

Medición de algunos indicadores de percepción del bienestar económico en Venezuela

Varela, José L.; Ponsot Balaguer, Ernesto
Rivera, Christian; Rivas, Douglas
Márquez, Víctor E.¹

Recibido: 28/10/2013
Revisado: 26/01/2014
Aceptado: 21/06/2014

Resumen >>

La confianza del consumidor es un indicador económico que mide el grado de optimismo que los consumidores sienten sobre el estado general de la economía y sobre su situación financiera personal. En este trabajo se estudian y proponen metodologías para la construcción de algunos de los indicadores de temas socio-económicos más conocidos, puesto que en la actualidad, el país no posee instrumentos de medición que recojan de manera continua la opinión de la población sobre el tema. Basados en la elaboración de un marco muestral sobre la IV Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares, se planificaron y tomaron tres muestras en el transcurso del año 2012 y se analizan los resultados obtenidos, para el índice de confianza del consumidor, el índice de la situación económica actual, el índice de expectativas económicas y el indicador de confianza económica, todos los cuales resultaron relativamente elevados, es decir, por encima de 50/100.

Palabras clave: Percepción del bienestar económico, índice de confianza del consumidor.

Abstract >>

MEASUREMENT OF PERCEPTION INDICATORS FOR ECONOMIC WELFARE IN VENEZUELA

Consumer confidence is an economic indicator that measures the degree of optimism that consumers feel about the overall state of the economy and their personal financial situation. In this paper we study and propose methodologies for the construction of some of the indicators of socio-economic issues known, since at present our country has no measuring instruments continuously collect the views of the public on the issue. Based on the elaboration of a sampling frame on the Fourth National Survey of Family Budgets, were planned and took three samples in the course of 2012 and analyzes the results obtained for the consumer confidence index, the current economic situation index, economic expectations index and the economic sentiment index.

Keywords: Perception of economic welfare, consumer confidence index.

1 Profesores de la Escuela de Estadística de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes. Mérida-Venezuela. Email: ernesto.pb@gmail.com, leovarela01@hotmail.com, christiandavidr@gmail.com drivas@ula.ve

1. Introducción

Las encuestas de opinión, con periodicidad establecida, son instrumentos de medición que se usan a nivel internacional para hacer el seguimiento de la disposición y actitudes de la sociedad ante distintas situaciones o acontecimientos.

La mayoría de las preguntas que incluyen las encuestas, se refieren a cuestiones de la actualidad más estricta (políticas gubernamentales, seguridad, atentados, entre otros) o a un tema que se elige como central (expectativas para el año próximo, cultura política, entre otras) y sólo una pequeña parte son preguntas que se repiten a lo largo del tiempo, con periodicidades más o menos fijas. Como la metodología de los instrumentos de medición es similar en lo que se refiere al ámbito, universo, procedimiento de muestreo, tamaño de la muestra, en otras, las respuestas a estas preguntas son comparables y dan lugar a las correspondientes series temporales.

De esta forma, se pueden encontrar series de preguntas, mensuales o trimestrales, relativas a la evaluación de la situación socioeconómica actual y de su evolución futura.

Aunque las respuestas a algunas de estas preguntas constituyen, en sí mismas, indicadores de la evolución de ciertas variables (ver Tabla N° 1), a menudo resulta interesante tratar de resumir varias preguntas, que se refieren a un mismo tema, en un indicador que sintetice el conjunto de la información en cada momento del tiempo. También, para una única pregunta con varias opciones de respuesta, puede resultar de interés la construcción de un indicador sintético de percepción del bienestar.

Los indicadores de percepción económica se han estudiado en algunos países, desde hace más de cuatro décadas, por ejemplo, el índice de confianza del consumidor ha sido obtenido en los Estados Unidos desde 1967 por *The Conference Board* (Michael y Evgenia, 2006). Este grupo emite mensualmente tres boletines principales: el índice de confianza del consumidor, el índice de la situación actual, y el índice de las expectativas económicas. Experiencias similares se

observan por ejemplo en todos los países que conforman la comunidad europea, y en países como la India.

La metodología utilizada para el cálculo de estos indicadores data de los años 70 (Pickering, Harrison y Cohen, 1973) y a lo largo del tiempo la metodología ha evolucionado. Uno de los índices de más utilidad es el índice de confianza del consumidor. Este índice permite aproximarse a las intenciones de gasto de los consumidores, preguntándoles por su percepción actual y sus expectativas de futuro para la economía del país, su economía familiar y el empleo (Nicholas, 2004).

