



EQUIPOS
CONSULTORES

La mirada del consumidor: situación y perspectivas

Alejandro Cavallo

14 de setiembre de 2022

Confianza del consumidor

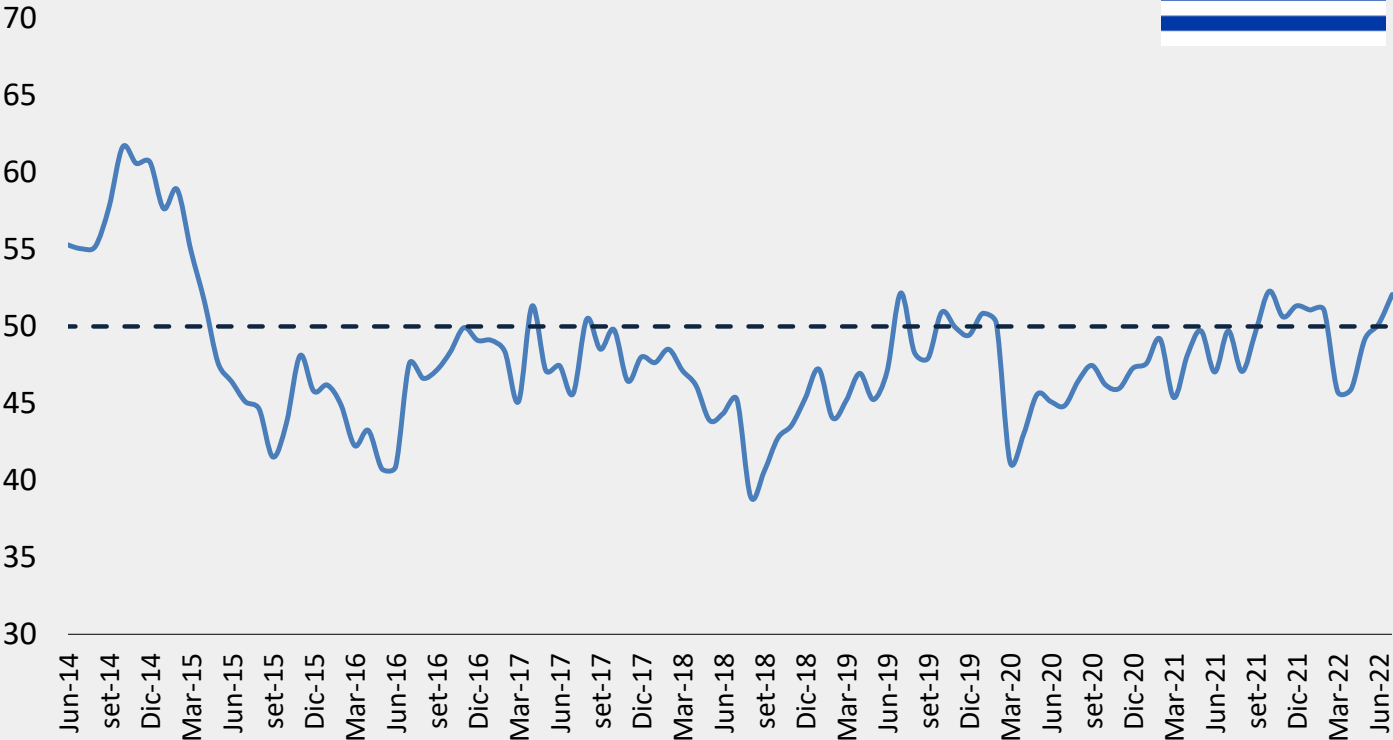


La confianza del consumidor ha mejorado, mayormente a partir de un aumento de la predisposición a la compra de durables

Resultados extraídos de nuestro Informe semestral sobre “Confianza y expectativas de los consumidores”



