

Cátedra SURA de Confianza Económica

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – Febrero 2020

El Índice de Confianza del Consumidor elaborado en base a encuestas realizadas entre el 25 y 29 de febrero* muestra una contracción de 0,6 puntos en febrero respecto a enero. A pesar de ello, sigue encontrándose por segundo mes consecutivo apenas por encima del límite del nivel de optimismo con un puntaje de 50,2.

Respecto a febrero de 2019, el ICC acumula un crecimiento de 6,2. Este crecimiento se reduce a 4,9 si se considera el promedio interanual del 2020 respecto al del año anterior.

La **Situación Económica Personal** es el único subíndice que mejoró respecto a enero de 2020, al interior del mismo se observa que de los dos componentes que lo conforman (*situación económica personal actual y a un año*) el responsable del aumento fue la situación económica a un año, la cual aumentó dos puntos respecto al mes anterior. Esto puede estar relacionado a los cambios en las expectativas de los consumidores ante el cambio de gobierno. Ese subíndice viene manteniendo un puntaje estable desde octubre de 2019.

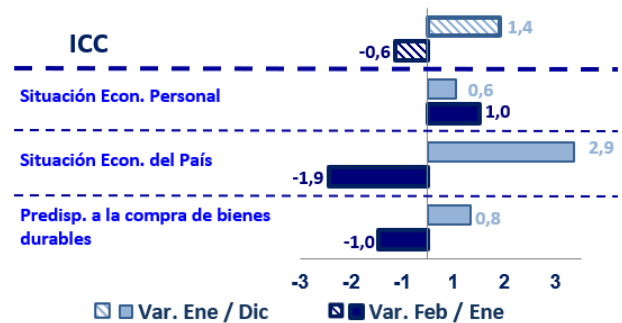
***¿Cuál era la situación del Covid19 a fines de febrero?**

Italia se convertía en el foco de brotes en Europa y comenzaba a cerrar sus ciudades.

El 26/2 se detectó el primer caso en Brasil, el siguiente país en detectar un caso de Coronavirus en Latinoamérica fue Argentina el 3 de marzo.

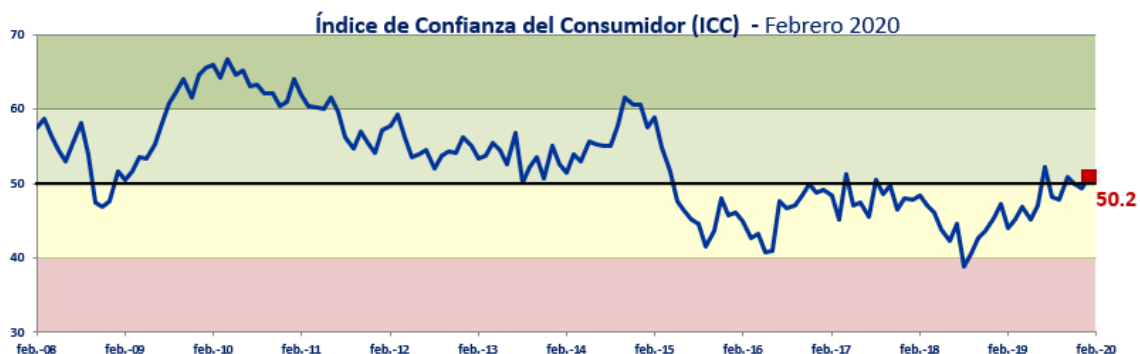
El Covid 19 para esa fecha no era considerado una pandemia, la OMS lo declaró pandemia el 11/3, dos días antes de conocerse los primeros casos en Uruguay.

Variación mensual del ICC
Enero y Febrero 2020 (Puntos de diferencia)

