

Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Universidad Católica del Uruguay
Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento de Economía

Departamento de Economía

Equipos Consultores

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

El mes de febrero se mostró relativamente estable en materia de confianza de los consumidores, puesto que el Índice de Confianza presenta una mejora de 0,9%, que resulta de variaciones relativamente bajas de sus tres subíndices. Las expectativas sobre la situación económica del país es la que presenta mayor cambio en el mes, subiendo básicamente a impulso de una mejora del indicador de expectativas para el próximo año. En el mes mejoraron las expectativas de los consumidores en relación a la inflación y al desempleo, aunque cayó el porcentaje de familias que pensaban que sus ingresos familiares crecerían en el próximo año. La predisposición a la compra de bienes durables permanece estable, siendo que en el promedio del año 2011 la predisposición a comprar electrodomésticos cayó ligeramente en relación a 2010 (-3,8%), aunque mostrando segmentos en que la caída fue más pronunciada: los hombres en relación a las mujeres, los consumidores de Montevideo en relación a los del interior, los mayores de 40 años de edad respecto de los más jóvenes, y el segmento de mayores ingresos.

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) en febrero se incrementó 0,9%. Los valores del ICC muestran que desde setiembre de 2010, sistemáticamente, todos los meses se ha ubicado por debajo del mismo mes del año anterior. De este modo, en el primer bimestre de 2012 se ubica 8,8% por debajo de enero-febrero de 2011. El indicador que mide las expectativas sobre *la situación económica del país* es el que permanece más deprimido, pese al incremento observado en el mes (2,7%). Tanto a nivel personal como país, en materia de horizonte temporal, las expectativas que más han bajado en relación a un año atrás son aquellas sobre la situación para los próximos 12 meses, pese al repunte en el mes.

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Índice de Confianza del Consumidor	0,9	-6,9	-8,8
Situación Económica del País	2,7	-12,9	-15,0
A un año	4,2	-15,0	-17,7
A tres años	1,4	-11,0	-12,4
Situación Económica Personal	0,4	-3,9	-5,4
Actual	-1,2	-2,8	-2,6
A un año	1,9	-4,8	-7,9
Predisposición a la compra de bienes	-0,5	-3,1	-5,2
Electrodomésticos	-0,9	-0,2	-1,0
Casa y Autos	0,1	-7,2	-11,1

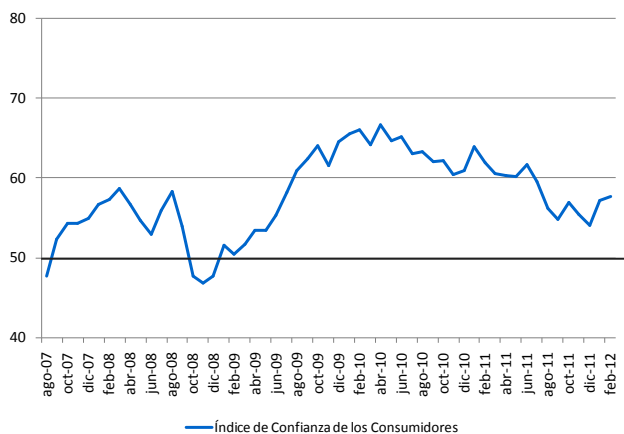
(*) Mensual: Feb.12/Ene.12; 12 Meses: Feb.12/Feb.11; Prom.anual: Prom.(Ene-Feb.12)/Prom.(Ene-Feb.11)

La expectativa sobre la *situación económica del país a un año* mejoró en febrero, coincidiendo con menores expectativas de inflación y de desempleo. De los consumidores consultados, el 31% cree que en un año la economía estará en mejor situación, en relación al 20% que cree que estará peor. Por su parte, consultados por la situación a tres años, el 37% cree que la economía estará en mejor posición.

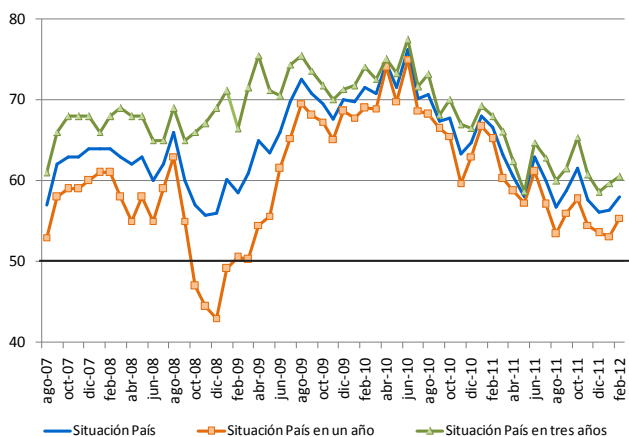
Si bien las expectativas sobre la *situación económica personal* para el próximo año muestran un índice 7,9% menor al de un año atrás, en el mes de febrero hubo cierta mejoría en dicha percepción (1,9%), en tanto el subíndice resulta contrarrestado por una percepción de que, en la actualidad, su situación es peor a la de 12 meses atrás.

