

Programa de Opinión Pública y Confianza Económica

Universidad Católica del Uruguay
Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento de Economía

El mes de agosto muestra un índice de confianza del consumidor que afirma su tendencia decreciente, producto de la caída en el mes de los tres subíndices que lo componen. A la percepción de deterioro de las condiciones económicas del país que ya se observaba a lo largo del año, se suma este mes una significativa caída de la predisposición a comprar bienes durables. Consistente con la preocupación por la situación de la economía a nivel país, por tercer mes consecutivo aumentan las expectativas de mayor desempleo y cae la de ingresos esperados del hogar. En este marco de preocupación por el desaceleramiento de la economía, la inflación esperada se modera (aunque aún es mayor a la de un año atrás). La fuerte incertidumbre en los mercados financieros internacionales -efectos de la crisis de deuda sobre el sistema financiero de la zona euro, especulaciones acerca del propio destino del euro, problemas de productividad, inflexibilidad de mercado de trabajo en Europa, sumada a las dificultades de la economía norteamericana para reactivarse - afecta las expectativas sobre el futuro de la economía uruguaya, pero además, ha impulsado la cotización del dólar en el mercado local, lo que este mes se reflejaría en un aumento de la preferencia por depósitos moneda extranjera.

El índice de confianza del consumidor cae 5,8% en el mes de agosto, con lo que resulta 11,2% menor al nivel de un año atrás. Mientras se profundiza la caída de la percepción de la situación económica del país (5,4%), el subíndice que más cayó en el mes es el de predisposición a la compra de bienes durables (-12,0%), ante una estabilidad relativa de la percepción de la situación económica personal (-0,2%).

	% Variación (*)		
	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Índice de Confianza del Consumidor	-5,8%	-11,2%	-6,6%
Situación Económica del País	-5,4%	-19,8%	-13,8%
A un año	-6,4%	-21,6%	-14,5%
A tres años	-4,6%	-18,1%	-13,1%
Situación Económica Personal	-0,2%	-6,7%	-5,0%
Actual	-0,1%	-5,9%	-4,1%
A un año	-0,3%	-7,5%	-5,8%
Predisposición a compra de bienes	-12,0%	-5,3%	0,5%
Electrodomésticos	-14,5%	-6,4%	-0,8%
Casas y Autos	-8,4%	-3,8%	2,4%

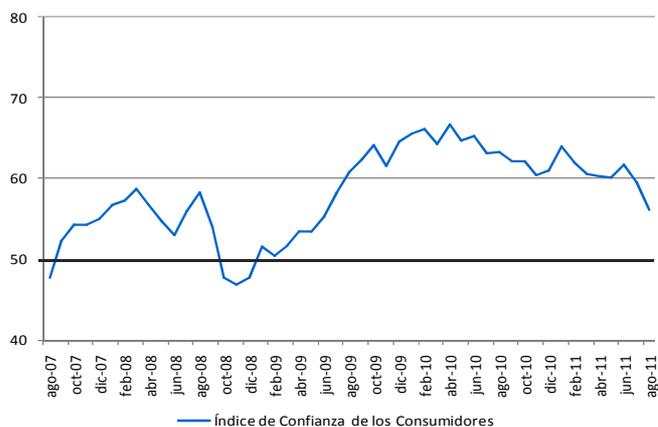
(*) Mensual: Ago11/Jul11; 12 Meses: Ago11/Ago10; Prom. anual: Prom. (Ene-Ago 11)/Prom. (Ene-Ago 10).

La percepción de la situación económica del país es la que presenta una tendencia más persistente a la baja, y el hecho de que se observe tanto para el más corto como mediano plazo (-14,5% y -13,1%, a uno y tres años respectivamente) indicaría que se interpreta que los factores en que se sustentan estas percepciones trascienden la coyuntura y tenderían a permanecer por algún lapso mayor.

