

Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Universidad Católica del Uruguay
Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento de Economía

Departamento de Economía

Equipos Consultores

<http://economia.ucu.edu.uy/popce>
economia@ucu.edu.uy



ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (ICC)/ JUNIO 2011

El índice de confianza del consumidor en el mes de junio interrumpió la tendencia descendente que mostraba en el transcurso del año, y que se había acentuado particularmente el pasado mes de mayo. Dado el “efecto aguinaldo” y el inicio de las vacaciones de julio, que coinciden con el relevamiento de las opiniones a fin de mes, normalmente mejoran los niveles de confianza en este mes del año, pero además, se aprecia que se moderaría la evolución de distintos indicadores tras la fuerte caída que registraron en mayo. Se cierra un primer semestre del año con un Índice de Confianza promedio 5,7% inferior al de un año atrás, cuando se registraba una mejora generalizada en los indicadores. Se observa que en la primera mitad de 2011 la mayor preocupación estaría vinculada a las perspectivas futuras de la economía del país (-12,0%), y en segundo lugar a las perspectivas económicas a nivel personal (-5,0%). Si bien en los últimos dos meses se moderan las expectativas de crecimiento de los precios, el aceleramiento de la inflación marcaría la mayor preocupación del semestre, seguida por el aumento del desempleo.

Si bien el índice de confianza del consumidor es 5,7% inferior al de un año atrás, en el mes de junio se revirtió parcialmente la caída que acumulaba en el transcurso del año (2,5%). La mejora del índice en el mes responde a una reversión parcial de la percepción a la baja en materia de *situación económica del país* (8,5%), en particular a tres años, que era la que venía cayendo a mayor ritmo. En un marco de estabilidad de la *predisposición a la compra de bienes durables*, cayó ligeramente el subíndice que mide la percepción sobre la *situación económica personal* (-1,4%).

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Índice de Confianza del Consumidor	2,5%	-5,3%	-5,7%
<i>Situación Económica del País</i>	8,5%	-17,4%	-12,0%
A un año	6,7%	-18,6%	-12,2%
A tres años	10,3%	-16,2%	-11,7%
<i>Situación Económica Personal</i>	-1,4%	-5,9%	-5,0%
Actual	-7,4%	-8,8%	-4,2%
A un año	4,2%	-3,4%	-5,7%
<i>Predisposición de compra de bienes</i>	0,7%	12,4%	1,4%
Electrodomésticos	0,8%	10,1%	-0,3%
Casas y Autos	0,4%	15,7%	3,7%

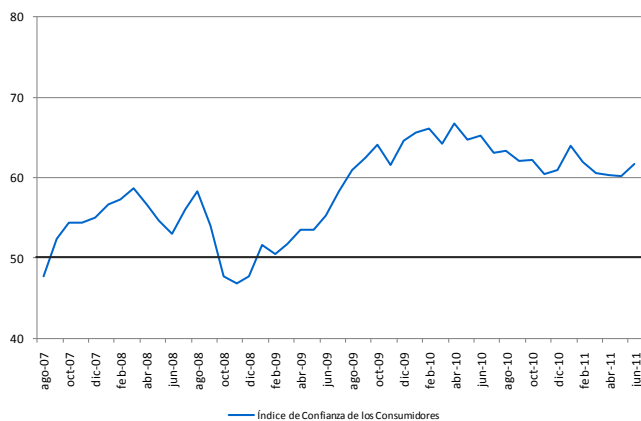
(*) Mensual: Jun11/May11; 12 Meses: Jun11/Jun10; Prom. anual: Prom. (Ene-Jun 11)/Prom. (Ene-Jun 10).

La mejora de la percepción sobre la *situación económica del país* en el mes de junio podría asociarse, por un lado, a la moderación de los niveles de incertidumbre que se observaron en mayo. Por otro lado, habría incidido la difusión de información sobre la corrección al alza de las proyecciones de crecimiento económico para 2011, tanto por parte de las autoridades económicas como de los analistas independientes, tras conocerse las cifras de Cuentas Nacionales del primer semestre del año que publica el Banco Central del Uruguay.

