

CÁTEDRA DE CONFIANZA ECONÓMICA

UCU - EQUIPOS

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – Marzo 2021

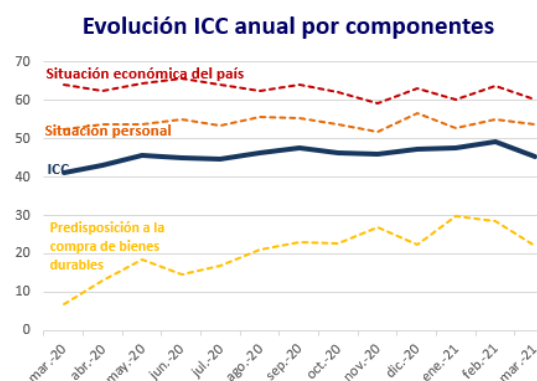
El **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)** del mes de marzo 2021, elaborado en base a encuestas realizadas entre el 28 y el 31 de marzo, muestra un descenso de 3,8 puntos. Esta caída representa la mayor contracción del índice desde el shock provocado por el COVID-19 en marzo 2020 que hizo disminuir el ICC en 9 puntos. Asimismo, contrarresta el aumento observado en los meses de diciembre (+1,3), enero (+0,3) y febrero (+1,6). De esta manera, con un puntaje de 45,4 en marzo, el índice continúa en el nivel de moderado pesimismo. Al igual que en el mes de octubre de 2020, cuando los casos comenzaron a aumentar exponencialmente y el ICC reaccionó disminuyendo 1,3 puntos; en marzo, el registro récord de casos diarios, de casos activos y de muertes volvió a impactar fuertemente en el ICC. La agudización de una crisis sanitaria que se vive hace ya un año, aún con un plan de vacunación en marcha, genera grandes niveles de incertidumbre en los consumidores, lo que tiene un impacto directo en la conformación de sus expectativas y su confianza en la economía.

De todas maneras, respecto a marzo 2020, el índice es 4,2 puntos mayor, por lo que la confianza del consumidor, a pesar de haber descendido significativamente en marzo 2021, es mayor que hace un año atrás.

En cuanto a los subíndices, los tres acompañaron la caída del índice, empeorando su desempeño respecto al mes anterior.

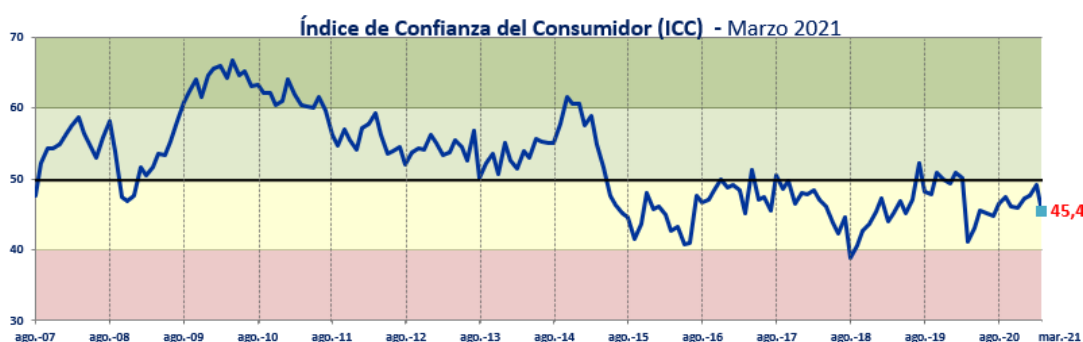
La **Situación Económica Personal**, fue el subíndice que menos disminuyó. Dentro de sus componentes (*situación económica personal actual y a un año*), si bien ambos descendieron, se continúa manteniendo un mayor optimismo con las expectativas a futuro.

Por su parte, la **Situación Económica del País** disminuyó impulsada principalmente por una importante caída registrada en el componente con menor horizonte temporal (*situación*

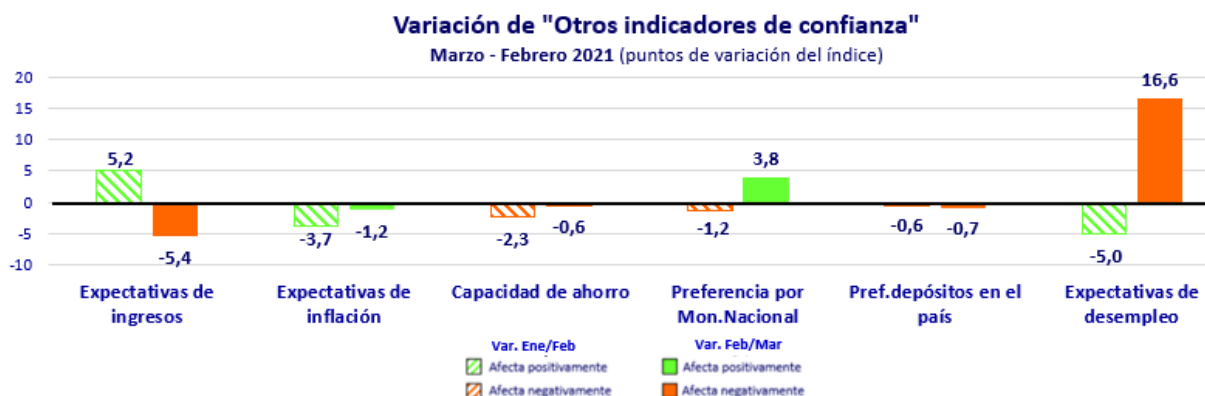


económica del país a un año), dejando atrás el puntaje registrado en febrero, que fue el mayor desde la llegada del COVID-19 a Uruguay en marzo de 2020. De alguna manera, esto estaría indicando que los consumidores están perdiendo la confianza en una recuperación económica de corto plazo, en línea con un momento de incertidumbre y agravamiento de la crisis sanitaria justamente a un año de su inicio.

