

# Cátedra SURA de Confianza Económica

## ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – Diciembre 2020

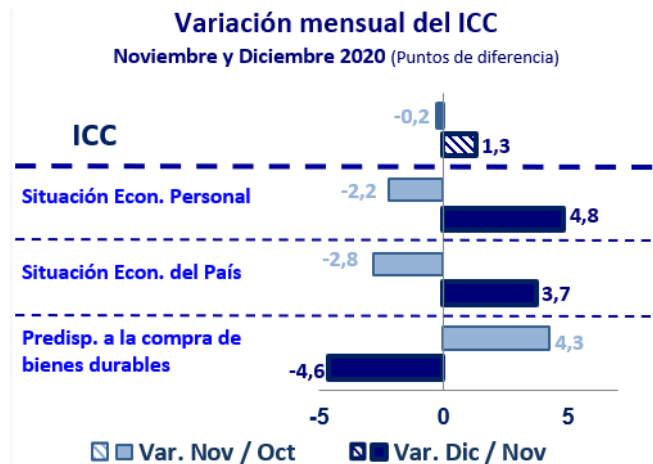
El **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)** del mes de diciembre, elaborado en base a encuestas realizadas entre el 13 y el 14 de enero de 2021, muestra un aumento de 1,3 puntos. Este crecimiento contrarresta las caídas observadas en los dos meses anteriores (1,3 y 0,2). Con un puntaje de 47,3 en diciembre el índice arroja el segundo puntaje más alto desde el shock del COVID-19 en marzo (el mayor puntaje se registró en setiembre con 47,5 puntos). Sin embargo, el ICC continúa, por décimo mes consecutivo, en el nivel de moderado pesimismo.

Respecto a diciembre de 2019, el índice es 2,1 puntos menor; y, si se consideran los promedios acumulados (ene-19/dic-19 y ene-20/dic-20), la situación se modera, aunque también se encuentra el índice en una situación peor (47,9 y 46,2 puntos respectivamente). Por lo tanto, la confianza del consumidor es menor en 2020 que en 2019 tanto en la comparación mes a mes, como en los promedios.

En cuanto a los subíndices, en oposición al mes anterior, dos de tres aumentan respecto a noviembre. Esta reacción pudo deberse a la expectativa de un nuevo año, la reactivación económica en relación a las fiestas y a los incipientes buenos resultados de las vacunas, las cuales, en un futuro cercano, podrían comenzar a llegar al país, depositando esperanza en la población de un retorno a la “normalidad”.

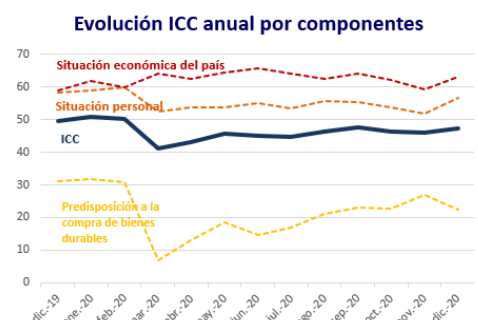
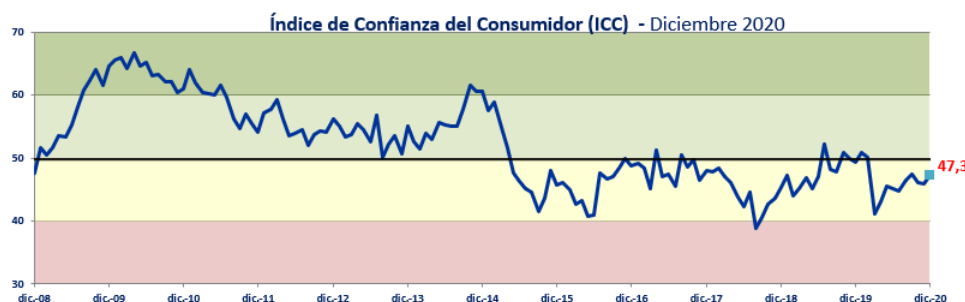
La **Situación Económica Personal**, aumentó 4,8 puntos luego de tres meses consecutivos de descenso. Este aumento ubica al subíndice en el mayor puntaje desde marzo 2020. Dentro de sus componentes (*situación económica personal actual y a un año*), se presentó un mayor aumento en la situación económica a un año (5,4) respecto a la situación actual (4,2), mostrando que la población es más optimista con las expectativas a futuro que con la situación actual.

La **Situación Económica del País** aumentó 3,7 puntos, luego de dos meses consecutivos de descenso. Al interior de este subíndice, se observa que los dos componentes que lo conforman (*situación económica del país a un año y a tres años*), mostraron



ambos un aumento en las expectativas de 1,9 y 5,5 respectivamente. Al igual que en la situación económica personal, la expectativa a mayor plazo es más optimista, lo que puede deberse a la espera de una recuperación a largo plazo (más de un año).

