

CÁTEDRA DE CONFIANZA ECONÓMICA

UCU - EQ

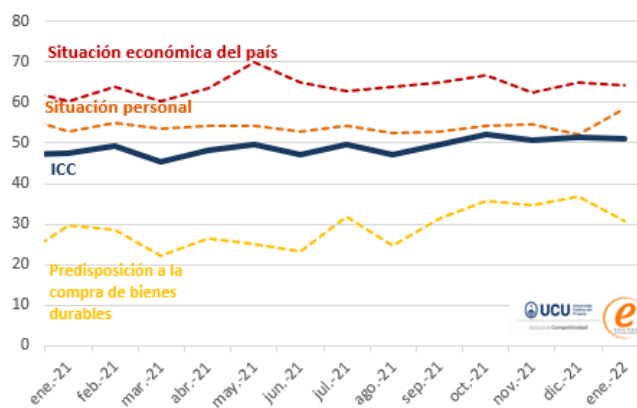
ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC) – Enero 2022

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) del mes de enero 2022, elaborado en base a encuestas realizadas entre el 26 y 31 de enero, muestra un descenso de 0,3 puntos. Con un puntaje de 51,1, el índice continúa afianzándose dentro del nivel de moderado optimismo (más de 50 puntos), zona en la que cae por cuarto mes consecutivo. Respecto a enero 2021, el índice es 3,5 puntos mayor.

En cuanto a los subíndices, dos de tres descienden respecto a diciembre. Esta reacción pudo deberse a la moderación del optimismo presentado en el mes anterior y a un aumento nuevamente de los casos de COVID-19, alcanzando nuevos máximos de casos diarios. A pesar de ello, esta caída no revierte en su totalidad el aumento registrado en diciembre permitiendo que el índice se mantenga dentro de la zona de moderado optimismo.

La **Situación Económica Personal** aumentó 6,3 puntos recuperando no solo el puntaje perdido el mes anterior, sino que, con 58,4 puntos, obtiene el mayor puntaje desde febrero 2020. Dentro de sus componentes (situación económica personal actual y a un año), ambos aumentaron, pero la mejora fue impulsada principalmente por el primer componente. El subíndice que refleja la situación económica personal actual, movido por expectativas de carácter más inmediato, deja atrás el puntaje alcanzado en diciembre que fue el menor desde que se mide el

Evolución ICC anual por componentes



Índice, con un aumento de más de 10 puntos. Esta variación podría deberse al optimismo asociado al comienzo del año, las vacaciones, etc. El segundo subíndice también aumentó, aunque en menor medida.

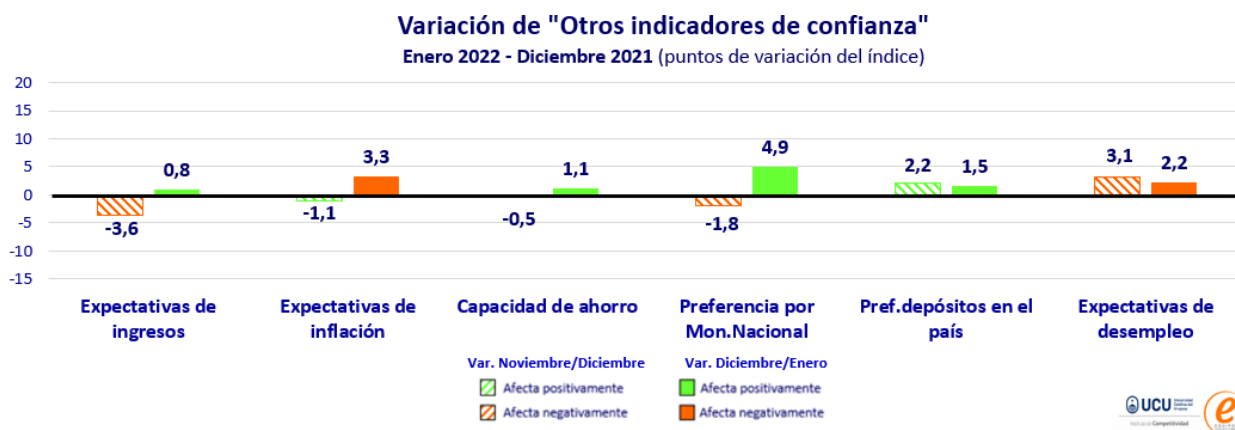
La **Situación Económica del País** descendió, moderando la suba registrada en el mes anterior. Observando la evolución de los dos componentes que conforman el subíndice (situación económica del país a uno y tres años) ambos empeoraron, aunque en ninguno de los casos se contrarrestó la suba de diciembre, por lo tanto, se podría hablar de una moderación de las expectativas.

