

Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Universidad Católica del Uruguay
Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento de Economía

Departamento de Economía

Andrés Jung
Silvia Vázquez
Santiago García
Carolina Rocha

Equipos Consultores

César Aguiar
Alejandro Cavallo
Luciana Bonilla

<http://economia.ucu.edu.uy/popce>
economia@ucu.edu.uy



El Índice de Confianza del Consumidor en octubre acompaña la tendencia al alza del resto del año. Si bien comparado contra octubre de 2008 (mes siguiente a la profundización de crisis internacional) se observa una fuerte recuperación, el promedio de los 10 primeros meses del año se sitúa 1,6% por encima del promedio del mismo período para 2008. Por otro lado, el crecimiento del índice en los últimos dos meses es consecuencia de la mejora en la percepción de las condiciones actuales que contrarresta el deterioro de las expectativas acerca del futuro. Este cambio en el ánimo de los consumidores según horizonte temporal podría estar influenciado por la incertidumbre en la definición de las elecciones nacionales.

El ICC creció 2,8% en octubre, mostrando más optimismo en la percepción de la situación económica personal que para la situación económica del país. De todas formas, en ambos casos, a medida que se extiende el horizonte temporal, el consumidor se vuelve menos optimista. Nuevamente el ICC crece a impulso del subíndice de predisposición de compras de bienes (9,7%), mientras la mejora de la percepción de la situación económica personal (2,2%) prácticamente neutraliza la ligera disminución de la percepción sobre la situación económica del país (-1,9%).

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Índice de Confianza del Consumidor	2,8	34,5	1,6
Situación Económica del País	-1,9	22,0	5,8
A un año	-1,1	43,2	3,5
A tres años	-2,6	8,7	7,9
Situación Económica Personal	2,2	19,1	8,6
Actual	4,1	15,1	11,3
A un año	0,7	20,6	6,2
Predisposición de compra de bienes	9,7	85,0	-12,6
Electrodomésticos	18,4	87,2	-13,7
Casa y Autos	-2,1	74,1	-11,6

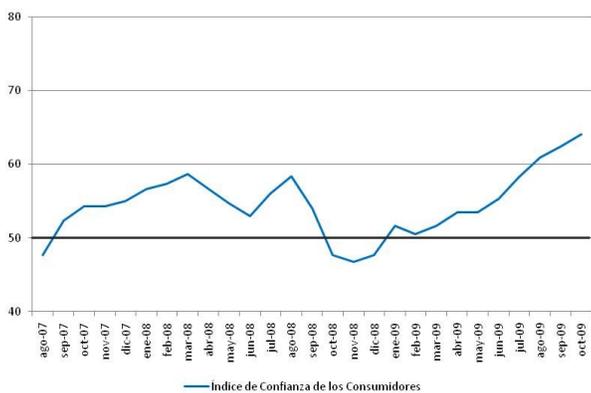
(*) Mensual: Oct 09/Set 09; 12 Meses: Oct 09/Oct 08; Prom.anual: Prom.(Ene-Oct 09)/Prom.(Ene-Oct 08)

Al igual que el mes anterior, en octubre, la percepción de la situación económica del país a uno y tres años ha empeorado (-1,1% y -2,5% respectivamente). No obstante la disminución de estos dos meses no ha sido suficiente como para que el subíndice dejara la zona de importante optimismo, por lo que aún se encuentra en la franja más optimistas del espectro. Cabe destacar, que este subíndice sería el más sensible al rumbo de política económica que se definirá en los próximos meses.

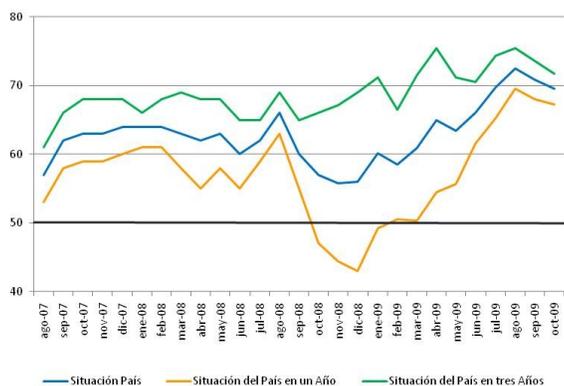
A diferencia de lo que perciben para el país, los consumidores esperan una mejor situación económica personal (actual y futura). Este subíndice en este mes podría estar influenciado, al igual que en otros países, por un factor de estacionalidad, que aumenta el optimismo de los consumidores en el último trimestre del año.

Por último, la predisposición a comprar bienes durables este mes crece al impulso de la predisposición de compra de electrodomésticos mientras se observa mayor cautela en la de compra de casas y autos. La evolución del primer componente sería explicado principalmente por la nueva caída del tipo de cambio que se registra en el mes de octubre; mientras que la predisposición a comprar vehículos e inmuebles podría estar afectada por la mayor incertidumbre hacia el futuro, a la que ya se hizo referencia, ya que involucra un horizonte temporal más extenso.