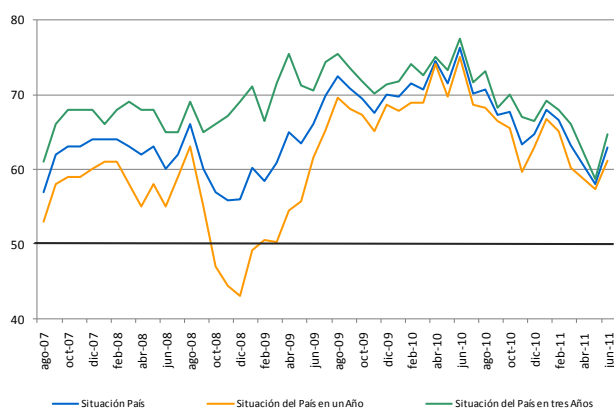
La percepción sobre la *situación económica personal* registró una caída en el mes de junio (-1,4%) pero no vinculada a las expectativas futuras, cuyo subíndice subió hasta los niveles de marzo, sino debido a la percepción de que la *situación económica personal* era mejor un año atrás que en la actualidad.

Pese a que el tipo de cambio continuó cayendo en el mes de junio, el contexto de mayor incertidumbre sobre la economía global, y la ya muy elevada *predisposición a la compra de bienes durables* respecto a un año atrás (12,4%), mantendría estable la *predisposición a la compra de electrodomésticos* y de *casas y autos*.

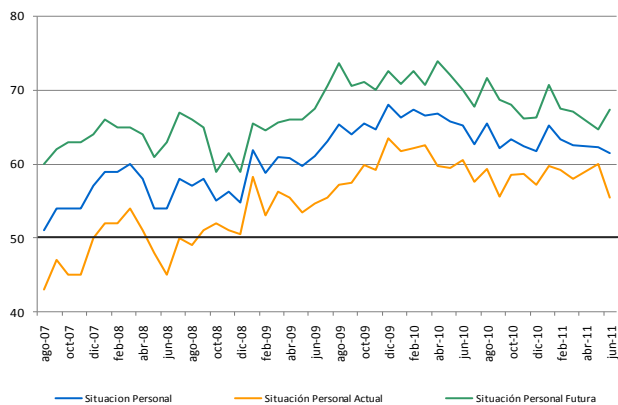
ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (*)



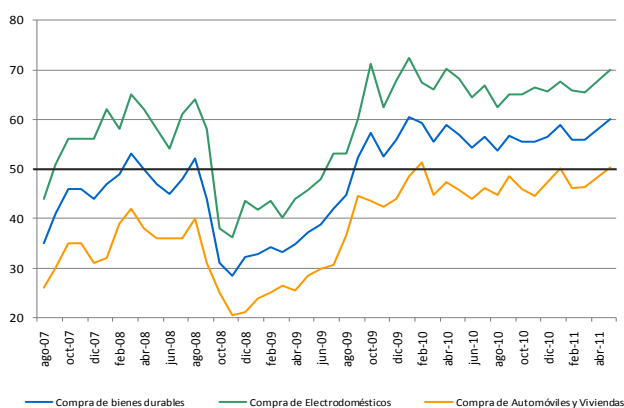
SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS (*)



SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL (*)



PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES (*)



(*) Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR A NIVEL MUNDIAL

En el marco de una muy elevada incertidumbre acerca del futuro de la economía mundial, debido a las crisis que enfrentan las economías europeas y de EEUU, se analiza la confianza del consumidor a nivel internacional.

Según relevan agencias internacionales, la encuesta trimestral realizada por *The Nielsen Company* muestra que la confianza del consumidor a nivel mundial cayó en el segundo trimestre del presente año al menor nivel desde fines de 2009, ubicándose en un nivel que muestra pesimismo entre los consumidores. Esta caída es producto de la elevada incertidumbre sobre la economía mundial, la profundización de la crisis de deuda en la euro zona, y la creciente inflación en algunas regiones del mundo, en particular en Asia.

En particular, 31% de los consumidores de Estados Unidos dijo no tener dinero disponible para gastos discrecionales, seguido por un 25% en Oriente Medio y África y un 22% en Europa.