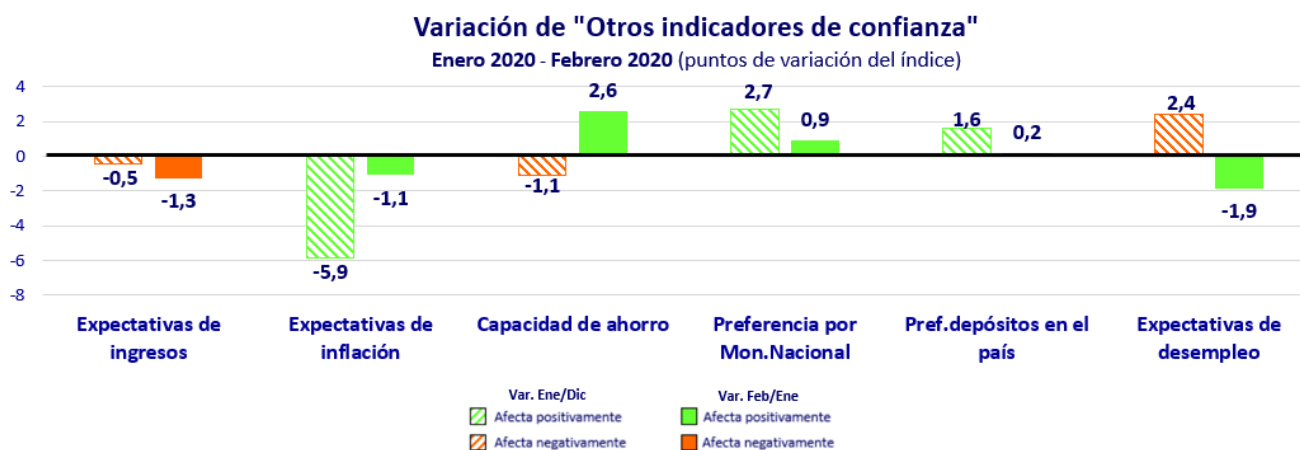


La **Situación Económica del País**, en cambio, se contrajo 1,9 puntos respecto al mes anterior, contrarrestando en parte la suba que se había producido en enero (+2,9). Dentro de los componentes, los encuestados muestran mayor pesimismo frente a la *situación económica del país a un año* respecto a la *situación económica del país en tres años*. Dado que la encuesta fue realizada a fines de febrero, es probable que los efectos del avance del Coronavirus en Europa y China hayan tenido efecto en las expectativas de los consumidores.

Por último, la **Predisposición a la compra de bienes durables** descendió 1 punto, disminuyendo más que la suba registrada en el mes anterior (0,8). Esta caída puede explicarse a partir del descenso en la predisposición a la compra de electrodomésticos, mostrándose esta variable relacionada con el aumento en el tipo de cambio el cuál registró a fin de febrero un aumento de 4% respecto a fines del mes anterior.



Otros indicadores de confianza económica



Pese a la caída del ICC en febrero respecto al mes anterior, los otros indicadores muestran en general una mejora respecto a enero 2020 con cuatro de los seis índices evolucionando positivamente, uno que no presenta casi variación y otro que desciende su puntaje respecto al mes anterior.

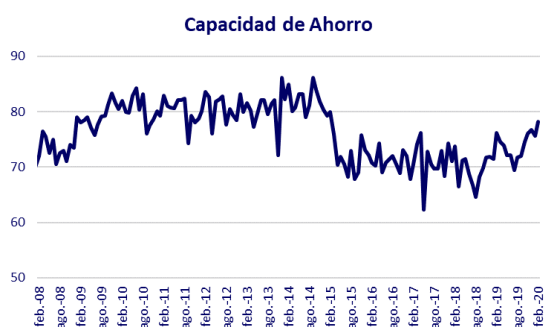
Las **expectativas de ingresos**, es la única variable que empeoró respecto a la edición anterior del índice presentando una baja (-1,3) en este mes, cayendo por cuartos meses consecutivo, acumulando entre noviembre de 2019 y febrero de 2020 una caída de 4 puntos.

Por otra parte, la **preferencia por los depósitos en el país** no presentó mayores variaciones respecto al mes anterior. Si se observa toda la serie de esta variable, puede apreciarse que no presenta mayores variaciones, esto puede deberse a la confianza que muestran los uruguayos en el sistema bancario nacional.

Como se dijo anteriormente, el tipo de cambio en febrero aumentó respecto a enero. Esto puede ser la explicación de por qué la **preferencia por la moneda nacional** a pesar de que creció lo hizo en menor magnitud respecto a meses anteriores.

Las **expectativas de inflación** continúan a la baja, aunque más moderadamente (descendiendo en este mes 1,1). Comparado con febrero del 2019 las expectativas de inflación han descendido 10 puntos en total, siendo, después de las expectativas de desempleo (-22 puntos entre febrero 2019 y febrero 2020) la variable que más descendió respecto al año anterior.

El aumento en febrero de la **capacidad de ahorro** (+2,6) sitúa esta variable en el mayor puntaje desde enero de 2015. Este mismo comportamiento se observa en las **expectativas de desempleo**, donde salvo en noviembre y diciembre de 2019, esta variable presentó los menores puntajes desde enero de 2015.



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 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.