

Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Departamento de Economía
Universidad Católica del Uruguay



Universidad
Católica del
Uruguay

Equipos Consultores

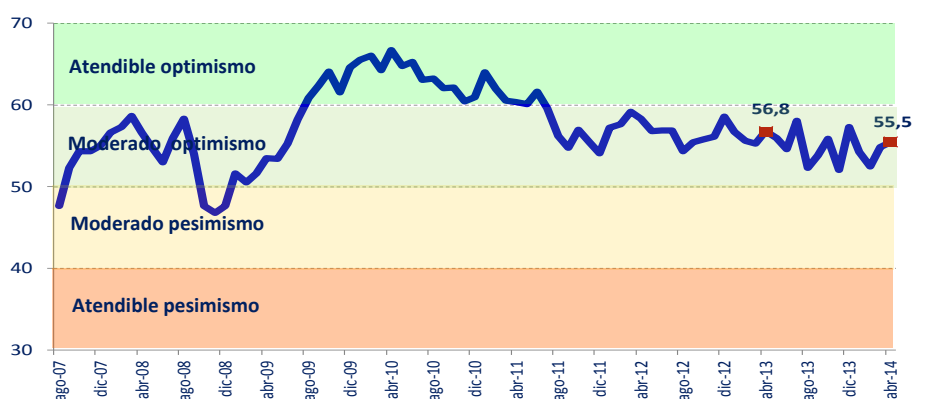


<http://economia.ucu.edu.uy/popce>
economia@ucu.edu.uy

INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – ABRIL 2014

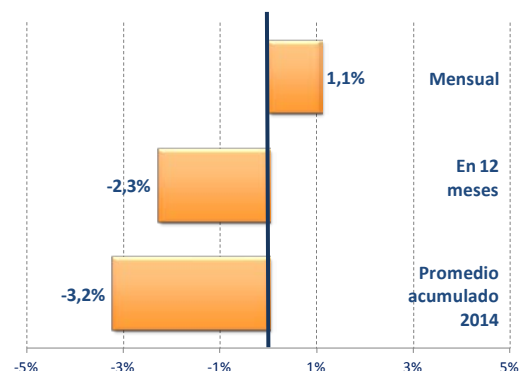
Ligeramente, pero por segundo mes consecutivo, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) vuelve a crecer en el mes de abril, esta vez mostrando una mejora de 1,5%. No obstante, el valor de abril resulta aún inferior al de 2013 (-2,3%), así como el promedio de lo transcurrido en el año resulta 3,2% menor al primer cuatrimestre del año pasado. Tras las importantes caídas experimentadas entre enero y febrero por los subíndices de percepción de la Situación Económica del País y Predisposición a la compra de bienes durables (8,3% y 12,2%, respectivamente), se recuperan parcialmente también por segundo mes consecutivo. Los "Otros indicadores de Confianza económica" muestran que en un marco de mayor estabilidad de los precios en el mes, en particular en el rubro Alimentos, la mayor preocupación de meses anteriores por la inflación estaría dando paso a una mayor preocupación por el empleo y el ingreso de los hogares. Nuevamente, y pese al ritmo muy gradual con que se continuó depreciando la moneda, vuelve a caer la preferencia de la moneda nacional frente al dólar como moneda para depositar.

Índice de Confianza del Consumidor Setiembre 2007- Abril 2014



Más allá de la volatilidad mensual, el ICC muestra en términos de promedio general una relativa estabilidad, puesto que en abril se ubica en el valor promedio del período que va desde el segundo semestre de 2013 a la fecha (ligeramente inferior este, a su vez, al del primer semestre de 2013). En los próximos meses habrá que estar atentos a los efectos de un posible "ciclo político" de las expectativas, ya que en diferentes países y períodos se observa cierto mayor optimismo en la cercanía de los procesos electorales, y podría reflejarse en el ICC.

Variación del ICC en el mes de Abril 2014 (%)



Nota: Mensual: Abr./Mar.14; 12 Meses: Abr.14/Abr.13;
Prom.Acumulado 2014: Prom.(Ene-Abr.14)/Prom.(Ene-Abr.13)

