

## 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  
Cecilia Plottier  
Carolina Rocha

### Equipos Consultores

César Aguiar  
Alejandro Cavallo  
Luciana Bonilla

<http://economia.ucu.edu.uy/popce>  
[economia@ucu.edu.uy](mailto:economia@ucu.edu.uy)



El Índice de Confianza del Consumidor cae en marzo como consecuencia del deterioro de los tres subíndices que lo componen. Luego del máximo alcanzado en febrero, interrumpe el desempeño creciente registrado desde diciembre de 2009, mostrando señales de una posible estabilización en la zona de atendible optimismo, luego de la tendencia creciente que –con algunas interrupciones– presenta desde fines de 2008, al superarse los temores por la crisis financiera internacional. Por otro lado, mientras los indicadores a corto plazo se mantienen relativamente estables, las expectativas de los consumidores a largo plazo se presentan ligeramente a la baja, y continúa disminuyendo la predisposición a comprar bienes durables.

En marzo el ICC disminuye 2,8%, luego de aumentar sostenidamente desde diciembre. Este desempeño es consecuencia de la caída de sus tres subíndices, en especial por la disminución de la *predisposición de compra de bienes* (-6,7%), mientras que la percepción sobre la *situación económica del país* y la *situación económica personal* experimentaron ligeras caídas (-1,1% en ambos casos).

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
<b>Índice de Confianza del Consumidor</b>	-2,8%	24,3%	27,4%
Situación Económica del País	-1,1%	16,2%	18,1%
A un año	-0,1%	37,1%	37,2%
A tres años	-2,1%	1,5%	4,4%
Situación Económica Personal	-1,1%	9,3%	10,3%
Actual	0,7%	11,3%	11,4%
A un año	-2,6%	7,6%	9,4%
Predisposición de compra de bienes	-6,7%	66,8%	74,8%
Electrodomésticos	-2,0%	64,8%	64,2%
Casas y Autos	-12,7%	69,9%	92,6%

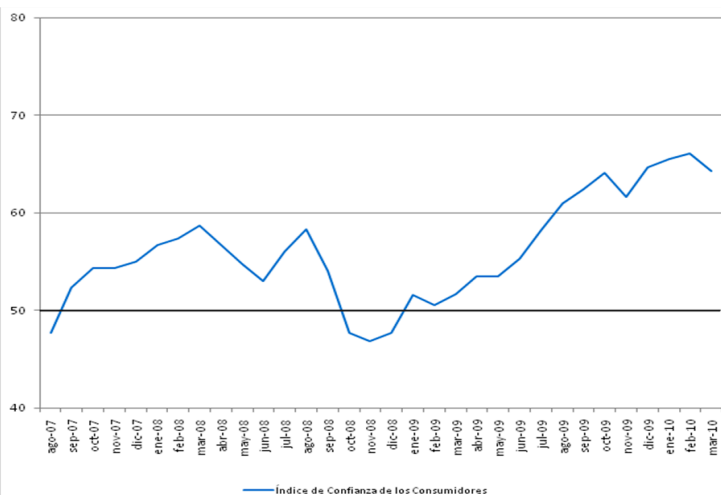
(\*) Mensual: Mar 10/Feb 10; 12 Meses: Mar 10/Mar 09; Prom. anual: Prom.(Ene-Mar 10)/Prom.(Ene-Mar 09)

A pesar de la evolución negativa, los consumidores se mantienen optimistas respecto a la *situación económica del país* a uno y tres años, observándose una convergencia entre las expectativas sobre el desempeño económico a corto y largo plazo, lo que sería normal en épocas de estabilidad. Mientras, las expectativas a corto plazo se mantienen estables (-0,06%) las perspectivas a más largo plazo caen (-2,1%), aunque conservando un nivel superior de confianza (importante optimismo). Considerando la elevada correlación entre estas variables y el salario real, el relativo repunte de precios que se observa (en marzo la inflación superó el rango objetivo) podría estar incidiendo en el proceso de formación de expectativas a más largo plazo.