Por último, la **Predisposición a la compra de bienes durables** disminuyó 4,6, alejándose del puntaje registrado en noviembre (el más alto desde el shock COVID-19) y comportándose de forma contraria a lo esperado ya que, salvo en 2016, la predisposición a la compra de bienes durables suele aumentar en diciembre. Este cambio, sin embargo, no resulta ajeno a una situación de adecuación de las decisiones de compra a un contexto de “nueva normalidad”. Diciembre es, usualmente, un mes de festejos y preparación de vacaciones. Sin embargo, las características propias de este año con los impactos económicos derivados de la pandemia afectaron tanto el ingreso disponible como las opciones para su gasto (limitación de reuniones, cierre de fronteras, etc.). Asimismo, existieron cambios que afectaron los patrones de comportamiento y consumo ya en meses anteriores (trabajo a distancia, limitación de espectáculos públicos, más tiempo en la vivienda), que pueden estar afectando la predisposición a la compra en diciembre.



## Otros indicadores de confianza económica

**Variación de "Otros indicadores de confianza"**  
Diciembre 2020 - Noviembre 2020 (puntos de variación del índice)



Acompañando el aumento del ICC en diciembre, los otros indicadores medidos muestran, en general, una mejora respecto a noviembre 2020.

Al igual que en el caso del ICC, la percepción del consumidor con respecto a los indicadores puede verse influida por la expectativa de un nuevo año y la futura llegada de la vacuna contra el COVID-19 al país, repercutiendo directamente en las variables económicas. El indicador que tuvo una mayor mejora fue el que evalúa las expectativas de inflación, contrarrestando la desmejora del mes anterior y ubicándose en el mejor valor desde el shock del COVID-19. Esto puede deberse a que se están moderando las expectativas a medida que se espera volver a una "normalidad".

Por otro lado, la preferencia por depósitos en el país fue la variable con mayor desmejora, pero, a pesar de ello, el puntaje se encuentra por encima de los 90 puntos, pudiendo significar que la población tiene una gran preferencia por depositar sus ahorros en el país.

### El ICC en los países de la región\*

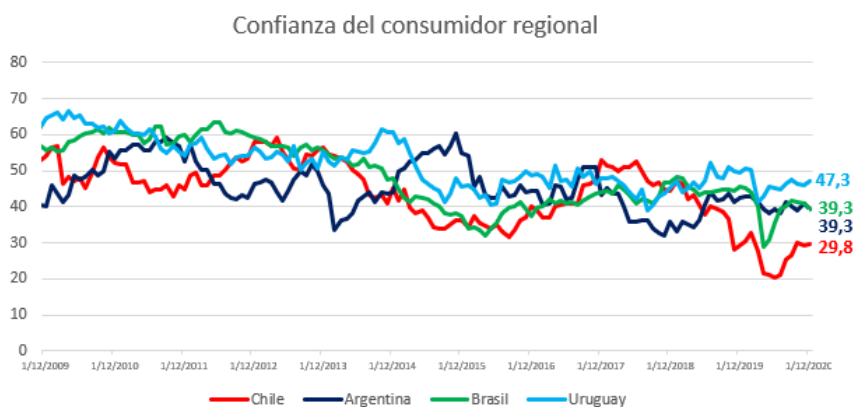
Al analizar la variación del índice, se observa que, salvo Uruguay, los países se encuentran en el nivel de atendible pesimismo (menos de 40 puntos). Ninguno de los países ha alcanzado los valores registrados antes de la pandemia, siendo Brasil, con 4,6 puntos de diferencia respecto a febrero 2020, el país que aun más lejos se encuentra (-2,9 Uruguay, -2,9 Chile, -3,4 Argentina).

**Argentina** descendió 1,6 puntos volviendo a ingresar a la zona de atendible pesimismo luego de haber salido de ella el mes de noviembre.

**Brasil** desmejora por tercer mes consecutivo (-0,5 en octubre y -0,3 en noviembre y -1,6 en diciembre) quedando con el mismo puntaje que Argentina.

**Chile** es el país con menor puntaje de la región (29,8 puntos), pero en el mes de diciembre aumentó 0,3 puntos recuperándose de la caída registrada en noviembre (-0,4).

**Uruguay**, por último, es el país con mayor puntaje (47,3) y el único que se encuentra dentro del nivel de moderado pesimismo.



\*El ICC se releva en países de la región por distintas instituciones, en Argentina por la universidad Torcuato di Tella, en Brasil por la Fundación Getulio Vargas IBRE y en Chile por la GfK Adimark, utilizando la misma 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.

*Series históricas del ICC y subíndices, e informes mensuales disponibles en: <https://ucu.edu.uy/es/icc>*

## 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?*

*Preferencia por moneda nacional: Si usted o un familiar suyo tuviera un dinero para depositar, usted le recomendaría que lo depositara: en moneda nacional, o en moneda extranjera?*

*Si usted o un familiar suyo tuviera un dinero para depositar, usted le recomendaría: que lo depositara en el país o en el exterior?*

### Cálculo

Para la construcción de los índices se descartan las respuestas neutras, y dado que 50 sería el valor "neutro" (igual número de respuestas positivas y negativas de los consumidores) se computa:  $V = 50 \times (p - n + 1)$  donde:  $p$  es la proporción de respuestas positivas y  $n$  es 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.