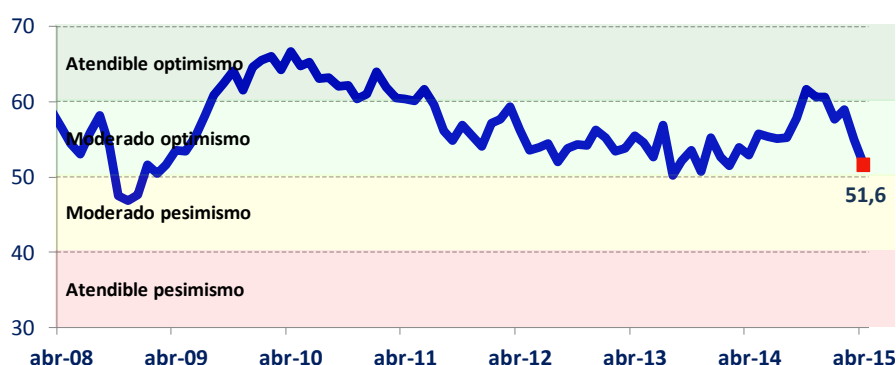


En el mes de abril el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) presenta una nueva caída (-6,1%) respecto al mes anterior, con lo que en dos meses acumula una caída de 12,4%. Nuevamente, la caída se observa en los tres subíndices que lo componen, y al igual que en marzo, aunque en mayor magnitud, la mayor contracción se registra en la "Predisposición a la compra de bienes durables" (-16,4%), subíndice que muestra el menor valor desde enero de 2009. Entre los "otros indicadores de confianza económica", la mayor variación del mes respecto a marzo la presenta la "capacidad de ahorro" de los consumidores, cuyo indicador cae 7,1%. Le siguieron en importancia de variación en el mes, la "preferencia por el país para depositar" los ahorros, que mejora (3,8%) pese a que vuelve a caer la "preferencia por la moneda nacional para ahorrar", y las "expectativas de inflación de los consumidores" que revierten parcialmente el fuerte aumento del mes de marzo.

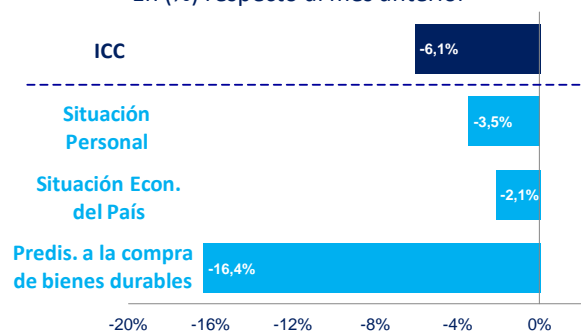
Índice de Confianza del Consumidor Abril 2008 - Abril 2015



En un marco en que cayeron nuevamente los tres subíndices, la segunda caída consecutiva de más de seis puntos porcentuales del ICC en este mes se debe a la fuerte caída de la *Predisposición a la compra de bienes durables*, ya que los otros dos indicadores cayeron de manera más moderada que en marzo. También se repite que caen tanto la *Predisposición para la compra de Electrodomésticos* como de *Automóviles y viviendas*, aunque este mes la caída fue marcadamente aún mayor para estos últimos (-23,0%). Esto podría responder a que además del encarecimiento relativo de los bienes cuyos precios se denominan normalmente en dólares, en un marco de expectativas menos optimistas para la *Situación económica del país* y *Personal*, y en que los consumidores perciben que cae su *capacidad de ahorro*, cae relativamente más la predisposición para aquellos bienes que comprometen mayor esfuerzo financiero y horizonte temporal.

En lo que respecta a la *Situación Económica Personal*, la caída (-3,5%) básicamente responde a la percepción de que empeoró la *Situación actual* respecto a un año atrás. Nuevamente, esta percepción se asociaría con la menor capacidad de ahorro, esto es, el ingreso les alcanza para ahorrar a menos consumidores.

