

CÁTEDRA DE CONFIANZA ECONÓMICA

UCU - EQ

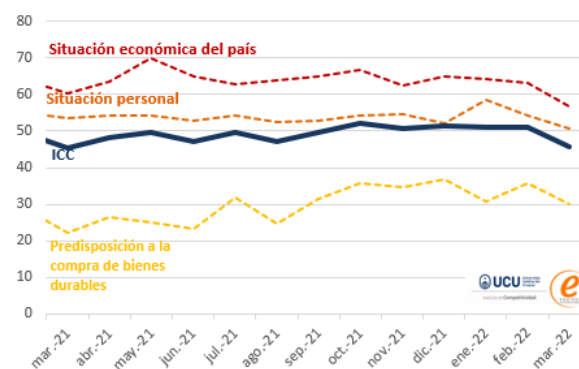
ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – Marzo 2022

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) del mes de marzo 2022, elaborado en base a encuestas realizadas entre el 31 de marzo y el 7 de abril, muestra un descenso de 5,3 puntos, representando la mayor contracción del índice desde el shock provocado por el COVID-19 en marzo 2020. Con un puntaje de 45,8, el índice sale de la zona de moderado optimismo (más de 50 puntos) en la que permaneció por cinco meses y se sitúa en la zona de moderado pesimismo (entre 40 y 50 puntos). Respecto a marzo 2021, el índice es 0,4 puntos mayor; y, si se consideran los promedios (ene-21/mar-21) y (ene22/mar-22), el índice es 1,9 puntos mayor.

En cuanto a los subíndices, los tres descienden respecto a febrero. Esto es consistente con los datos de la encuesta de opinión pública realizada por Equipos Consultores divulgada el 13 de abril, sobre el principal tema de preocupación de los uruguayos, donde la situación económica se presenta como la principal problemática, luego de dos años donde la pandemia había ocupado el primer puesto. Uno de los temas que más impacto puede haber tenido en la percepción del público encuestado es la inflación. Según información brindada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), la inflación acumulada en los últimos 12 meses fue 9,4% situándose por encima del rango meta (entre 3% y 7%) del Banco Central del Uruguay.

La **Situación Económica Personal** descendió por segundo mes consecutivo, obteniendo el cuarto puntaje más bajo desde que se mide la serie. Dentro de sus componentes (situación económica personal actual y a un año), ambos disminuyeron, pero la desmejora fue impulsada principalmente por el primer componente. El factor que refleja la situación económica personal actual demuestra la preocupación de la población por el aumento de precios y por la consecuente pérdida de salario real. El rubro alimentos y bebidas no alcohólicas, según el INE

Evolución ICC anual por componentes

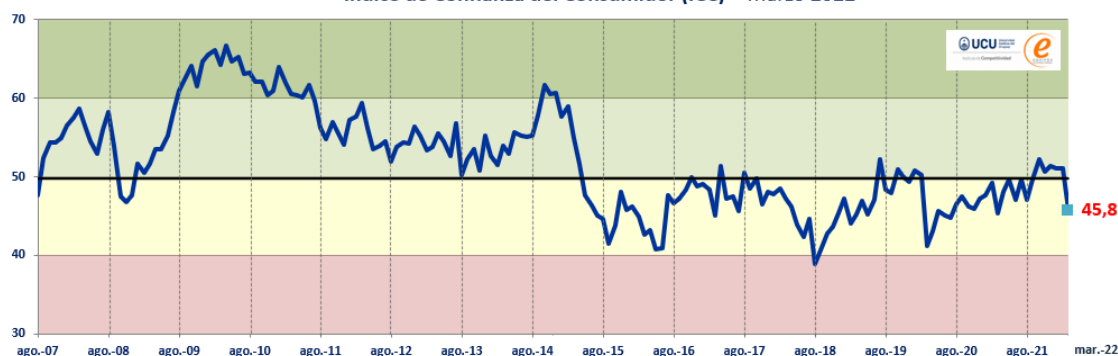


en marzo, aumentó 2,43% siendo el rubro con mayor incidencia dentro del gasto de los hogares. Otro incremento relevante fue el de la nafta y gasoil (2,1% y 1,98% respectivamente), con impacto directo en los hogares y el sector productivo.