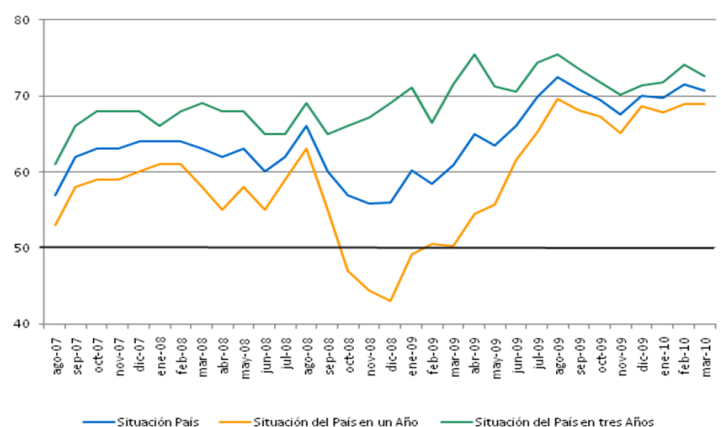
En lo que respecta a la *situación económica personal*, mientras perciben una situación similar respecto a la de un año atrás (0,7%), las expectativas para dentro de un año han empeorado (-2,6%). Igualmente, en niveles, las perspectivas a futuro aún se mantienen por encima de la percepción de la situación actual con respecto a la de un año atrás.

Finalmente, la *predisposición a comprar bienes durables* vuelve a disminuir (-6,7%), ahora como consecuencia de la disminución en la *predisposición de compra de casas y autos* (-12,7%) y también en la menor *predisposición de compra de electrodomésticos* (-2,0%). Si bien el número de observaciones no permite desestacionalizar las series, este comportamiento sería esperable luego del crecimiento observado a fines y principio de año, cuando aumenta la liquidez de la economía por el cobro del medio aguinaldo y las vacaciones estivales.

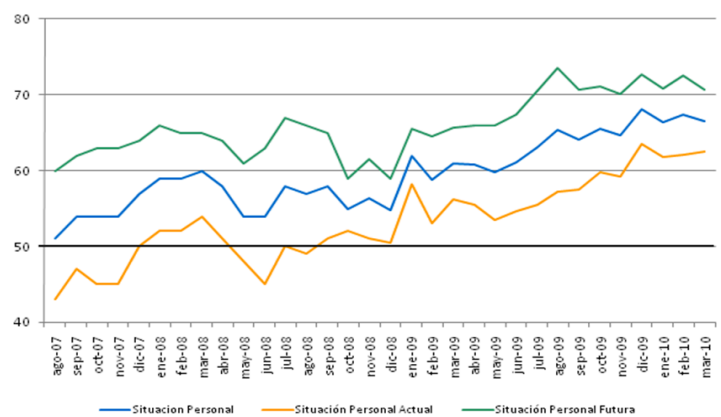
## ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (\*)



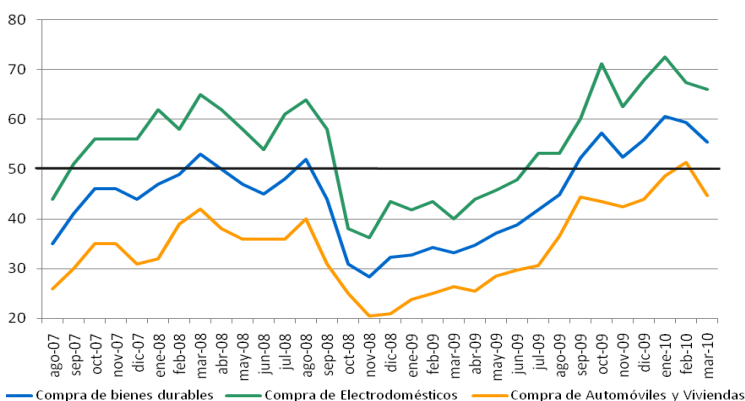
## SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS (\*)



## SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL (\*)



## PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES (\*)

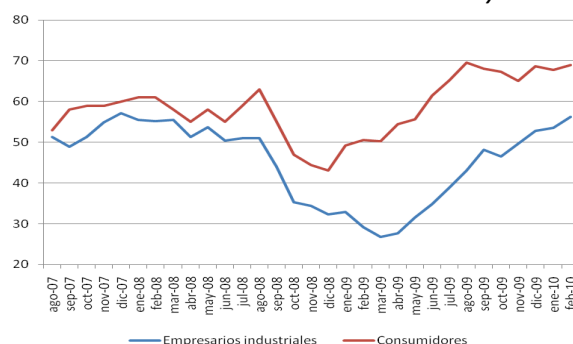


(\*) Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

## ¿CÓMO EVOLUCIONA LA CONFIANZA DE LA INDUSTRIA CON RESPECTO A LA DE LOS CONSUMIDORES?

Con el objetivo de ampliar la información que brinde indicios sobre la evolución de la actividad económica, se complementa el análisis de las expectativas de los consumidores con las del sector industrial. A tales efectos, utilizando la información sobre *las expectativas para la economía en los próximos seis meses* de la Encuesta Mensual Industrial<sup>1</sup> (EMI), relevada mensualmente por la Cámara de Industrias del Uruguay, se construye un Índice de Confianza Industrial en la Economía<sup>2</sup> (ICIE), el cual se compara con la percepción sobre la *situación económica del país a un año*.

