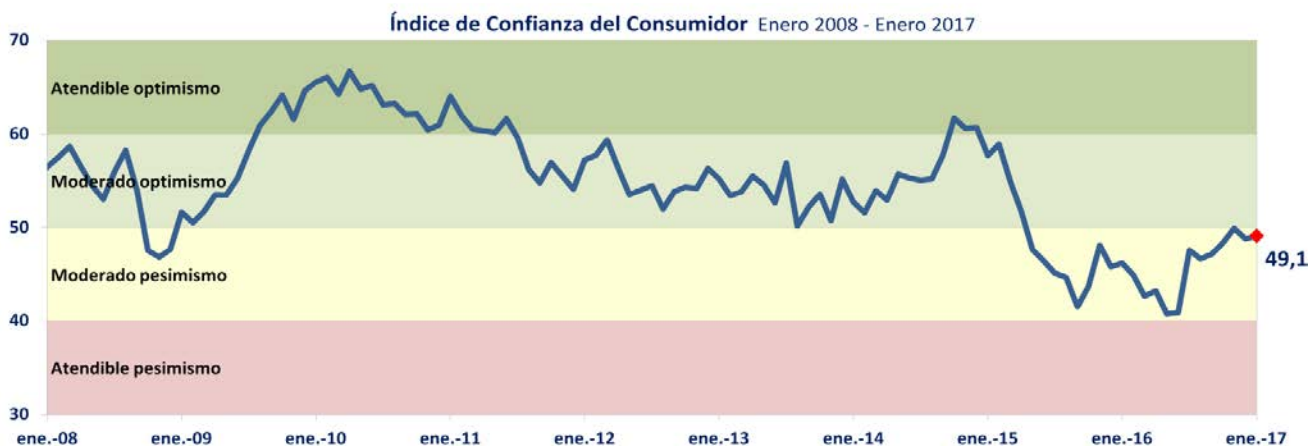


# Cátedra SURA de Confianza Económica

## ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR – ENERO 2017

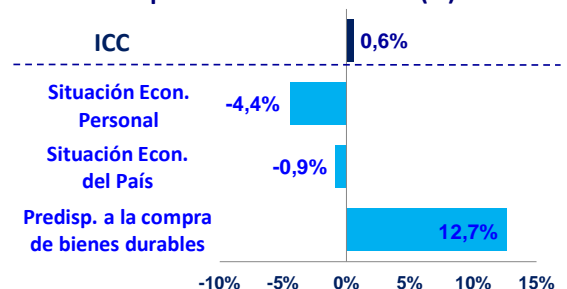
El año comienza con un Índice SURA de Confianza del Consumidor que se ubica en 49,1. Esto significa que el ICC en enero se recupera respecto a diciembre (48,8), pero que, luego de estar a punto de salir de la zona de pesimismo en noviembre (cuando se ubicaba en 49,9), continúa sin salir de esta zona. La recuperación del peso frente al dólar vuelve a explicar la mejora del ICC respecto a diciembre, ya que mientras caen los subíndices que miden la percepción sobre la Situación Económica Personal y del País, el de Predisposición a la Compra de bienes durables se recupera, y compensa tales contracciones. La evolución del tipo de cambio también explicaría la mayor variación entre los “otros indicadores de confianza económica”, registrada por el índice de “Preferencia por depósitos en moneda local”. Por su parte la caída del índice de “expectativas de inflación” de los consumidores en enero es una reversión parcial del fuerte salto que registraron en diciembre, mes de anuncio del aumento de las tarifas públicas, que llevaron tal índice a su máximo histórico. La percepción sobre “capacidad de ahorro”, y las “expectativas de desempleo” evolucionaron hacia mayor pesimismo en enero. Pese a que, de la mano de una recuperación de la “Predisposición a la compra de bienes durables” el ICC se estuvo recuperando durante el segundo semestre, el año 2016 en promedio resultó más pesimista que 2015, siendo la percepción de la “Situación Económica Personal Actual”, respecto a un año atrás el índice que más empeoró.



Luego de que en el último mes del año el ICC se contrajera 2,2%, en enero se mantuvo relativamente estable (0,6% respecto a diciembre), debido a movimientos de los subíndices que se neutralizaron entre sí. Un tipo de cambio que volvió a ingresar a la franja de los \$28 en el mes motivó a que más consumidores respondieran que es un “buen momento para realizar compras”, en particular de “casas y autos”, y por tanto la *Predisposición a la compra de bienes durables* se recuperara 12,7%.

No obstante, en un marco de expectativas en relación a la *Situación Económica del País* similares a las de diciembre, cae el subíndice de *Situación Económica Personal*. En particular dentro de este lo que más se deteriora (-7,7%) es la percepción de la *Situación actual* respecto a un año atrás. Esta situación podría estar asociada a los incrementos del IRPF y de las tarifas públicas que rigen a partir de este mes.

