

Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Departamento de Economía
Universidad Católica del Uruguay



Universidad
Católica del
Uruguay **30**
años

Equipos Consultores

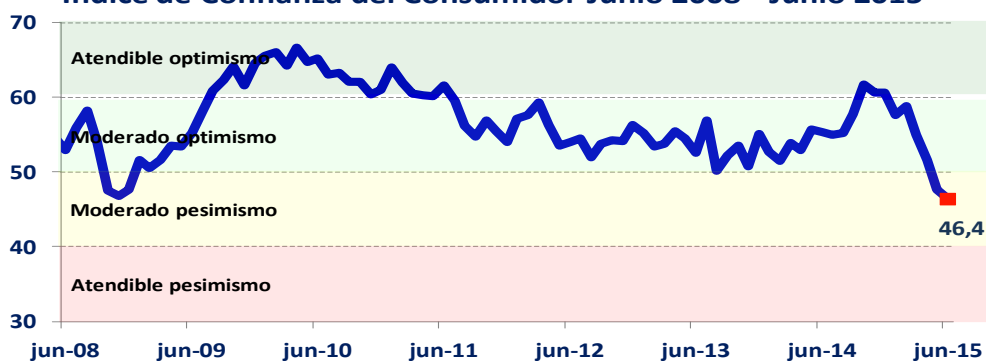


<http://ucu.edu.uy/icc>
economia@ucu.edu.uy

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - JUNIO 2015

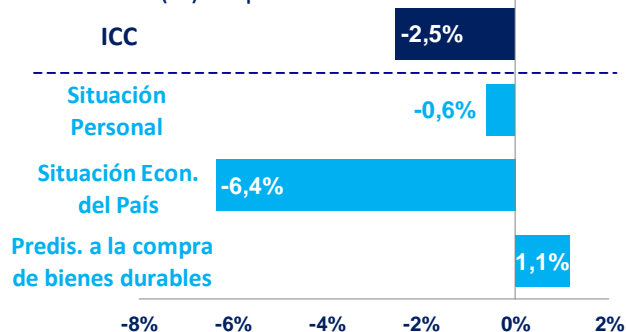
Luego de tres meses consecutivos en que el ICC registraba caídas de más de 6% respecto al mes anterior, en junio la variación fue menos pronunciada: -2,5%. De esta manera, se completa un primer semestre del año en que, salvo febrero, en todos los meses se registraron descensos en los niveles de confianza. Las caídas acumuladas a la fecha condujeron a que desde mayo el nivel de confianza del consumidor se haya instalado en la "zona de pesimismo", donde permanece. Con el nuevo dato de junio, el ICC registra su valor mínimo desde que se mide en Uruguay, al situarse por debajo del registro de noviembre de 2008 cuando tras haber detonado la crisis financiera internacional, se había alcanzado el anterior mínimo del nivel de confianza. Este mínimo del ICC en los últimos ocho años coincide con que en junio alcanzan su máximo el índice de "desempleo esperado para los próximos 12 meses" y el de "inflación esperada", que además son, respectivamente, los dos "otros indicadores de confianza económica" que más variaron en el mes. En el caso de las expectativas de inflación, además, por primera vez ingresan en zona de "importante pesimismo".

Índice de Confianza del Consumidor Junio 2008 - Junio 2015



Todas las caídas del ICC en lo que transcurre del año hasta junio habían sido resultado del descenso simultáneo de los tres subíndices que lo componen. En junio, sin embargo, se registra una leve recuperación (1,1%) de la *Predisposición a la compra de bienes durables*. Esta leve mejora a su vez es producto de una recuperación de la *Predisposición a la compra de electrodomésticos* (7,6%) que más que compensa la caída de la *Predisposición a la compra de casas y autos*. O sea, mientras este último subíndice continúa deteriorándose, lo que permitiría inferir que la demanda en los respectivos mercados seguiría perdiendo dinamismo, habría que ver en los próximos meses si el de *electrodomésticos* podría estar estabilizándose, o si la mejora del mes de junio simplemente sería un efecto puntual vinculado al cobro del aguinaldo. En esta misma línea, la relativa estabilidad de la percepción de la *Situación Económica Personal* se debería a que en junio mejoró la percepción de la *Situación actual*, mientras volvió a caer la expectativa sobre la *Situación a un año*.

