

25.1

ISSN: 1409-469X

# Diálogos

Revista  
Electrónica de Historia

Centro de Investigaciones Históricas de América Central. Universidad de Costa Rica

**Enero-junio 2024**

url: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/dialogos/index>



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



# EXPANSIÓN DEL CONSUMO DOMÉSTICO DE BIENES INDUSTRIALES EN COSTA RICA ENTRE 1953-1984

*María Daniela Moreno Vargas*

## Resumen

Este artículo analiza la expansión del consumo doméstico de los siguientes bienes industriales: electrodomésticos, alimentos procesados, y vestimenta manufacturada, durante el periodo 1953-1984. El estudio del consumo de electrodomésticos se realiza dentro y fuera del área metropolitana, mientras que el del consumo de alimentos procesados y vestimenta manufacturada por el tipo de fuentes, se limita solo al área metropolitana de San José. La investigación muestra cómo la difusión de los bienes industriales analizados implicó la transformación de patrones de consumo de las familias costarricenses a partir de la segunda mitad del siglo XX, a través del análisis de datos censales correspondientes a los años de 1953, 1963 y 1984 que fueron procesados en cuadros de tenencia de electrodomésticos, y del análisis de los cambios registrados en las Canastas de Consumo Básico Alimentario contenidas en la Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la Ciudad de San José de 1949, Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José de 1961 y en la Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares del área metropolitana de San José de 1987. Además, el análisis incluye imágenes publicitarias con el objetivo de ilustrar la oferta de los bienes industriales mencionados y también para respaldar los hallazgos derivados del análisis de los datos obtenidos de las fuentes censales y de las canastas de consumo básico.

Palabras clave: difusión; publicidad; electrodomésticos; alimentos procesados; vestimenta manufacturada.

Fecha de recepción: 05 de junio de 2023 • Fecha de aceptación: 30 de agosto de 2023

María Daniela Moreno Vargas • Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.  
Contacto: maria.morenovargas@ucr.ac.cr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7864-0962>

# **DIFFUSION OF INDUSTRIAL GOODS DOMESTIC CONSUMPTION IN COSTA RICA BETWEEN 1953-1984**

## **Summary**

This article analyzes the diffusion of domestic consumption of the following industrial goods: household appliances, processed food, and manufactured clothing during the period 1953-1984. The consumption of household appliances is studied inside and outside the metropolitan area while the consumption of processed food and manufactured clothing due to the type of sources, is limited to the metropolitan area of the country. The research shows how the diffusion of these goods implied the transformation of consumption patterns of Costa Rican families from the second half of the twentieth century, through the analysis of census data corresponding to the years 1953, 1963 and 1984 that were processed in tables of household appliance ownership, and the analysis of the changes registered in the Basic Food Consumption Lists contained in the Metropolitan Household Income and Expenditure Surveys for the years 1949, 1961 and 1987. In addition, the analysis includes advertising images in order to illustrate the offer of the industrial goods mentioned above and also to support the findings derived from the analysis of the data obtained from the census sources and the basic consumption lists.

**Keywords:** diffusion; advertising; home appliances; processed foods; manufactured clothing.

## INTRODUCCIÓN

Este artículo analiza la expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica en el periodo 1953-1984. Los bienes industriales analizados se limitan a tres categorías: electrodomésticos, alimentos procesados y vestimenta manufacturada. Esta elección obedece a que estos bienes fabriles comparten el rasgo de ser considerados en la época de estudio innovaciones, es decir, nuevos para la mayoría de la población del país de aquel momento. Por otro lado, según la tipología de bienes que construye Bauer (2002), los bienes industriales analizados se ajustan a dos categorías a la de bienes de desarrollo y la de bienes globales ya que, por una parte, fueron bienes que experimentaron un crecimiento en la producción interna de los países latinoamericanos en el periodo 1950-1970, sin embargo, estos bienes fueron a su vez globales porque provenían del mercado global y tuvieron como propósito uniformar y unificar los hogares del mundo.

Además, durante el periodo de estudio la demanda doméstica de productos industriales, junto con la inversión del Estado, y la inversión extranjera, fueron importantes generadores del crecimiento económico de Costa Rica (León et al, 2014). Ello se evidencia en el aumento de las importaciones de las tres categorías de bienes industriales aquí analizadas, y también en la intensa producción nacional de estas categorías. Por ejemplo, con respecto al año 1952, en 1958, la producción interna de artefactos eléctricos incrementó 11 veces y en 1975 el aumento con relación a 1952 fue de 312 veces (Moreno, 2022, p. 83).

Entonces la investigación tiene como objetivo caracterizar la expansión o difusión de los bienes industriales ya mencionados en el periodo 1953-1984. El análisis toma en cuenta factores explicativos asociados a la difusión de su consumo como: los cambios socio ocupacionales de la época, por ejemplo: la mejora en los salarios, en el acceso a educación, vivienda, servicios públicos (agua y luz), entre otros. La hipótesis del artículo plantea que la difusión de bienes industriales de consumo doméstico se da en este periodo gracias al crecimiento económico del país que permitió el mejoramiento social, así como la expansión de servicios públicos en gran parte de la población, especialmente la concentrada en las zonas urbanas.

En cuanto a la metodología, primero debe señalarse que no existen fuentes directas sobre el consumo, por tanto, para estudiarlo se debe recurrir a fuentes como los datos utilizados en este artículo: cifras de tenencia y la publicidad. Los datos cuantitativos sobre la tenencia de electrodomésticos se obtuvieron de los Censos de Población y Vivienda correspondientes a 1963, 1973 y 1984. Dichas cifras de tenencia se convirtieron a porcentajes y se organizaron en cuadros de acuerdo con la categoría ocupacional del jefe de hogar, con el fin de establecer diferencias en las tenencias de electrodomésticos de acuerdo con el estatus social para identificar de esta forma el patrón de difusión que tuvieron estos bienes en el periodo de estudio.

Los datos correspondientes a las Canastas de Consumo Básico derivados de las Encuestas de Ingresos y Gastos ofrecen información que permite aproximarse al consumo familiar de alimentos procesados y vestimenta manufacturada en el periodo de estudio. De esta fuente se obtuvieron las listas de consumo de estas dos categorías de bienes industriales con el fin de contrastarlas y mostrar cambios en los patrones de consumo familiar, por medio de la identificación del cambio de productos artesanales por industriales de un año a otro. También se utilizaron fuentes publicitarias para caracterizar la oferta de los bienes industriales analizados y, además, para demostrar como estos bienes dejaron de ser considerados innovaciones hacia el final del periodo de estudio con la desaparición de detalladas explicaciones sobre sus características e instrucciones de uso.

