

## 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](mailto:economia@ucu.edu.uy)



El índice de confianza del consumidor vuelve a caer en setiembre, profundizándose la tendencia decreciente observada a lo largo del año, que en el tercer trimestre del año acumula una caída de 11,1%. Se destaca la fuerte disminución de la predisposición para comprar bienes durables, en particular automóviles y viviendas. Este comportamiento y el aumento de la preferencia de los consumidores por depositar en moneda extranjera -al igual que el mes anterior- estaría relacionado con el alza en la cotización del dólar, producto de la incertidumbre que pauta los mercados internacionales y de la reacción que se observa de las economías emergentes, en particular de Brasil. Se constata un deterioro en la percepción de la situación económica personal de los consumidores -actual y a mediano plazo-. Dado el contexto económico global, y como consecuencia de un largo período de fuerte expansión del consumo privado, la preocupación continúa trasladándose desde el ritmo de inflación hacia las perspectivas de mayor desempleo y a la capacidad de ahorro de las familias, que presenta significativa caída.

El índice de confianza del consumidor cae 2,5% en el mes de setiembre, ubicándose 11,8% por debajo de los valores registrados un año atrás. En el presente mes se recupera parcialmente la percepción de la situación económica del país (3,6%), mientras continúan cayendo los subíndices que miden la predisposición a la compra de bienes durables (-5,9%) y la percepción de la situación económica personal (-5,4%). A su vez, todos los subíndices se ubican por debajo de los de hace un año.

	% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
<b>Índice de Confianza del Consumidor</b>		-2,5%	-11,8%	-7,2%
Situación Económica del País		3,6%	-12,7%	-13,7%
A un año		4,8%	-15,7%	-14,6%
A tres años		2,6%	-9,8%	-12,8%
Situación Económica Personal		-5,4%	-7,0%	-5,3%
Actual		-6,5%	-6,1%	-4,3%
A un año		-4,4%	-7,7%	-6,0%
Predisposición a compra de bienes		-5,9%	-15,8%	-1,3%
Electrodomésticos		-1,1%	-11,2%	-1,9%
Casas y Autos		-12,3%	-22,0%	-0,4%

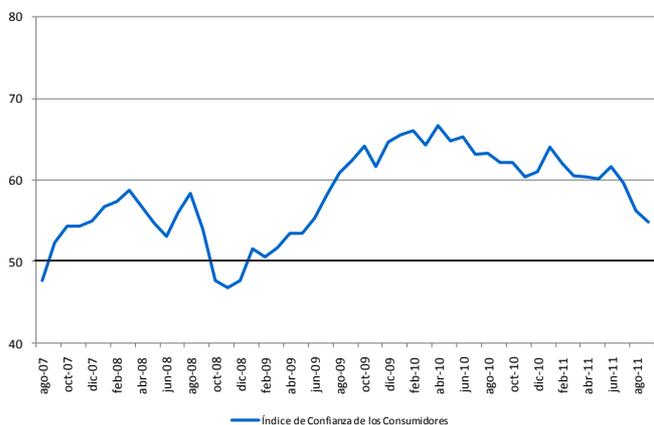
(\*) Mensual: Set11/Ago11; 12 Meses: Set11/Set10; Prom. anual: Prom. (Ene-Set 11)/Prom. (Ene-Set 10).

La percepción de la situación económica del país si bien recupera parte de la caída registrada en el mes de agosto, continúa siendo el indicador sobre el que los consumidores son menos optimistas (13,7% menor a un año atrás). Esta percepción es consistente con los datos que muestran las Cuentas Nacionales del segundo trimestre difundidas en el mes, que muestran un desaceleramiento de la economía.

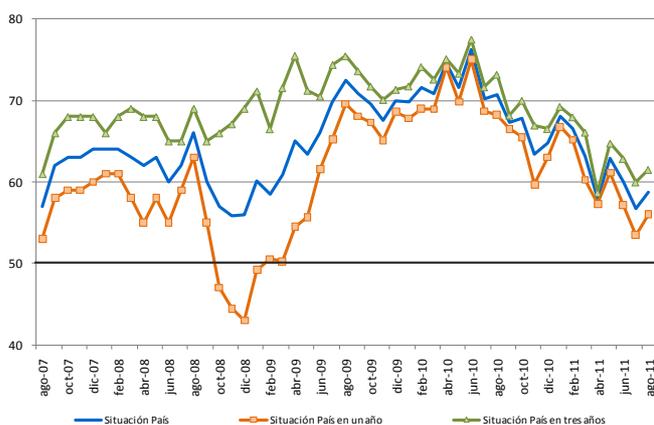
La percepción sobre la situación económica personal cae (-5,4%), con un deterioro más importante en la percepción actual que en la futura. De este modo, la confianza de los consumidores respecto a su situación económica personal se ubica en los menores valores de los últimos dos años. Este comportamiento coincide con la caída en la capacidad de ahorro y el aumento de las expectativas de desempleo, por tercer mes consecutivo.

