

**P**rograma de  
**O**pinión  
**P**ública y  
**C**onfianza  
**E**conómica

Departamento de Economía  
 Universidad Católica del Uruguay



Universidad  
 Católica del  
 Uruguay

Equipos Consultores

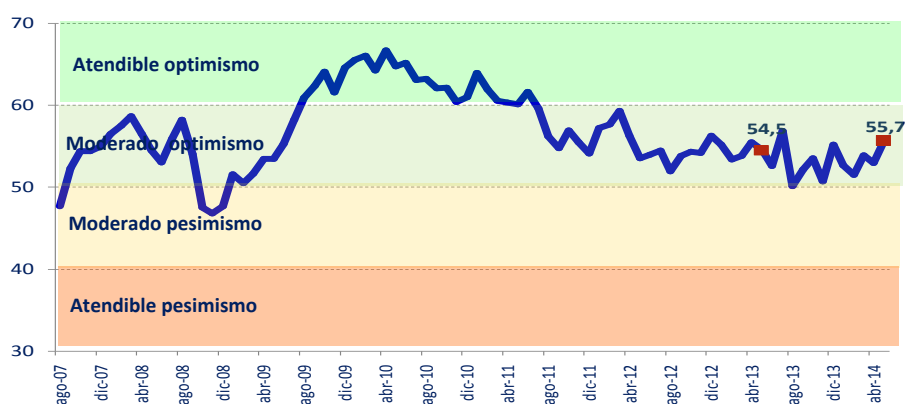


<http://economia.ucu.edu.uy/popce>  
[economia@ucu.edu.uy](mailto:economia@ucu.edu.uy)

## INDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – MAYO 2014

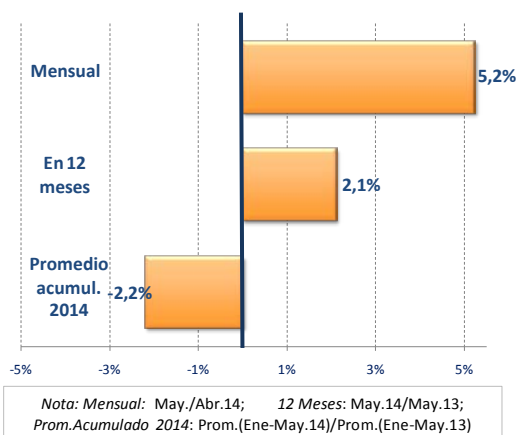
En el mes de mayo, en la antesala de las elecciones internas y en la "previa" del mundial, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) registró un incremento de 5,2% respecto a abril. De esta manera, el valor del ICC es superior a igual mes de un año antes (2,1%). No obstante, el promedio de lo que transcurre de 2014 aún permanece por debajo de enero-mayo de 2013 (-2,2%). En el mes se observa una mejora bastante generalizada del optimismo del consumidor, ya que aunque en diferente grado, todos los subíndices que componen el ICC se recuperan. Entre ellos, la Predisposición a la compra de bienes durables es el que crece de manera más discreta (1,8%) anunciando que el consumidor continuaría moderando el incremento de su gasto pese al mayor optimismo que manifiestan los demás indicadores. Los "otros indicadores de confianza" también, muestran un ligero mayor optimismo respecto al mes de abril, entre los que se destaca la caída del índice de desempleo esperado para los próximos doce meses, que cae 5,2%. La excepción es el indicador de inflación esperada para los próximos 12 meses que aumenta 5,4%.

Índice de Confianza del Consumidor Setiembre 2007- Mayo 2014



Situación económica del país es el subíndice que impulsa la mejora del ICC en el mes de mayo. En particular mejora la expectativa sobre la Situación económica del país para los próximos 12 meses. En abril este subíndice había caído en zona de pesimismo, resultado de ser, junto con el de Predisposición a la compra de casas y autos, los que más habían caído desde su máximo respectivo del año 2010.

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



En mayo este indicador creció 14,9% respecto a abril debido básicamente al desplazamiento de respuestas "cree que va a estar peor" a "cree que va a estar igual", a lo que se suma un incremento de menor magnitud de respuestas "cree que va a estar mejor".

Tal como se comentaba en el informe anterior, en estos meses y siguientes podrían estar operando los efectos de un "ciclo político", que a su vez podría estar sumándose al optimismo que despierta el contexto mundialista, hipótesis que se basa en la observación de episodios anteriores y en otros países de la región.