Finalmente, este artículo se articula de la siguiente manera: un apartado inicial sobre los cambios socio ocupacionales asociados a la difusión del consumo doméstico de bienes de tipo industrial, después se analiza en tres apartados por separado el proceso de difusión de cada una de las categorías en el siguiente orden: primero, los electrodomésticos; luego, los alimentos procesados; y, por último, la vestimenta manufacturada.

## **CONTEXTO SOCIO OCUPACIONAL VINCULADO CON LA EXPANSIÓN DEL CONSUMO DOMÉSTICO EN EL PERIODO 1953-1984.**

Entre las décadas de 1950 y 1970, bajo el modelo de Estado de bienestar, se da un incremento y ascenso social de la clase media derivado del crecimiento de la economía interna que tuvo relación con la expansión de la economía mundial luego de la Segunda Guerra Mundial (Molina y Palmer, 2007). Todo esto condujo una mejoría en los salarios de los trabajadores y un crecimiento del empleo urbano en el sector público, así como en el sector comercial e industrial, y a la expansión de la educación que se vio reflejada en la disminución de la población analfabeta, especialmente en las zonas urbanas (León y Peters, 2019). Además, a partir de 1950 aumentó la cantidad de colegios y universidades, como resultado de una mayor demanda de puestos en el sector industrial y de servicios (Molina, 2016, p. 395).

Al mismo tiempo, surgen nuevas leyes laborales. Por ejemplo, en 1954 se emite la Ley de pago de Aguinaldo que aumenta la capacidad de consumo de los trabajadores (Moreno, 2022, p.135). Por otra parte, el crédito para el consumo también crece a partir de los años cincuenta, y los Almacenes Generales de Depósito y las Cooperativas adquirieron importancia como instituciones auxiliares de crédito para el consumo de bienes agrícolas e industriales (Chacón y Montero, 2015).

A partir de 1950 también se da una expansión de proyectos de vivienda con el fin de erradicar tugurios, especialmente en el Valle Central. En esta época el Estado promueve un modelo de vivienda de pequeña dimensión, construido a base de concreto y con acceso a servicios públicos de agua y electricidad con el cual el Estado pretendió modificar y mejorar la calidad de vida de la mayoría de familias costarricenses (*Memoria del INVU, 1954*).

El mejoramiento de dichos servicios públicos fue fundamental en la expansión del consumo de bienes industriales como los electrodomésticos. En el año 1963 poco más del 90% de las viviendas urbanas del país tenían servicio de electricidad, el 81% de las viviendas rurales del área metropolitana también disponían de este servicio, mientras los que menos acceso tenían a electricidad eran las viviendas rurales fuera del área metropolitana, y para 1984 las viviendas urbanas con electricidad llegan al 100%, y las viviendas rurales fuera del área metropolitana con electricidad sobrepasaron el 75% de viviendas (Censos de Población y Vivienda: 1963 y 1984). Esto significa que la mayor parte de familias del país, al tener electricidad, aumentaban la posibilidad de consumir artefactos eléctricos que en esta época eran novedades.

Todo lo anterior originó una nueva norma de convivencia social basada en barrios debidamente planificados. De esta manera, surgen nuevos grupos sociales como el de las amas de casa, que compartían ciertos patrones de consumo, fomentados por el crecimiento y diversificación comercial de la época (*Memoria del INVU, 1954*). El Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) fue la institución del Estado que tuvo a cargo la labor de construir los proyectos inmobiliarios que promovieron este nuevo estilo de vida. Los patrones de consumo basados en esta nueva forma de vida promovieron el comercio de esta época, y esto se reflejó en el importante volumen de publicidad sobre bienes industriales de consumo doméstico como: alimentos procesados, vestimenta manufacturada y electrodomésticos durante el periodo de estudio (*Moreno, 2022*).

En esta época, el aumento en el consumo y en el bienestar también estuvo asociado con la migración hacia las ciudades, ocurrida entre 1950 y 1975, la cual trajo un elevado crecimiento urbano y suburbano en el Valle Central (*León y Peters, 2019*). Para el año 1963, Viales y Delgado (2016) indican que los hogares localizados en las partes urbanas de las unidades administrativas del área metropolitana con aumento de población mejoraron, en esa época, su grado de bienestar, y esto llevó a la disminución de la desigualdad en dichas áreas.

Este cambio de estilo de vida fue un fenómeno de escala mundial. Sobre esto, Hobsbawm (1994) menciona que, durante la época dorada del capitalismo 1950-1970, se dio “la máxima expansión del siglo, del pleno empleo y de una sociedad de consumo auténticamente de masas que transformó por completo la vida de la gente de clase obrera de los países desarrollados, y siguió transformándola” (p. 309). En este sentido, Hobsbawm señala que la clase trabajadora comienza a tener una vida más próspera debido a esta lógica del mercado.

Para el caso latinoamericano, diversos autores (Bethell, 2000; Milanesio, 2014; Pérez, 2012; Thorp, 1998) también señalan la diversificación de los patrones de consumo familiar justo después de los años cincuenta, cuando se da una importante demanda de bienes de consumo en esta región, en especial de consumo duradero. Pérez (2012) y Bethell (2000) han indicado que, tanto las viviendas unifamiliares con modernos bienes y servicios como la adopción de nuevos modos de vida de la clase media fueron en esta época signos de distinción en los diferentes sectores sociales. Según Pérez (2012), esta fue la base para el establecimiento de una asociación entre la “democratización del bienestar” y nuevos comportamientos familiares.

## **EXPANSIÓN DEL CONSUMO DE ELECTRODOMÉSTICOS EN COSTA RICA**

En esta parte se analiza el consumo de los electrodomésticos tomando como referencia datos sobre la tenencia de estos bienes industriales obtenidos los censos de los años: 1963, 1973 y 1984; dicha información se procesó en cuadros de acuerdo a la ocupación de jefe de familia.

A partir de la década de 1960, en Costa Rica se experimentó una expansión en el consumo de bienes industriales y como parte de esto aumentó la producción nacional de este tipo de bienes (Moreno, 2022). Dentro de esta coyuntura se funda Atlas Eléctrica SA en 1961, empresa nacional dedicada a la fabricación de electrodomésticos y con motivo de la conmemoración de sus 15 años de funcionamiento el Gerente General de esta empresa, en aquel entonces, el señor Fred Aspinall expresó las siguientes palabras:

A finales de 1960 el finado Robert Williams trató de hacer unos congeladores comerciales utilizando fibra de vidrio en su construcción. Estos intentos fracasaron y entonces Robert propuso a Richard Bleck y a mi fabricar un par de congeladores. Después de dos meses y con una inversión inicial 5000 colones, el Sr. Williams había fabricado los dos congeladores que, aunque no eran muy allá, trabajaron y se lograron vender (El Excelsior, 1976, p.4-5).