En cuanto a la predisposición a la compra de bienes durables, el indicador se ubica en niveles de pesimismo por primera vez en dos años. La fuerte caída de la predisposición a la compra de casas y autos reflejaría, además de la fuerte expansión previa, las expectativas de menor capacidad de ahorro de los consumidores y el encarecimiento que resulta de la mayor cotización del dólar.

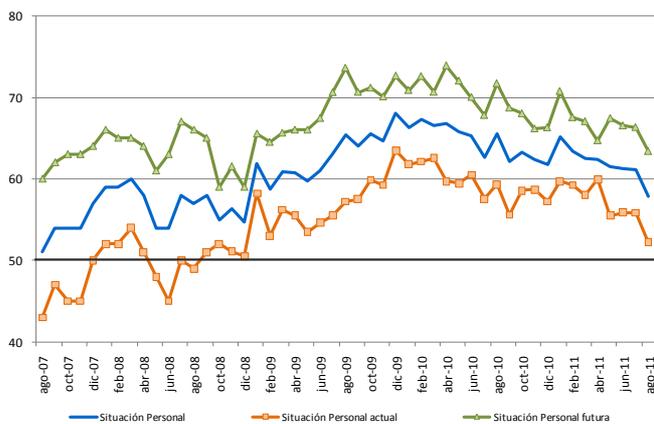
## ÍNDICE DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES (\*)



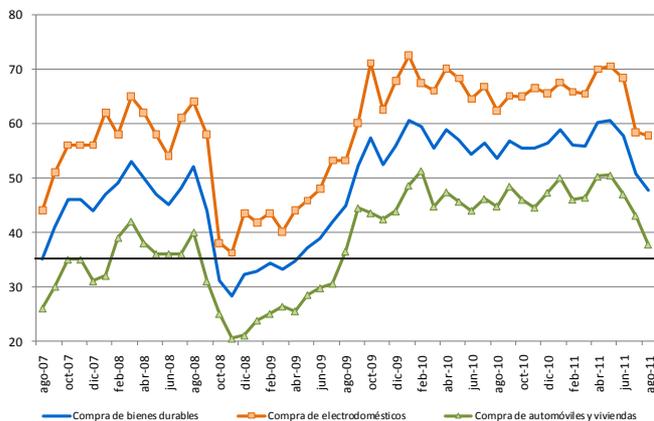
## SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS (\*)



## SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL (\*)



## PREDISPOSICIÓN DE COMPRA DE BIENES (\*)



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

## AUMENTA LA PREFERENCIA POR DEPÓSITOS EN MONEDA EXTRANJERA

Desde diciembre de 2008, y acompañando la desdolarización que se observa en el sistema financiero local, fueron creciendo las preferencias de los consumidores uruguayos por ahorrar en moneda nacional (desde esa fecha a julio 2011 dicha preferencia presenta un crecimiento acumulado de 66,9%). No obstante, ante la depreciación de la moneda nacional respecto al dólar -10,0% en los dos últimos meses-, se observa un incremento (38,4%) en la preferencia de los consumidores por depositar en moneda extranjera. A efectos de analizar con mayor profundidad estos comportamientos, se presenta la preferencia de depósitos por moneda según los atributos socioeconómicos de los consumidores encuestados.

Las mujeres, en promedio, muestran una mayor predisposición por depositar en pesos. Ésta cayó en los últimos 2 meses 12,8% mientras que la de los hombres se contrajo en forma más significativa (21,4%).

Los consumidores del Interior también son, en promedio, más proclives a depositar en moneda nacional. Sin embargo, el indicador para estos consumidores cayó en forma muy pronunciada en setiembre -18,6%- ubicando sus preferencias por debajo de la de los montevideanos.

En cuanto a la descomposición por nivel educativo de los consumidores, se observa que el aumento de 38,4% del total de respuestas que dicen preferir depositar en moneda extranjera en los últimos dos meses se explica por un aumento de 19,0% de respuestas de consumidores con primaria completa, vs. 91,8% de aquellos con instrucción universitaria. La volatilidad es mayor en el grupo de universitarios, donde además el porcentaje de respuestas "No sabe, no contesta" es la mitad que en el de solo primaria (20% promedio en el año).

No se observan grandes diferencias en las preferencias si se analiza por grupos etarios. Sin embargo, los consumidores entre 40 y 49 años son los más sensibles a cambiarlas.

Por otra parte, las respuestas por nivel socioeconómico se corresponden con aquellas según nivel educativo: los de nivel alto son los consumidores que muestran mayor sensibilidad a cambios en el entorno económico.

Por tanto, los resultados son de acuerdo a lo esperable: los grupos con mejor y mayor acceso a la información para tomar decisiones financieras y que tendrían mayor flexibilidad para realizar cambios en sus colocaciones, -universitarios, estrato socioeconómico alto, y grupos etarios entre 40 y 49 años- presentan una mayor volatilidad en sus preferencias, lo que da cuenta de que los consumidores están atentos y responden a los cambios en las expectativas económicas para el país.

