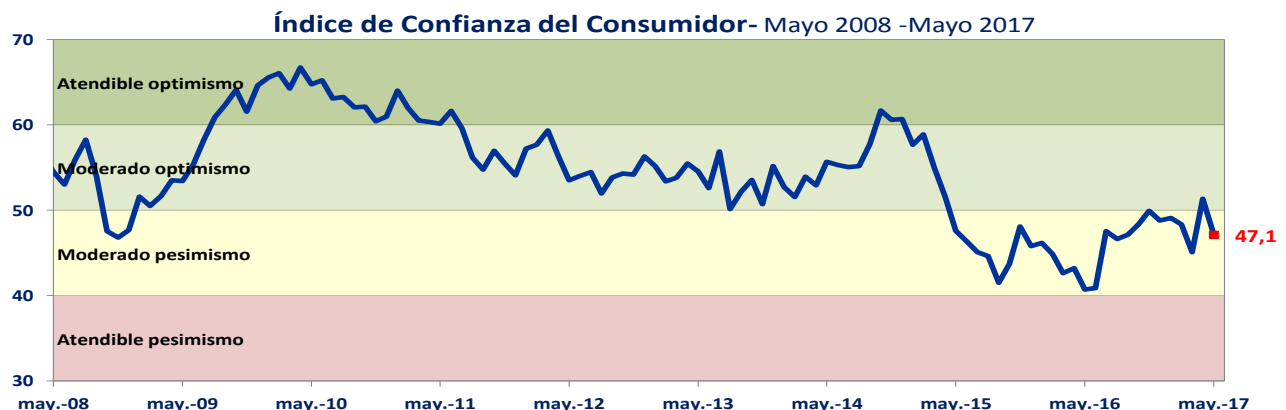


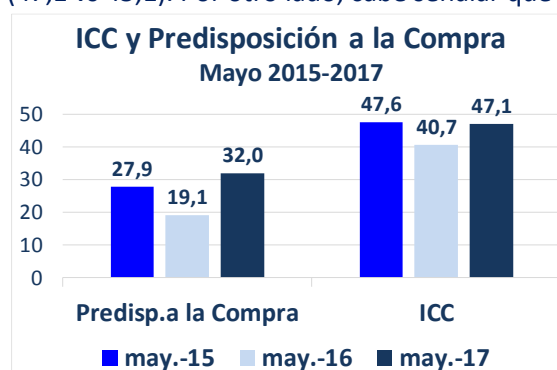
Cátedra SURA de Confianza Económica

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – MAYO 2017

En mayo el ICC corrige el salto del mes anterior y vuelve a caer bajo la línea neutral, esto es, regresa a zona de pesimismo, con un valor de 47,1. En un marco de mayor volatilidad de las expectativas en los últimos tres meses, esta caída de 4,2 puntos en mayo (-8,2%) revierte parcialmente el crecimiento de 6,2 puntos del ICC en abril. De esta manera, el ICC en mayo queda en valores inferiores a los de enero-febrero de este año, y se mantendría en valores en torno al promedio del segundo semestre del año, cuando la economía comenzaba a recuperarse, pero no lograría aún superar ese nivel de manera sostenida. En igual sentido, los tres subíndices que componen el ICC caen en mayo, en magnitudes inferiores a las que crecieron el mes anterior, siendo la Predisposición a la compra de bienes durables el que nuevamente registra la mayor variación mensual (-7,5 puntos). En cuanto a los “otros indicadores de confianza económica” se podría hacer el mismo señalamiento, salvo en el caso de “Expectativas de desempleo” y en “Capacidad de ahorro”, cuyos índices muestran no solo menor optimismo respecto a abril, sino que mostrarían una trayectoria más pesimista.



En mayo el ICC cae 4,2 puntos (-8,2%). Esta caída debería ser relativizada desde dos perspectivas. Por un lado se percibe que esta caída no haría más que moderar el fuerte crecimiento de abril (6,2 puntos), puesto que en mayo el ICC aún permanece por encima del nivel de marzo (47,1 vs 45,1). Por otro lado, cabe señalar que marzo había sido también un mes de importante caída, siendo que exceptuando ese mes, el ICC a mayo es el más bajo desde agosto, cuando recién se iniciaba el proceso de recuperación de las expectativas. En síntesis, tras meses de marcada volatilidad en las mediciones de confianza, se puede apreciar que el ICC continúa mostrando registros más optimistas que los de mayo de 2016, pero sin lograr sostener un ritmo de crecimiento que lo ubique en zona de optimismo, sino que apenas logra ubicarse en valores comparables a los de mayo de 2015, cuando el ICC ya estaba comenzando a mostrar un deterioro de la confianza.