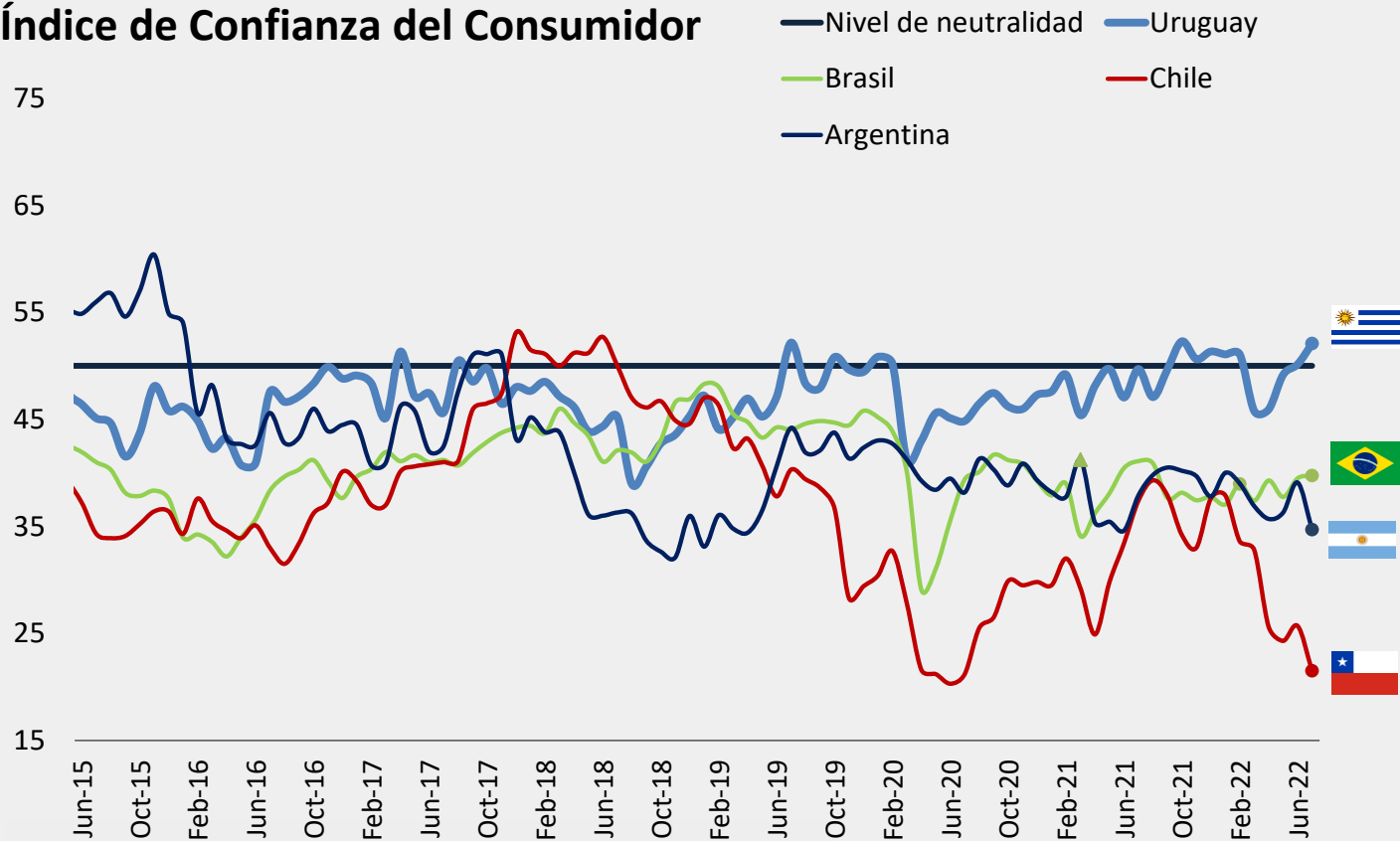
Uruguay - Confianza del Consumidor



Fuente: Confianza Económica de Equipos Consultores



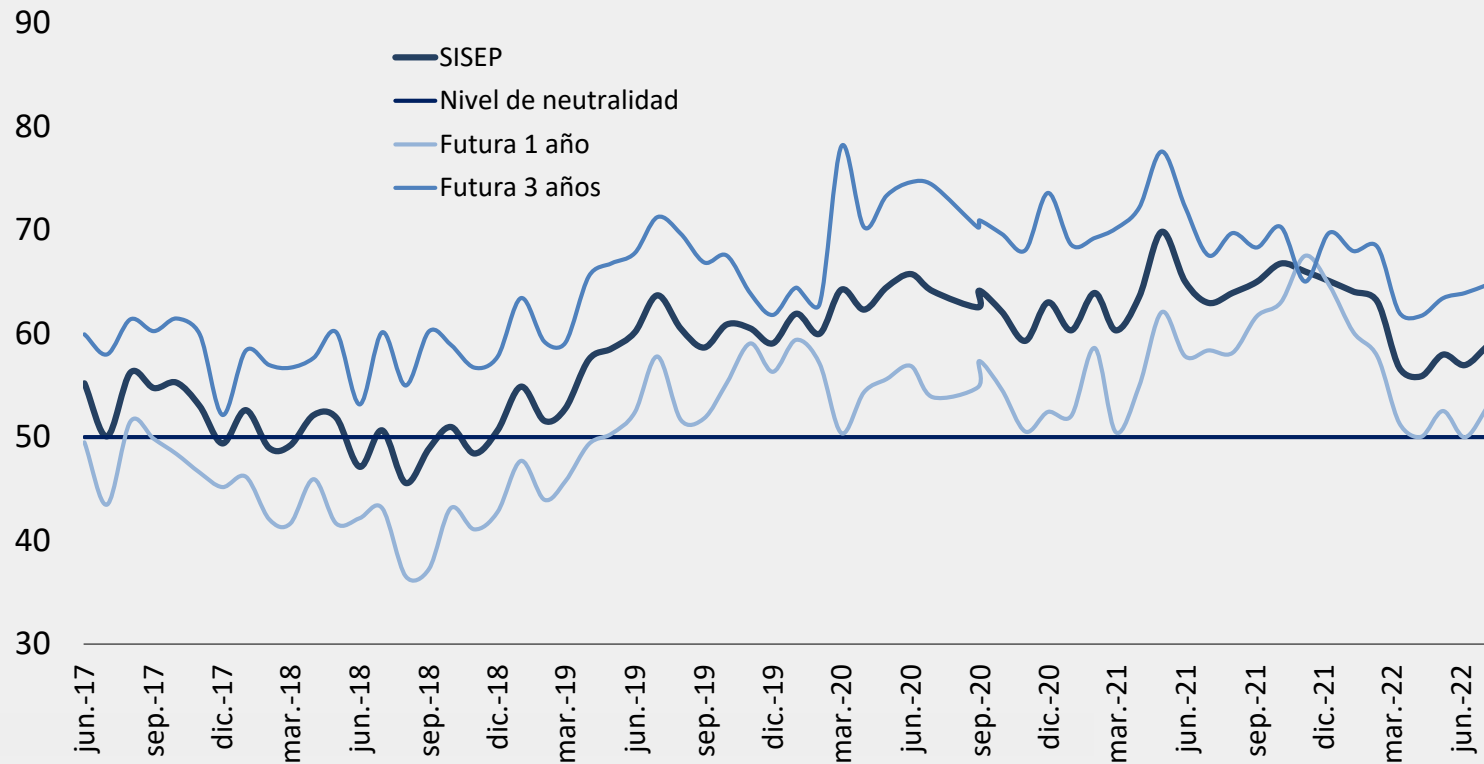
Índice de Confianza del Consumidor



Fuente: Equipos Consultores, Adimark, FGV, UTDT.



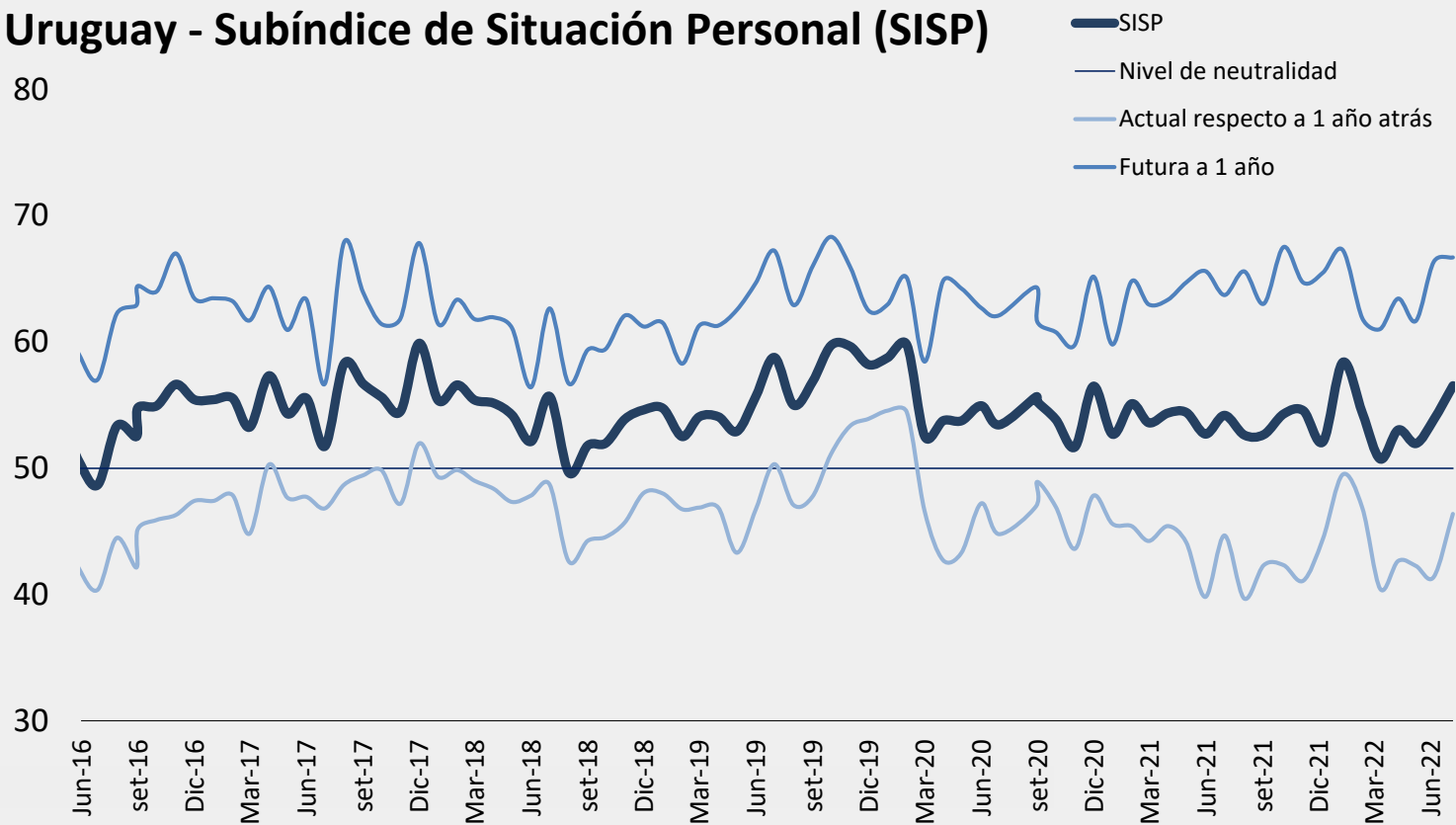
Uruguay - Subíndice de Situación Económica del País (SISEP)



Fuente: Confianza Económica de Equipos Consultores



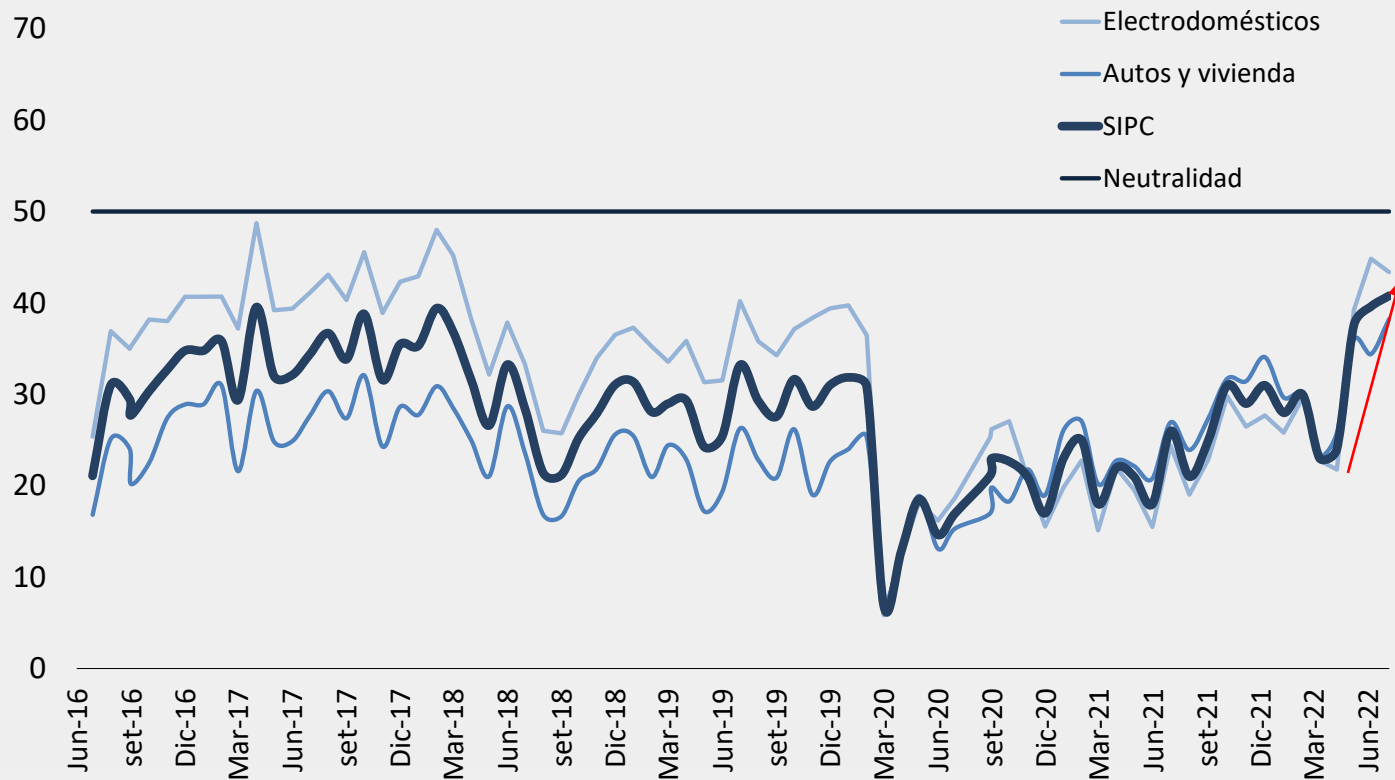
Uruguay - Subíndice de Situación Personal (SISP)



