

# El Indicador de Confianza Empresarial de las Cámaras de Comercio

Juan de Lucio y Manuel Valero

*Cámaras de Comercio*

Es imprescindible para los agentes económicos manejar datos que permitan anticipar la evolución futura de la economía. En una coyuntura como la actual, esta necesidad resulta más patente. La información y la capacidad de anticipación y de establecer escenarios de contingencia son vitales para la correcta toma de decisiones en un entorno caracterizado por la incertidumbre.

Existen varias posibilidades para adelantar el contexto en el que se desenvolverá la economía en el futuro: la utilización de previsiones institucionales, el uso de indicadores que anticipan el comportamiento de otras variables o preguntar directamente sobre las decisiones que los agentes económicos realizan sobre sus actividades futuras. Entre el abanico de datos disponible hay que destacar esta última opción, es decir, los datos que provienen de las encuestas cualitativas sobre la situación y expectativas económicas. Se trata de encuestas dirigidas a directivos de empresas, consumidores o expertos en las que se les pide su opinión en lo referente a la evolución reciente y futura de una serie de variables económicas que les afectan o afectan a sus negocios.

**“Por los plazos más breves, tanto en el cálculo como en la difusión, la disponibilidad de los indicadores de confianza es mucho más rápida que la de otras variables”**

La información cualitativa que proporciona este tipo de encuestas tiene la ventaja de que, una vez tratada adecuadamente, se puede transformar en datos cuantitativos, de fácil manejo e interpretación. Además, estos datos pueden llegar a estar directamente relacionados con las magnitudes que explican la evolución de la economía real. Adicionalmente, la disponibilidad de la información es mucho más rápida que en otras fuentes estadísticas y el tratamiento metodológico suele ser muy claro y sencillo. Por los plazos más breves, tanto en

el cálculo como en la difusión, la disponibilidad de los indicadores de confianza es mucho más rápida que la de otras variables. A estas características positivas hay que añadir que la presentación y la interpretación de la información resultante son más sencillas para los indicadores de confianza que para otros datos.

El cuestionario que se hace llegar al encuestado consta de una serie de preguntas sobre la evolución de algunas variables económicas o empresariales. En cada una de ellas se suelen plantear varias opciones de respuesta, que pueden variar en número según se quiera captar una mayor o menor sensibilidad en las respuestas, pero que, por lo general, se pueden agrupar en tres tipos de afirmaciones de acuerdo al optimismo o pesimismo del que responde: “aumento”, “sin cambios” y “disminución”.

La diferencia entre el porcentaje de respuestas positivas y negativas, el saldo, es el dato que se suele utilizar para analizar cada una de las variables. A su vez, toda la información que suministra la encuesta mediante los saldos puede resumirse en un solo índice (indicador compuesto) que pretende aproximarse a la evolución tendencial o cíclica de la economía. A este aspecto se le suele llamar “confianza”.

## La experiencia internacional

Existen encuestas de reconocido prestigio internacional cuyos resultados son tenidos muy en cuenta por analistas y agentes económicos, ya que anticipan la evolución de las economías a las que se refieren. En Europa, el índice IFO alemán es quizá el indicador más importante. Recoge mensualmente la opinión de más de 7.000 empresarios alemanes sobre la evolución de sus negocios y las perspectivas en el corto plazo. El índice Tankan japonés es otro ejemplo. Encuesta trimestral realizada a más de 8.000 empresas niponas. En Estados Unidos, el Índice de Sentimiento del Consumidor de la Universidad de Michigan consulta a un panel de 500 consumidores sobre la situación y expectativas financieras de los hogares.



También se encuentra en este grupo el Índice de los directivos de compras (elaborado por el Institute for Supply Management ISM) que recoge mensualmente la opinión de cerca de 400 empresarios. Finalmente, de ámbito multinacional podemos hacer referencia a los índices que recopila y elabora de manera homogénea para casi dos decenas de países Markit Economics y a los indicadores de confianza elaborados por la Comisión Europea.

