

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR – RESUMEN de junio 2026

I. La confianza permanece en la zona de moderado pesimismo

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) volvió a caer en junio y se ubicó en el nivel más bajo desde abril del 2022, adentrándose en la zona de *moderado pesimismo*. En términos bimestrales el indicador cayó 3,4% (1,6 puntos), mientras que en la comparación interanual el retroceso es superior al 13% (7,1 puntos).



Perspectiva bimestral. Los tres subíndices que componen el ICC cayeron frente al registro previo, siendo mayor el retroceso en el caso de la evaluación que hacen los consumidores sobre su situación económica personal (4,7%; 2,8 puntos). Al interior de este pilar, que releva dos horizontes temporales, el mayor deterioro se dio en la situación actual, aunque la expectativa sobre la situación futura también empeoró levemente con relación a la medición previa. También cayó la predisposición a la compra de bienes durables (4,1%; 1,4 puntos) y la percepción sobre la situación económica del país (1,4%; 0,8 puntos). En este último caso, los consumidores muestran mayor pesimismo sobre la situación a un año, aunque también hay un retroceso considerando un plazo de tres años.

Perspectiva interanual. Con relación a junio del año pasado, el ICC muestra una caída más pronunciada, que también se explica por los tres subíndices que lo integran. En particular, la erosión de la confianza del consumidor se expresa principalmente en torno a la situación económica del país (casi 11 puntos por debajo del registro observado en junio del 2025), especialmente para el próximo año. La inclinación por la adquisición de bienes durables también exhibió una contracción relevante, situándose casi 19% por debajo de la medición del año pasado (7,2 puntos). Finalmente, en el caso de la situación económica personal, la caída fue menor (5,8%; 3,5 puntos) y estuvo apuntalada por el mayo pesimismo en torno a la situación actual.

II. 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 seis preguntas con respuestas precodificadas positivas, negativas y neutras (donde se incluye la opción “no sabe, no contesta”).

- **Pregunta 1:** ¿Cómo cree que 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 que 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 con 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.

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 ICC, con un rango de variación entre 0 y 100, Y en base a las siguientes preguntas y respuestas precodificadas (donde también 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 usted que en los próximos 12 meses estos aumentarán, disminuirán o se mantendrán?

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 confianza¹. Las zonas de confianza se clasifican de acuerdo con el siguiente criterio: 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 500 casos cada medición. El margen de error esperado es de +/- 4,8%, con un 95% de confianza.

Periodicidad. A partir de febrero de 2023, la difusión de los resultados tiene un carácter bimestral y se realizará durante los meses pares, con excepción de la última medición del año que se realizará en el mes de noviembre.

¹ 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.