Fuente: Equipos Consultores



Uruguay - Predisposición a la compra de bienes durables (SIPC)



Fuente: Confianza Económica de Equipos Consultores



Los impactos de la pandemia y guerra sobre las familias

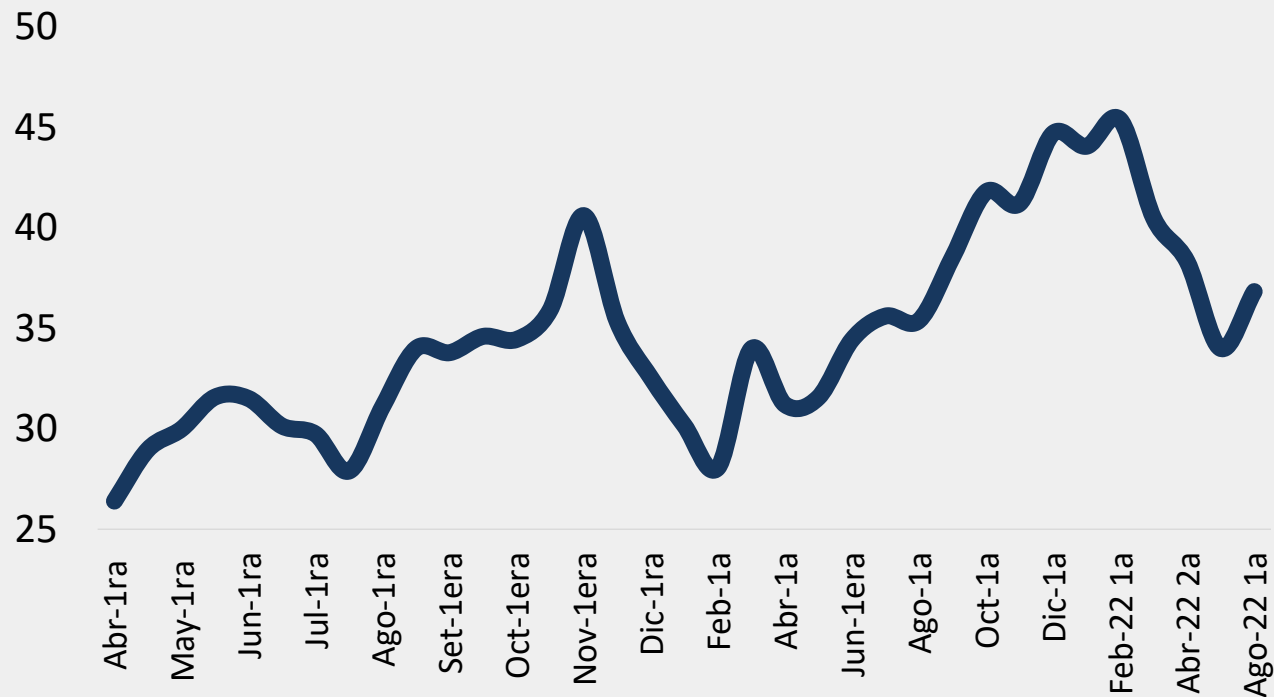


El primer trimestre mostró el mejor momento post-pandemia, seguido de un ajuste en el segundo (guerra) y posterior leve recuperación (tercero).

Resultados extraídos de nuestro Monitor “Impacto familias y perspectivas del consumidor”



Índice de Condiciones Económicas de Corto Plazo



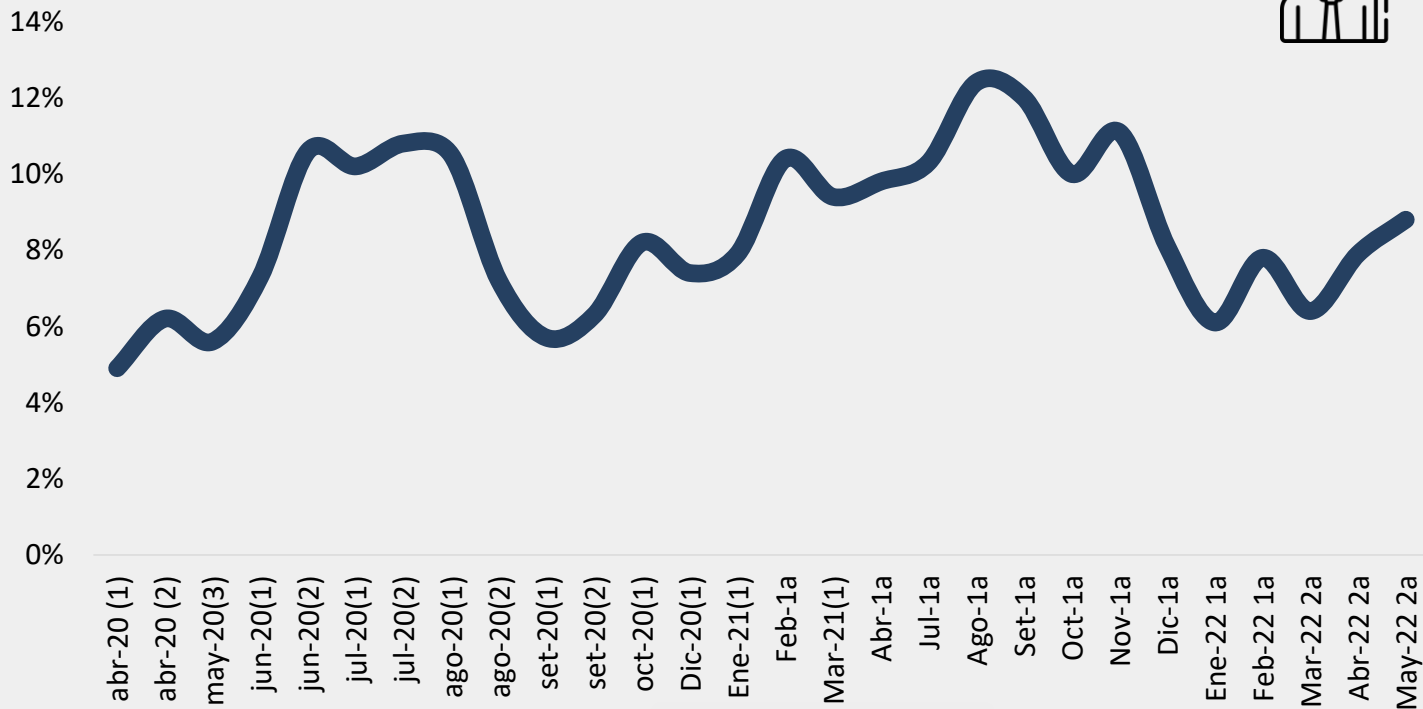
Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Consultores.

El Índice de Condiciones Económicas de Corto Plazo se compone de 5 preguntas: 1) En términos generales, ¿cómo calificaría la economía uruguaya en estos días?; 2) ¿Están mejorando o empeorando las condiciones económicas en el país?; 3) En términos generales, ¿cómo calificaría su situación económica personal en estos días?; 4) ¿Está mejorando o empeorando su situación económica personal en estos días? 5) ¿Uruguay está actualmente en una recesión? Se construye un índice entre 0 y 100 puntos.