En un mes en que se contraen los tres subíndices que conforman el ICC, nuevamente es la *Predisposición a la compra de bienes durables* el que más varía, mostrando esta vez una caída de 7,5 puntos (tras el incremento de 10,2 del mes pasado), replicando lo observado para el ICC. El reciente dato del BCU confirmó el incremento del consumo privado en el primer trimestre del año (4,3% respecto a igual período del año anterior), recuperación que se había anticipado en estos informes mensuales. Considerando que este subíndice en mayo se ubica en un nivel por debajo del promedio del primer trimestre de este año (aunque superior al de un año atrás), será clave el dato de junio para saber si el segundo trimestre del año mantiene una tendencia de recuperar el ritmo de consumo, o a estancarse.

Con menos puestos de trabajo, empeoran expectativas en materia de desempleo

En mayo el índice que mide las **Expectativas de desempleo** de los consumidores registra un valor de 66,2, que lo ubica en zona de importante pesimismo. Un año atrás, en mayo de 2016, este índice alcanzaba su máximo de los 10 años en que se releva. Por tal motivo, en la comparación interanual, actualmente presenta una caída de 5,7 puntos (-7,9%). En línea con el repunte de confianza económica que registraban los diferentes indicadores, las *expectativas de desempleo* mejoraron durante el segundo semestre del año pasado, hasta llegar en noviembre a un valor de 54,4 (“moderado pesimismo”). Desde entonces -salvando el repunte generalizado de abril- el índice muestra una evolución al alza.



Por tanto, a mayo actual el consumidor es menos pesimista que hace un año atrás, pero se encuentra en un muy elevado nivel de pesimismo, que se presenta creciente.

Este repunte del pesimismo en materia laboral se correspondería con una tasa de desempleo que a marzo (última medición a la fecha) alcanzaba 9,0%, la mayor tasa de los últimos 10 años (desde setiembre de 2007). La mayor tasa de desempleo a su vez es producto de una caída de la tasa de empleo (de 59,4 a 58,0), esto es, de la pérdida de puestos de trabajo.

Por otra parte, si bien la economía sorprendió con un relativamente muy buen dato de crecimiento del PIB en el primer trimestre de este año, este crecimiento no fue impulsado por sectores intensivos en mano de obra. Asimismo, la baja de la inflación que redundó en mejora del salario real, unida a una situación de muy bajo nivel de competitividad, se presentan como amenazas para el empleo en los próximos meses.

Analizando las respuestas por atributos de los consumidores, a efectos de entender entre qué tipo de consumidores empeoró relativamente más las expectativas sobre el desempleo en lo que va del año, se compara el promedio de los últimos 3 meses a mayo, con el de los 3 meses previos al comienzo del declive (setiembre-noviembre de 2016), que captarían básicamente una “foto” de los meses de recuperación y deterioro de estas expectativas, respectivamente. Al respecto, el deterioro de las expectativas de desempleo en los últimos tres meses fue relativamente mayor entre las mujeres que entre los hombres, en el interior que en Montevideo, en consumidores de extremos etarios (los más jóvenes y los que tienen entre 50 y 59 años de edad). Asimismo, el pesimismo aumenta a medida que aumentan los años de estudio, en tanto es menos pronunciado en el sector socio económico “medio”, que en el “bajo” y “alto”.

Otros Indicadores de Confianza Económica

En mayo todos los “Otros indicadores” se mueven en dirección hacia mayor pesimismo, a excepción de la **Preferencia por la moneda nacional** para depositar que continúa recuperándose (4,3 puntos respecto a abril), en línea con un tipo de cambio que permanece en la franja de los \$28 pesos.

Entre los indicadores que se tornan más pesimistas se destaca por la magnitud de su variación en el mes, en primer lugar, la **Capacidad de ahorro** de las familias, cuyo índice de percepción cae 13,8 puntos, registrando el mínimo valor de la serie en los casi 10 años de relevamiento. Cabe señalar que es el único de los “Otros indicadores” que se encuentra peor que el año pasado, ya sea que se considere el dato puntual del mes o el promedio de lo que va del año. Esta percepción estaría vinculada a la de peor *Situación económica personal actual* respecto a un año atrás (que cayó 5,5 puntos respecto a abril).

Por magnitud de cambio sigue el índice de **Expectativas de desempleo**, que en el mes vuelve a aumentar 5,3 puntos. Por otra parte, las **Expectativas de inflación** y de **Ingreso de la familia** para los próximos 12 meses muestran también un deterioro en el mes (4,3 y -2,4 puntos, respectivamente), pero podría tratarse básicamente de una moderación de la mejoría del mes precedente.

METODOLOGÍA

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 pre-codificadas (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 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.