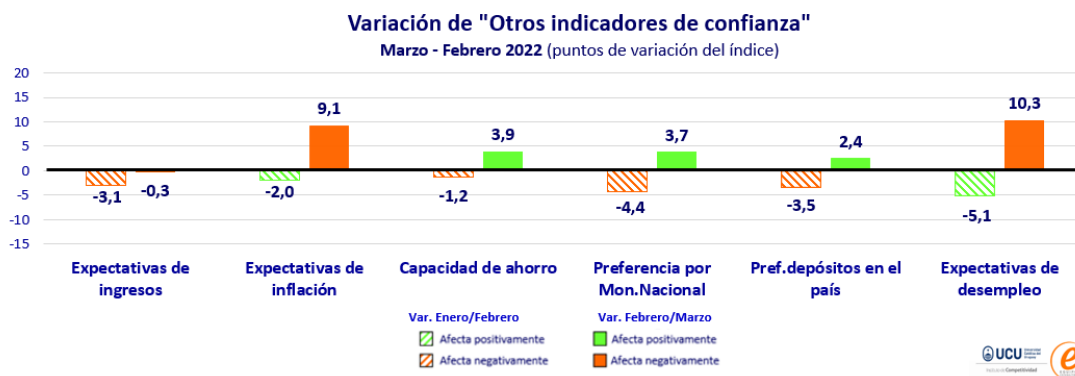
La **Situación Económica del País** fue el subíndice que presentó mayor descenso (-6,4 puntos) acumulando tres meses de caída consecutiva. Observando la evolución de los dos componentes que conforman el subíndice (situación económica del país a uno y tres años) ambos cayeron en igual medida, demostrando que la población está preocupada tanto por la economía presente como por la recuperación en el mediano plazo.

Por último, la **Predisposición a la Compra de Bienes Durables** cae y contrarresta la suba del mes anterior. Los componentes del subíndice (electrodomésticos y automóviles y viviendas) desmejoraron ambos en similares proporciones, pudiendo estar relacionada a la sensibilidad que presenta este indicador respecto a la incertidumbre económica, esto también se ha podido observar en los meses más críticos de la pandemia, donde la población, en momentos de incertidumbre decide aplazar sus gastos.

Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Marzo 2022



Otros indicadores de confianza económica



Los otros indicadores medidos, como suele suceder, muestran una evolución dispar respecto a febrero. Tres de ellos empeoraron y los otros tres mejoraron.

Dentro de las variables que empeoraron su desempeño (expectativas de ingresos, expectativas de inflación y expectativas de desempleo) las expectativas de inflación obtienen el peor puntaje registrado en la serie, teniendo una relación directa con los datos de inflación mencionados anteriormente. En la misma línea, las expectativas de desempleo empeoraron considerablemente.

Por otro lado, dentro de las variables que mejoraron (capacidad de ahorro, preferencia por la moneda nacional y preferencia por depósitos en el país) la capacidad de ahorro fue la variable con mayor recuperación, pudiendo estar relacionado a una restricción del gasto observada en la predisposición de compra de bienes durables.

El ICC en los países de la región*

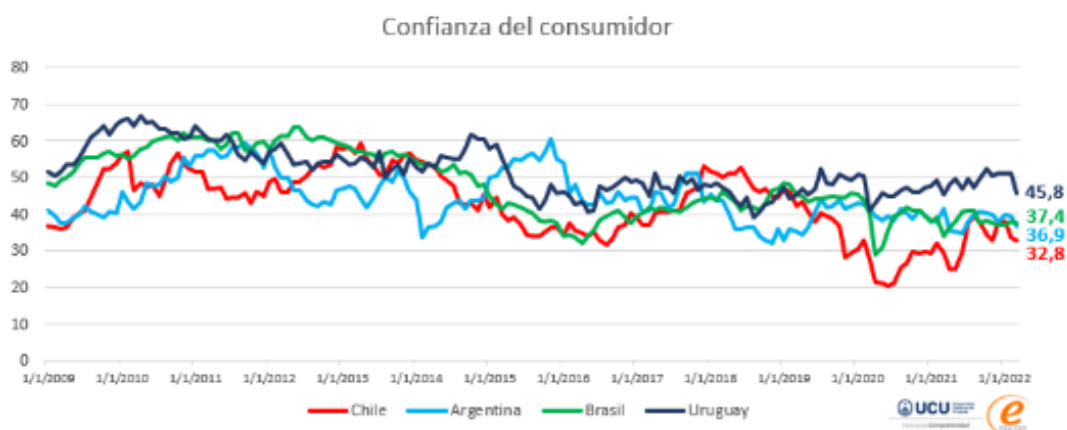
Al analizar la variación del índice, se observa que los países tuvieron desempeños similares debido a que todos empeoraron su desempeño respecto a febrero 2022, Uruguay desciende a la zona de moderado pesimismo (entre 40 y 50 puntos) y Argentina, Brasil y Chile continúan posicionados en el nivel de atendible pesimismo (menos de 40 puntos).

Brasil, es el país que menos desciende su puntaje (-0,5 puntos) permitiéndole escalar al segundo lugar de la serie luego de Uruguay. A pesar de ocupar el segundo lugar de la serie, Brasil ha permanecido estable en 37 puntos durante los últimos 5 meses.

Argentina desmejora 2,5 puntos, obteniendo el peor puntaje de los últimos 9 meses y situándose en el tercer lugar de la serie.

Chile, cae por segundo mes consecutivo, disminuyendo 0,8 puntos en marzo, permaneciendo dentro de la zona de atendible pesimismo (menos de 40 puntos) y ocupando el último lugar de la serie.

Uruguay, por último, fue el país que presentó la mayor desmejora (-5,3 puntos), aunque permanece como el país con mejor desempeño de la región y es el único dentro de la zona de moderado pesimismo del gráfico (entre 40 y 50 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 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.