Situación laboral

Desde que el COVID-19 comenzó a impactar en Uruguay perdió su trabajo

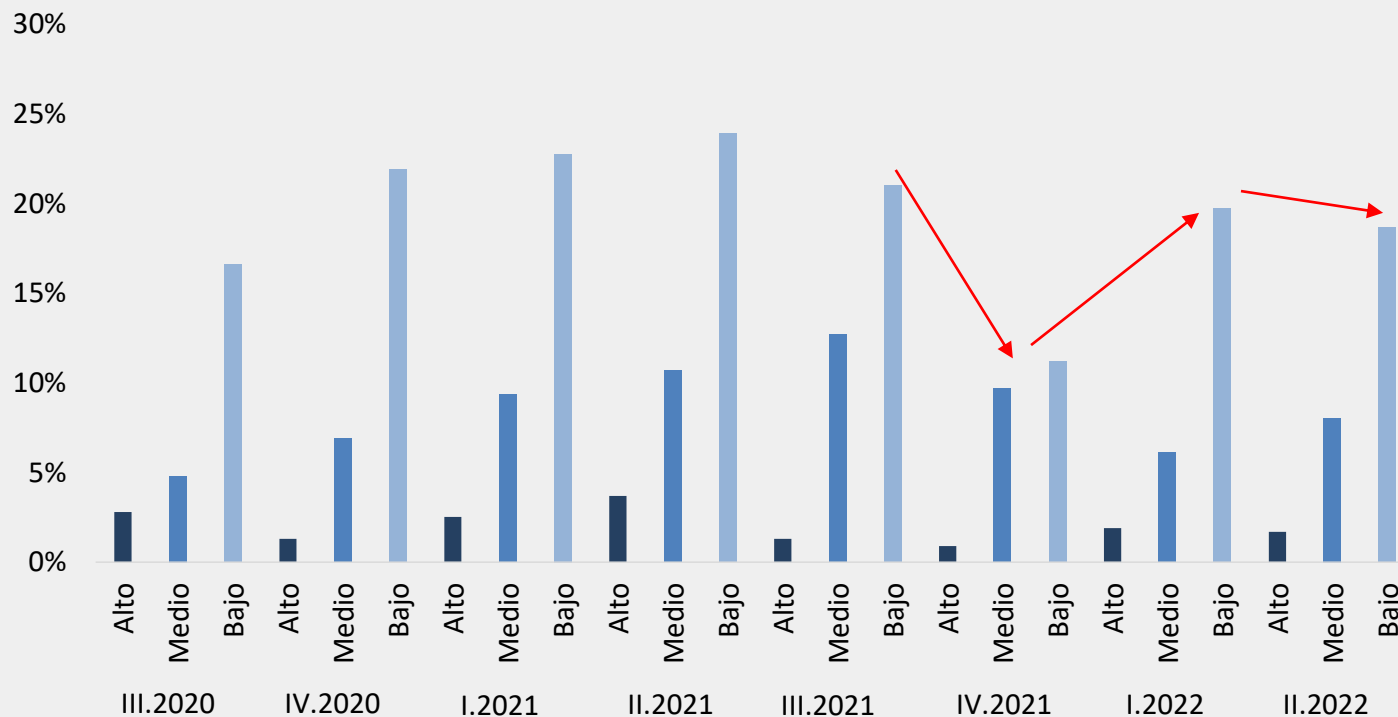


Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo Equipos Consultores



Situación laboral

Resp. "Perdió su trabajo" desde que el COVID-19 comenzó a impactar en Uruguay



Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Consultores.



El aumento de los combustibles afectó la propensión a consumir en esparcimiento, turismo, indumentaria y algunos productos del hogar.

Resultados extraídos de nuestro Monitor “Impacto familias y perspectivas de consumo”



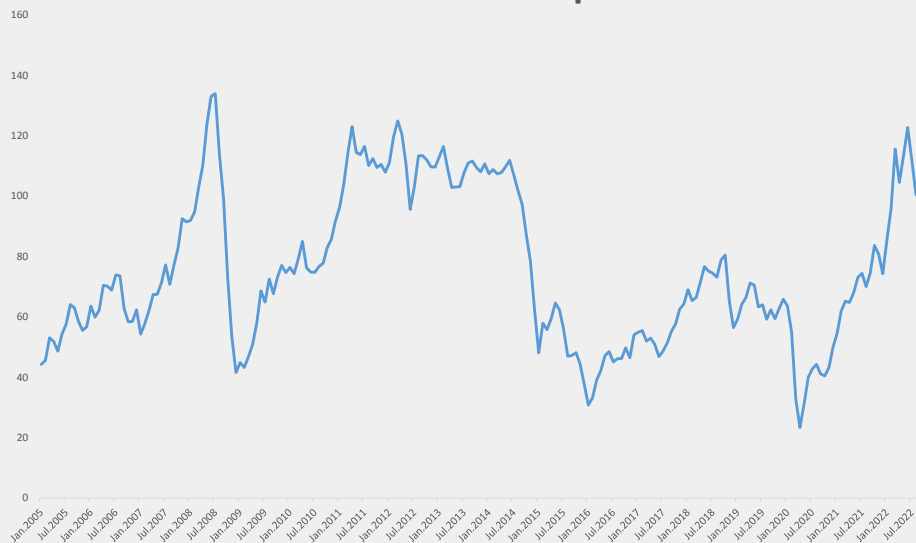
Impacto Guerra

Indice de Precios internacionales de alimentos



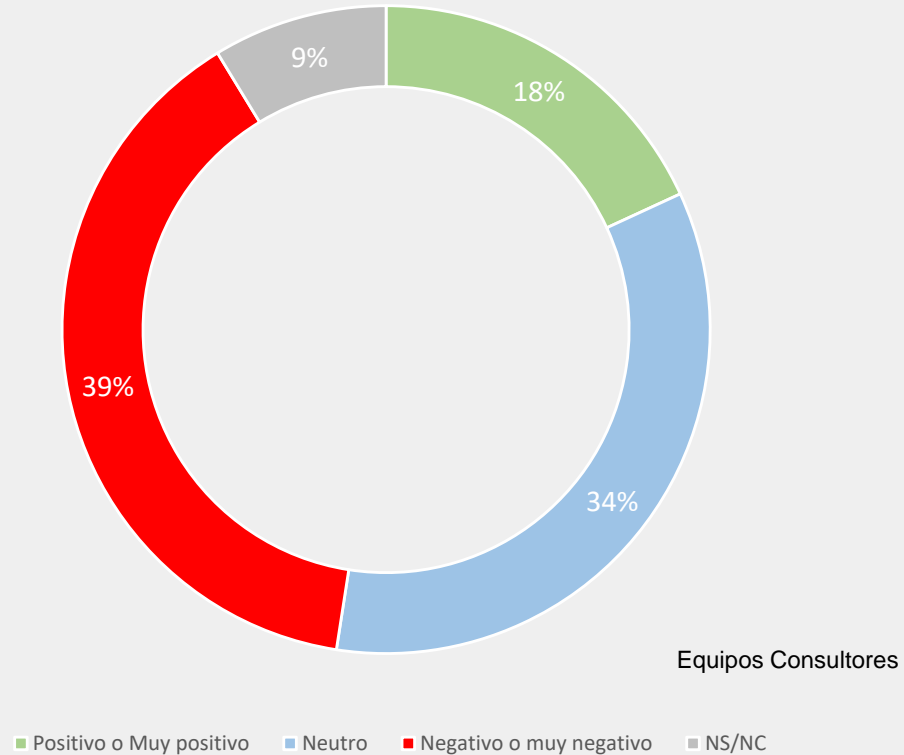
Fuente: FAO

Petróleo Brent - USD por barril



Impacto Guerra

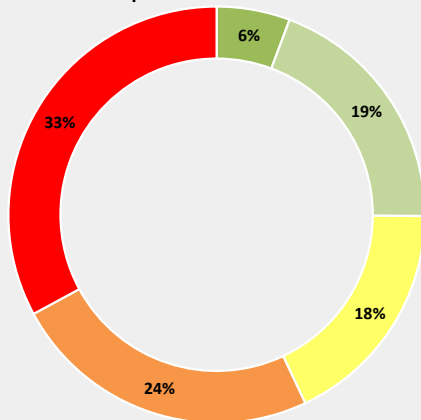
Impactos esperados en situación económica personal



Impacto Guerra

¿En el caso que los combustibles suban en forma importante por varios meses, usted en principio, que haría?

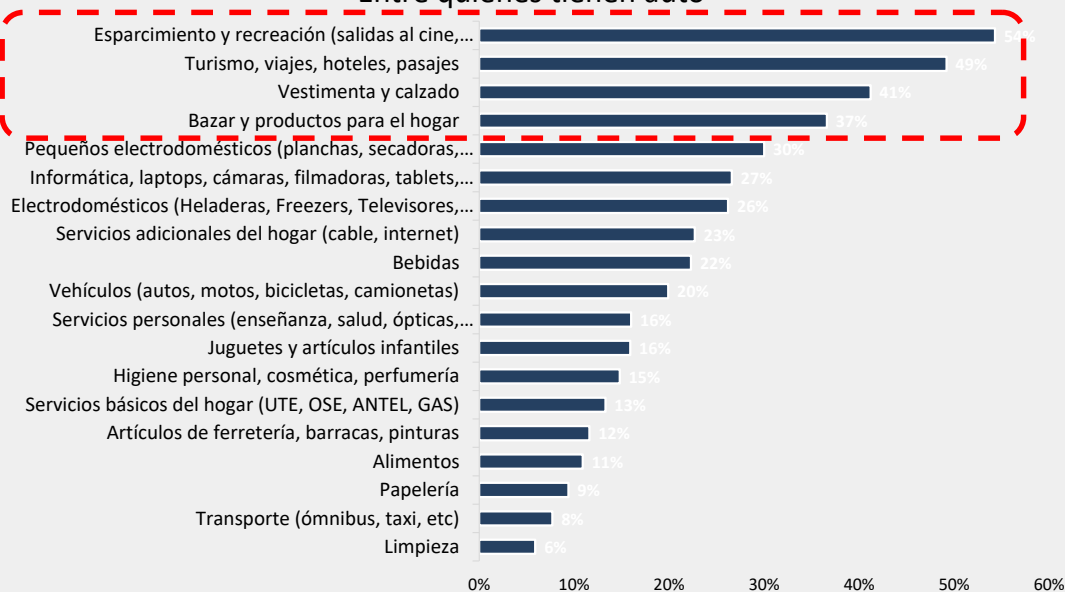
Entre quienes tienen auto



- Seguro que no cambiará sus consumos y gastos en general
- Probablemente no cambiará sus consumos y gastos en general
- Continuará utilizando el auto como antes, pero intentará bajar otros gastos y consumos
- Bajará el uso del auto, de forma de no afectar otros gastos
- Bajará tanto el uso del auto como otros gastos, es decir revisará todos los consumos

¿Qué gastos intentará bajar para compensar el aumento del combustible?