### Expectativas sobre la economía: industriales y consumidores



Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica, Cámara de Industrias del Uruguay.

Considerando el período agosto 2007 – febrero 2010, la percepción de consumidores y empresarios industriales ha evolucionado con tendencias similares ( $\rho=0,57$ ).

En general, los consumidores son más optimistas que los empresarios. Si se compara el promedio del período, los consumidores se muestran con un atencible optimismo, mientras que los industriales presentan un moderado pesimismo. En particular, el impacto de la crisis internacional afectó más significativamente las expectativas de los empresarios.

En línea con lo anterior, las expectativas de los industriales han mostrado una mayor volatilidad (desvío estándar 9,8 vs. 7,0). Dado que el indicador industrial evalúa la percepción a 6 meses, mientras que el de los consumidores lo hace a un año, tiene sentido que incorporen mayores elementos de coyuntura al elaborar sus expectativas y así, cambios que no son incluidos en una apreciación a un año por parte de los consumidores, sí se reflejan en las expectativas empresariales. Luego del primer trimestre de 2009, tanto consumidores como industriales, comienzan a percibir mejoras de corto plazo en la evolución de la economía, y en el primer bimestre de 2010, ambos se ubican en niveles de optimismo. Cabe destacar por tanto, como agentes que están expuestos a diferentes niveles de información y decisiones, pueden formar expectativas que, pese a sus particularidades, marcan tendencias similares.

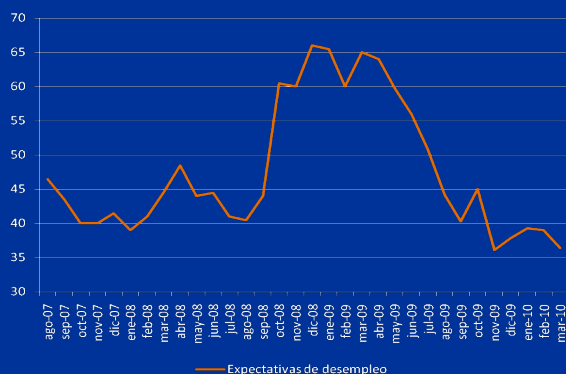
<sup>1</sup> Muestra de 170 empresas industriales. Ver metodología en <http://www.ciu.com.uy>.

<sup>2</sup> El ICIE se calcula siguiendo la metodología del ICC (ver nota metodológica).

## ¿Cómo se percibe la evolución del desempleo?

El Programa de Opinión Pública y Confianza Económica (POPCE) releva otros indicadores además de los que integran el ICC. Este mes se retoma el análisis de setiembre de 2009, sobre las perspectivas de evolución del desempleo a un año<sup>1</sup>.

Percepción sobre evolución del desempleo a un año



Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica.

Desde setiembre, los consumidores uruguayos han fortalecido la percepción positiva sobre la disminución del desempleo que ya se observaba, estimando, en general, que este continuará disminuyendo en los doce meses siguientes. En línea con tasas de desempleo históricamente bajas para Uruguay, la evolución del indicador ha ocasionado que en noviembre de 2009 y en el presente mes se registren mínimos desde agosto de 2007.

Sin embargo, pruebas empíricas muestran que los consumidores a la hora de formar expectativas sobre el desempleo a un año no considerarían el desempeño actual del mercado laboral, sino que lo asociarían con lo que esperan le suceda a la economía. Las expectativas de desempleo presentan una alta correlación ( $\rho = -0,77$ ) con la percepción de la *situación económica a un año*. Por tanto, los consumidores no se limitarían a proyectar hacia el futuro la evolución reciente del desempleo sino que actuarían más bajo un esquema de expectativas racionales. En este marco, el incremento del desempleo del mes de marzo, no les sería relevante para lo que esperan suceda con el desempleo en un año.

Analizando las expectativas por atributos, en marzo no se identifican diferencias significativas según sexo y región respecto a seis meses atrás. Sin embargo, se identificaron algunos cambios: mientras el estrato socioeconómico más bajo era el que manifestaba ser más optimista, en marzo 2010 se aprecia homogeneidad según nivel socioeconómico. Por otra parte, se muestran más pesimistas las personas entre 40 y 49 años y se tornan más optimistas los de más de 60. También existen diferencias según nivel educativo, detectándose un mayor pesimismo en los individuos con instrucción terciaria.

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

## NOTA METODOLÓGICA

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.