Posteriormente, incursionan en la fabricación de refrigeradores domésticos y cocinas al establecer alianzas comerciales con Admiral y Kelvinator. Sobre esto el Gerente General destacó: “esto fue un éxito rotundo y en tres años habíamos logrado conquistar la mayoría del mercado de las cocinas eléctricas de Costa Rica” (El Excelsior, 1976, pp.4-5). Otra empresa local dedicada a la fabricación de refrigeradores en esta época fue Refrigeradores de Centroamérica, S.A., bajo la marca Recasa. En uno de sus anuncios se dice lo siguiente: “...la primera cocina eléctrica porcelanizada de precio económico, fabricada en Costa Rica...!” (La Nación, jueves 14 febrero 1974, p.15).

La aparición de fábricas de refrigeradores y cocinas a nivel nacional coincide con el importante desarrollo industria metal-mecánica sucedido en el periodo 1951-1957, cuando dicha rama industrial obtuvo una tasa de crecimiento anual del 18% (León et al, 2016, p.140). Dentro de esa rama industrial se encontraba la subrama de Maquinaria eléctrica y talleres, que mostró un crecimiento individual significativo en la época comprendida entre la década de 1950 y 1960 al pasar de 68 a 205 empresas (León et al, 2016, p.141). Lo anterior se debe al contexto de crecimiento económico que vive el país en esta época producto de la aplicación de una política económica de crecimiento hacia dentro con la que colaboró de manera importante el sector industrial interno (León et al, 2016). A pesar de la producción nacional de bienes industriales eléctricos también hubo importantes volúmenes de importación de electrodomésticos en el periodo de estudio, por ejemplo, el volumen de importación de cocinas y hornos eléctricos aumentó cerca de 10 veces entre la década de 1950 y la de 1970 (Moreno, 2022: 112). Esto confirma la existencia de una demanda creciente de bienes industriales domésticos durante esta época.

La importancia que tuvo la industria costarricense en la expansión de estos electrodomésticos tiene que ver con que las empresas locales ofrecían a los consumidores precios más cómodos que los electrodomésticos de manufactura extranjera. Por ejemplo, en 1974, una cocina de la marca centroamericana Recasa costaba al contado 1595 colones (La Nación, martes 16 de diciembre de 1974, p. 25). Mientras, en ese mismo año, una cocina americana Admiral costaba al contado 6100 colones (La Nación, domingo 21 de diciembre de 1974, p.5). Otro mecanismo utilizado para expandir los electrodomésticos aparte de ofrecer precios baratos fue el crédito, retomando el ejemplo de la cocina Recasa de 1595 colones de contado, se ofrecía también a cuotas mensuales de 287,10 colones con una prima del 10%, es decir de 159,50 colones (La Nación, martes 16 de diciembre de 1974, p. 25).

Como parte de este proceso de expansión del consumo de electrodomésticos a partir la década de 1950, las empresas comerciales ofrecían demostraciones de electrodomésticos en el país, especialmente, en el mes de agosto por la celebración del Día de la Madre, pues estos artefactos estaban dirigidos a mujeres amas de casa quienes estaban a cargo de las labores del hogar. Por otro lado, esta clase de actividades sugieren que los electrodomésticos eran considerados innovaciones en esta época y que su adopción tuvo un proceso de difusión que, según Rogers (2003), es un proceso en donde un producto innovador es adquirido primero por un reducido grupo social y después llega a la mayoría de una población.

Un ejemplo de estas demostraciones sucede en 1955, en San José en el Teatro Coliseo bajo el auspicio del Almacén Koberg, con el objetivo de mostrar el funcionamiento de las licuadoras Osterizer (Figura 1). En ese mismo año, los distribuidores Rivera y Alonso y Librería González en Cartago anunciaban la demostración de la batidora eléctrica Osterizer en el Club Sport Cartaginés a cargo de una demostradora internacional (ver Figura 2). En aquella época estos artefactos

al ser considerados innovaciones requerían de grandes espacios como estadios o teatros para llevar a cabo estas demostraciones. Esto indica, la importante cantidad de personas que asistían a este tipo de eventos en búsqueda de información detallada sobre las cualidades y formas de uso de estos artefactos.

Además, otro aspecto importante de señalar es que este tipo de anuncios estaban dirigidos a las mujeres, específicamente a las amas de casa, pues en esa época recaer sobre ellas toda la responsabilidad de las labores del hogar, por ende, eran a quienes se les instaba a estar al tanto de estas novedades tecnológicas dirigidas al ámbito doméstico. Esto se comprueba al observar el anuncio de la Figura 1, sobre una demostración práctica de electrodomésticos Osterizer que dice lo siguiente: “recordamos a las señoras amas de casa”.



Figura 1. Anuncio de demostración práctica Osterizer. Fuente.

La Nación, jueves 11 agosto 1955, p. 31.



Figura 2. Anuncio de demostración práctica Osterizer.

Fuente. La Nación, jueves 11 agosto 1955, p. 34.

Los anuncios de bienes industriales a inicios del periodo de estudio también ofrecían explicaciones detalladas de estos bienes, lo cual también es señal de que eran innovaciones. Por ejemplo, en el anuncio de la Figura 3 se da una amplia explicación sobre una lavadora al decir lo siguiente:

Su nuevo sistema exclusivo tipo “JET” lava mucho mejor la ropa sin dañarla. Su nueva rotación seca mucho más la ropa, aligerando así el secado total. Su nuevo agitador de 3 anillos (patentado) limpia la ropa de parte a parte, completamente. Distribuye los productos para lavar (detergentes, lejías, etc) en forma segura y automática. Su nueva capacidad de 12 libras, le permite lavar mucho más de una sola vez. *La Nación*, jueves 16 diciembre 1955, p.13.

El anuncio destaca de la lavadora su “revolucionario y exclusivo sistema “JET”, así como el agitador de 3 anillos, patentado características que muestran claramente dicho electrodoméstico como una innovación. Hacia fines del periodo de estudio cuando las lavadoras superan el punto máximo en la curva de difusión, dejan de ser innovaciones y en los anuncios disminuyen los abundantes detalles sobre su uso o características (Moreno, 2022). Un ejemplo de esto se observa en el anuncio que se muestra en el Anexo C, del año 1974, donde ya no se observan las amplias explicaciones sobre los electrodomésticos.

216 NOV 62 M.F. 312

LA LAVADORA  
FRIGIDAIRE

OCUPA EL PRIMER LUGAR EN EL MUNDO EN CALIDAD... Y LO HA OCUPADO POR MUCHOS AÑOS CONSECUTIVOS.

- ★ Su nuevo sistema exclusivo tipo “JET” lava mucho mejor la ropa sin dañarla.
- ★ Su nueva rotación seca mucho más la ropa, aligerando así el secado total.
- ★ Su nuevo agitador de 3 anillos (patentado) limpia la ropa de parte a parte, completamente.
- ★ Distribuye los productos para lavar (detergentes, lejías, etc) en forma segura y automática.
- ★ Su nueva capacidad de 12 libras, le permite lavar mucho más de una sola vez.