## CONDICIONES ACTUALES, CONDICIONES FUTURAS Y OTROS INDICADORES DE CONFIANZA

% Variación (*)	Mensual	12 meses	Prom. Anual
<b>Condiciones actuales</b>	-6,2%	-11,0%	-2,8%
<b>Condiciones futuras</b>	0,6%	-11,0%	-11,2%
<b>Depósitos en MN</b>	-3,7%	1,2%	6,2%
<b>Expectativas desempleo</b>	4,6%	15,5%	12,3%
<b>Expectativas ingresos</b>	1,2%	-3,0%	-4,1%
<b>Capacidad de ahorro</b>	-9,8%	-2,3%	-0,5%

(\*) Mensual: Set11/Ago11; 12 Meses: Set11/Set10; Prom. anual: Prom.(Ene-Set11)/Prom.(Ene-Set10)

Nuevamente los consumidores uruguayos reaccionaron a la depreciación de la moneda en relación al dólar ajustando su predisposición al gasto en bienes durables, particularmente en casas y autos. Esta situación sumada a la fuerte caída de la percepción de la situación económica personal actual respecto a un año atrás, condujo a que en el mes de setiembre caiga el índice que mide la percepción de los consumidores sobre las *condiciones actuales*. A diferencia de lo observado en lo que va del año, las expectativas sobre las *condiciones futuras* se mantienen relativamente estables.

Desde la medida monetaria contractiva del BCU en marzo, y a medida que crece la preocupación por los efectos de la crisis europea, menos consumidores creen que la inflación va a ser más alta, marcando este subíndice una tendencia decreciente, tal como se ha observado en contextos de crisis internacional como la comenzada a gestar a mediados de 2008. Consistentemente, pese a que aún continúan registrándose en Uruguay tasas de desempleo históricamente bajas, son cada vez más los consumidores que piensan que este aumentará. Por primera vez en dos años el indicador abandonó la zona de optimismo.

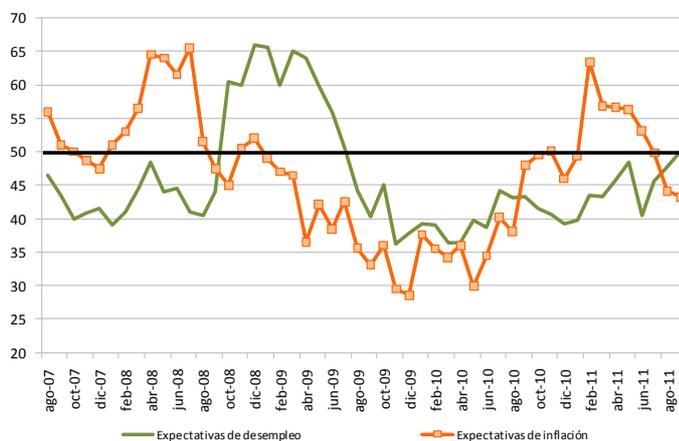
Mientras las expectativas en relación al ingreso familiar permanecen estables -aunque menores a las de un año atrás-, y en un marco en que el consumo privado estuvo creciendo durante un período prolongado a tasas históricamente altas, en particular en bienes durables, y en que se ha estimulado el crédito al consumo, resulta razonable que ante la pregunta de si el ingreso que recibe la familia le alcanza para cubrir sus necesidades y ahorrar, se observe -dentro de las cinco opciones de respuestas, un corrimiento desde “les alcanza bien, pueden ahorrar” (cae de 23% a 13%) hacia “no les alcanza, tiene dificultades”.

Por último, y tal como se detalla en la sección precedente, nuevamente, en un escenario de depreciación de la moneda doméstica, disminuye la preferencia de los consumidores por depositar en pesos, revirtiendo, al igual que en agosto, la tendencia hacia la “desdolarización de las preferencias” en materia de monedas. Esta situación coincide con el aumento de la incertidumbre acerca de si preferiría depositar en el país o en el exterior.

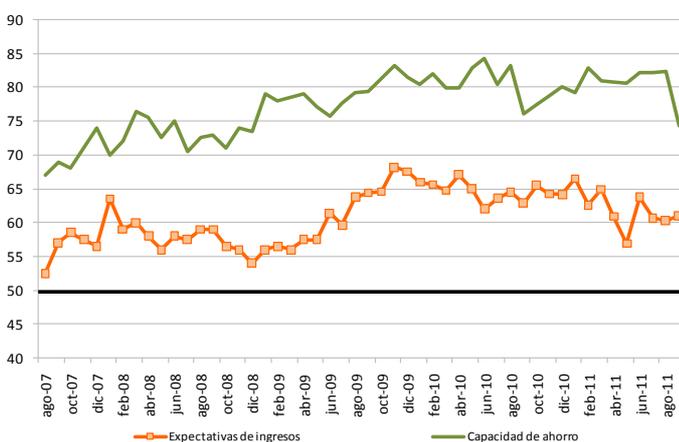
### CONDICIONES ACTUALES Y FUTURAS (\*)



### 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<sup>(\*)</sup>

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.

<sup>(\*)</sup> 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.