

# CÁTEDRA DE CONFIANZA ECONÓMICA

UCU - EQUIPOS

## ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – Setiembre 2021

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) del mes de setiembre 2021, elaborado en base a encuestas realizadas entre el 25 de setiembre al 1ro de octubre, muestra un aumento de 2,6 puntos. Con un puntaje de 49,7, el índice recupera el puntaje perdido en el mes anterior y vuelve a aproximarse al límite de neutralidad (50 puntos).

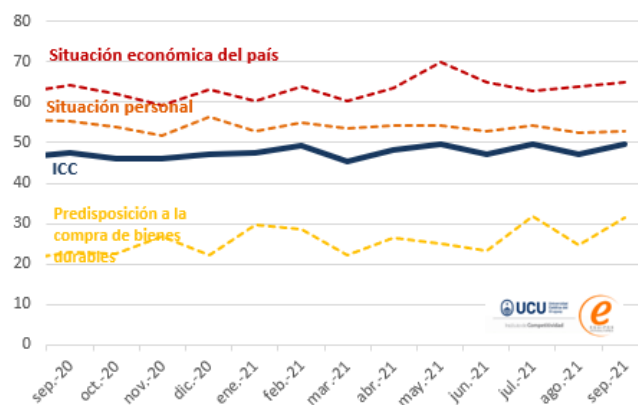
Respecto a setiembre 2020, el índice es 2,2 puntos mayor; y, si se consideran los promedios acumulados (ene-20/set-20) y ene21/set-21), el índice es 2,1 puntos mayor. Por lo tanto, como viene sucediendo desde marzo de este año, la confianza del consumidor es mayor en 2021 respecto a la misma fecha del año anterior.

La mejora registrada en el ICC este mes se corresponde con una mejora en los tres subíndices que lo componen, aunque de distinta magnitud. El subíndice que más aumentó fue la Predisposición a la compra de bienes durables, mientras que la Situación Económica Personal aumentó apenas marginalmente, manteniendo casi el mismo puntaje de agosto 2021.

La **Situación Económica del País** volvió a mejorar por segundo mes consecutivo. Observando la evolución de los dos componentes que conforman el subíndice (situación económica del país a uno y tres años) tuvieron un comportamiento dispar y el aumento fue impulsado por el primer componente. Ello puede relacionarse con una incipiente vuelta a la normalidad y la mejoría en los casos activos, con valores que no se obtenían desde noviembre 2020.

La **Situación Económica Personal** se mantuvo casi con el mismo puntaje del mes anterior. Dentro de sus componentes

### Evolución ICC anual por componentes



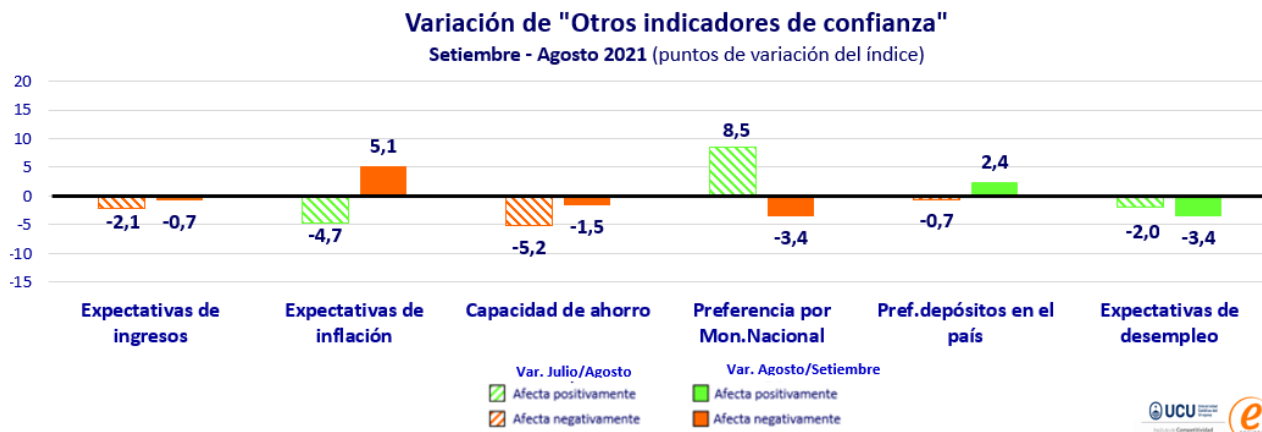
(situación económica personal actual y a un año), el primero mostró una leve mejoría en el optimismo de la población, alejándose del puntaje del mes anterior que había sido el menor desde que se mide el índice. Por su parte, la situación económica personal a un año empeoró levemente casi en la misma magnitud que el aumento del componente de la situación actual. La percepción sobre la situación a un año continúa siendo mejor que la existente sobre la situación económica actual, mostrando optimismo por parte de la población sobre un futuro personal más próspero.