Todos estos índices son considerados por muchos economistas, empresarios y políticos variables muy fiables y útiles para el seguimiento de la economía en el corto plazo, para la anticipación de su evolución futura y para la toma de decisiones.

## La experiencia en España: el Indicador de Confianza Empresarial

En España son varios los organismos que realizan encuestas cualitativas. Se trata de encuestas que pueden tratar tanto aspectos parciales de la actividad económica, como aspectos generales. El cuestionario puede ser reducido, centrado en el análisis de la situación económica, o más extenso, con preguntas referentes a aspectos más específicos. Normalmente, estos últimos suelen dirigirse a un panel de expertos de la vida académica y empresarial. El Consenso Económico de PricewaterhouseCoopers es el ejemplo más claro de este tipo de encuestas. En lo que se refiere a las de carácter general, cabe destacar la Encuesta de Coyuntura Industrial y de Construcción que lleva a cabo el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Los datos que resultan de esta encuesta se resumen en el Indicador de Clima Industrial y el Indicador de Clima en la Construcción. El Indicador de Sentimiento Económico de la Comisión Europea para España, agrupa una serie de índices de confianza sectorial y de confianza de los consumidores. Finalmente, cabe destacar al Índice de Confianza del Consumidor que elabora el Instituto de Crédito Oficial, el cual proporciona datos mensuales de la percepción que tienen los consumidores sobre la evolución económica reciente y sus expectativas en el corto plazo.

Ninguna de estas encuestas analiza de manera simultánea y homogénea todos los sectores de la economía. Tampoco ninguna de ellas se preocupa de las perspectivas de las empresas según el tamaño y lo que resulta especialmente útil en nuestro contexto de organización territorial, la disponibilidad de información regional está desatendida en todas ellas. Las Cámaras de Comercio, que vienen haciendo este tipo de encuestas desde hace varias décadas, decidieron en 2003 cubrir esta laguna de información mediante la elaboración del Indicador de Confianza Empresarial (ICE).

Se trata de una encuesta a empresas de periodicidad trimestral, en cuya elaboración participan más de 5.000 compañías pertenecientes a todas las CCAA, todos los sectores y tamaños. Esta encuesta es un instrumento que consulta a empresarios y directivos sobre la situación y expectativas de una serie de variables que tienen que ver con sus negocios (cifra de negocio, empleo, precios de venta, inversión y exportaciones) y sobre los factores que limitan la actividad de la empresa. Al final, toda la información recabada sobre situación y expectativas se resume en un indicador que hace referencia a la confianza de los empresarios. La información recopilada en la encuesta sobre los factores que limitan la actividad aporta una interpretación adicional a la evolución de esta confianza.

Se trata de un proyecto que se apoya en una metodología rigurosa que descansa en experiencias anteriores de las Cámaras. En primer lugar, las Cámaras han elaborado tradicionalmente encuestas en sus demarcaciones y en sectores específicos. El problema era la integración de todas ellas en un único indicador nacional que permitiera realizar un seguimiento del conjunto de la economía y, por lo tanto, facilitara la comparación de cada una de las regiones con el agregado español. En segundo lugar las Cámaras disponían de la experiencia de los indicadores que anualmente elaboran, desde hace 15 años, en colaboración con las Cámaras europeas sobre las regiones y los países pertenecientes a la Unión Europea. Las metodologías y las experiencias derivadas de estos proyectos supusieron unos cimientos sólidos sobre el que asentar el desarrollo metodológico y organizativo del Indicador de Confianza Empresarial.

El tratamiento de la información se plantea de acuerdo a dos objetivos: reflejar por un lado la realidad empresarial de España y, por otro, la realidad productiva. El ICE se elabora a partir de una detallada distribución de las empresas entre los distintos sectores considerados (industria, construcción, comercio, hostelería y resto de servicios), los distintos tamaños (empresas de 1 a 9 empleados, empresas de 10 a 49 empleados, de 50 a 249 empleados y empresas de 250 y más empleados) y, finalmente, las diferentes CCAA, Ceuta y Melilla.

