

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



A un año de la eclosión de la crisis internacional, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) crece por cuarto mes consecutivo, recuperándose tras la fuerte caída de setiembre de 2008. Sin embargo, en el presente mes, se observa que la confianza del consumidor muestra menor dinamismo que en los últimos tres meses. A su vez, la evolución al alza del índice general se da en un marco en el que disminuyen los subíndices de percepción de la situación económica personal y del país. En otras palabras, el aumento del ICC en el mes de setiembre responde exclusivamente a una fuerte suba del subíndice de predisposición a comprar bienes durables, lo que estaría respondiendo básicamente a la caída de la cotización del dólar en el mercado local.

Con el incremento del mes de setiembre (2,4%), el ICC alcanza un nuevo máximo muestral y se mantiene dentro de la zona de optimismo atendible (entre 60 y 69). El crecimiento del subíndice de predisposición de compras de bienes (16,6%) logró contrarrestar la disminución del subíndice de situación económica del país y el de situación económica personal (-2,3% y -2,0% respectivamente).

	% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Índice de Confianza del Consumidor		2,4	15,6	-1,5
Situación Económica del País		-2,3	18,1	4,1
A un año		-2,1	23,8	-0,1
A tres años		-2,4	13,3	7,8
Situación Económica Personal		-2,0	10,5	7,5
Actual		0,5	12,7	10,9
A un año		-4,0	8,7	4,8
Predisposición de compra de bienes		16,6	18,8	-19,5
Electrodomésticos		13,0	3,6	-20,7
Casa y Autos		21,9	43,5	-18,1

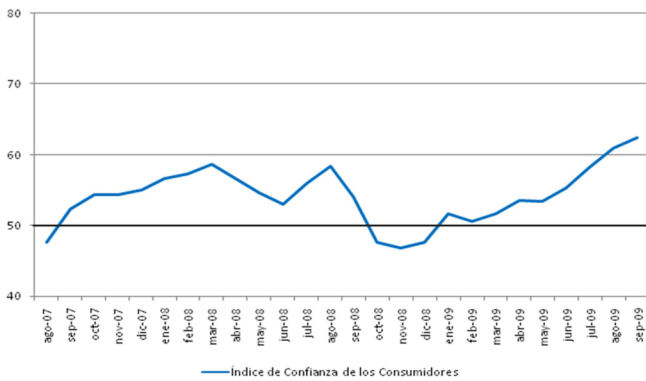
(*) Mensual: Set 09/Ago 09; 12 Meses: Set 09/Set 08; Prom.anual: Prom.(Ene-Set 09)/Prom.(Ene-Set 08)

En la percepción de la situación económica del país, se han observado comportamientos diferentes en el último año: mientras que las perspectivas a un año resultaron sacudidas por la crisis internacional que se profundizó en setiembre, la de situación del país a tres años no resultó afectada. Como consecuencia, estos componentes siguieron trayectorias divergentes hasta que en agosto y de manera más definitiva en setiembre, el proceso comenzó a revertirse, alineándose nuevamente las perspectivas respecto al corto y mediano plazo. No obstante, cabe señalar que en setiembre ambas presentaron una ligera caída.

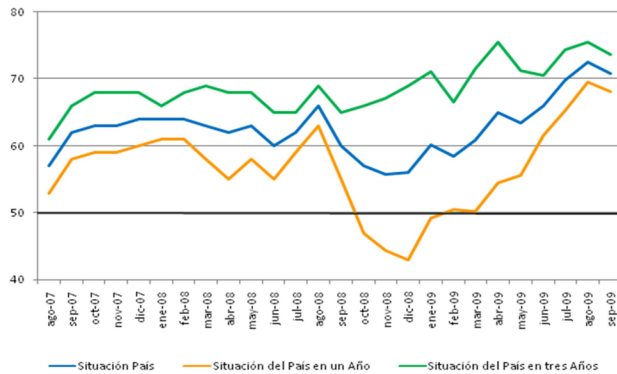
La situación económica personal continúa mostrando que los consumidores son más optimistas en relación a su futuro (zona de atendible optimismo) que con respecto a su situación actual (zona de optimismo moderado). No obstante, este mes, los consumidores perciben que la situación actual ha mejorado levemente si se la compara con el mes anterior (0,5%), mientras que las perspectivas sobre el futuro han caído (-4,0%).

Por último, la predisposición a comprar bienes durables ha sido el motor del crecimiento del ICC en setiembre al impulso del máximo muestral que ha alcanzado la predisposición de compra de automóviles y viviendas (21,9%) y de la entrada a la zona de optimismo atendible de la predisposición de compra de electrodomésticos (13,0%). Como ya se ha señalado, este comportamiento es consistente con la apreciación de la moneda local, que abarata relativamente la canasta de bienes importados y el financiamiento de los inmuebles.

ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (*)



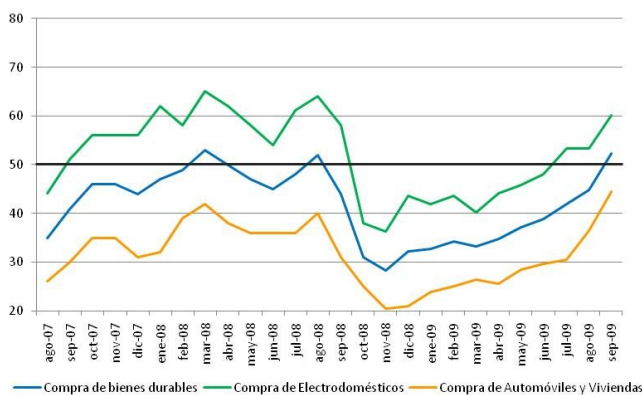
SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS (*)



SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL (*)



PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES (*)