La *predisposición a comprar bienes durables* permanece relativamente estable en el mes, siendo que la mejora de la predisposición a comprar casas y autos no revierte la caída experimentada en el segundo semestre del año pasado.

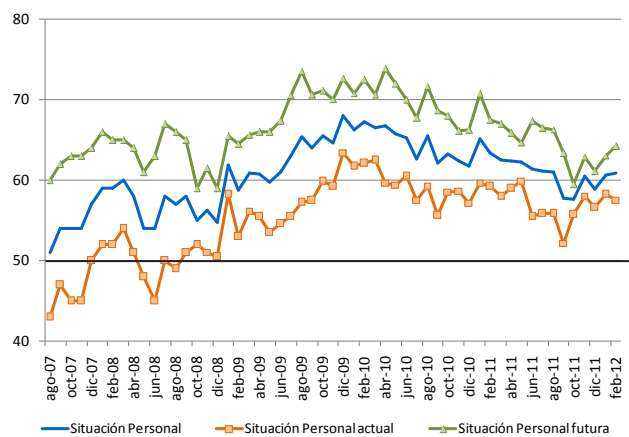
ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES



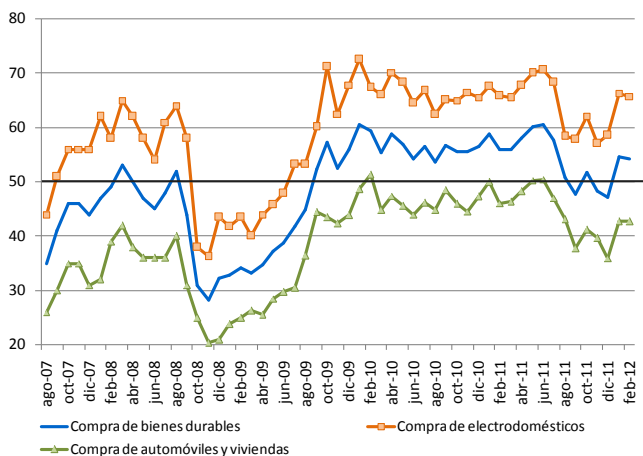
SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS



SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL



PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES



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

EN 2011, CONSUMIDORES HOMBRES, MAYORES DE 40 AÑOS, DE MONTEVIDEO, Y DE MAYORES INGRESOS, AJUSTAN MÁS A LA BAJA LA PREDISPOSICIÓN A LA COMPRA DE ELECTRODOMÉSTICOS

Durante el año 2011, en promedio, la predisposición a la compra de electrodomésticos fue ligeramente inferior a la del año 2010, pero mostrando mayor volatilidad a lo largo de los meses. Esta menor estabilidad del indicador obedecería a que si bien la cotización del dólar en el mercado local no presentó mayores cambios, la elevada incertidumbre que se generaba en los mercados internacionales impactaba en la confianza de los consumidores locales y en su predisposición a embarcarse en gasto de bienes no imprescindibles.

Comparando los promedios de ambos años, se puede apreciar que los hombres ajustaron su predisposición más a la baja que las mujeres (-5,3% y -3,2%, respectivamente), presentando éstos en particular al mes de diciembre de 2011 una predisposición 15,0% menor a la de un año atrás.

Mientras en el año 2010 no se registraban mayores diferencias considerando los diferentes rangos etarios (salvo las personas mayores de 60 años que presentaban una predisposición ligeramente menor), se observa un mayor ajuste a la baja de la predisposición de las personas de entre 40 y 49 años, y entre 50 y 59 años, (-9,0% y -8,0%, respectivamente). De esta manera, el promedio del año 2011 termina mostrando diferencias en la predisposición a la compra entre los menores de 40 años de edad (el indicador se ubica entre 66% y 67%) y los mayores de 40 años, en cuyo caso se ubicó entre 61% y 63%. Estas diferencias se marcaron más hacia fin de año.