En el proceso de cálculo se llevan a cabo una serie de elevaciones y ponderaciones que posibilitan que los resultados se adecuen a los dos objetivos de representatividad mencionados.

La amplia muestra utilizada, más de 5.000 empresas, dota de fiabilidad al estudio, ya que deriva en márgenes de error extraordinariamente reducidos. Incluso es posible desagregar resultados por sectores y tamaños manteniendo unos márgenes de error aceptables.

El ICE se mide como la media aritmética de los índices de Situación y Expectativas. A su vez, estos índices se calculan como la media aritmética de los saldos desestacionalizados de las variables cifra de negocio, número de trabajadores con contrato e inversión. Valores positivos del ICE indican avances, mientras que datos negativos señalan retroceso de la actividad.

## Evolución de la confianza

De acuerdo con el diseño de la encuesta empresarial de las Cámaras de Comercio y con la metodología utilizada, es posible disponer de un indicador que resume la visión de los empresarios sobre la marcha de sus negocios, así como de una interpretación adecuada de su evolución.

Tal y como se puede apreciar (gráfico 1), la confianza de los empresarios, medida a través del ICE, ha mostrado una evolución favorable hasta el cuarto trimestre de 2006 (dato publica-

do en enero de 2007), fecha en la que marcó el máximo histórico. A partir de esa fecha, la confianza ha ido deteriorándose paulatinamente. Durante el cuarto trimestre de 2007 (dato publicado en enero de 2008) el ICE pasó a ser negativo, dejando entrever el pesimismo que parecía instalarse entre los directivos. El ICE ha continuado su deterioro a lo largo de 2008, hasta situarse en -19,4 puntos en el tercer trimestre (dato de octubre 2008), mínimo de la serie.

**“La rapidez en su elaboración y difusión y su capacidad de anticipación están haciendo que este indicador sea, cada vez más, una referencia para economistas, decisores de política económica, periodistas, empresarios y público en general”**

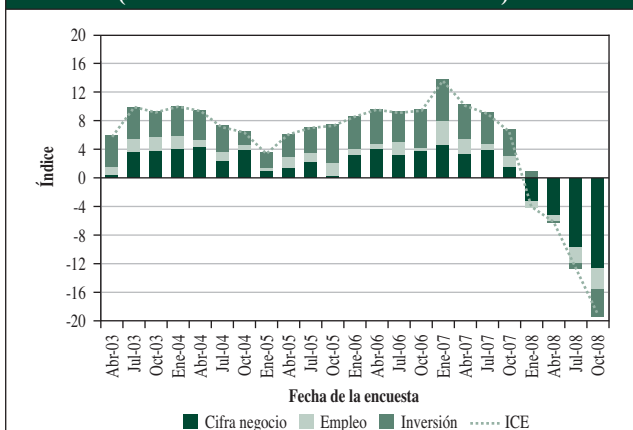
Esta evolución se explica por la ralentización del consumo, que se traduce en un aumento de la importancia de la debilidad de la demanda como factor que limita el desarrollo de los negocios. Las dificultades de financiación también han determinado la evolución de los negocios durante los dos últimos años. Una menor demanda y unas dificultades de financiación en ascenso producen que las empresas aplacen sus decisiones de inversión y de empleo.

**GRÁFICO 1. INDICADOR DE CONFIANZA EMPRESARIAL (DATOS DESESTACIONALIZADOS)**



Fuente: Cámaras de Comercio.

**GRÁFICO 2. COMPOSICIÓN DEL INDICADOR DE CONFIANZA EMPRESARIAL (DATOS DESESTACIONALIZADOS)**



Fuente: Cámaras de Comercio.