Ahora con su revolucionario sistema exclusivo tipo “JET”, que le ahorra mucho mejor la ropa sin dañarla.

FRIGIDAIRE LE AYUDA A DEJAR SU ROPA FABULOSAMENTE LIMPIA

**Ailsa & Cia. Ltda**  
FRENTE AL BANCO CENTRAL - TELEFONO 1162

Figura 3. Anuncio de lavadora Frigidaire. Fuente. *La Nación*, jueves 16 diciembre 1955, p.13.

## EXPANSIÓN DE LA COCINA, LAVADORA Y REFRIGERADORA 1963-1984

La mayor participación de la clase media en el consumo de masas de bienes industriales a partir de la década de 1950 se vincula con la consolidación de una sociedad salarial en esa misma época. Es decir, una sociedad basada en relaciones salariales que aparte de ofrecer a los trabajadores remuneraciones por las labores realizadas, también les brinda garantías laborales, prestaciones y mayor acceso a educación, vivienda, ocio y consumo (Castel, 1997, p.272). Lo anterior se demuestra en las Tablas 1, 2 y 3, en las cuales se observa que los hogares con jefes ubicados en ocupaciones asalariadas fueron los que más rápidamente se incorporaron en el consumo de electrodomésticos como: cocina eléctrica, lavadora y refrigerador. Mientras los hogares encabezados por jefes no asalariados localizados en labores agrícolas, fueron los más rezagados en este proceso de difusión.

Esta expansión del consumo de la cocina eléctrica en Costa Rica entre las décadas de 1960 y 1970 coincide el auge económico que experimentaba en todo el país. Por ejemplo, en la Tabla 1 se observa que, fuera del área metropolitana, la tenencia de cocina en hogares con jefes obreros y jornaleros se incrementó aproximadamente tres veces entre 1963-1973, y al interior del área metropolitana prácticamente se duplicó (ver Tabla 1).

En este proceso de difusión los hogares metropolitanos con jefes localizados en las categorías laborales de: gerentes y directivos; profesionales, técnicos; y empleados de oficina, que además son las ocupaciones que requieren mayor nivel de educación, fueron los que experimentaron menores cambios en la tenencia de este electrodoméstico. Pues durante el periodo de estudio mantuvieron porcentajes de tenencia por encima del 88% (Tabla 1). Mientras los hogares metropolitanos con jefes ocupados en trabajos de menor escolaridad como: vendedores; conductores; artesanos y operarios; servicios personales; obreros y jornaleros; sumados a los hogares no metropolitanos con jefes ubicados en puestos de trabajo con mayor grado de escolaridad tales como: gerentes, profesionales, técnicos y oficinistas, conformaron en este proceso de difusión el bloque de seguidores del primer grupo de hogares que tuvo cocina eléctrica.

Los cambios más intensos sucedidos en este proceso de expansión de la cocina eléctrica se dieron entre 1963-1973 en los hogares metropolitanos y no metropolitanos con jefes ubicados en las ocupaciones de menor grado de educación como: agricultores, ganaderos, conductores de transporte, artesanos, obreros y jornaleros (Tabla 1). Esto permite demostrar el ascenso social que experimentó la clase trabajadora costarricense a pesar de la baja escolaridad de algunos grupos de hogares.

El uso de la categoría de ocupación del jefe de familia en estos cuadros se debió a su funcionamiento como variable proxy, es decir, como variable de aproximación sobre el ingreso y el nivel de educación de los jefes de hogar. Lo cual permitió tener una idea aproximada de las diferencias en nivel de vida de los hogares en el periodo

de estudio. En el **Anexo A** se observa como los hogares con jefes ubicados en las categorías de ocupación de: gerentes, profesionales y técnicos y oficinistas contaban con los mayores niveles de educación en comparación con el resto.

**TABLA 1**  
**PORCENTAJES DE HOGARES CON COCINA ELÉCTRICA**  
**SEGÚN OCUPACIÓN DEL JEFE, 1963-1984**

CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN	ÁREA METROPOLITANA			FUERA DEL ÁREA METROPOLITANA		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Gerentes, administradores y directivos	94,5	98,6	95,9	36,1	85,2	79,8
Profesionales, técnicos y ocupaciones afines	91,5	92,0	88,1	47,1	53,6	60,1
Empleados de oficina y ocupaciones afines	88,6	98,1	93,1	48,2	82,2	83,3
Vendedores y ocupaciones afines	77,1	92,7	88,0	24,9	68,8	74,6
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	72,7	93,7	88,4	22,0	74,2	74,4
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería, otros artesanos y operarios	68,3	90,5	82,7	23,1	65,4	66,6
Servicios personales y ocupaciones no identificables	58,6	84,6	80,1	18,6	55,4	59,9
Obreros y jornaleros	39,0	77,3	83,6	20,2	56,3	58,1
Agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores, madereros, mineros, canteros y afines	26,2	56,9	63,2	2,4	31,5	42,4
Total	68,8	89,6	86,2	10,3	47,6	57,4

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos: Censos de Población y Vivienda de Costa Rica 1963,1973 y 1984. Elaboración propia.

Los últimos grupos de hogares en incorporarse en la difusión de la cocina, es decir, los seguidores tardíos, fueron los grupos de hogares metropolitanos y no metropolitanos con jefes pertenecientes a las categorías de: agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores, madereros, mineros y canteros, pues fueron los que presentaron los porcentajes más bajos de tenencia de cocina eléctrica en este periodo de estudio (Tabla 1.). El hecho de haber sido los últimos grupos en integrarse a este proceso de difusión tiene relación, por una parte, con la baja remuneración de estos trabajos y, por otra, con el poco acceso al servicio de electricidad en las zonas fuera del área metropolitana. Finalmente, entre los años setenta y ochenta el proceso de difusión de la cocina registró pocos cambios. Según Rogers (1976) esto se debe a la estabilización del proceso de difusión que ocurre después de que la mayoría de la sociedad adopta una innovación.

La difusión de la lavadora en el periodo 1963-1984 tuvo un proceso que siguió el mismo patrón que el de la cocina eléctrica, en donde los primeros en tener lavadora fueron los hogares con jefes situados en trabajos que requieren mayor grado de educación: profesionales, técnicos, gerentes y oficinistas, volvieron a caracterizarse por ser los pioneros en adquirir, en este caso, una lavadora y, también, por ser los que poseen los mayores porcentajes de tenencia (Tabla 2). A pesar de todo lo anterior, es

un hecho que buena parte de las familias de clase media experimentaron en esta época un mejoramiento importante en sus condiciones de vida. También, al igual que en la cocina, la difusión fue mucha más intensa en hogares con jefes de menor escolaridad y situados especialmente fuera del área metropolitana. Por ejemplo, los hogares liderados por obreros y jornaleros entre 1963 y 1973 triplicaron la tenencia de lavadora.