Los consumidores asiáticos en general continuaron más optimistas que los de otras regiones, con la notable excepción de los japoneses y los surcoreanos que son de los más pesimistas a nivel mundial. Sin embargo, la creciente inflación, en particular en China, ha moderado el poder adquisitivo de los asiáticos, influyendo negativamente en la confianza.

En lo que respecta a Europa, los indicadores de confianza de los meses de junio y julio, relevados por la Comisión Europea, muestran que tanto para la Unión Europea como para la zona euro, la confianza cayó levemente. Según la Agencia Reuters esta evolución se encuentra en línea con las expectativas de que el crecimiento económico del segundo trimestre se habría desacelerado. En base a esto, los analistas de la región señalan que las medidas de austeridad llevadas adelante por diversos gobiernos de la Unión Europea, sumada a la inestabilidad del mercado financiero y los altos precios del petróleo tienden a limitar la demanda privada, crucial para que el crecimiento de dicha región se vuelva sostenible.

Finalmente, en cuanto a Estados Unidos, el indicador revelado por la Universidad de Michigan para el mes de junio y los datos adelantados de julio muestran una importante caída producto de la renovada preocupación por el desempeño de la economía. En particular, tal cual señala la Universidad de Michigan, el momento, la magnitud y la composición de la caída del índice, sugieren que la incertidumbre en cuanto al acuerdo por el límite de endeudamiento de la economía estadounidense estaría debilitando la confianza. Esta débil confianza de los consumidores es consistente con la magra evolución de las ventas minoristas en el último mes. Por tanto, si se alcanzara un acuerdo por el techo de endeudamiento antes del plazo límite, tanto la confianza como el gasto podrían recuperarse antes de lo previsto.

CONDICIONES ACTUALES, CONDICIONES FUTURAS Y OTROS INDICADORES DE CONFIANZA

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Condiciones actuales	-3,4%	1,1%	-1,5%
Condiciones futuras	7,0%	-13,1%	-10,6%
Expectativas inflación	-5,7%	54,2%	58,4%
Expectativas desempleo	-18,6%	4,7%	15,6%
Expectativas ingresos	12,1%	2,8%	-6,6%
Capacidad de ahorro	16,3%	-2,5%	-8,9%

(*) Mensual: Jun11/May11; 12 Meses: Jun11/Jun10; Prom.anual: Prom.(Ene-Jun11)/Prom.(Ene-Jun10)

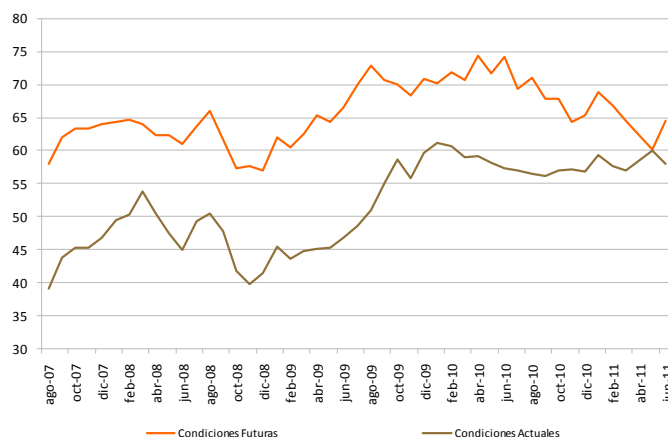
Durante la primera mitad del año 2011 los consumidores uruguayos, mientras mantenían estable su *percepción* sobre las *condiciones actuales* de la economía, se volvían más pesimistas en relación al futuro. No obstante, en el mes de junio la *percepción* sobre la *situación económica futura* mejoró en relación a la del mes de mayo, cuando habían caído fuertemente. En tanto, a instancias de la *situación económica personal*, empeoró la *percepción* de las *condiciones actuales*. Habría que esperar los próximos meses para ver si se comenzará a estabilizar o revertir la evolución de la percepción de las *condiciones futuras*, ya que se acercaba a valores como los de fines del año 2008, signados por un altísimo grado de incertidumbre, en aquel entonces debido a la crisis financiera internacional.