Por último, la **Predisposición a la compra de bienes durables** fue el subíndice que presentó la mayor caída (-6,3 puntos), que, sin llegar a la magnitud del descenso en marzo 2020, es la disminución más pronunciada desde esa fecha. Esta variación está relacionada a la sensibilidad que presenta este indicador respecto a la incertidumbre económica que se está viviendo en el país, y es coherente la pérdida de confianza de recuperación económica en el corto plazo. Como se observó en los meses posteriores al shock COVID-19 en marzo 2020 las personas, en momentos de incertidumbre, aplazan sus gastos; o porque sus ingresos han disminuido o para poder ahorrar. Dentro de los componentes que lo conforman, *electrodomésticos, y automóviles y viviendas*, ambos descendieron, mostrando una leve caída superior automóviles y viviendas. Esto puede estar relacionado a que el gasto requerido es mucho mayor y por lo tanto involucra decisiones más pensadas.



Otros indicadores de confianza económica



Acompañando la caída del ICC en marzo, los otros indicadores medidos muestran, en general, una desmejora respecto a febrero 2021 (a excepción de las expectativas de inflación y la preferencia por moneda nacional, dos indicadores que se puede esperar se comporten de forma relacionada).

La percepción de los indicadores, al igual que en el ICC, puede estar siendo afectada por la desmejora en la situación del COVID-19 experimentada en marzo 2021. Los indicadores que más se vieron deteriorados son aquellos relacionados con el empleo y los ingresos (expectativas de ingresos, expectativas de desempleo y capacidad de ahorro). Aunque los dos primeros indicadores se miden a un año y la capacidad de ahorro es presente, sus disminuciones pueden relacionarse a la falta de certezas sobre el control de la pandemia y cómo ésta va a evolucionar en el futuro, no percibiéndose un horizonte temporal claro sobre cuándo va a terminar ni cuáles van a ser las consecuencias del actual retroceso en los diferentes sectores de la economía.

El ICC en los países de la región*

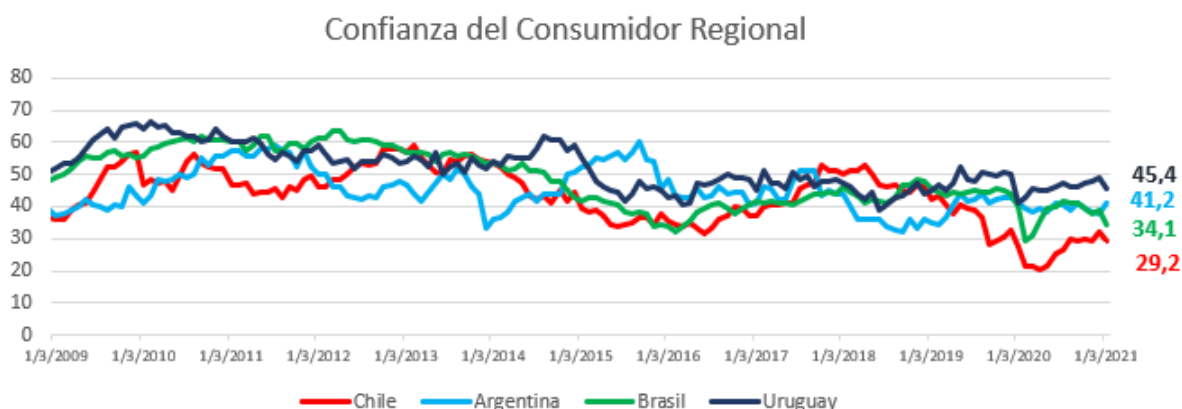
Al analizar la variación del índice, se observa que dos países se encuentran en el nivel de moderado pesimismo (entre 40 y 50 puntos) y dos países se encuentran en el nivel de atendible pesimismo (menos de 40 puntos).

Argentina es el único país de la región que aumentó su nivel de confianza (3,4 puntos), superando en puntaje a Brasil y entrando, con 41,2 puntos, en la zona de moderado pesimismo, luego de haber permanecido en la zona de atendible pesimismo por tres meses.

Brasil desmejora 4,9 puntos, registrando la segunda mayor caída desde que se tienen datos (la mayor caída se registró en abril 2020, 11 puntos). Con 34,1 puntos vuelve a los puntajes registrados en los primeros meses de la pandemia de COVID-19.

Chile es el país con menor puntaje de la región (29,2 puntos) y en el mes de enero descendió 2,8 puntos neutralizando el aumento del mes de febrero (+ 2,5).

Uruguay, por último, es el país con mayor puntaje (45,4), aunque, al igual que Brasil y Chile empeoró su desempeño en el mes de febrero disminuyendo 3,8 puntos.



*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.