Sin embargo, a diferencia de la cocina, la lavadora tuvo una expansión más tardía e incompleta en el periodo de estudio. Lo cual se vincula, por un lado, con el hecho de poder lavar la ropa sin requerir de una máquina, al hacerlo de forma manual; y por otro, con la frecuencia diferenciada en el uso diario dado a estos artefactos, por ejemplo, una cocina es mucho más utilizada en una rutina diaria del hogar que una lavadora. Por ello, muchos hogares priorizaban su tenencia sobre otros considerados por las familias menos necesarios, lo cual explica por qué demoró más generalizarse el consumo de la lavadora que el de la cocina.

TABLA 2

PORCENTAJES DE HOGARES CON LAVADORA SEGÚN OCUPACIÓN DEL JEFE, 1963-1984

CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN	ÁREA METROPOLITANA			FUERA DEL ÁREA METROPOLITANA		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Gerentes administradores y directivos	47,3	70,1	79,3	24,7	48,6	59,1
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	48,0	42,8	58,1	28,5	16,2	32,7
Empleados de oficina y ocupaciones afines	39,4	42,2	60,1	20,9	29,7	51,7
Vendedores y ocupaciones afines	26,0	42,2	58,4	12,7	25,3	47,9
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	12,4	27,4	50,8	7,3	19,2	42,5
Artesanos y operarios relacionados a la hilandería y otros	13,2	24,0	39,3	12,8	24,3	31,2
Servicios personales y ocupaciones no identificables	6,7	16,9	36,7	3,4	9,6	26,3
Obreros y jornaleros	5,1	12,1	33,6	1,8	5,9	22,0
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, mineros, canteros y afines	10,2	16,4	29,9	1,7	4,0	13,7
Total	20,6	33,8	51,9	4,4	10,9	27,7

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos: Censos de Población y Vivienda de Costa Rica 1963,1973 y 1984. Elaboración propia.

En el proceso de la difusión de la refrigeradora se volvió a repetir el comportamiento de los electrodomésticos anteriormente analizados. De nuevo, los hogares con jefes de ocupaciones de menor educación fueron los que registraron los mayores aumentos en la tenencia de este artefacto, principalmente los establecidos fuera del área metropolitana. Por ejemplo, entre 1963 y 1973 los hogares no metropolitanos con jefes dedicados a labores de transporte, aumentaron casi 7 veces la tenencia de refrigerador (Tabla 3). Lo cual demuestra una vez más el ascenso social que experimentaron los sectores ocupacionales de menor educación durante

el periodo de estudio. Es importante señalar que este mismo comportamiento de difusión se volvió a repetir en el resto de los artefactos eléctricos de uso doméstico que aparecen en los censos: radio, televisor, cepillo eléctrico para piso y calentador de agua (Moreno, 2022).

La difusión de la tenencia de los electrodomésticos aquí analizados durante el periodo de estudio hizo que estos bienes se convirtieran en símbolos de bienestar y ascenso social en las familias costarricenses. En los anuncios de la época era usual observar apelaciones sobre el bienestar y el ascenso social que implicaba consumir bienes industriales de uso doméstico. En la Figura 3 se anuncia una lavadora en el año 1965 como la de mejor calidad en el mundo, lo cual sugiere que, al consumirla, se adquiere también prestigio social.

TABLA 3

PORCENTAJES DE HOGARES CON REFRIGERADOR SEGÚN OCUPACIÓN DEL JEFE, 1963-1984

CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN	ÁREA METROPOLITANA			FUERA DEL ÁREA METROPOLITANA		
	1963	1973	1984	1963	1973	1984
Gerentes administradores y directivos	58,2	86,4	93,1	35,1	68,1	76,6
Profesionales técnicos y ocupaciones afines	53,0	60,8	79,1	29,1	25,2	50,8
Empleados de oficina y ocupaciones afines	40,1	63,1	84,6	22,0	50,4	79,9
Vendedores y ocupaciones afines	29,0	57,0	77,5	14,5	40,5	69,5
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	7,4	42,0	74,8	4,7	32,2	70,0
Artesanos y operarios ocupaciones relacionadas a la hilandería y otros	8,7	35,2	62,0	5,2	22,9	53,6
Servicios personales y ocupaciones no identificables	7,5	27,2	60,2	3,8	16,7	47,8
Obreros y jornaleros	1,7	18,3	59,9	2,3	13,0	48,6
Agricultores ganaderos pescadores cazadores madereros, mineros, canteros y afines	11,7	22,5	48,2	1,6	6,1	24,5
Total	21,6	48,1	73,4	4,3	17,3	45,1

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos: Censos de Población y Vivienda de Costa Rica 1963, 1973 y 1984. Elaboración propia.

Finalmente, el análisis de los procesos de difusión de estos electrodomésticos comprueba que para esta época ya se había desarrollado una sociedad de consumo en el país, especialmente en las zonas urbanas. Sobre el origen de esta sociedad de consumo Wunderlich (2002), dice que la aplicabilidad de este concepto comenzó a ser viable cerca de los años treinta, con la adopción de modelos de consumo importados desde Europa (p.248). No obstante, el consumo de masas de bienes industriales sucedió en la mayoría de hogares costarricenses después de los años sesenta, como se pudo comprobar a través de los procesos de difusión de los electrodomésticos aquí analizados, y esto condujo a una transformación en de los patrones de consumo doméstico, que mantiene su esencia hasta el día de hoy.

## AUMENTO DEL CONSUMO DE ALIMENTOS PROCESADOS EN COSTA RICA

En este apartado se analiza la expansión del consumo de alimentos procesados a partir de la comparación de las listas de Consumo Básico Alimentario Canastas pertenecientes al periodo de estudio. El uso de esta fuente se debe a que, como ya se mencionó al inicio del artículo, no se cuenta con información directa para estudiar el consumo. Sin embargo, una forma de aproximarse al consumo de alimentos y sus cambios en esta época es a través de estas Canastas Básicas que se desprenden de las Encuestas de Ingresos y Gastos realizadas en los años: 1949, 1961 y 1987 a familias costarricenses del área metropolitana de San José. Además, en esta parte se estudia también el rol que tuvo la publicidad en el proceso de difusión de este tipo de productos alimenticios.

La expansión del consumo de bienes industriales obedeció al, ya mencionado, contexto de auge económico que tomó fuerza a partir de la década de 1950, y que favoreció el aumento en la preferencia por este tipo de productos de parte de las familias en esta época de estudio. En la Canasta Básica de 1949 los alimentos procesados eran los siguientes: mortadela, chorizo, fideos, avena enlatada, mantequilla, leche en polvo, manteca vegetal y refrescos gaseosos (*Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la ciudad de San José, 1949*).