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



Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Departamento de Economía
Universidad Católica del Uruguay



Universidad Católica del Uruguay
30 años

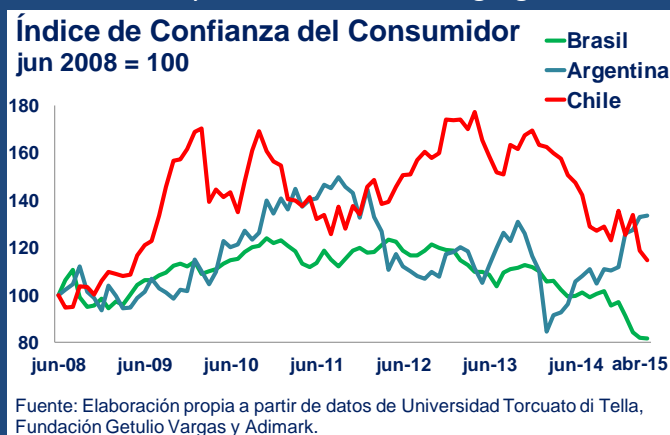
Equipos Consultores



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

Confianza del Consumidor en la región

La caída de la confianza de los consumidores en Uruguay en los últimos meses presenta aspectos en común con las de los consumidores en Brasil y Chile. Tal como se comentaba en informes anteriores la caída del ICC en Uruguay, respondería al fin del ciclo electoral y a otros factores que básicamente reflejan un escenario de pérdida de dinamismo económico y sus efectos sobre las finanzas del país y familiares. Estos mismos factores se podrían identificar en Brasil y Chile. En Chile, se agrega el factor de caída de los niveles de popularidad de la presidente Bachelet, con lo cual los agentes se tornarían más pesimistas, dejando al indicador en niveles equiparables a los de la crisis de 2009 (con una caída de 2,2% en los últimos 12 meses a abril). También en un contexto de pérdida de dinamismo económico y de caída en la popularidad del gobierno, el ICC de Brasil se ubicó en mínimos que no se observaban desde mediados de 2008 (también registrando una caída en 12 meses a abril de 20,2%). Por el contrario, en Argentina, donde el ICC en 2014 había registrado valores aún peores a los de la crisis de 2008-09, y que solo se habían alcanzado cuando la crisis económico-política de 2001-02, se observa una recuperación de la confianza posiblemente asociada a estar ingresando en campaña electoral, y a que surgen expectativas de cambio. En síntesis, salvo en Argentina, en los otros dos países de la región la confianza se muestra a la baja, con importantes caídas en los últimos meses. Al igual que en Uruguay, se reflejarían tiempos políticos y una situación de la economía permeable al cambio de escenario internacional.



Otros Indicadores de Confianza Económica

En cuanto a los **Otros Indicadores de Confianza Económica**, la mayor variación la registró el indicador de **Capacidad de Ahorro**, (-7,1% respecto a marzo), situándose en un mínimo desde comienzos de 2008. La percepción sobre la capacidad de ahorro, partiendo de niveles muy elevados de optimismo hacia setiembre de 2014, acumula desde entonces una fuerte caída, que no se había observado antes de tal magnitud. En particular, en el mes de abril cae la capacidad de ahorro de quienes su ingreso "les alcanza bien, pueden ahorrar" pero en mayor medida aún de quienes "les alcanza justo, sin grandes dificultades" (-9,9%). En contrapartida, el segmento de respuestas que más aumenta es el de "no les alcanza, tienen dificultades", y mínimamente el de "no les alcanza, tienen grandes dificultades". Esto es, se percibiría un cambio no tanto entre los extremos, sino un corrimiento desde quienes ahorran con márgenes ajustados, y que perciben pierden esa capacidad de hacerlo, pero sin pasar tampoco a una situación complicada.

Los otros dos indicadores que más variaron en el mes son, el que mide la **preferencia por el país para depositar** sus ahorros y las **expectativas de inflación**. Ambos presentaron variaciones (3,8% y -3,6%, respectivamente) hacia un mayor optimismo. Cabe señalar que sistemáticamente el lugar de preferencia para depositar los ahorros es un indicador bastante estable, con variaciones mensuales muy moderadas. Este comportamiento, en un marco en que en el mes continúa cayendo la **preferencia para depositar en moneda nacional** frente a la extranjera (-3,2%), permitiría inferir que más allá del cambio de expectativas hacia el futuro, se continuaría percibiendo a la economía uruguaya como una plaza segura -al menos relativamente-. En cuanto a las expectativas de inflación, luego del salto de marzo (13,8%), en abril se moderó ligeramente (-3,6%). Posiblemente esta moderación responda a que los consumidores percibieron que, pese a que en abril el tipo de cambio con el dólar aumentó 4,2%, los precios efectivamente aumentaron a menor ritmo que el mes anterior (0,57% frente a 0,70%), e inclusive, la sección de precios de "alimentos y bebidas" aumentó por debajo del promedio (0,25% en la comparación mensual) e incluso la subdivisión "frutas" presentó una caída, precios a cuyas variaciones se mostrarían sensibles las expectativas de inflación de los consumidores.

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.