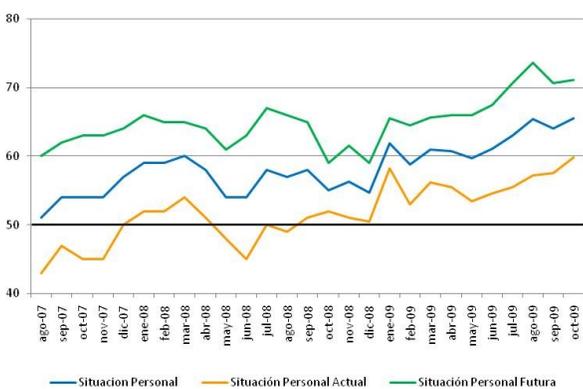
ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (*)



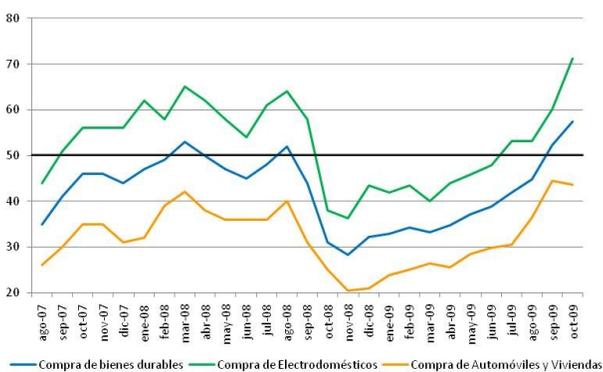
SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS (*)



SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL (*)



PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES (*)

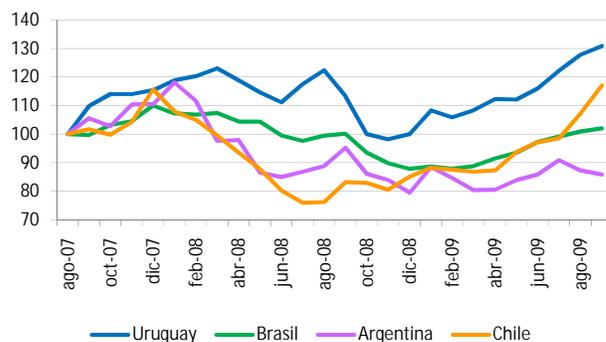


(*) Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR EN LA REGIÓN

Los países de la región, al igual que muchos otros países del mundo, relevan sistemáticamente la evolución de la Confianza del Consumidor. De la comparación de lo que sucede en Uruguay con las economías vecinas (Argentina, Brasil y Chile) surgen algunas conclusiones. En primer lugar, se constata la existencia de ciertos movimientos comunes que señalarían la presencia de factores externos (el ciclo de la economía internacional, los precios de los commodities y el flujo de capitales) que influyen en toda la región. En segundo lugar, también se identifican algunos elementos que son particulares de cada economía.

ÍNDICES DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR EN LA REGIÓN¹



Fuente: Elaboración propia en base a Fundación Getulio Vargas, Adimark GfK, Universidad Torcuato di Tella.

El año 2008 culminó con un nivel de confianza del consumidor en la región menor al inicial, siendo Argentina y Uruguay los más y menos afectados respectivamente (-28% y -13%). La crisis internacional en especial, afectó los ICC de todos los países, siendo la confianza uruguaya la más golpeada, la chilena la primera en anticiparlo, la brasilera la más estable, mientras que en Argentina se sumó al impacto de la "crisis del campo" profundizando el deterioro.

Por otro lado, los primeros 9 meses de 2009 muestran comportamientos diferentes de los ICC. En Argentina no se registra, aún, un repunte de la confianza, permaneciendo en niveles de pesimismo moderado y atendible. La confianza de los consumidores en Brasil ha tenido un crecimiento lento pero persistente. Por último, Chile y Uruguay han presentado una evolución más favorable en este período. De todas formas, no puede perderse de vista que mientras Uruguay y Brasil se han ubicado en zonas de optimismo, los chilenos y argentinos continúan pesimistas.

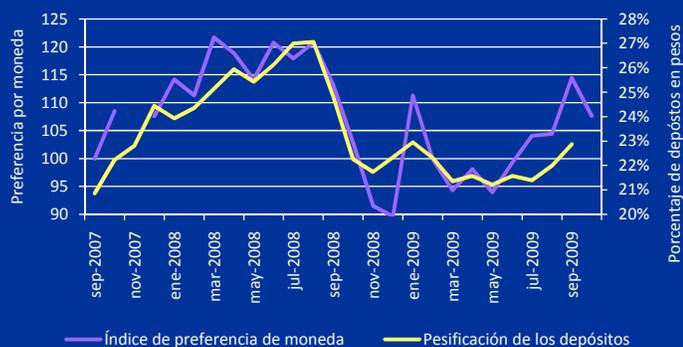
Finalmente, la confianza de los consumidores uruguayos se ubica sistemáticamente por encima de la del resto de la región, posicionando a los consumidores locales como los más optimistas en el período.

¹ Se presentan los ICC con valor inicial 100 en agosto de 2007 y se compara su evolución hasta setiembre 2009 ya que los datos de octubre para otros países no se encontraban disponibles al cierre de este informe.