Entre quienes tienen auto



Nota: los principales rubros resultantes de la pregunta sobre qué gastos intentará bajar para compensar el aumento del combustible coinciden en su mayoría con los peores registros de ventas en el segundo trimestre de 2022 según la encuesta de la CCSU.



Las perspectivas

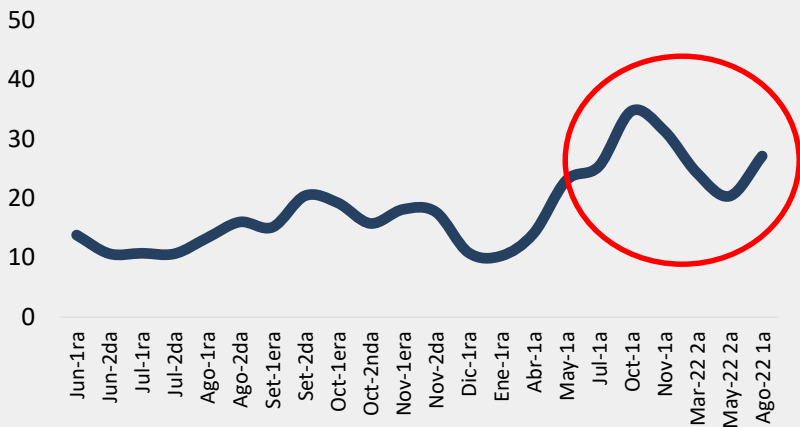


Las propensiones al consumo sintieron el impacto de la guerra, con leve recuperación posterior. El consumo en ferias se mueve en forma “contracíclica”.

Resultados extraídos de nuestro Monitor “Impacto familias y perspectivas de consumo”

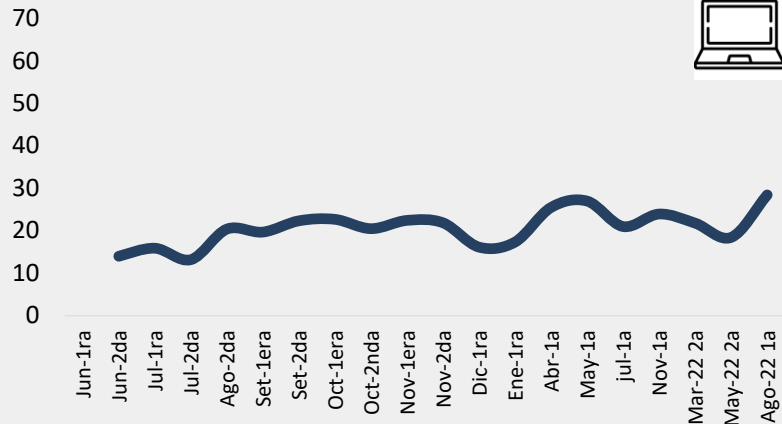


Predisposición al consumo de servicios



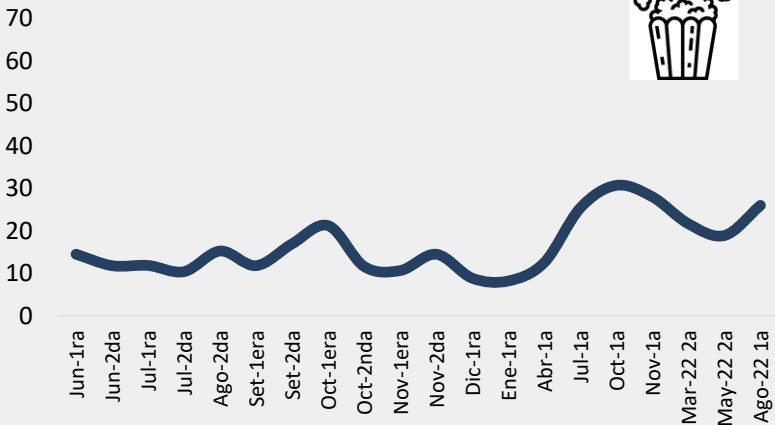
Fuente: Monitor Impacto Familias - Equipos Consultores

Predisposición al consumo de bienes informáticos



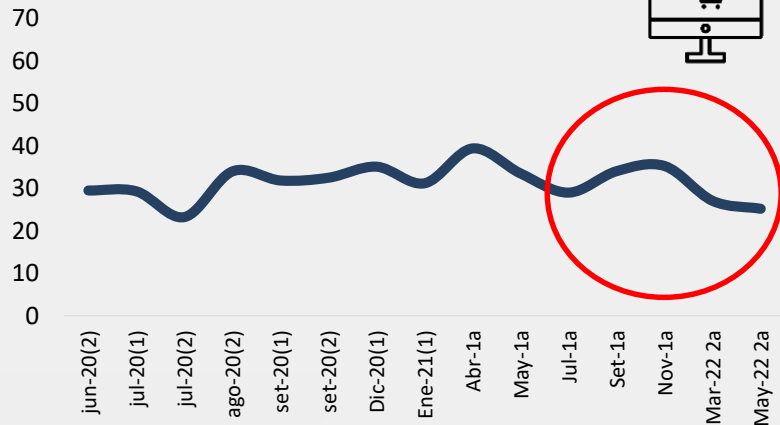
Fuente: Monitor Impacto Familias - Equipos Consultores

Predisposición al consumo en cines



Fuente: Monitor Impacto Familias - Equipos Consultores

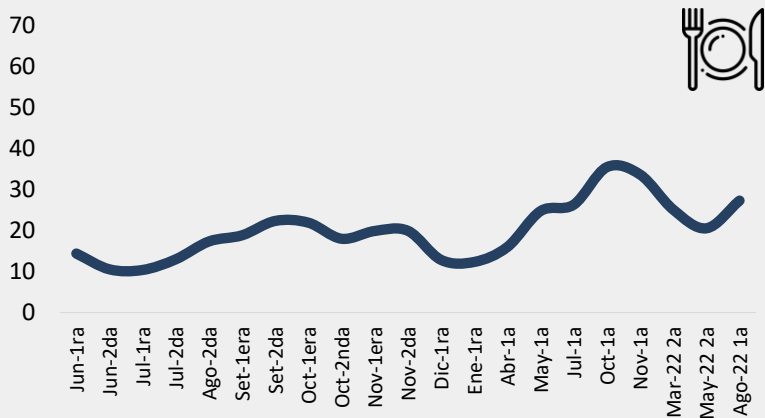
Predisposición a las compras online



Fuente: Monitor Impacto Familias - Equipos Consultores

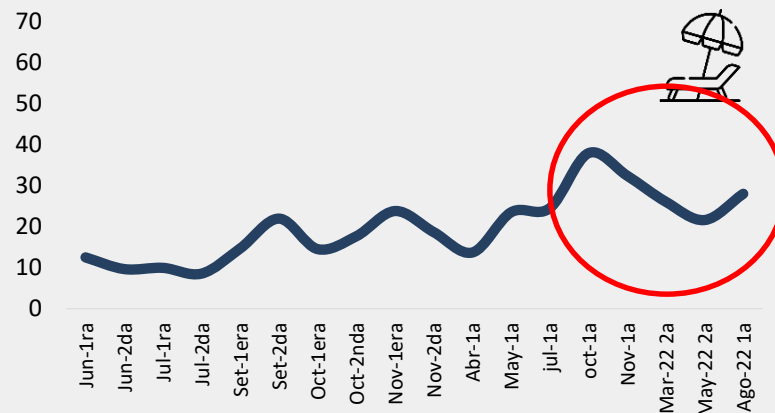


Predisposición al consumo en bares y restaurantes



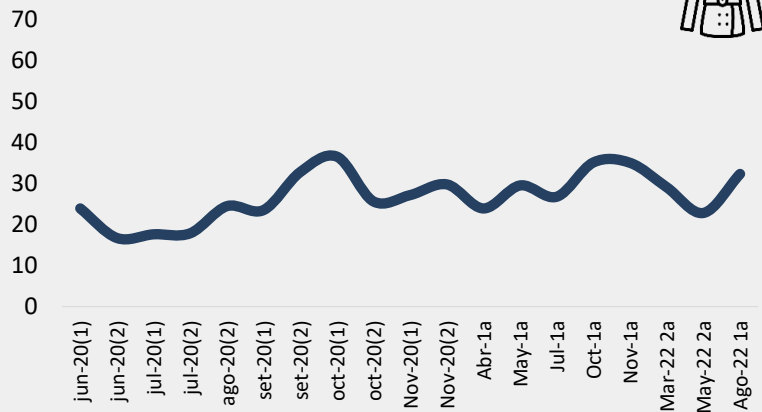
Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