Al contrastar las Canastas Básicas de 1949 y 1961 se mostraron algunos cambios, por ejemplo, la eliminación de la leche en polvo y la mortadela, más la incorporación de los helados. Es decir, se excluyó un producto fabril y se incluyó otro de este mismo tipo. Otros de los cambios observados fueron la inclusión de más alimentos procesados como: las galletas tipo soda, la sopa de pollo instantánea y caramelos; y la eliminación de alimentos artesanales como la miel. (*Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la Ciudad de San José, 1949. Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José, 1961*). Mientras las variaciones sucedidas en el periodo 1961 – 1987 fueron las siguientes: el reintegro de leche en polvo, la incorporación de la leche homogenizada, de la mortadela, del salchichón y la eliminación de los caramelos (*Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José, 1961. Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares, 1987*).

Es importante señalar que la publicidad tuvo un importante papel como vehículo de información en el proceso de la expansión del consumo de estos innovadores productos industriales. Con respecto a lo anterior, Rogers (1976) indica que los procesos de difusión de nuevos productos obedecen no solo a un proceso económico, sino también a un proceso de comunicación sucedido dentro de una estructura social. Este rol la publicidad de la época lo evidenció al destacar las cualidades de los alimentos procesados y los procesos científicos empleados en su fabricación como garantía de su alta calidad y confiabilidad.



Por último, la Figura 6 muestra un anuncio sobre la bebida Canada Dry en el que se menciona que: “por su proceso especial de pasteurización y carbonatación microscópica, CANADA DRY es la bebida que garantiza pureza absoluta y sabor exquisito”. Esto claramente indica que esta bebida fue hecha mediante un proceso industrial. Al destacar este hecho, puede inferir que esta característica debía resaltarse porque esta clase de bebidas eran, en esta época, una absoluta novedad en el país. Por otra parte, el anuncio también hace referencia sobre el bienestar y el ascenso social que implicaba consumir esta bebida al decir que: “los productos Canada Dry son de “calidad” y “fama mundial”, y que este refresco era “el Champagne de los Ginger Ales”, lo cual hace alusión a la finura que se adquiriría al beber este refresco.



Figura 6. Anuncio de refresco Canada Dry. Fuente: *La Nación*, 20 junio 1953, p.9.

Por último, es importante destacar que todos los anuncios anteriores comparten la característica de ofrecer amplios detalles sobre los productos anunciados, situación que cambió hacia el final del periodo, cuando prácticamente desaparecen estas extensas explicaciones de los anuncios, como se observa en el anuncio del Anexo B. En resumen, durante el periodo 1953-1984, los alimentos procesados estuvieron cada vez más presentes en las listas de consumo básico de las familias metropolitanas. Lo cual confirma que, se estaba en un proceso de expansión del consumo doméstico de alimentos procesados que condujo a cambios en el patrón de consumo alimentario y, por ende, en el estilo de vida de las personas.

## EXPANSIÓN DEL CONSUMO DE VESTIMENTA MANUFACTURADA EN COSTA RICA

En esta parte se analiza la expansión del consumo de vestimenta manufacturada a través de las Canastas de Consumo Básico Alimentario realizadas en los años: 1949, 1961 y 1987, así como el papel que desempeñó en esta época la publicidad al difundir información sobre la vestimenta manufacturada. El contexto de la época de estudio se caracterizó tanto por el crecimiento económico como por el desarrollo del sector industrial, y esto creó las condiciones ideales para la expansión del consumo de los bienes industriales de uso doméstico como la vestimenta manufacturada. Como resultado de lo anterior, en el país, las importaciones de bienes textiles crecieron a partir de la década de 1950 y esta ampliación en la oferta contribuyó con el aumento del consumo de esta clase de vestimenta en el periodo de análisis (Moreno, 2022).

Otro elemento que hizo posible la expansión de este tipo de prendas de vestir fue el avance en la industria del plástico generado a partir de la Segunda Guerra Mundial, el cual condujo a la creación de las telas sintéticas como: poliéster, lycra y nylon, que se caracterizaron por ser fáciles de lavar, planchar y, además, resultaron menos costosas que la vestimenta hecha con fibras naturales (Montero y Mejía, 2008, p.85).

El aumento en el consumo de la vestimenta manufacturada se evidenció en las modificaciones realizadas en las listas de Consumo Básico. Por ejemplo, entre el año 1949 y 1961 en la categoría de ropa para mujer se incluyeron diez nuevas prendas de vestir y se eliminaron cinco. Las prendas incorporadas fueron: blusas, pijamas, vestido de baño, calzones importados, vestidos Dan River (tipo de tela) combinaciones importadas, talladores importados, fustanes nacionales, fustanes importados y sombrillas. Estas prendas femeninas se caracterizaron por ser manufacturadas y algunas hechas con telas sintéticas, lo cual indica la ampliación del consumo regular de este tipo de prendas por parte de las familias metropolitanas (Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la ciudad de San José, 1949. Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José, 1961). Por otro lado, los cambios sucedidos en estas listas sugieren también el aumento del consumo de prendas de manufactura extranjera, pues de todas estas nuevas subcategorías para 1961, solamente los fustanes eran prendas de manufactura nacional (Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José, 1961).

Mientras, las prendas de vestir femeninas eliminadas entre 1949 y 1961 fueron las hechas con fibras naturales como: calzones de algodón, talladores de seda y vestidos de seda fría (Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la ciudad de San José, 1949. Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José, 1961). Esto pone en evidencia el mencionado auge industrial de las telas sintéticas.

Los cambios observados en el periodo 1949-1961 en las prendas de vestir manufacturadas de hombre fueron pocos. En este último año únicamente se incluyeron dos nuevas prendas: camisa sport ordinaria y camisa sport fina, y se excluyen también dos: camisa de trabajo y calcetines de seda. De nuevo se elimina una prenda hecha a base de fibra natural (*Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la ciudad de San José, 1949. Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José, 1961*).

Sobre el periodo 1961-1987 es importante indicar que, en 1987, no se especificó el tipo de tela de las prendas de vestir, lo que impidió seguir identificando la eliminación de prendas fabricadas con fibras naturales. Sin embargo, si se pudieron observar la cantidad de prendas que se integraron o eliminaron. Por ejemplo, durante el periodo 1961-1987, se eliminaron de la lista de Consumo Básico cinco prendas de vestir para mujer: abrigos, pijamas, vestidos de baño, fustanes y no hubo ingreso de prendas (*Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares, 1987*).