Si bien en junio mejoran las *expectativas* en materia de desempeño futuro de la *inflación* y el *desempleo*, se destacan estas dos variables como las de mayor deterioro en materia de percepción de los consumidores en el primer semestre del año.

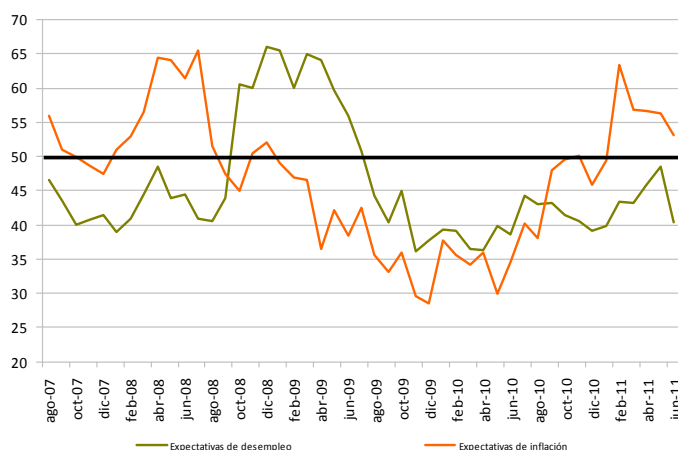
En un marco en que las autoridades, desde diferentes ámbitos, continúan transmitiendo señales de estar dispuestas a atacar la inflación, y en que en la reunión del COPOM del 23 de junio se volvió a incrementar la tasa de interés de política monetaria, con la consecuente caída del valor del dólar, hay menos consumidores que responden que esperan “bastante” aumento. No obstante, al igual que en el mes pasado, se mantiene una elevada incertidumbre, posiblemente asociado al proceso de discusión de la Rendición de Cuentas que se inicia y al marco internacional.

En materia de *expectativas de aumento del desempleo*, junto a la reversión parcial del mes (mejora) de las expectativas sobre la *situación económica del país*, se moderó también la preocupación por el desempleo. Consistente con este comportamiento, también mejoran las expectativas sobre *los ingresos futuros* de las familias y la percepción acerca de la *capacidad de ahorrar*, aunque ambas variables en el primer semestre de este año se ubican por debajo de igual período de 2010.

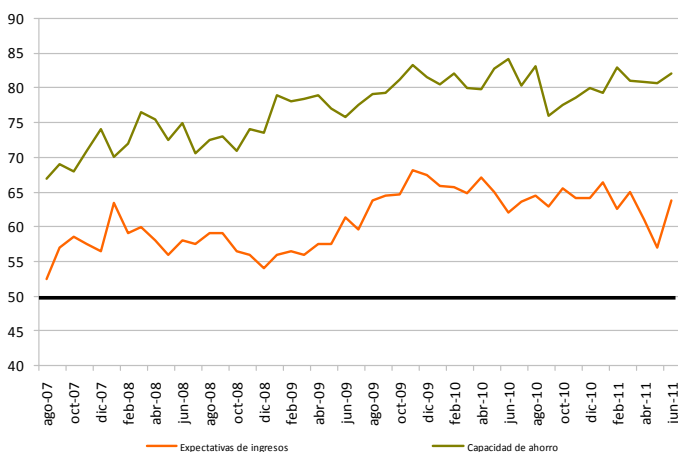
CONDICIONES ACTUALES Y FUTURAS (*)



EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN Y DESEMPLEO (*)



EXPECTATIVAS DE INGRESOS Y CAPACIDAD DE AHORRO (*)



(*) Fuente: Programa de Opinión Pública y Confianza Económica.

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.

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?

Cálculo

En base a la fórmula que sigue, el valor que computa la pregunta se calcula descartando las respuestas neutras, donde 50 sería el valor de equilibrio (igual cantidad de consumidores con respuestas positivas y negativas):

$V = 50 \times (p - n + 1)$ donde: p la proporción de respuestas positivas y n 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 con una muestra de 400 individuos de 18 años o más de las zonas urbanas de todo el país con teléfono fijo. Las personas a entrevistar se seleccionan a partir de un método de muestreo probabilístico de hogares particulares, que poseen teléfono de todo el país, según el censo poblacional de 2004. 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.