Tienen algunas dificultades	Sin grandes dificultades	Pueden ahorrar	No	Sí
Agosto 2019	706	54.3	45.7	47.6	52.4	39.3	37.7	23.0	68.8	31.2	0.0	19.6	26.8	35.3	18.4	65.4	34.6
Noviembre 2019	708	53.4	46.6	47.6	52.4	38.3	38.4	23.2	72.0	28.0	0.0	17.6	28.2	36.4	17.7	65.3	34.7
Febrero 2020	712	51.1	48.9	47.6	52.4	38.3	38.4	23.2	68.6	31.0	0.3	12.6	31.3	41.3	14.8	66.4	33.6
Mayo 2020	701	63.1	36.9	47.6	52.4	38.3	38.4	23.2	72.6	23.6	3.8	14.6	26.8	43.1	15.0	73.9	26.1
Agosto 2020	702	52.9	47.1	47.6	52.4	38.3	38.4	23.2	66.6	27.3	6.1	17.0	30.5	36.2	15.2	78.8	21.2
Noviembre 2020	708	56.4	43.6	47.5	52.5	39.4	38.1	22.5	64.1	31.8	4.1	17.3	29.7	37.1	15.2	72.1	27.9
Febrero 2021	729	54.6	44.3	47.5	52.5	39.4	38.1	22.5	60.4	32.7	6.9	20.0	26.5	32.7	18.9	70.7	29.3
Mayo 2021	700	56.7	43.3	47.5	52.5	39.4	38.1	22.5	65.5	28.6	5.9	18.0	23.9	42.0	15.4	77.7	22.3
Agosto 2021	709	51.0	46.9	47.5	52.5	39.4	38.1	22.5	62.6	29.4	8.1	19.3	23.6	40.0	16.2	75.4	24.6
Noviembre 2021	704	52.6	47.3	47.3	52.7	38.3	37.9	23.8	59.1	33.2	7.8	18.4	25.1	37.5	17.7	69.4	30.6
Febrero 2022	723	56.6	43.3	47.3	52.7	38.3	37.9	23.8	57.8	35.2	7.0	16.4	21.1	38.3	23.5	62.2	37.8
Mayo 2022	701	49.5	50.5	47.3	52.7	38.3	37.9	23.8	59.6	27.3	13.1	14.5	27.2	37.5	19.3	65.6	34.4
Agosto 2022	708	52.2	47.8	47.3	52.7	38.3	37.9	23.8	56.0	35.9	8.2	12.2	25.8	44.3	16.9	58.9	41.1
Noviembre 2022	721	50.9	49.1	46.5	53.5	37.9	39.0	23.1	50.9	36.7	12.4	14.1	25.9	36.6	22.2	58.6	41.4
Febrero 2023	717	53.8	44.8	46.5	53.5	37.9	39.0	23.1	55.3	35.5	9.1	13.4	22.4	37.2	26.4	57.5	42.5
Mayo 2023	707	48.3	51.2	46.5	53.5	37.9	39.0	23.1	55.0	37.1	7.9	11.6	27.2	36.8	23.0	58.1	41.9
Agosto 2023	714	48.4	50.5	46.5	53.5	37.9	39.0	23.1	50.0	40.6	9.4	10.0	21.3	45.8	22.3	55.5	44.5
Noviembre 2023	712	49.8	49.2	46.6	53.4	37.5	39.8	22.8	54.5	37.9	7.6	10.7	19.8	41.5	27.1	49.3	50.7
Febrero 2024	719	50.8	48.4	46.6	53.4	37.5	39.8	22.8	51.0	42.8	6.3	7.6	20.4	44.1	26.6	58.6	41.4
Mayo 2024	703	47.9	49.6	46.6	53.4	37.5	39.8	22.8	53.6	37.1	9.3	10.1	25.5	40.3	22.9	55.9	44.1
Agosto 2024	702	44.5	53.3	46.6	53.4	37.5	39.8	22.8	50.7	41.3	8.0	4.7	20.6	49.9	23.4	49.2	50.8
Noviembre 2024	701	50.1	48.4	46.5	53.5	36.5	40.6	22.8	51.8	40.0	8.1	6.4	20.9	43.7	28.2	43.9	56.1
Febrero 2025	707	45.8	52.3	46.5	53.5	36.5	40.6	22.8	46.7	43.7	9.6	7.6	21.1	41.3	28.8	48.5	51.5
Mayo 2025	701	45.4	52.0	46.5	53.5	36.5	40.6	22.8	49.4	39.1	11.5	8.1	21.9	43.7	25.7	44.6	55.4
Agosto 2025	712	47.6	50.8	46.5	53.5	36.5	40.6	22.8	50.7	39.1	10.2	10.1	21.8	42.9	24.8	45.5	54.5
Noviembre 2025	703	50.5	47.1	46.5	53.5	36.5	40.6	22.8	50.0	40.3	9.8	9.5	17.6	43.1	28.2	44.3	55.7
Febrero 2026	705	49.0	48.8	47.4	52.6	36.0	40.5	23.5	44.4	40.9	14.7	10.8	13.1	44.3	29.1	41.6	58.4
Mayo 2026	702	51.1	48.6	47.4	52.6	36.0	40.5	23.5	54.9	39.4	5.7	10.3	23.4	38.1	27.0	53.0	47.0
Agosto 2026	1204	49.0	48.8	47.4	52.6	36.0	40.5	23.5	51.5	40.0	8.5	11.2	22.0	40.6	24.8	48.0	52.0

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

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

Fuente: Escuela de Estadística, Universidad de Costa Rica. Encuesta del Consumidor. N° 91, Agosto 2026