Esto significa que la cantidad de prendas de vestir consideradas de consumo básico para las mujeres disminuye hacia los años ochenta. En el caso de las prendas de vestir para hombre en el periodo 1961-1987, se eliminaron las siguientes seis: jackets, pijamas, corbatas, impermeables, camisa de trabajo, calcetines de seda y camisa sport fina, y no se incluyó ninguna prenda, al igual que sucedió en la ropa para mujer (*Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares, 1987*). Estos cambios en las prendas de vestir manufacturadas tanto de hombre como de mujer acontecen hacia una década marcada por la crisis económica y, en consecuencia, por la austeridad, como lo fue la de los años ochenta. A pesar de esto, en general la vestimenta manufacturada se mantuvo como parte del consumo básico familiar, y esto confirma el cambio en el patrón de consumo doméstico, pues disminuyó el consumo de bienes artesanales y aumentó el de bienes industriales.

Por último, se debe señalar que la publicidad de la época tuvo un rol importante como medio informativo de esta clase de vestimenta, por ejemplo, algunos anuncios mencionaban los métodos de fabricación de las prendas de vestir, así como el tipo de tela utilizada para su confección. El anuncio de la Figura, 7 sobre medias de nylon para mujer, hace referencia al proceso industrial con el que fueron elaboradas estas medias al indicar lo siguiente: “las únicas medias legítimas SUPER NYLON que tienen el número de las agujas perforado en cada media”. De acuerdo con lo anterior, estas medias eran hechas, entonces, por máquinas compuestas de una serie de agujas perforadoras, señalamiento que funcionaba como sinónimo de calidad. Por otra parte, en el anuncio también se indica que estas medias son las más finas y elegantes, lo cual sugiere que quienes las utilizaran las llevarían como símbolo de prestigio social. Por ende, en este tipo de anuncios se hacía referencia al bienestar y el ascenso social que se podía tener y proyectar con el consumo de este tipo de bienes de carácter industrial.



Figura 7. Anuncio de medias de nylon. Fuente: *La Nación*, 3 junio 1953, p.16.

El anuncio de la Figura 8 también alude al proceso industrial con el que se fabricaban camisas de vestir para hombre al indicar que tenía cuello trubenizado, pues para obtener esta característica la prenda debió pasar por un proceso industrial para endurecer tela. Al hacer esta clase de señalamientos se sugería también el carácter novedoso de estas prendas de vestir en aquella época. Este tipo de referencias sobre los procesos industriales empleados en la fabricación de vestimenta desaparece en los anuncios de las décadas de 1970 y 1980 (Moreno, 2022). Como ejemplo de esto se puede ver la imagen del Anexo D.



Figura 8. Anuncio de camisa para hombre. Fuente: *La Nación*, 2 junio 1953, p.7.

En síntesis, el periodo de mayor expansión del consumo de estas prendas de vestir fue entre las décadas de 1950 y 1960, época en la cual se evidenció mayor inclusión de prendas de vestir tanto de hombre como de mujer en las Canastas de Consumo Básico, y, como parte de este proceso de expansión, la información que ofreció la publicidad sobre las cualidades de las prendas de vestir manufacturadas fue elemental.

## CONCLUSIONES

El proceso de expansión del consumo de los bienes industriales analizados obedeció a un contexto de crecimiento económico del país bajo un modelo de Estado de Bienestar que permitió mejor acceso a la educación, mejores salarios y casas de habitación con acceso a servicios públicos, esto especialmente para los sectores sociales de clase media. El efecto de esta expansión significó un cambio en los patrones de consumo de la mayoría de hogares costarricenses.

En el caso de la difusión de los electrodomésticos, esto comenzó en los hogares del área metropolitana, cuyos jefes poseían trabajos de mayor grado de educación. La mayoría de estos hogares poseían estos artefactos al inicio del periodo de estudio. Sin embargo, el consumo de electrodomésticos se expande con fuerza entre las décadas de 1950 y 1970 en los hogares metropolitanos con jefes ocupados en trabajos de baja escolaridad, y los hogares no metropolitanos con jefes ubicados en puestos de trabajo de mayor grado de escolaridad.

Los hogares no metropolitanos con jefes situados en trabajos de poca escolaridad fueron los que presentaron los porcentajes más bajos de tenencia en todo el periodo de estudio. Sin embargo, fueron los que experimentaron mayor intensidad en la expansión del consumo de este tipo de bienes industriales entre 1963 y 1984. Todo lo anterior demostró un típico proceso de difusión en donde, primero, surge un grupo de innovadores, es decir, los primeros que adquieren un determinado bien, y luego, aparecen grupos de seguidores y seguidores tardíos, hasta que ese bien deja de considerarse una innovación y pasa a ser adquirido por la mayoría de una población (Rogers, 2003).

Los cambios sucedidos en las Canastas de Consumo Básico Alimentario analizadas en el periodo de estudio también evidenciaron nuevos patrones de consumo. El consumo de alimentos procesados consiguió mayor importancia, al incluirse cada vez más alimentos industrializados en las listas de consumo básico durante el periodo de estudio. De igual forma, la vestimenta manufacturada, en especial, la fabricada con telas sintéticas. Esto comprobó la transformación de los patrones de consumo doméstico sucedida en la sociedad costarricense durante la segunda mitad del siglo XX, al consumirse cada vez más productos industrializados en lugar de artesanales.

Por otro lado, la publicidad cumplió un papel fundamental como medio de información en este proceso de expansión del consumo doméstico de los bienes industriales analizados. Al brindar pormenores como características físicas, formas de uso, puntos de venta y facilidades de pago de estos bienes. Por tanto, la publicidad sirvió para demostrar el proceso de difusión que estos bienes atravesaban en dicho periodo.

Finalmente, a manera de resumen, el crecimiento económico de aquella época, que se caracterizó por una mayor producción industrial, apertura comercial y desarrollo de política social, permitió que buena parte de la población costarricense aumentara su poder adquisitivo y pudiera transformar sus patrones de consumo al privilegiar el consumo de bienes industrializados. Esto significa que, en el periodo de estudio, el crecimiento económico del país se distribuyó en la sociedad de una forma bastante justa y balanceada; y por ello, la mayor parte de la clase trabajadora se benefició y logró cambiar su estilo de vida en esta época.

## FUENTES

Dirección General de Estadística y Censos: Censo de Población y Vivienda de Costa Rica (1950).

Dirección General de Estadística y Censos: Censo Población y Vivienda de Costa Rica (1963).

Dirección General de Estadística y Censos: Censo de Población y Vivienda de Costa Rica (1973).

Dirección General de Estadística y Censos: Censo de Población y Vivienda de Costa Rica (1984).

Dirección General de Estadística y Censos: Encuesta de Ingresos y Gastos de las Familias de la Ciudad de San José (1949).

Dirección General de Estadística y Censos: Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares del área metropolitana de San José (1961).

Dirección General de Estadística y Censos: Encuesta de Ingresos y Gastos de los Hogares (1987).

Memoria del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) (1954).

(24 junio 1976). Quince años de exitoso esfuerzo Atlas Eléctrica, S.A. El Excélsior.

La Nación (1953).

La Nación (1955).