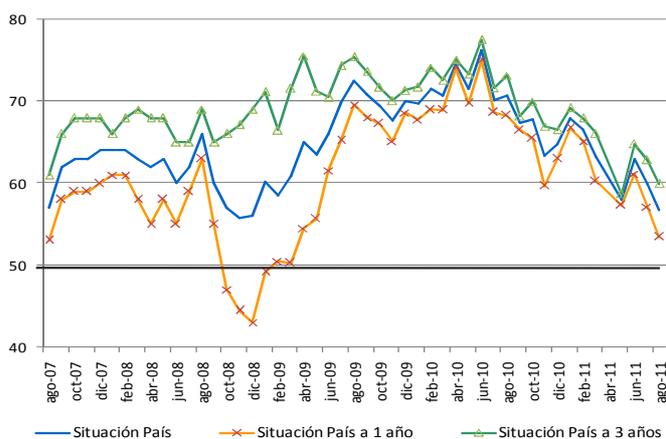
La percepción sobre la situación económica personal se presenta estable en el mes (-0,2%), indicando que el consumidor no percibe que desmejore su situación económica personal (de hecho, el índice que mide las respuestas a si su ingreso "le alcanza para ahorrar? permanece estable). No obstante, se acumula lentamente una caída en el año (-5,0%), básicamente debido a las expectativas sobre la situación futura (-5,8).

Dos factores se complementan para afectar la predisposición a la compra de bienes durables: expectativas de menores ingresos futuros, asociados a un deterioro de la situación económica del país, y la depreciación de la moneda local que encarece los bienes importados.

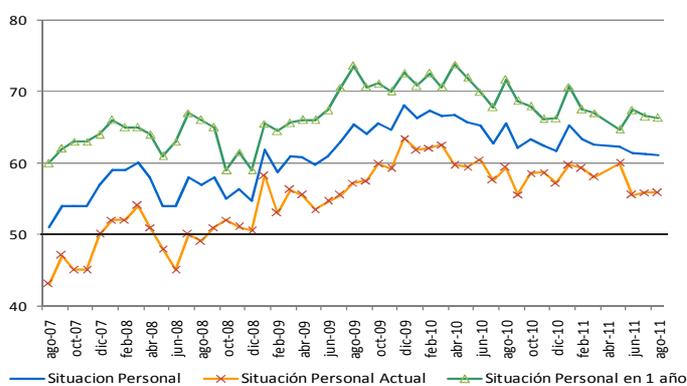
ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (*)



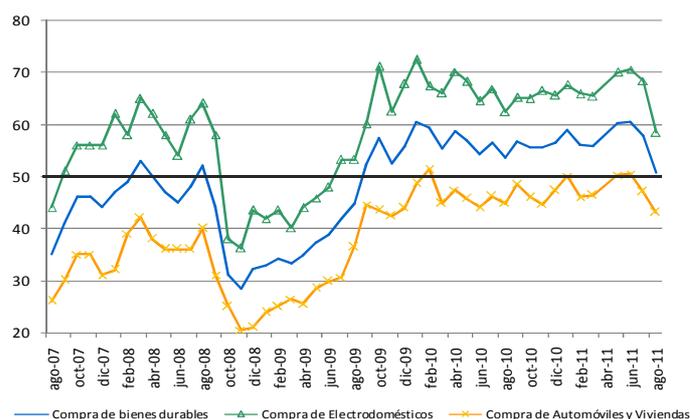
SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS (*)



SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL (*)



PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES (*)



¿QUIÉNES SON LOS CONSUMIDORES CON MAYOR PREDISPOSICIÓN A COMPRAR ELECTRODOMÉSTICOS?

La predisposición a comprar bienes durables presentaba una tendencia creciente desde octubre de 2010, pero en el mes de agosto, a la tendencia decreciente del subíndice de confianza en la situación económica del país se le sumó un cambio en la tendencia de apreciación de la moneda nacional, lo que condujo a que en el mes la predisposición a comprar bienes durables cayera 12,0%, y en particular a la compra de electrodomésticos (-14,5%). En este contexto, se analiza la predisposición hacia la compra de este tipo de bienes durables en función de los atributos de los consumidores.