Predisposición al consumo de vacaciones, alojamientos



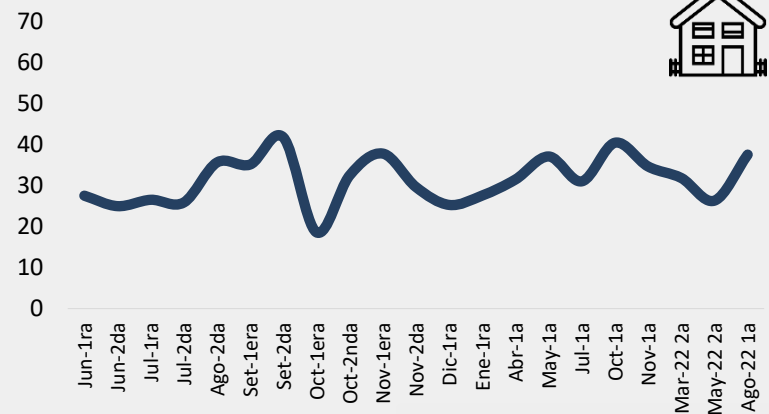
Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

Predisposición al consumo de indumentaria



Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

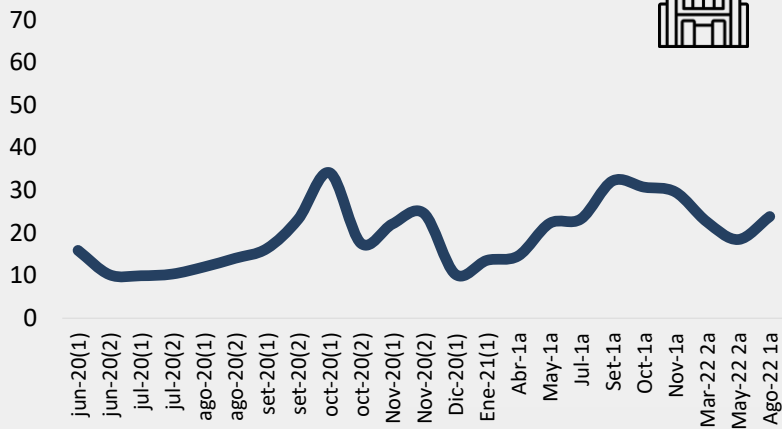
Predisposición a realizar refacciones en el hogar



Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

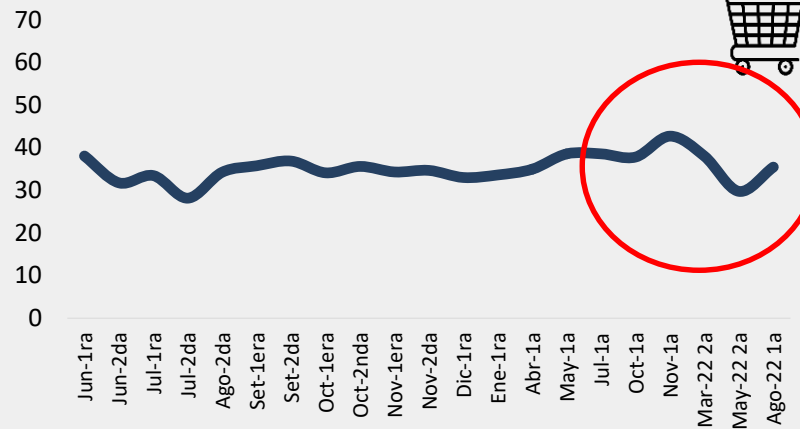


Predisposición al consumo en shoppings



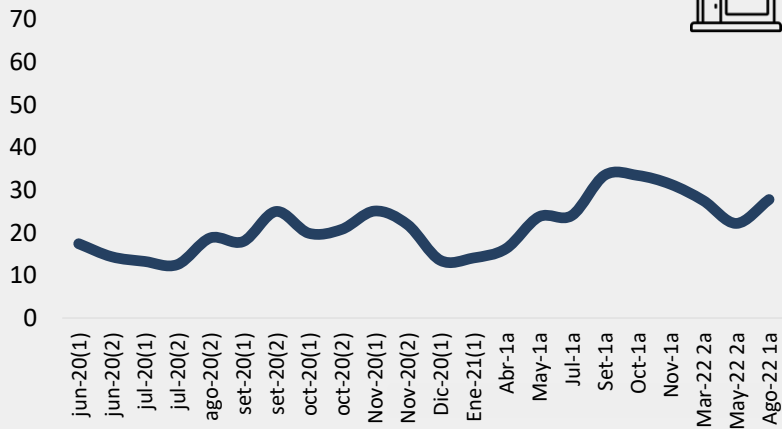
Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

Predisposición al consumo de artículos de supermercados



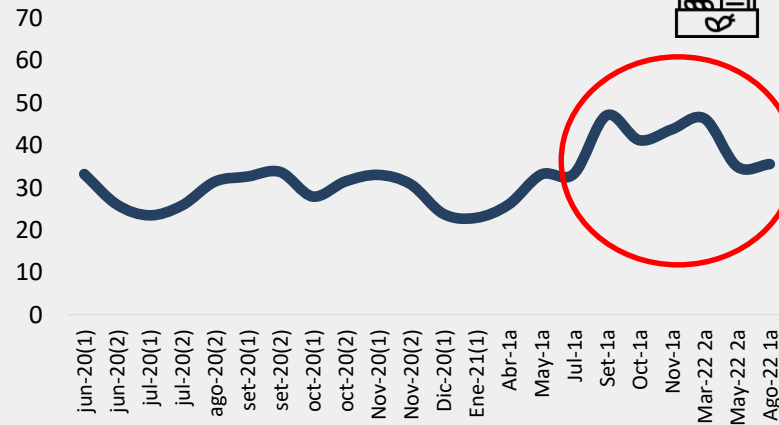
Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

Predisposición al consumo en paseo de compras



Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

Predisposición al consumo en ferias



Fuente: Monitor Impacto y Perspectivas Consumo – Equipos Con Consultores.

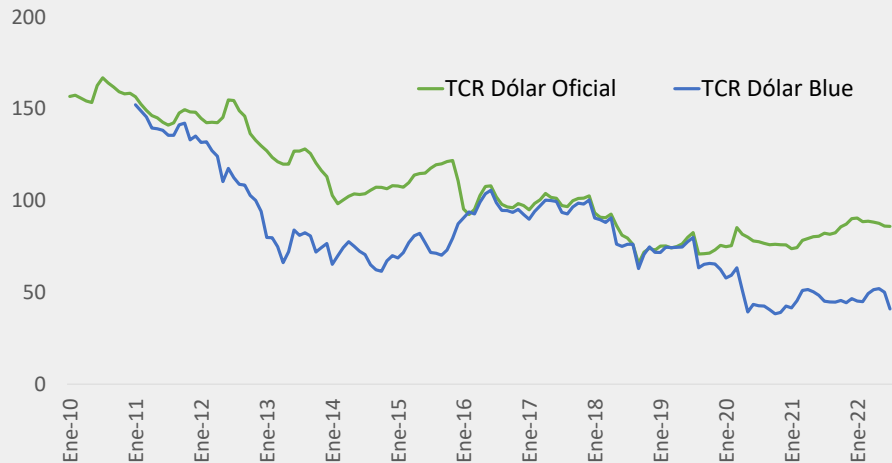


El turismo de compras se ha concentrado en segmentos altos, pero podría pasar a ser un fenómeno extendido en los próximos meses.

Resultados extraídos de nuestro Monitor “Impacto familias y perspectivas de consumo”

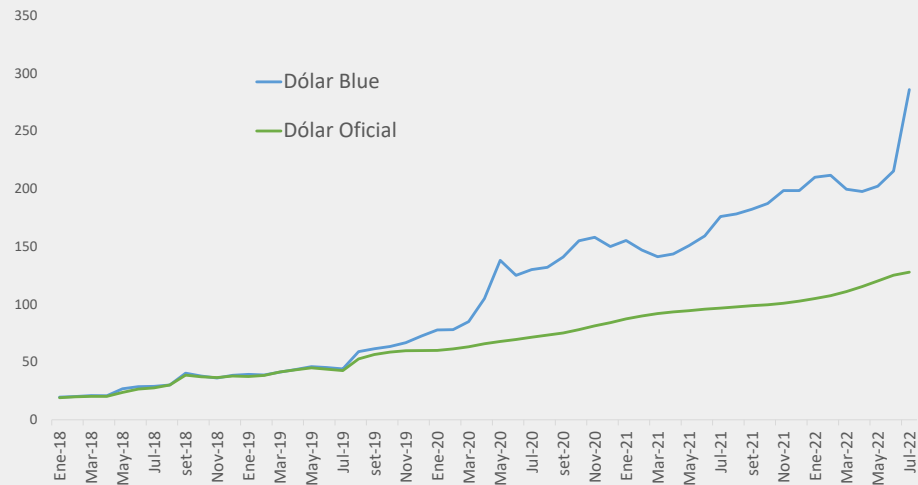


Tipo de Cambio Real bilateral con Argentina



Fuente: en base a datos del BCU, INDEC y websites que monitorean el dolar blue.