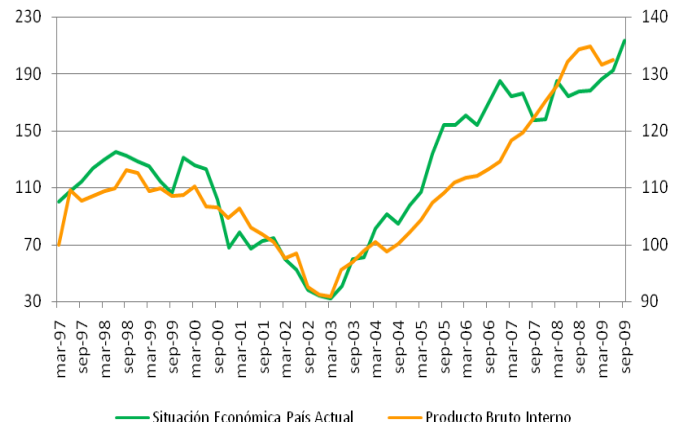


(*) Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO

Como parte del sistema regular de medición de Opinión Pública de Equipos MORI¹ se le pregunta a los encuestados sobre su percepción acerca de la Situación Económica del País Actual (SEPA). El análisis de la SEPA resulta de interés en la medida en que adelantaría información sobre la evolución de la tendencia del Producto Bruto Interno (PBI)².

SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL Y PBI



Fuente: Programa de Opinión Pública y Economía en base a Equipos MORI y Banco Central del Uruguay

Se ha encontrado que para el período comprendido entre el primer trimestre 2007 y el segundo de 2009, la correlación entre el PBI trimestral y la SEPA es muy elevada ($\rho=0,90$). En otras palabras, para el período considerado, la percepción de los encuestados respecto a la situación económica del país replica muy cercanamente el desempeño real de la economía nacional en el mismo trimestre. No obstante, considerando que la información sobre la SEPA se encuentra disponible pocos días hábiles luego de terminado el trimestre, y que el PBI trimestral normalmente se conoce con unos tres meses de rezago, el disponer de esta serie permitiría adelantar información sobre la tendencia que va registrando la actividad económica.

Si bien este análisis no permite extraer conclusiones sobre la magnitud de la variación del producto, en virtud del crecimiento registrado por la SEPA durante los meses de julio a setiembre de 2009 se podría anticipar que en el tercer trimestre del año la actividad económica habría registrado tendencia al alza.

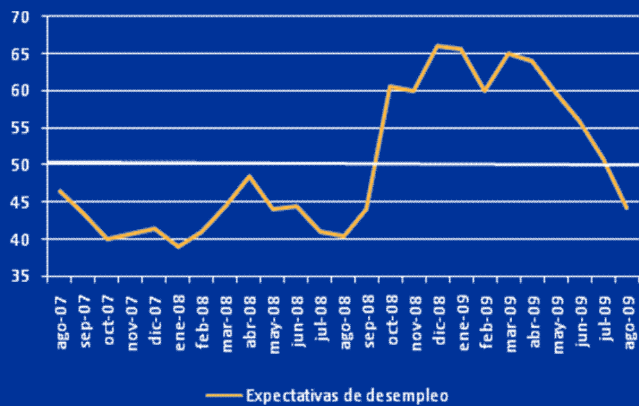
¹ En estas mediciones mensuales se encuestan a 900 personas mayores de 18 años de zonas urbanas y rurales de todo el país. Los encuestados se seleccionan en base a una muestra probabilística de hogares, aplicando cuotas de sexo y edad en la elección del entrevistado. El margen de error esperado para una muestra de 900 casos es de +/-3.2% considerando un intervalo de confianza del 95%.

² Si bien las mediciones regulares tiene frecuencia mensuales, la pregunta no se releva todos los meses por lo que el índice se construyó a partir del promedio de los datos disponibles para cada trimestre. El Índice de Situación Económica del País Actual se desestacionalizó utilizando el programa DEMETRA 2.2, por el método X-12-ARIMA con componente irregular, para que sea consistente con el Índice de Volumen Físico del PBI desestacionalizado elaborado por el Banco Central del Uruguay.

Percepción sobre evolución del desempleo

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 incorpora las perspectivas sobre la evolución del desempleo según los consumidores uruguayos¹.

Percepción sobre evolución del desempleo



Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica.

La percepción de los consumidores uruguayos sobre qué ocurrirá con el desempleo se había mantenido relativamente estable (y ligeramente optimista) hasta agosto de 2008. La noticia de la crisis internacional en setiembre impactó fuertemente sobre las expectativas de desempleo de los consumidores. A partir de junio de 2009, mes en que el ICC retoma un crecimiento sostenido, mostrando una recuperación generalizada de las expectativas, consistentemente, comienza una tendencia decreciente de las expectativas de desempleo, que continúa hasta setiembre 2009 acercándose al mínimo histórico registrado en enero de 2008. En consecuencia, parece haberse recuperado la confianza en el mercado laboral, lo que se confirma con la relativa estabilidad de la tasa de desempleo y niveles de tasa de actividad y empleo cercanos a sus máximos históricos.

Al analizar en el mes de setiembre 2009 las opiniones por atributos de los encuestados se encontró que, según el segmento etario, las personas mayores de 50 años son los que presentan perspectivas más pesimistas. En cuanto al nivel socioeconómico, el grupo más optimista corresponde al estrato más bajo. No se encontraron diferencias significativas según sexo, región o nivel educativo.

¹ El índice se calcula con la misma metodología que el Índice de Confianza del Consumidor (ver nota metodológica) a partir de la pregunta: "En cuanto al nivel de desempleo dentro los próximos 12 meses, ¿cree usted que habrá más desempleo, aproximadamente el mismo o menos desempleo que en la actualidad? "

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.