Por otra parte, se observa que la contracción de la predisposición a comprar electrodomésticos es mayor en la población de Montevideo que en la del interior, posiblemente reflejando la recuperación de precios internacionales de los *commodities* agropecuarios durante el año 2011.

Analizando la evolución de la predisposición a la compra de electrodomésticos según el tramo de ingresos de la población consultada, se observa que a mayor ingreso, mayor caída de la predisposición. Mientras en el año 2010, el tramo de mayores ingresos manifestaba una predisposición a la compra 43% mayor a la del extremo de menores ingresos, esa brecha cayó a 33% en 2011, debido a que el tramo de mayores ingresos mostró una caída de 8,6% en el promedio del año (16,5% si se comparan los meses de diciembre de ambos años).

En síntesis, durante el año 2011, se observó una ligera caída de la predisposición a la compra de electrodomésticos, siendo los segmentos de mercado representados por mujeres, menores de 40 años de edad, las personas del interior del país y los consumidores de menores ingresos, aquellos donde la predisposición a la compra cayó menos. Este comportamiento se profundiza en los dos primeros meses de 2012.

CONDICIONES ACTUALES, CONDICIONES FUTURAS Y OTROS INDICADORES DE CONFIANZA

% Variación (*)	Mensual	12 Meses	Prom. Anual
Condiciones actuales	-0,9	-3,0	-3,9
Condiciones futuras	2,4	-10,2	-12,6
Expectativas inflación	-5,9	-22,0	-9,5
Expectativas desempleo	-7,0	7,0	15,7
Expectativas ingresos	-11,7	-8,1	-5,0
Capacidad de ahorro	4,3	0,8	0,9

(*) Mensual: Feb.12/Ene.12; 12 Meses: Feb.12/Feb.11; Prom. anual: Prom.(Ene-Feb.12)/Prom.(Ene-Feb.11)

En febrero se interrumpió la mejora que se venía observando en el indicador de condiciones actuales, que prácticamente quedó estable debido a la influencia a la baja que imprimió la percepción de que la situación económica personal actual de los consumidores es inferior a la de un año atrás (en un contexto de *predisposición a comprar bienes durables* estable). No obstante, mientras la percepción sobre lo actual no dista mucho de la de un año atrás (-3,0%), se percibe mayor pesimismo –pese a la mejora del mes- respecto a las condiciones futuras, cuyo indicador en general está cayendo desde abril de 2010.

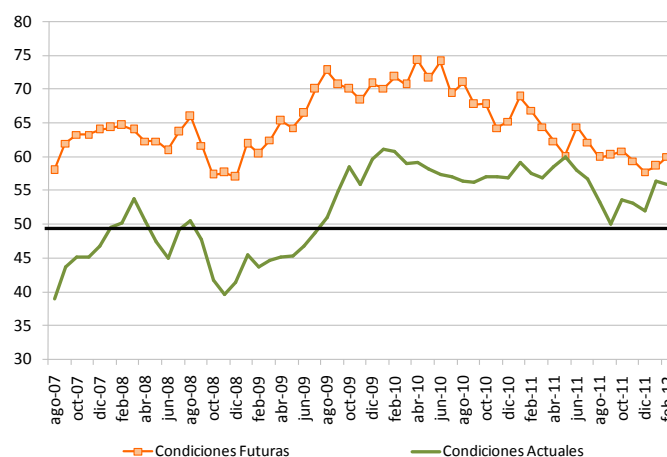
Si bien la inflación acumulada en 12 meses a febrero de este año es ligeramente superior a la de un año atrás, la acumulada en los 2 primeros meses del año es menor (1,57 vs 2,20%), lo que en un contexto de ciertas preocupaciones que plantean los analistas en materia de desaceleramiento de la economía, y tipo de cambio nominal estable, sostendría que sean menos los consumidores que continúan esperando *mucha* inflación (las respuestas en esta categoría pasan de 20% a 15%). Un hecho a destacar es que en febrero de 2011 se había alcanzado el mayor valor del subíndice de inflación esperada en los más de tres años que transcurren desde la eclosión de la crisis internacional de 2008. Por tanto, si bien el promedio de los últimos 12 meses del índice es 20,0% mayor al de los precedentes, cuando se compara febrero contra igual mes de 2011, se aprecia una caída significativa (22,0%).

Mejoraron en el mes las expectativas sobre el empleo. Por otra parte, a pesar de que más consumidores en febrero dijeron que su *situación económica personal* era peor a la de un año atrás, aumentó el índice de *capacidad de ahorro*, ya que creció el porcentaje de consumidores a quienes les “alcanza para ahorrar justo”, en detrimento de aquellos a los que les “alcanza bien” y “no les alcanza”.