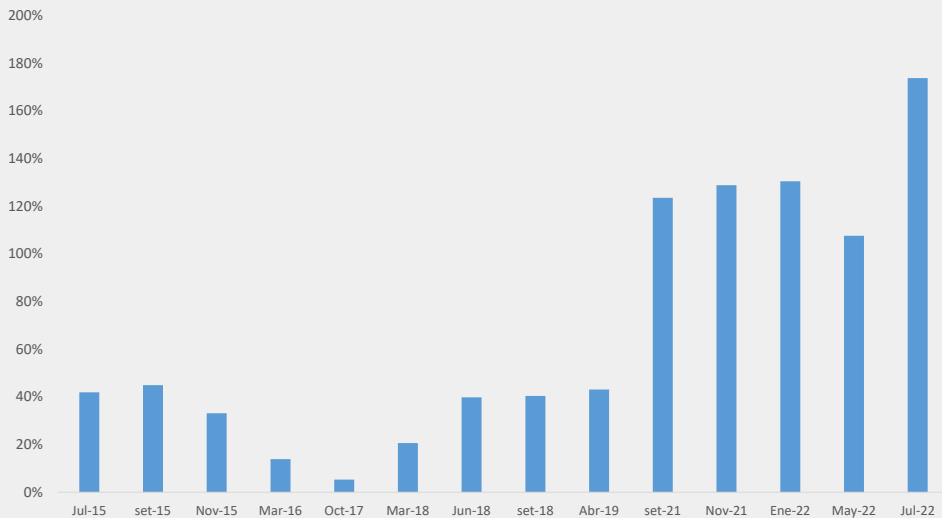
Cotización del dólar en Argentina



Fuente: en base a BCRA y websites que monitorean el dolar blue.



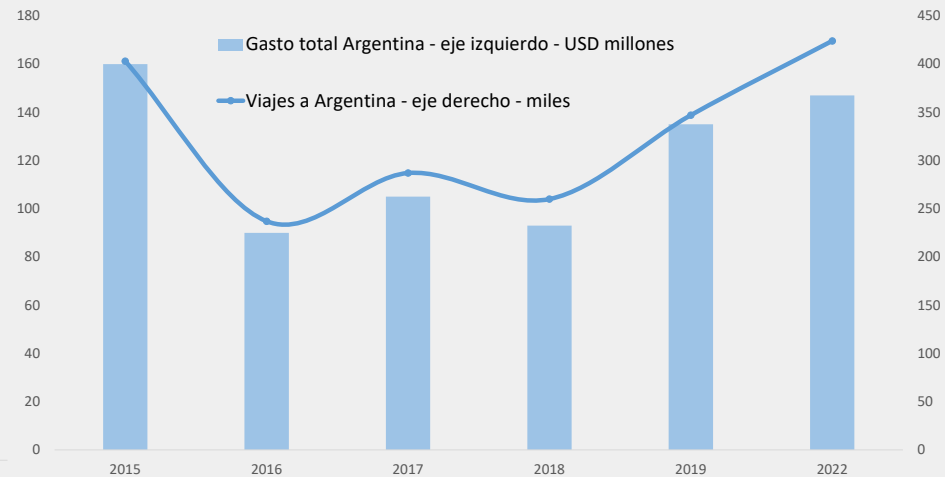
IPF - Cuánto más caro está Salto que Concordia %



Fuente: en base a IPF del Observatorio Económico de Campus Salto - Universidad Católica.

Turismo Emisivo Argentina

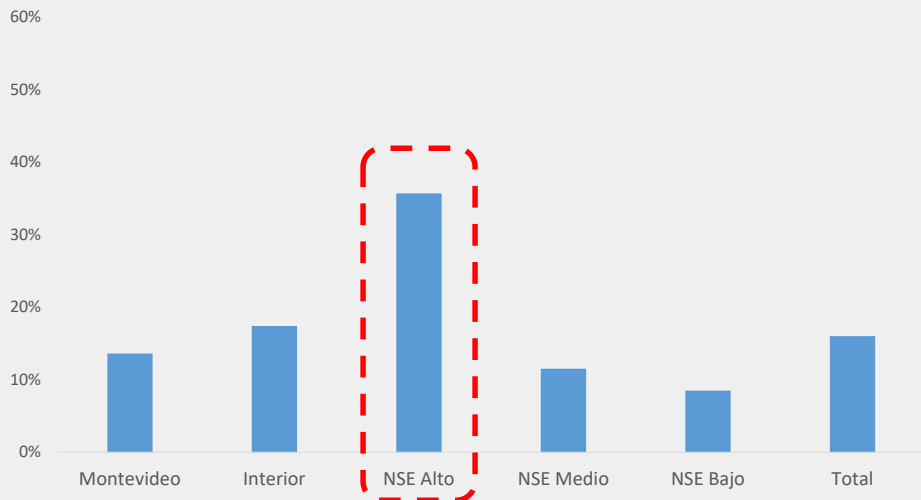
Segundo trimestre de cada año



Fuente: en base a datos del Ministerio de Turismo.

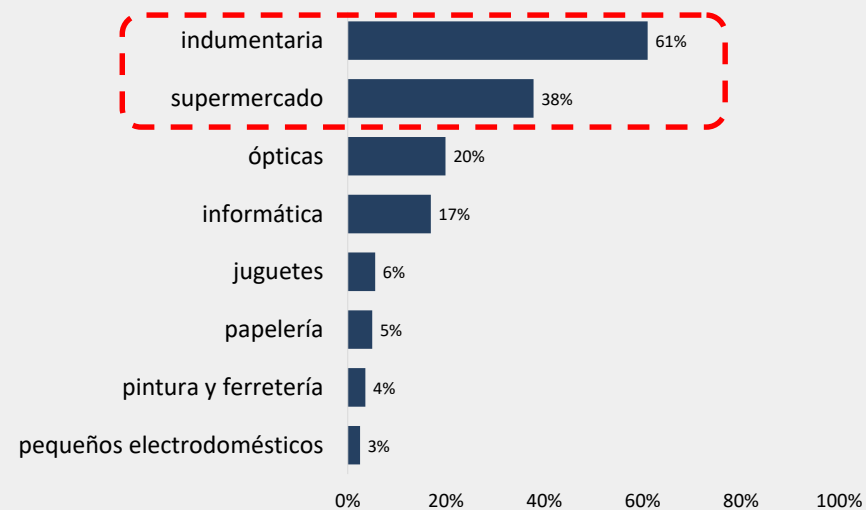


Ha visitado Argentina en el último mes (julio)



Fuente: mediciones Equipos Consultores.

¿Qué tipo de artículos ha comprado y traído de Argentina en los últimos 3 meses?

