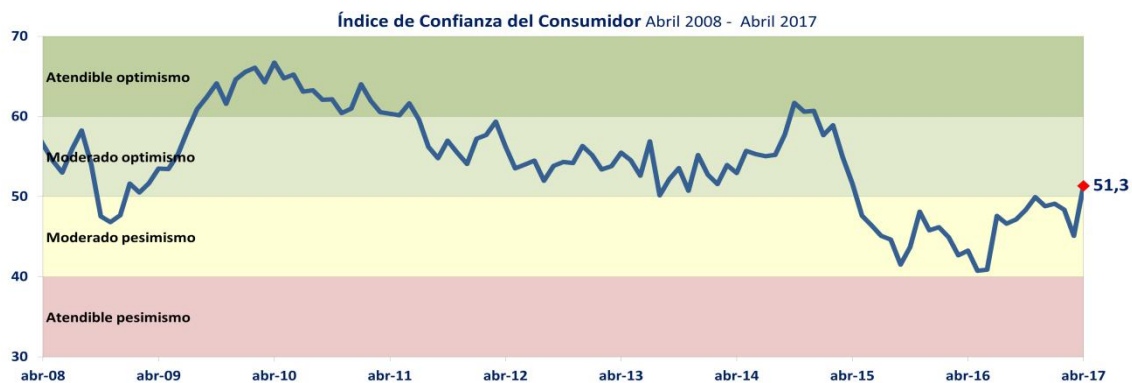


Cátedra SURA de Confianza Económica

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – ABRIL 2017

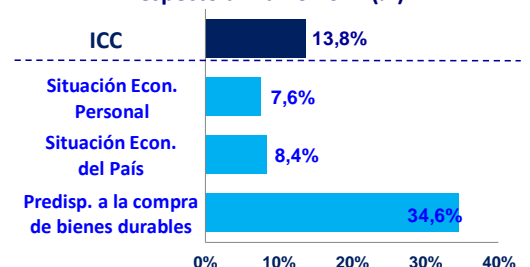
Luego de exactamente dos años, el Índice SURA de Confianza del Consumidor en el mes de abril salió de la zona de pesimismo, alcanzando un valor de 51,3. Esta recuperación de la confianza en abril (el ICC aumenta 6,2 puntos), representa un incremento de 13,8% del índice. Esta es la mayor variación mensual desde julio de 2016 (en que saliendo de mínimos históricos el ICC saltaba 16,4%). Al igual que en esa oportunidad, el fortalecimiento de la moneda local frente al dólar es parte de la explicación, pero en abril además se suma una inflación que continúa desacelerándose y se refleja en expectativas de inflación más bajas, lo que a su vez impacta positivamente en las expectativas sobre la “Situación económica del país” y “personal”. Este impacto positivo de las expectativas de inflación en la confianza es un factor que también se registra en los países de la región. La recuperación de la confianza en abril es generalizada en materia de “otros indicadores de confianza económica”, donde consistentemente se recuperan en relativamente importante magnitud las “expectativas de inflación” así como las de “ingresos de la familia” y las “expectativas de desempleo”.



Luego de que el ICC en noviembre quedara al límite de la zona de pesimismo (49,9), se había iniciado una racha de caída de la confianza, que en marzo se profundizaba con una caída de 3,3 puntos del ICC (6,7%). En este marco, la mitad de los 6,2 puntos de aumento del índice en abril recuperarían la caída del mes previo, y la otra mitad señalarían una convergencia a la tendencia de gradual mejora de la confianza que se había iniciado en el segundo semestre de 2016, y que finalmente en abril deja al ICC en zona de optimismo. En el mismo sentido, el subíndice que más se recupera en el mes (*Predisposición a la compra de bienes durables*: 34,6%), es el que más se había contraído en marzo (-18,0%), por lo que, nuevamente, la mitad de la recuperación del mes revierte la caída de marzo, y la otra mitad es la que se podría considerar una señal de mejor percepción del consumidor respecto a si es un “buen momento para comprar”. Señalábamos en el informe pasado que si bien en el primer trimestre de 2017 la *Predisposición a la compra* en promedio presentaba una recuperación, luego de la fuerte caída de marzo había que estar atentos al dato de abril. En tal sentido este dato indicaría que el consumo tendería a sostener su gradual recuperación.