Por último, la **Predisposición a la Compra de Bienes Durables** descendió, y continúa asemejándose a los niveles previos a la pandemia. Los componentes del subíndice disminuyeron ambos (electrodomésticos, y automóviles y viviendas), aunque en diferente proporción, siendo los primeros los que sufrieron el mayor impacto.

Índice de Confianza del Consumidor (ICC) - Enero 2022



Otros indicadores de confianza económica



Los otros indicadores medidos, como suele suceder, muestran una evolución dispar respecto a diciembre 2021. Cuatro de ellos mejoraron y los otros dos empeoraron.

Dentro de las dos variables que empeoraron su desempeño (expectativas de inflación y expectativas de desempleo) las expectativas de inflación, con 73,3 puntos, se acerca al peor puntaje registrado en la serie, 74,3 puntos, registrado en setiembre de 2021. Por su parte, las expectativas de desempleo es la única variable que empeoró por cuarto mes consecutivo.

Por otro lado, dentro de las variables que mejoraron (expectativas de ingresos, capacidad de ahorro, preferencia por la moneda nacional y preferencias por depósitos en el país) la preferencia por la moneda nacional fue la que tuvo mayor variación.

El ICC en los países de la región*

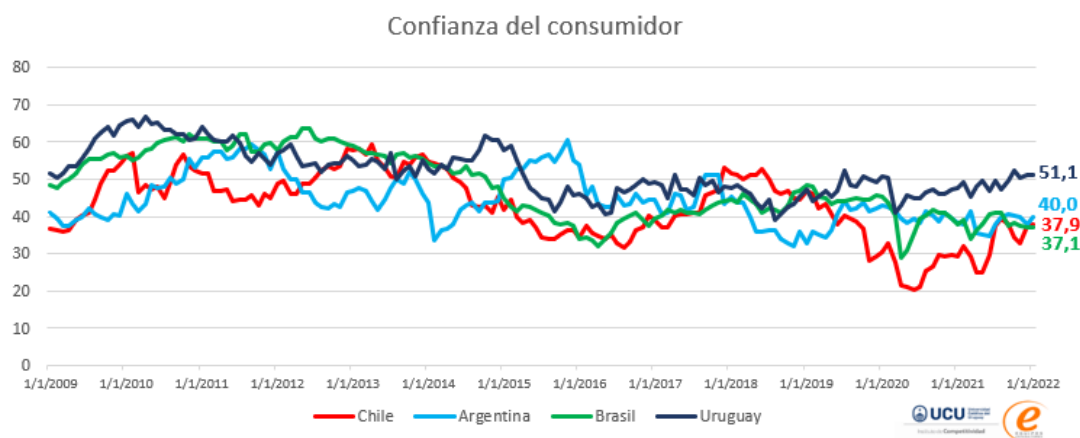
Al analizar la variación del índice, se observa que los países tuvieron desempeños dispares, Uruguay se encuentra en la zona de moderado optimismo (entre 50 y 60 puntos) y Argentina se encuentra en el límite entre el moderado pesimismo (entre 40 y 50 puntos) y el atendible pesimismo (menos de 40 puntos) y Brasil y Chile continúan posicionados en el nivel de atendible pesimismo (menos de 40 puntos).

Argentina mejora su desempeño (2,2 puntos) luego de tres meses de descensos, posicionándose como el segundo país con mejor puntaje luego de Uruguay.

Brasil, mantiene su puntaje del mes anterior, obteniendo por segundo mes consecutivo el último lugar de la serie.

Chile, mejoró por segundo mes consecutivo (0,3 puntos en enero), aunque permanece dentro de la zona de atendible pesimismo (menos de 40 puntos).

Uruguay, por último, a pesar de su descenso de 0,3 puntos se consolida como el país con mayor puntaje de la región y es el único dentro de la zona optimista del gráfico (más de 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.