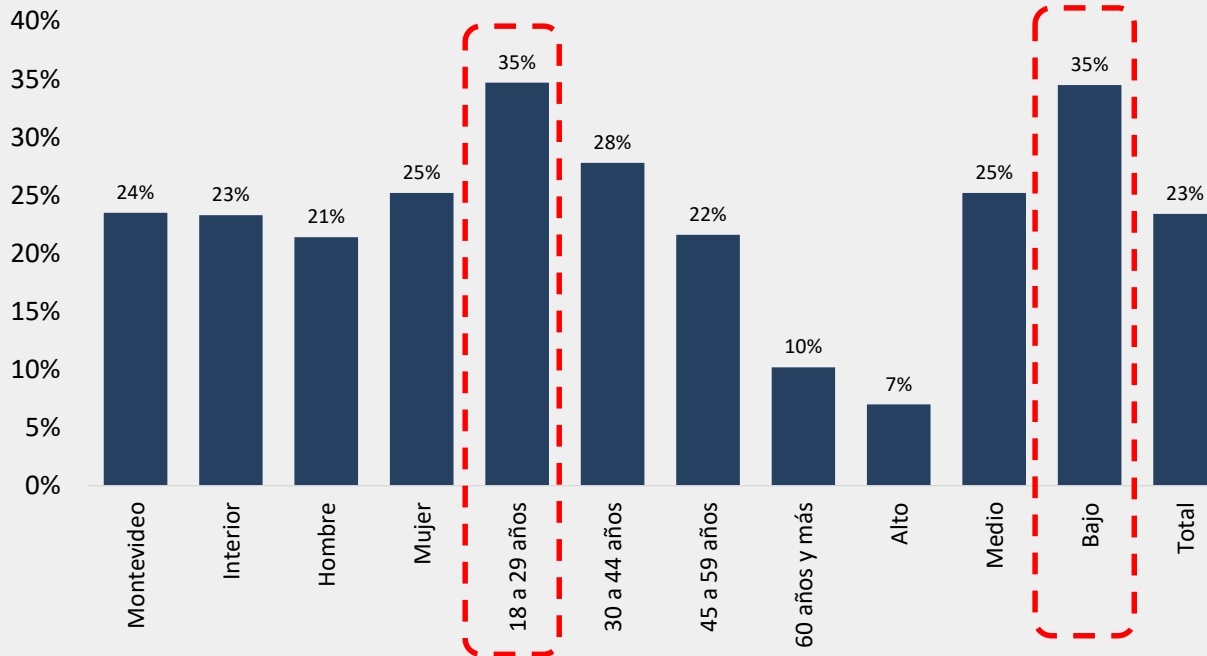


Fuente: Encuestas Equipos Consultores

Nota: en la encuesta se les consultó si ha comprado vestimenta o calzado en los últimos 3 meses a personas que lo compraron en Argentina y lo revenden en nuestro país (ya sea en forma directa, en ferias o en otros lugares similares) y el guarismo para la respuesta "Si" fue de 14,7%.



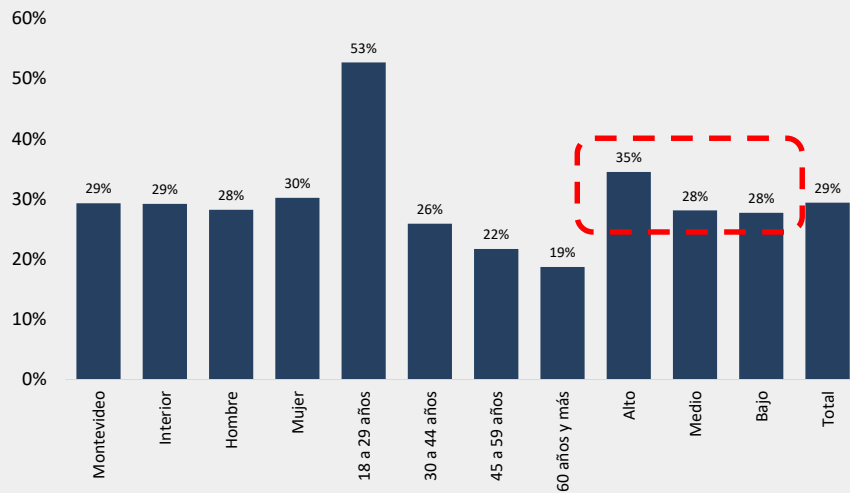
¿Ha comprado artículos de supermercado en los últimos 3 meses a personas que lo compraron en Argentina y lo revenden en nuestro país (ya sea en forma directa, en ferias o en otros lugares similares)?



Fuente: Encuestas - Economía Equipos

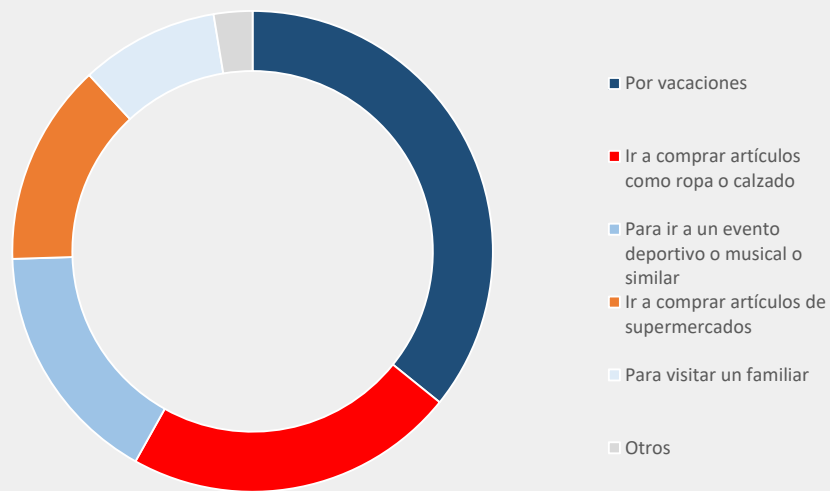


¿Tiene pensado ir a Argentina en los próximos 3 meses?



Fuente: Encuestas - Economía Equipos

Motivo principal de viaje eventual a Argentina



Fuente: mediciones Equipos Consultores.



Baja fidelidad a marcas y mucha atención a precios (por precios “testigo”) continúan afectando el consumo en supermercados.

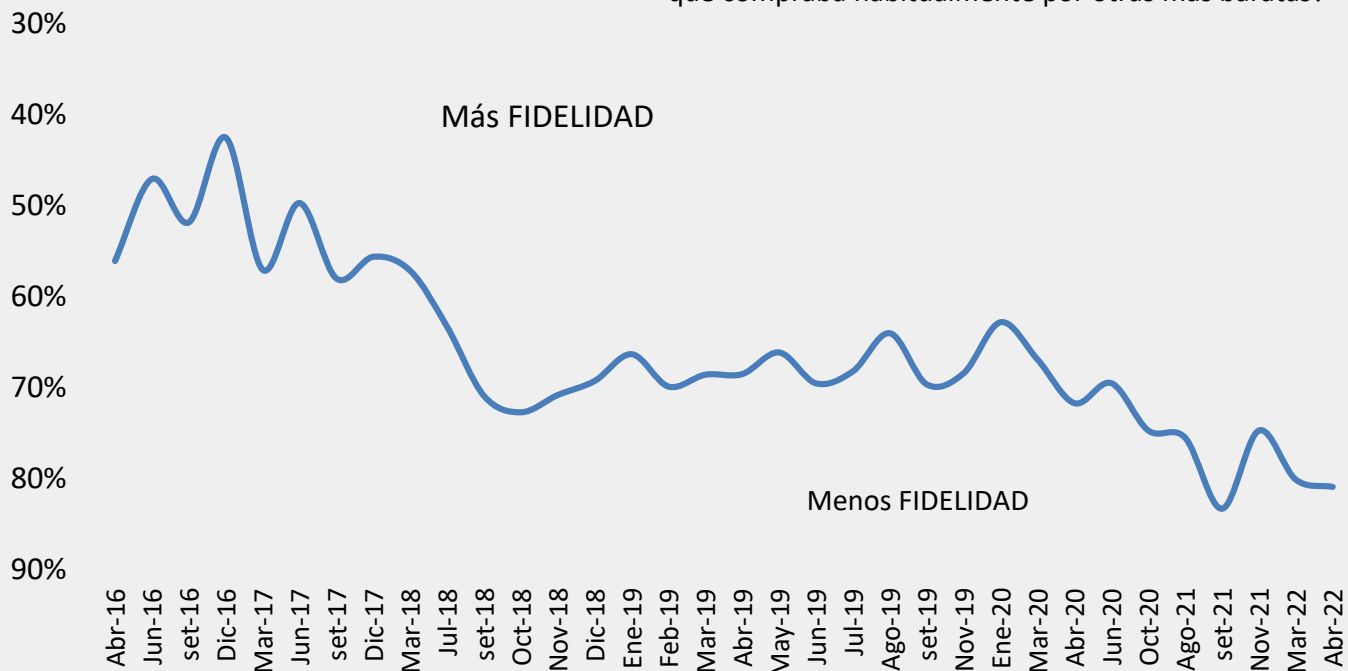
Resultados extraídos de nuestro Monitor “Demanda *Retail*”



Indice de fidelidad a marcas - Artículos de supermercado

Respuestas Afirmativas (eje invertido)

En los últimos 12 meses, ¿Ha dejado de comprar las marcas que compraba habitualmente por otras más baratas?



Fuente: Monitor Demanda Retail - Equipos.



Price Attention Index - Artículos de supermercado

Respuestas "Más" y "Mucho más"



Fuente: Monitor demanda Retail



Conclusiones





- La confianza del consumidor ha mejorado, mayormente a partir de un aumento de la predisposición a la compra de durables
- El primer trimestre mostró el mejor momento post-pandemia, seguido de un ajuste en el segundo (guerra) y posterior leve recuperación (tercero).
- Apenas se conocieron los encarecimientos producto de la invasión a Ucrania, el consumidor introdujo ajustes en sus estrategias de consumo.
- Las propensiones al consumo sintieron el impacto de la guerra, con leve recuperación posterior. El consumo en ferias se mueve en forma “contracíclica”.
- El turismo de compras se ha concentrado en segmentos altos, pero podría pasar a ser un fenómeno extendido en los próximos meses.
- Baja fidelidad a marcas y mucha atención a precios continúan afectando el consumo en supermercados.






EQUIPOS
CONSULTORES

 /EquiposUy

 /Equipos-Consultores

 (+598) 2413 2543