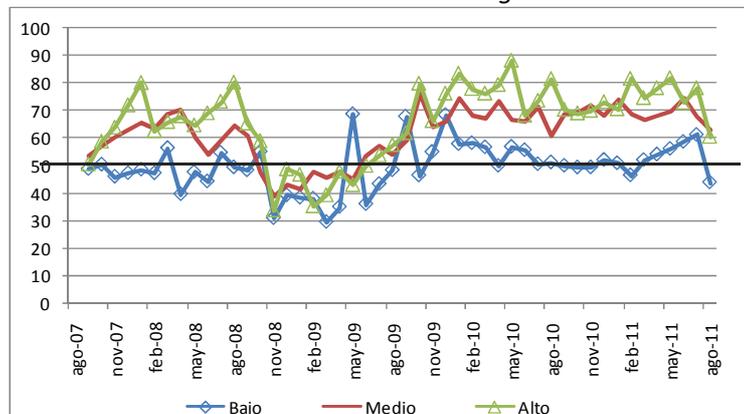
Comenzando la descripción por género, se observa que sistemáticamente los hombres presentan una mayor predisposición a comprar electrodomésticos que las mujeres (10% mayor en el promedio de los últimos dos años).

Por edades no se observa gran diferencia, aunque en general los menores a 50 años presentan una mayor predisposición, siendo el segmento de consumidores entre 18 y 29 años los que presentan menor volatilidad en su predisposición.

En general se observa mayor predisposición a comprar en los consumidores de Montevideo que en los del interior, aunque en el transcurso del año la de estos últimos aumentó relativamente más.

Si se observa el comportamiento de acuerdo al segmento socio-económico en que se ubica el hogar, se observa que la predisposición ha sido mayor a mayor nivel socio-económico, no obstante, la volatilidad de esa predisposición es mayor también a medida que se aumenta de estrato. En agosto, los segmentos bajo y alto son los que más ajustaron. En lo que transcurre de 2011 hasta julio, los consumidores del estrato bajo son los que más habían aumentado su predisposición.

Predisposición a la compra de electrodomésticos según estrato socio-económico del hogar



La misma relación se encuentra al analizar el comportamiento de acuerdo al nivel de educación, puesto que a mayor nivel de educación, se observa mayor predisposición a comprar electrodomésticos. No obstante, con el nivel de educación también crece la volatilidad de la misma, lo que indicaría que están más alertas a los cambios en el entorno a la hora de formar sus expectativas de gasto.

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

CONDICIONES ACTUALES, CONDICIONES FUTURAS Y OTROS INDICADORES DE CONFIANZA

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
Condiciones actuales	-6,1%	-5,6%	-1,9%
Condiciones futuras	-3,6%	-15,6%	-11,2%
Expectativas inflación	-11,4%	16,0%	50,2%
Expectativas desempleo	4,8%	10,9%	11,9%
Expectativas ingresos	-0,6%	-6,6%	-4,3%
Depósitos en Mon/Nac.	-10,6%	11,3%	6,8%

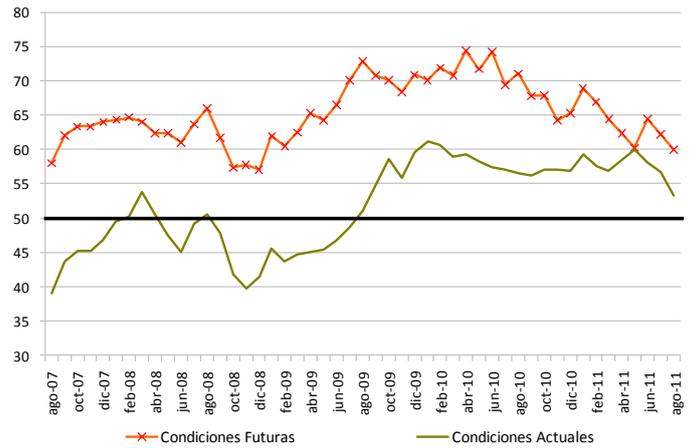
(*) Mensual: Ago 11/Jul11; 12 Meses: Ago11/Ago10; Prom.anual: Prom.(Ene-Ago11)/Prom.(Ene-Ago10)

Nuevamente en el mes de agosto cayó la *percepción* de los consumidores sobre las *condiciones actuales* y también sobre las *condiciones futuras*. El hecho diferente en el mes respecto a los anteriores es que la caída más pronunciada se observa en las condiciones actuales, indicador este que había permanecido relativamente estable en el año. La caída del mes obedece básicamente a que los consumidores perciben que el “momento” es menos propicio para la compra de bienes durables, comenzando por los electrodomésticos, y siguiendo por casas y autos. En la medida que en el mes de setiembre, dado el contexto internacional y local, no cabría esperar mejoras significativas en las expectativas de ingresos y que la moneda local continuaría depreciándose, cabría esperar que se mantenga este comportamiento en materia de predisposición a comprar bienes no imprescindibles.