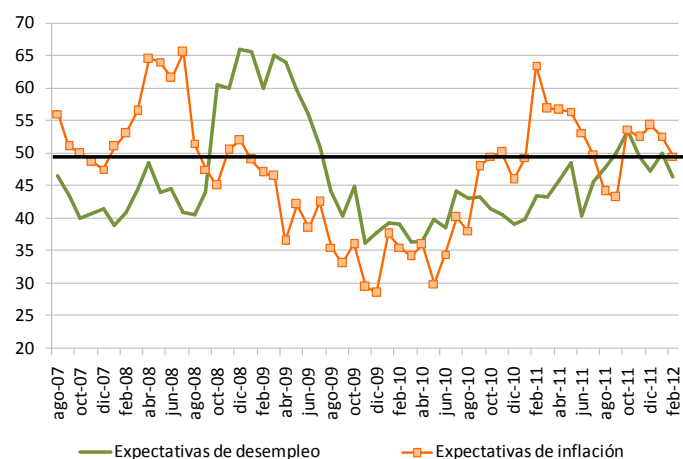
Por último, el único indicador que habría empeorado en el mes es el de las expectativas de ingresos de las familias, puesto que el porcentaje de familias que esperaba una mejora en los próximos 12 meses bajó de 35,2% a 23,2%.

Durante el mes no se registraron cambios en las preferencias para depósitos por moneda ni lugar.

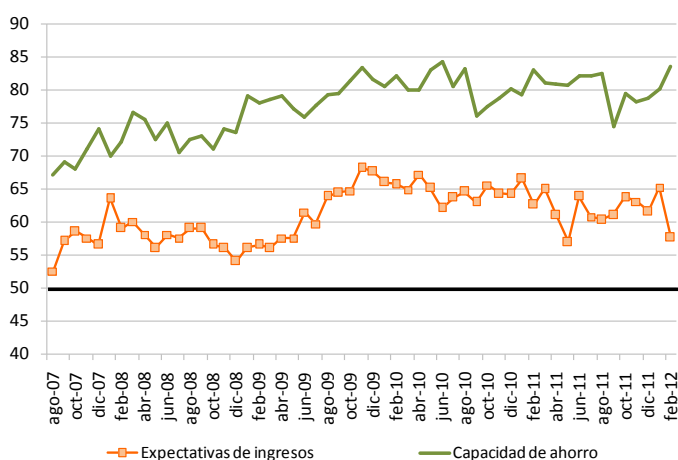
CONDICIONES ACTUALES Y FUTURAS



EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN Y DESEMPLEO



EXPECTATIVAS DE INGRESOS Y CAPACIDAD DE AHORRO



Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica.

Índice de Confianza del Consumidor

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.

Condiciones actuales y futuras

Reagrupando los subíndices que componen el ICC, se construye un índice sobre la percepción de las *condiciones actuales* y otro de expectativas sobre las *condiciones futuras*. Siguiendo la metodología que utiliza la Universidad de Michigan, el primero se construye ponderando las preguntas 3, 5 y 6, con un peso de 0,5, 0,25 y 0,25, respectivamente, mientras que el segundo indicador se construye con el promedio simple de las preguntas 1,2 y 4.

Otros indicadores de confianza

Se construyen, siguiendo la misma metodología del Índice de Confianza del Consumidor, con un rango de variación entre 0 y 100, en base a las siguientes preguntas y respuestas precodificadas (donde se incluye la opción no sabe, no contesta):

Expectativas de inflación: ¿Cuánto cree usted que subirán los precios dentro de los próximos 12 meses: mucho, bastante, poco o nada?

Expectativas de desempleo: En cuanto 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?

Expectativas de ingresos: Hablando de su nivel de ingreso familiar ¿cree ud. que en los próximos 12 meses estos aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

Capacidad de ahorro: El salario o sueldo que Ud. percibe y el total del ingreso familiar, ¿le permite cubrir satisfactoriamente sus necesidades? ¿En cuál de estas situaciones se encuentra ud.: le alcanza bien, puede ahorrar; le alcanza justo, sin grandes dificultades; no les alcanza, tiene dificultades; no le alcanza, tiene grandes dificultades?

Cálculo

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):

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

Zonas de confianza^(*)

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).

Muestra y margen de error

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.

^(*) En el caso de los indicadores de desempleo e inflación la escala se invierte ya que un mayor valor del indicador indica que los consumidores esperan un aumento en las variables.