Preferencia por moneda de los depósitos

El Programa de Opinión Pública y Confianza Económica (POPCE) releva otros indicadores que mensualmente se comentan en esta sección. Este mes se presenta un índice que mide la evolución de las preferencias de los consumidores uruguayos por moneda a la hora de depositar dinero¹.

Preferencia por la moneda nacional en los depósitos²



Fuente Elaboración propia en base a Programa de Opinión Pública y Confianza Económica y Banco Central del Uruguay.

El índice de preferencia por la moneda local para los depósitos está altamente correlacionado con el grado de pesificación de los depósitos del sector privado ($\rho = 85\%$). En consecuencia, el índice sería capaz de mostrar los cambios en la tendencia de la estructura por moneda de los depósitos privados, antes de que dicho dato esté disponible. Para este mes en particular, sería esperable que disminuyera la participación de los depósitos en moneda nacional en el total.

Por otro lado, como lo indicaría la teoría, el indicador y el grado de pesificación de los depósitos guardan una relación inversa con el tipo de cambio nominal ($\rho = -90\%$ y -94% respectivamente). En este sentido, a medida que el peso se fortalecía entre setiembre 2007 y agosto 2008 (el tipo de cambio pesos/dólar caía 16.7%), crecía la preferencia por depósitos en pesos (6,2%). A partir de setiembre de 2008 la inestabilidad del sistema financiero internacional condujo a los consumidores uruguayos, siguiendo la tendencia del resto del mundo, a traspasar sus activos a dólares. Al disminuir dichas turbulencias, los consumidores comenzaron a recuperar, lentamente, la confianza en el peso uruguayo, alcanzando en julio de 2009 niveles similares a los registrados en 2007, pero aún debajo de los valores de pre-crisis.

¹ El índice se calcula con la misma metodología que el Índice de Confianza del Consumidor (ver nota metodológica) a partir de la pregunta: "Si un familiar suyo dispusiera de algún dinero para depositar o colocar en un banco; usted qué le recomendaría: ¿moneda nacional o moneda extranjera?" Se le asignó 100 al primer dato, de manera que valores superiores a 100 indican que aumenta la preferencia por la moneda nacional y viceversa.

² La pesificación de los depósitos es el porcentaje de depósitos en pesos sobre el total de depósitos del sector privado residente (a la vista y a plazo).

Siguiendo la metodología del Índice de Confianza del Consumidor (ICC) de la Universidad de Michigan, el ICC en Uruguay es elaborado por Equipos Consultores desde agosto de 2007. Se construye en base a 6 preguntas con respuestas precodificadas positivas, negativas y neutras (donde se incluye la opción no sabe, no contesta).

Pregunta 1: ¿Cómo cree será la situación económica del país dentro de un año: mejor, igual o peor que la actual? (Situación País en 1 año)

Pregunta 2: ¿Cómo cree será la situación económica del país dentro de tres años, mejor, igual o peor que la actual? (Situación País en 3 años)

Pregunta 3: ¿Cómo es su situación económica personal en relación a un año atrás: diría que mejoró, se mantiene igual o empeoró? (Situación Personal Actual)

Pregunta 4: ¿Qué cree que ocurrirá con su situación económica personal dentro de un año; cree que mejorará, se mantendrá igual o empeorará? (Situación Personal Futura)

Pregunta 5: ¿Cree que éste es un buen momento para realizar compras, como por ejemplo electrodomésticos? (Compra de electrodomésticos)

Pregunta 6: ¿Cree que es éste un buen momento para realizar compras más importantes como autos, o para cambiar de casa? (Compra de automóviles y vivienda)

Las preguntas se agrupan en tres subíndices, de manera que las preguntas 1 y 2 forman el subíndice de situación económica del país; las 3 y 4 el de situación económica personal, y las 5 y 6 el de predisposición de compra de bienes durables. El ICC resulta del promedio simple de estos tres subíndices.

En base a la fórmula que sigue, el valor que computa la pregunta se calcula descartando las respuestas neutras, donde 50 sería el valor de equilibrio (igual cantidad de consumidores con respuestas positivas y negativas):

$$V = 50 \times (p - n + 1) \quad \text{donde: } p \text{ la proporción de respuestas positivas y } n \text{ la proporción de respuestas negativas.}$$

Las zonas de confianza se clasifican en de Importante optimismo (70 a 100), Atendible optimismo (60 a 69) Moderado optimismo (51 a 59), Moderado pesimismo (40 a 49), Atendible pesimismo (30 a 39) e Importante pesimismo (0 a 29).

Se elabora en base a una encuesta telefónica con una muestra de 400 individuos de 18 años o más de las zonas urbanas de todo el país con teléfono fijo. Las personas a entrevistar se seleccionan a partir de un método de muestreo probabilístico de hogares particulares, que poseen teléfono fijo y en ciudades de más de 10.000 habitantes de todo el país, según el censo poblacional de 2004. El margen de error esperado es de +/- 4,8%, con un 95% de confianza.