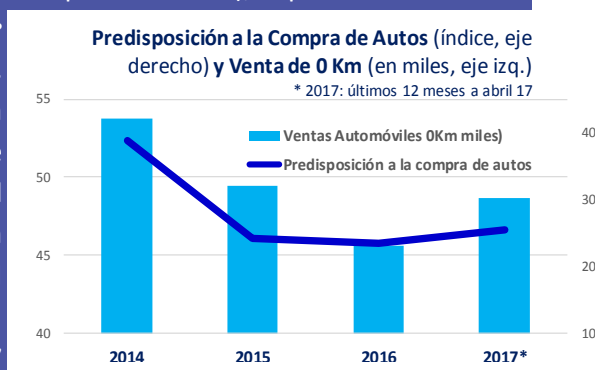
Para este resultado habrían sido clave, en un marco de marcada desaceleración de la inflación y de tipo de cambio que permanece en la franja de los \$28, las mejores *expectativas de inflación*, que se traducirían en mejores expectativas económicas a nivel personal y país, básicamente por su impacto en el poder de compra esperado de los *ingresos de las familias*. Este mismo fenómeno se observa en Argentina y Chile, donde en abril caen las expectativas de inflación y el ICC aumenta 12,8%, y 7,5%, respectivamente.

Variación del ICC en Abril 2017 respecto a Marzo 2017 (%)



Aumento de la *Predisposición a la compra de autos* señalaría repunte en ventas

Luego de tres años de caídas consecutivas de las ventas de automóviles 0 km, el año 2017 se perfila recuperándose. Con un fuerte impulso en abril (aumenta 29,8% respecto a marzo), el primer cuatrimestre del año promedió un índice de *Predisposición a la compra de autos* un 39,3% por encima del primer cuatrimestre de 2016. De esta manera, continúa la tendencia al alza que se observa desde el mínimo alcanzado por este índice en mayo de ese año. A pesar de esto, el promedio de esta *Predisposición* en el primer cuatrimestre de 2017 aún es menor al observado en 2015 (-8,8%) y significativamente menor a los de igual período de 2013 y 2014 (-26,0% y -16,2%, respectivamente). El aumento en la *Predisposición* en lo que transcurre de 2017



se corresponde con un mayor nivel de actividad en el mercado de los 0 km. El número de autos nuevos vendidos en el primer cuatrimestre del año fue de 16.484, que representa un aumento de 22,9% respecto al primer cuatrimestre de 2016. Dada la fuerte recuperación del ICC en el mes de abril y en el contexto de un dólar 10,8% menor al de abril 2016, se esperaría que la *Predisposición a la compra de autos* mantenga su tendencia en los próximos meses, indicando se sostendría la recuperación en este mercado.

En cuanto a las respuestas de los consumidores según sus atributos, comparando el primer cuatrimestre de 2017 respecto al de 2016 se aprecia que la recuperación de la *Predisposición* fue impulsada por consumidores con más años de estudio (entre consumidores con estudios terciarios aumenta 51,3%), y de nivel socio-económico más alto (61,4%). Asimismo, la *Predisposición* aumentó más entre los consumidores de más edad (aumentó 55,4% entre los mayores de 60 años), algo más entre los de Montevideo (41,5%), y más entre hombres que mujeres (43,7% vs 35,7%).

Otros Indicadores de Confianza Económica

En abril se registró una recuperación generalizada entre los “otros indicadores”. Entre estos, los tres que miden expectativas a 12 meses mostraron las mayores recuperaciones. La mayor variación del mes entre estos la registró el índice de **Expectativas de inflación** del consumidor que se contrajo 12,0%, caída que se suma a la de marzo (-7,2%). De esta manera, el índice de expectativas de inflación del consumidor queda en un nivel de 51,7, valor que si bien aún lo ubica en zona pesimista, ya está muy próximo a la zona neutral, y es un valor que no se registraba desde noviembre de 2014, en pleno boom de optimismo en el marco de las elecciones nacionales. No obstante, pese a la importante y rápida mejora de las expectativas en materia de inflación (en diciembre registraban su máximo histórico: 71,3), la internalización de la mejora de la situación en materia de inflación - tal como se desarrollaba en el informe del mes pasado- parecería escasa cuando se la compara con el comportamiento de la inflación efectiva. Cabe señalar que a abril la inflación (6,5%) permanece por segundo mes consecutivo dentro del rango meta, muy por debajo del 11,0% de mayo de 2016, pero además es un guarismo que no se observaba desde setiembre de 2010. En aquel entonces las expectativas de inflación se encontraban en zona de optimismo (índice en 48,0), más optimistas que ahora. De mantenerse el dólar en la actual franja de los \$28 y sin una recuperación fuerte del consumo, cabría esperar que la inflación permanezca dentro del rango y las expectativas continúen convergiendo a la baja, y sosteniendo por esta vía, un mejor clima de confianza del consumidor.

Por otra parte, y consistente con expectativas de inflación menos pesimistas, se registra una mejora en materia de perspectivas sobre el “**ingreso de los hogares**” (10,0%), ya que estos perderían menos poder de compra. Asimismo, y posiblemente por un efecto indirecto de mejores expectativas para la economía del país, en un marco de relativa estabilidad en el mercado de trabajo, las **Expectativas de desempleo** también evolucionan en el mes con una tónica más optimista (-8,3%).

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 le 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 a personas mayores de 18 años con teléfono celular. La muestra surge del discado aleatorio dentro de cada prefijo y su tamaño es de 400 casos cada medición. 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.