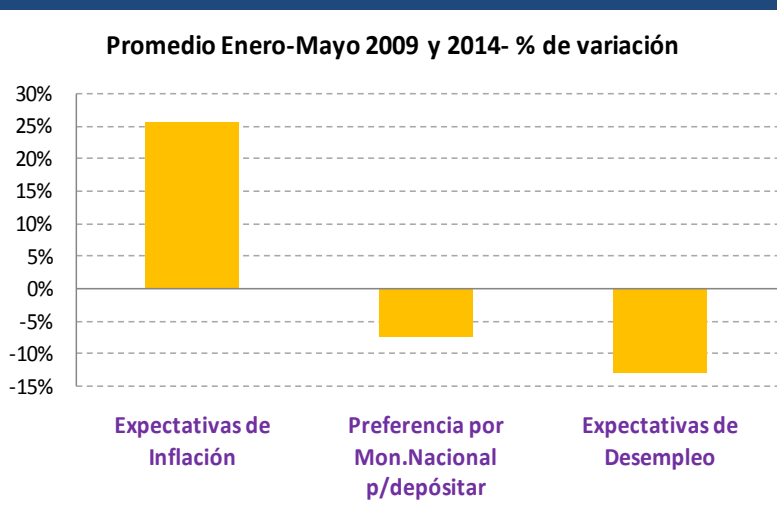
La Predisposición a la compra de bienes durables presenta un leve crecimiento en el mes, permaneciendo el promedio de enero-mayo 11,9% debajo de igual período de 2013. Esto sería consistente con el desaceleramiento del gasto privado que se observa respecto a 2013.

Culminada en mayo la primera etapa de la campaña electoral 2014, ya se pueden apreciar algunos de los temas económicos que concitan mayor interés.

En este marco, se pueden comparar las expectativas de los consumidores en materia de los "otros indicadores de confianza económica" en períodos a la misma altura de la campaña electoral de cada año.

Se puede apreciar a partir de ello que en relación al año 2009,

cuando recién había eclosionado la crisis financiera internacional, en 2014, tras un período de crecimiento económico y con bajas tasas de desempleo, el promedio a mayo del índice de **expectativas de desempleo** es 12,8% menor. Por otra parte, tras años en que la inflación supera el rango objetivo y se estrechan los márgenes para controlarla, desde 2009 a la fecha, la mayor preocupación se ha desplazado hacia la inflación (el promedio del índice de **expectativas de inflación** de enero-mayo de 2014 es 25,4% mayor al de igual período de 2009). La tercera mayor variación se registra en la **preferencia por la moneda nacional para depositar**, que ha caído 7,3%.



Luego de dos meses consecutivos en que las **expectativas de incrementos de precios** para los próximos 12 meses venían decreciendo, en mayo volvieron a crecer, registrando un aumento de 5,4% respecto a abril. De esta manera este índice queda 4,1% debajo de mayo de 2013, siendo que a abril estaba 10,4% por debajo de igual mes del año anterior. En la misma línea, el promedio de lo transcurrido en el año, permanece 7,1% menos que en igual período de 2013.

En este marco, el repunte en el mes de las expectativas de inflación para los próximos 12 meses podría estar asociado a que en mayo culminaba el acuerdo de precios entre las autoridades y cámaras empresariales, acuerdo que fue alcanzado tras el fuerte salto de 2,4% mensual del IPC en el mes de enero. Esta medida, que ya se anunciaba como transitoria, además de incidir directamente sobre algunos precios de bienes y servicios, buscaba operar sobre las expectativas de los agentes, mostrando que, junto con otras, se estaban tomando medidas para controlar el aumento de precios. Hacia la finalización del acuerdo, tal como lo expresaban algunos representantes de cámaras empresariales, no sería sencillo mantener los precios estables, si incrementan sus costos, a la vez que las autoridades volvieron a manifiesta su preocupación al respecto.

En este marco, y de mantenerse un escenario de precios internacionales relativamente más estable que en años previos, la inflación en grandes líneas, finalmente dependerá de si el desaceleramiento de la demanda interna, al menos la privada, logra contrarrestar un tipo de cambio que en el promedio de los primeros 5 meses del año resulta 17,2% superior al de un año atrás.

Por su parte, y en línea con las perspectivas más optimistas para la situación de la economía del país para el próximo año, la **expectativa de desempleo** cae 5,2% respecto a abril.

Al igual que lo observado con las expectativas sobre la evolución de los precios, el dato sobre expectativas de desempleo del mes modera, pero no revierte, la relación que se observa en una perspectiva de más mediano plazo, en que al comparar el promedio enero-mayo de 2014 con el del año pasado, se aprecia una menor preocupación por los precios y mayor por el empleo que en 2013. Vinculado al análisis de más largo plazo presentado más arriba, se puede sintetizar en que, tras años de dinámico crecimiento como 2010 y 2011, en 2014 hay menor preocupación por el empleo que en 2009, pero en un marco de desaceleramiento económico, esa preocupación sería mayor a la de un año atrás.

### 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<sup>(\*)</sup>

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.

<sup>(\*)</sup> 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.