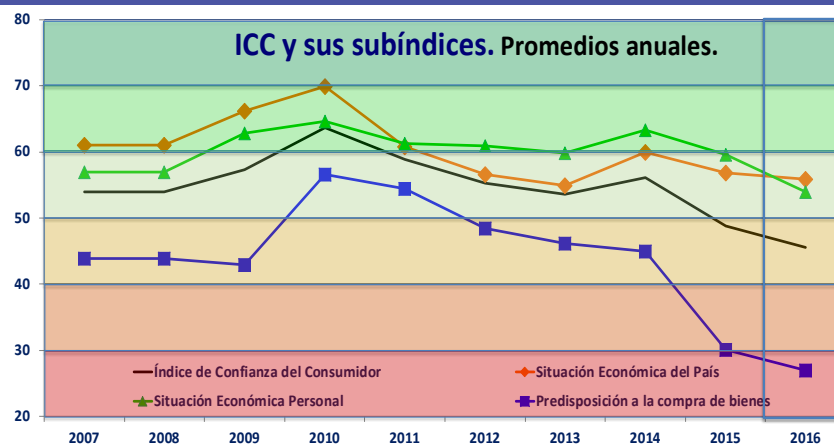
### Variación del ICC en Enero 2017 respecto a Diciembre 2016 (%)



## Pese a recuperación en segundo semestre, 2016 cerró con mayor pesimismo

Por segundo año consecutivo, el ICC de 2016 se ubica en zona de pesimismo económico: 45,6. Se contrajo por tanto 6,7% respecto al promedio de 2015 (48,8).

Si bien el subíndice de *Predisposición a la Compra de Bienes durables* nuevamente se contrajo (-10,6%, siempre en términos de variación promedio anual), la recuperación que este subíndice registró en el segundo semestre del año, moderó el fuerte ritmo de caída que se



observó en 2015, y con el que había comenzado el 2016. Tal recuperación respondería al fortalecimiento del peso frente al dólar y a la moderación de las expectativas respecto a su futuro. En esta línea, en el segundo semestre del año el consumo privado habría comenzado a dar señales de recuperación.

En el mismo sentido, la percepción acerca de la *Situación Económica del País*, que resultó ligeramente más pesimista, también registró una menor caída del índice (-1,7% vs -5,1% en 2015): la estabilidad de las expectativas a 3 años compensó parcialmente el mayor deterioro de las expectativas a 1 año.

Por su parte, el subíndice de *Situación Económica Personal* aceleró su caída en 2016 (-9,3%), debido a que la percepción sobre la *Situación Económica Personal Actual*, respecto a un año atrás, se contrajo 14,4% (la mayor caída anual entre las seis "preguntas" que componen el ICC).

En materia de "Expectativas de inflación" y "de desempleo" de los consumidores, tras los fuertes empujes de pesimismo en 2015 (18,9% y 17,6%, respectivamente), las expectativas de inflación en promedio permanecieron estables y las de desempleo volvieron a incrementarse, aunque de manera más moderada (5,5%). En la misma línea, el índice de "Capacidad de Ahorro" tras el ajuste de 2015 (-11,3%), en 2016 permaneció casi estable en ese nivel (-2,2%). La mayor variación en 2016 la registran las "Expectativas de ingresos" de la familia para los próximos 12 meses, cuyo índice cayó 6,8%.

### Otros Indicadores de Confianza Económica

Las variaciones más destacables de los "otros indicadores de confianza económica" durante el mes de enero fueron las de los índices de **Preferencia por depósitos en moneda local** (15,0%), de **expectativas de inflación** (-11,7%), de **capacidad de ahorro** (-5,7%) y de **expectativas de desempleo** (3,9%).

La mayor **preferencia por la moneda local** simplemente estaría reflejando el fortalecimiento del peso uruguayo frente al dólar registrado en el mes. De esta manera, y siguiendo estrictamente los movimientos de la pizarra, los agentes estarían revirtiendo parcialmente las caídas de este indicador observadas durante los últimos dos meses de 2016. Por su parte, la importante caída del índice de **expectativas de inflación** de los consumidores en enero no sería más que una reversión parcial del salto registrado en diciembre, mes en que se anunció el incremento de las tarifas públicas. Ese mes el índice registró su máximo histórico (71,3), y retornó a zona de "importante pesimismo". En enero, en un marco de tipo de cambio que volvió a caer por debajo de los \$29, con un clima que no presentó shocks de oferta, se aliviaron parcialmente las expectativas, volviendo a la zona de "atendible pesimismo" (63,0).

En cuanto a la percepción de los consumidores acerca de su **capacidad de ahorro** y sus **expectativas de desempleo**, son consistentes, respectivamente, con un mayor pesimismo en materia de *Situación Económica Personal actual* respecto a un año atrás, que entre otros factores se asociaría con una mayor dificultad de los consumidores para ahorrar, y al ligeramente mayor pesimismo acerca de la *Situación Económica del país* para los próximos 12 meses.

## 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.