Por último, la **Predisposición a la compra de bienes durables** aumentó 6,7 puntos, ubicándose con 31,2 puntos, similar a la situación de julio 2021 en los niveles que alcanzaba previo a pandemia. Los componentes del subíndice aumentaron ambos (*electrodomésticos, y automóviles y viviendas*), pudiendo ser resultado de una mejora en la percepción económica personal, el apoyo de UTE a la compra de electrodomésticos categoría A, divulgado en setiembre, y la tendencia a la baja del dólar.

Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Setiembre 2021



## Otros indicadores de confianza económica



Los otros indicadores medidos muestran una evolución dispar respecto a agosto 2021. Dos de ellos mejoraron y los otros cuatro empeoraron.

Dentro de las cuatro variables que empeoraron su desempeño (expectativas de ingresos, expectativas de inflación, capacidad de ahorro y preferencias por la moneda nacional) la capacidad de ahorro y las expectativas de ingreso continúan con su tendencia pesimista del mes anterior, aunque en menor proporción. Por su parte, las expectativas de inflación y la preferencia por la moneda nacional empeoraron luego de la importante mejora registrada en el mes anterior.

Por otro lado, dentro de las variables que mejoraron (preferencia por depósitos en el país y expectativas de desempleo) la preferencia por depósitos en el país, con un aumento de 2,4 puntos respecto a agosto, recupera el puntaje perdido en los tres meses anteriores donde tuvo una tendencia negativa. En el caso de las expectativas de desempleo, continúa con su tendencia optimista, mejorando por sexto mes consecutivo, obteniendo el mejor puntaje desde abril 2010 y siendo el cuarto mejor puntaje de la serie luego de los valores registrados en noviembre 2009, abril 2010 y marzo 2010. Este aumento acompaña los datos oficiales del desempleo donde se señala que se encuentran en valores previos a la pandemia.

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

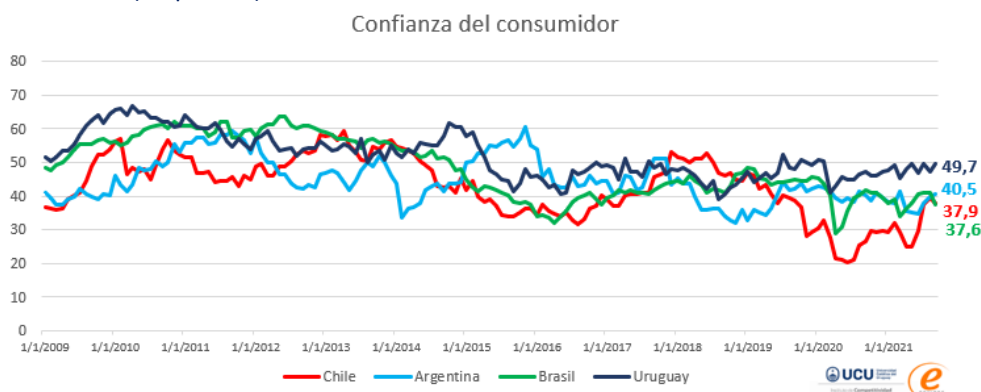
Al analizar la variación del índice, se observa que los países tuvieron desempeños dispares, Uruguay y Argentina se encuentra en el nivel de moderado pesimismo (entre 40 y 50 puntos) y Brasil y Chile permanecen en el nivel de atendible pesimismo (menos de 40 puntos) aunque muy cercanos al nivel de moderado pesimismo.

**Chile**, después de tres meses de crecimiento consecutivo, tuvo una caída de 1,4 puntos en setiembre. A pesar de ello, logro superar a Brasil y dejar de ser el país con peor puntaje de la región.

**Argentina** sostiene su mejora por tercer mes consecutivo, esto en el mes de setiembre le permite salir de la franja del atendible pesimismo y entrar al moderado pesimismo, ocupando la segunda posición en la región detrás de Uruguay.

**Brasil** fue el país que más empeoró (-3,25 puntos), abandonando nivel e moderado optimismo y el segundo mejor puntaje de la región obtenidos en agosto. Esta caída lo ubica con el menor puntaje de la región y en la zona de atendible pesimismo.

**Uruguay**, por último, con un aumento de 2,6 puntos se consolida como el país con mayor puntaje de la región y es el único cercano al límite de neutralidad (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 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.