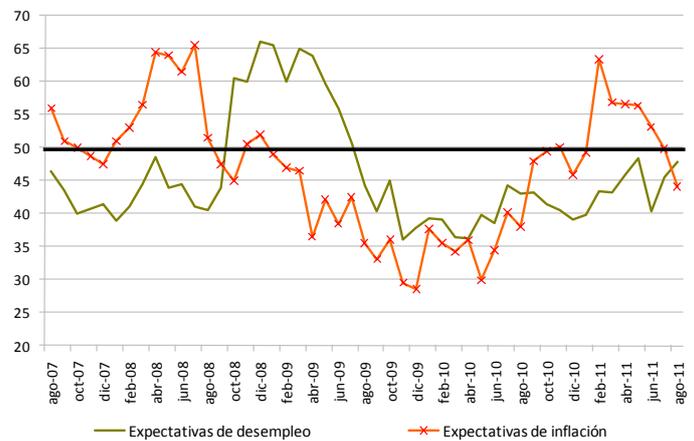
La preocupación se trasladaría desde el recalentamiento hacia el desaceleramiento del nivel de actividad, en la medida que disminuyen las expectativas de inflación que habían alcanzado su máximo en el mes de marzo, y a la par aumenta el número de respuestas que esperan mayor desempleo. Técnicamente estas expectativas tendrían sentido, ya que parte del mecanismo de transmisión de la crisis internacional a la economía local sería afectando los términos de intercambio, lo que conduciría a reducir la presión del precio internacional de los *commodities* sobre la inflación, pero también restaría dinamismo al sector productivo, en particular al exportador, afectado además por una contracción de la demanda externa (profundizada por nuevas movidas proteccionistas que se observan en el plano internacional y regional). Las expectativas serían consistentes ya que pese a que subiera el valor del dólar, un eventual mayor desempleo se traduciría en un enlentecimiento de la demanda interna que ayudaría a controlar la inflación.

A medida que la moneda local comenzó a depreciarse, el porcentaje de consumidores que preferían depositar en moneda extranjera cayó 16%. De esta caída, la mitad ahora preferiría depositar en moneda extranjera, y la otra “no sabe/no contesta”, o sea, se observa una mayor incertidumbre respecto a cómo cubrirse de este nuevo tipo de riesgos que impone el contexto.

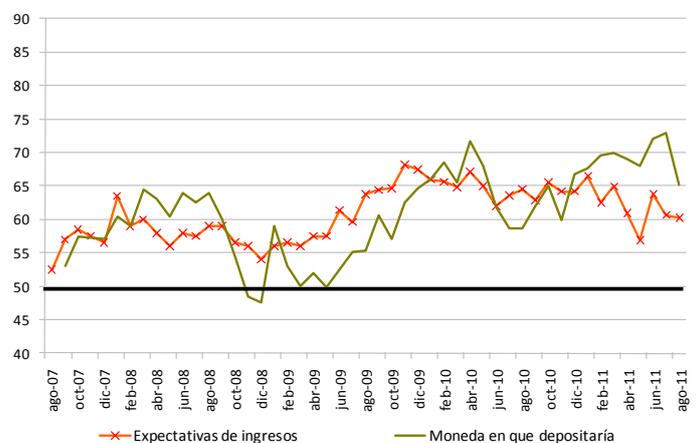
CONDICIONES ACTUALES Y FUTURAS (*)



EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN Y DESEMPLEO (*)



EXPECTATIVAS DE INGRESOS Y MONEDA EN QUE DEPOSITARÍA (*)



(*) 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.