Variación del ICC en el mes de Junio 2015
En (%) respecto al mes anterior



Expectativas de Desempleo según atributos

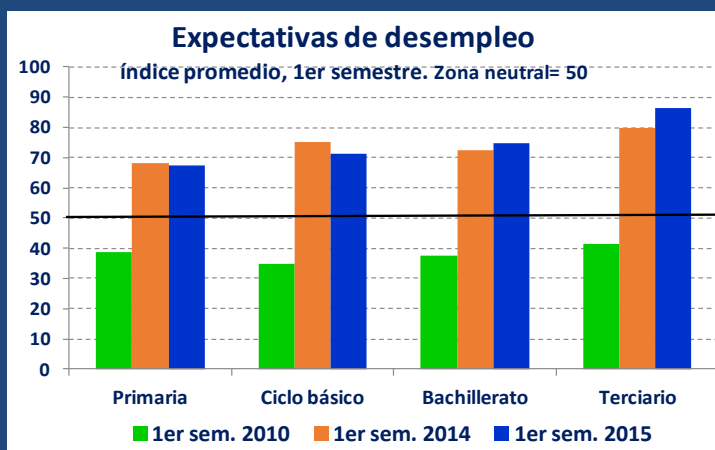
El índice que mide las **Expectativas de Desempleo** aumentó 13,4% en junio respecto a mayo y alcanzó un máximo histórico desde que se releva la encuesta (agosto de 2007).

Si se comparan estas expectativas al inicio de la presente administración de Gobierno con las de 5 años atrás, se puede apreciar el efecto del cambio de ciclo económico: se pasó de una zona de optimismo (índice menor a 50) a zona de pesimismo.

Comparando el promedio de respuestas de los consumidores en el primer semestre de 2015 con las de enero-junio de 2014 (que en general aumenta 3,7%), y clasificándolas por atributos de quienes responden, se puede apreciar que

a mayor nivel educativo, mayor es el deterioro de expectativas en materia de evolución del mercado de trabajo para los próximos 12 meses. En tal sentido, mientras llegan inclusive a mejorar en el segmento de consumidores que cuentan con ciclo básico, aumentan en los segmentos de consumidores con bachillerato y estudio universitario completo (crece 16,9% en este último). Esto podría indicar que a medida que se cuenta con más formación como para "leer" las señales del entorno, los consumidores se tornan más pesimistas. Este patrón de respuestas de alguna manera se correlaciona con el que surge del análisis según segmento socio-económico. Al respecto, desde una estructura de relativamente similar nivel de pesimismo hace un año (apenas por encima de lo neutral), el segmento de mayor nivel de ingresos es el que se torna más pesimista en materia de empleo (expectativa de desempleo aumenta 13,1%), seguidos por el segmento de ingresos medio, mientras en el bajo mejoran las expectativas.

En otro orden, el pesimismo crece más entre los hombres que entre las mujeres (8,0% vs 0,1%), en la misma comparación semestral. En cuanto a las variaciones por segmento etario, los cambios más notorios se observan en los extremos de edades de la población económicamente activa: entre consumidores de 18 a 29 años y de 50 y 59 años es entre quienes aumentó más el pesimismo (15,0% y 9,2%, respectivamente), siendo estos los grupos etarios que enfrentan relativamente mayor tasa de desempleo, lo que podría afectar su expectativa para los próximos 12 meses. Asimismo, el pesimismo crece más en Montevideo que en el interior del país (7,8% vs 1,6%, respectivamente).



Otros Indicadores de Confianza Económica

El deterioro de los niveles de confianza económica que indica el ICC en el mes de junio, fue generalizado entre los **Otros Indicadores de Confianza Económica**, ya que ninguno registra recuperación.

El indicador que presentó la mayor variación en junio respecto al mes anterior fue, como se refería en el cuadro, el Índice de **Expectativas de Desempleo**. Este aumento se da en un marco en el cual la tasa de desempleo publicada por el INE se ha incrementado desde el 6,7% del promedio enero-mayo de 2014 a 7,3% en igual período de 2015, donde se observa una pérdida de puestos de trabajo, un aumento del número de trabajadores con seguro de desempleo y en que las propias expectativas de los consumidores respecto al futuro de la economía, continúa deteriorándose. Si bien la tasa de desempleo aún continúa en niveles históricamente no preocupantes, seguramente será una variable a considerar en el marco de la próxima ronda de acuerdos salariales.

El segundo indicador que aumentó en mayor magnitud luego de las *Expectativas de desempleo* fue el de **Expectativas de Inflación** que tras un aumento de 10,8% respecto a mayo alcanzó también un máximo desde que comenzó a relevarse el índice. Por primera vez el índice ingresa en zona de "importante pesimismo". La depreciación de 11,4% en los primeros seis meses frente al dólar presiona al alza los precios de los bienes transables. A su vez, en el marco de la voluntad del gobierno por contener el déficit fiscal probablemente los precios administrados tampoco serían un ancla. De este modo, una contención al aumento de los precios podría provenir de la desaceleración de la demanda interna que se está registrando, y serían claves las decisiones que se tomen en los acuerdos de salarios.

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.