La Nación (1974)

## BIBLIOGRAFÍA

- Bauer, A. (2002). *Goods, Power, History. Latin America's Material Culture*. Cambridge University Press.
- Bethell, L. (2000). *Historia de América Latina*. Crítica.
- Castel, R. (1997). *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Paidós
- Chacón, M. y Montero, A. (2015). *El Banco Nacional y el desarrollo económico de Costa Rica*. Imprenta Nacional.
- Hobsbawn, E. (1994). *Historia del Siglo XX*. Crítica.
- Rogers, E. (1976) "New Product Adoption and Diffusion", *Journal of consumer research*, (2):290-301.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- González, A. (2005). *Mujeres y Hombres de la posguerra (1950-1960)*. Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- León, J., Aguilar, J., Chacón, M., Peters, G. Jara, A., Villalobos, M. (2014). *Historia Económica de Costa Rica en el siglo XX. Crecimiento y las políticas económicas*. Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- León, J., Arroyo, N., Montero A. (2016). *Historia económica de Costa Rica en el siglo XX. La Industria en Costa Rica en el siglo XX*. Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- León, J. y Peters, G. (2019). *El comercio y los mercados en Costa Rica*. Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Milanesio, N. (2014). *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Siglo Veintiuno Editores.
- Molina, I. y Palmer S. (2007). *Historia de Costa Rica*. Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Molina, I. (2016). *La educación en Costa Rica de la época colonial al presente*. Editoriales Universitarias Públicas Costarricenses.
- Montero, C. y Mejía, F. (2008). "El descubrimiento de los plásticos: de solución al problema ambiental". Instituto Técnico Central, 81-96. Recuperado de: [file:///C:/Users/Prueba/Downloads/Dialnet-ElDescubrimientoDeLosPlasticos-8793348%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Prueba/Downloads/Dialnet-ElDescubrimientoDeLosPlasticos-8793348%20(2).pdf)
- Moreno, M. (2022). *Entre lujos y ofertas. Expansión del consumo doméstico de bienes industriales en Costa Rica: condicionantes socioeconómicos y cambios culturales (1953-1984)*. [Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica]. Repositorio Kerwá.
- Pérez, I. (2012). *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970*. Biblos.

Thorp, R. (1998). Progreso, pobreza y exclusión. Una historia económica de América Latina en el siglo XX. Banco Interamericano de Desarrollo Unión Europea.

Viales, R. y Delgado, F. (2016). Estadísticas y trayectoria histórica de la desigualdad y la exclusión social y económica en Costa Rica, 1864 - 1950. Propuesta de un índice histórico de desigualdad. En R. Viales R y D. Díaz (Eds.), Historia de las desigualdades sociales en América Central. Una visión interdisciplinaria siglos XVIII-XXI (pp.69-87). Centro de Investigaciones de América Central

Wünderich, V. (2002). “Reflexiones críticas sobre el contexto global de la sociedad de consumo y la historia del consumo”. Revista de Historia, (46), 235-257.

## ANEXOS

### A. Porcentajes de nivel educativo según ocupación del jefe en el año 1963

CATEGORÍAS DE OCUPACIÓN	PRIMARIA COMPLETA	SECUNDARIA COMPLETA Y MÁS
Profesionales, técnicos y ocupaciones afines	36,45	63,55
Gerentes, administradores y directivos	53,74	46,26
Empleados de oficina y ocupaciones afines	43,68	56,32
Vendedores y ocupaciones afines	78,64	21,36
Agricultores, ganaderos, pescadores, cazadores y madereros	97,85	2,15
Conductores de medios de transporte y ocupaciones afines	89,35	10,65
Artesanos y operarios ocupaciones relacionadas a la hilandería	88,00	12,00
Otros artesanos y operarios	93,33	6,67
Obreros y jornaleros	92,55	7,45
Servicios personales y ocupaciones no identificables	94,37	5,63

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos: Censo Población y Vivienda de Costa Rica, 1963.

## B. Anuncio de Super DAN sobre alimentos procesados

**Super DAN**  
EL SUPERMERCADO QUE VENDE MAS BARATO  
CARTAGO, C. R.  
80 metros al este de RASCA  
Tel. 23-0975 - Agosto 1974

**GALLETAS POZUELO**  
SODA DE 1 1/2 LIB. **€2.60**  
FAMILIA ROJA **€5.90**  
FAMILIA FLOREASA DE 1 1/2 **€12.90**  
FAMILIA BIG BEN **€12.70**

HAGA EL MEJOR REGALO DE NAVIDAD  
**CANASTA**  
Una selección de la mejor carne de cerdo y aves preparada de especialidad.

¡OFERTA ESPECIAL!  
OFERTAS ESPECIALES EN TODOS LOS PRODUCTOS DE ALIMENTOS QUE SE ENCUENTRAN EN EL SUPERMERCADO DAN.

**ROMPOPE Dos Pinos**  
3.785 Lt. **€5.75**  
CASATA 1/2 GALON **€10.50**  
CASATA 1/2 GALON **€6.25**

**PANTY KATY**  
TRENZADO ESPECIAL **€2.90**  
LOCOS DE MADRE

**PAVOS**  
RESERVE CON TIEMPO SU PAVO DE NAVIDAD. **€13.50 LIBRA**

**KRAFT**  
MAYONESA KRAFT 1 LITRO **€2.80**  
MAYONESA KRAFT 2 LITROS **€4.90**  
MAYONESA KRAFT 3 LITROS **€7.95**  
MAYONESA KRAFT 4 LITROS **€14.90**

RECIBIMOS: NUECES, ALMENDRAS, AVELLANAS, FRESCAS DORADAS.  
**FRUTA AMERICANA**  
MANZANAS ROJAS GOLDEN PERAS

**INTEX**  
JUGUEMOS A LAS MARCAS  
PARA SUS CARTONES Y SIGUE LOS MIÉRCOLES EN CANAL 7 A LAS 7 P.M.

Fuente: *La Nación*, 23 de diciembre de 1974, p.5.

## C. Anuncio de marca Philips sobre electrodomésticos

**PHILIPS**  
ofreciendo grandes ofertas se une al  
**GRAN ANIVERSARIO DE LOS 16**  
ALMACENES DE LA FRANQUIA **HOGARAMA**

LA NACION jueves 13 de junio de 1953

**€1.628**  
ESPILLO ELÉCTRICOS DE TRES TIPOS EN VARIAS TALLAS Y COLORES

**€478**  
LIQUADORA DE RETE VELOCIDADES

**€3.798**  
LAVADORA SEMI-AUTOMÁTICA DE 12 LIBRAS

**€2.848**  
TELEVISOR PORTÁTIL DE 17" CON ANTENA REPLICABLE

consulte nuestros planes de crédito

**gratis MAS DE €60.000 EN REGALOS PARA LOS QUE COMPRAN ahora**

**HOGARAMA**

Fuente: *La Nación*, 13 junio 1953, p.2.