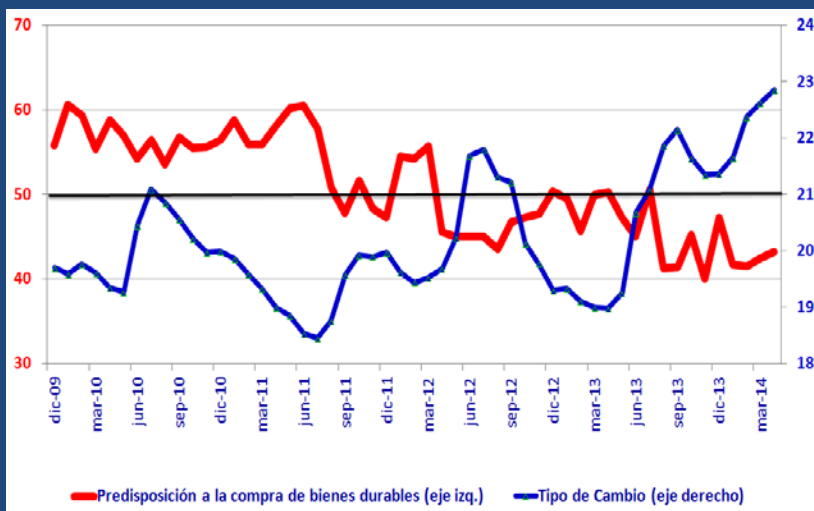
El incremento del ICC en abril es impulsado por el subíndice *Situación Económica del País*, donde la recuperación del optimismo para los próximos 12 meses (que hasta el mes pasado acumulaba una caída de 7,7% respecto a 2013), más que compensó la caída de las expectativas a 3 años.

Situación Económica Personal es el subíndice del ICC que cayó en el mes de abril (-2,7%), debido a que ante la estabilidad de la percepción de la Situación actual (-0,5%), el porcentaje de respuestas "en los próximos 12 meses la *Situación Económica Personal* estará mejor" cae 9,9%. Este comportamiento coincide con el menor optimismo en materia de ingresos esperados de la familia y de la evolución esperada del mercado laboral para los próximos 12 meses.

Con un tipo de cambio relativamente estable en abril (el promedio mensual aumentó 1,0%), también se presenta relativamente estable la *Predisposición a la compra de bienes durables* (1,9%), que aún se recupera del ajuste registrado en enero.

Con un valor del dólar en abril 20,4% superior al de un año atrás, la predisposición a la compra muestra una contracción en 12 meses de 14,0% (‘electrodomésticos’ y ‘casas y autos’ caen en similar magnitud).

El ajuste más importante de este subíndice se registró en los meses de agosto y noviembre del año pasado, en tanto las variaciones que se observan en lo que transcurre del año son fluctuaciones en torno a un nivel más bajo. En este sentido, el “enfriamiento” del crecimiento de las ventas al consumo que se percibe en lo que va del año en la plaza local, es el que se venía anunciando a partir de la caída que registraba meses atrás este indicador (que permite anticipar con un trimestre la variación del consumo privado). De mantenerse la relativa estabilidad actual del subíndice y la situación sin grandes cambios, no cabría esperar en lo inmediato importantes ajustes adicionales en el ritmo de expansión de las ventas destinadas al consumo. Para ello habrá que monitorear la evolución del tipo de cambio y las variables que afectan la percepción de la situación económica del país por parte de los consumidores.



En un contexto en que la inflación muestra señales –débiles y de muy corto plazo, pero señales al fin- de desacelerarse, y donde en particular no se registraron incrementos en el índice de precios del rubro Alimentos, e inclusive cayó el precio de alimentos como carne y frutas, las expectativas de los agentes se “tranquilizan” y el índice que mide las **expectativas de incrementos de precios** para los próximos 12 meses vuelve a revertirse, mostrando una caída de 10,6% en el mes. De esta manera, las expectativas de los consumidores en materia de inflación son menos pesimistas que las observadas hace un año atrás.

Sin embargo, en abril hay otros indicadores que avanzan en dirección de mayor pesimismo. El que muestra en tal sentido la mayor variación es la **preferencia por la moneda nacional para depositar**, en relación al dólar, que cayó 10,2% en abril. Esta contracción se suma a la que el índice mostró en el mes de enero, tras la depreciación observada en tal mes, en el contexto de anuncios de medidas de política en Argentina, y en un contexto más amplio, en que ya los fundamentos indican un fortalecimiento del dólar a nivel global.

Los otros indicadores que también mostraron retroceso son los relativos **al ingreso esperado de las familias** y la **expectativa de desempleo**, ambos para los próximos 12 meses. Esta percepción podría estar asociada al menor optimismo que se reportaba en materia de *Situación Económica Personal* a un año. Un aspecto a resaltar es que estas variaciones del mes responden básicamente a cambios hacia una mayor moderación de las expectativas, ya que en ambos casos cae el porcentaje de respuestas más optimistas (‘esperan más ingresos’ y ‘esperan menor desempleo’), pero en su mayor parte se desplazan hacia respuestas que creen que la situación permanecerá estable.

Si bien el cambio en el mes es ligeramente mayor en las expectativas de ingreso que en las de desempleo, con respecto a un año atrás se nota un mayor pesimismo en relación al empleo, con un índice de expectativas de desempleo 8,5% mayor al de abril 2013. Considerando el promedio del cuatrimestre, se observa también una lenta pero creciente preocupación por el empleo, puesto que las respuestas el ‘desempleo será mayor’ se incrementaron en 15,7% respecto a enero-abril de 2013.

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.