Actualmente el país carece de estudios de este tipo. En este trabajo se estudian y proponen metodologías para la construcción de indicadores de temas socio-económicos conocidos, a saber: índice de confianza del consumidor, índice de la situación económica actual, índice de expectativas económicas e índice de confianza económica.

2. Conceptos, métodos y acciones preliminares

2.1. Indicadores de percepción del bienestar económico

Se proponen en este trabajo, cuatro índices. El *Índice de Confianza del Consumidor (ICzC)*, indicador elaborado desde 1967 para *The Conference Board* en Estados Unidos. Mide la percepción actual y en el corto plazo de los ciudadanos en relación a la situación económica, el empleo y las finanzas familiares. La información requerida para su construcción, está contenida en las respuestas a cinco preguntas que, además de constituir la base para su construcción, permiten construir los índices de situación económica actual (*SEA*) y el índice de expectativas económicas (*IEE*). A su vez, en función de los dos últimos, se construye el índice de confianza económica (*ICE*). Estos indicadores, están basados en los trabajos de Katona (1951,1960, 1975) y Van Raaij (1981) (ver Tabla N° 1).

Otros índices que también se midieron en la investigación, pero que por razones de espacio no serán analizados aquí, son:

Índice de Confort del Consumidor (ICfC): Este índice es calculado en varios países. En Estados Unidos, por ejemplo, lo lleva la revista *ABC News/Money* y evalúa un sentimiento de tranquilidad entre las finanzas personales y las condiciones generales para comprar los artículos necesarios.

Índice del Sentimiento del Consumidor (ISC): Es conducido por el centro de Investigación del Consumo de la Universidad de Michigan y evalúa la percepción de los individuos en relación a la situación económica pasada, presente y a mediano plazo.

Índice de Optimismo Económico (IOE).

La batería de preguntas propuestas para el cómputo de los índices de interés, se adaptaron al caso venezolano. Esta adaptación fue producto de la discusión del equipo de trabajo y de la necesidad de disminuir los tiempos de respuesta durante el trabajo de campo (para esta necesidad se llevaron las escalas a dos o tres categorías). También se notó en la práctica que había preguntas necesarias para distintos índices, pero que en esencia eran muy similares. En tales casos se decidió consultar una sola vez al entrevistado y emplear la respuesta obtenida en el cálculo de más de un índice.

Así, la Tabla N° 1 contiene las interrogantes que efectivamente fueron formuladas a los entrevistados, en todas las muestras recopiladas (ver Sección 2.3).

Tabla N° 1. >>>
Preguntas efectivas realizadas a los jefes de hogar

Id. Pregunta	Descripción	Posibles respuestas (valor)
A1	En los próximos seis meses ¿piensa Ud. que la situación económica del país será?	Mejor a la actual (100) Similar a la actual (50) Peor a la actual (0)
A2	¿Cómo valora Ud. la situación actual del empleo en el país?	Buena (100) Regular (50) Mala (0)
A3	En los próximos seis meses, ¿piensa Ud. que la situación del empleo en el país será?	Mejor a la actual (100) Similar a la actual (50) Peor a la actual (0)
B1	¿Cómo describiría Ud. la situación actual de la economía nacional?	Buena (100) Regular (50) Mala (0)
D2	En los próximos seis meses ¿piensa que su situación económica personal será mejor, peor o similar a la actual?	Mejor a la actual (100) Similar a la actual (50) Peor a la actual (0)

Fuente: Elaboración propia

Con la información recabada en términos numéricos, se calcularon los índices como se indica en la Tabla N° 2.

Tabla N° 2. >>>
Definición y formas de cálculo de los números índices por hogar (sin expansión)

Id.	Índice	Forma de cómputo
ICzC_SE	Índice de confianza del consumidor	$\frac{B1 + A1 + A2 + A3 + D2}{5}$
SEA_SE	Indicador de la situación económica actual (consolidado para toda la muestra)	Sólo considera la pregunta B1: $\frac{100 \times f_1 + 50 \times f_2 + 0 \times f_3}{\sum_1^3 f_i}$ Donde f_i es la frecuencia observada en la muestra de la i -ésima categoría de B1
IEE_SE	Indicador de expectativas económicas (consolidado para toda la muestra)	Sólo considera la pregunta A1: $\frac{100 \times g_1 + 50 \times g_2 + 0 \times g_3}{\sum_1^3 g_i}$ Donde g_i es la frecuencia observada en la muestra de la i -ésima categoría de A1
ICE_SE	Indicador de confianza económica (consolidado para toda la muestra)	$\frac{SEA + IEE}{2}$

Fuente: Elaboración propia

2.2. Metodología

La metodología para la construcción de estos indicadores, comprende las siguientes etapas:

Etapa I. Diseño Muestral: se utilizó el diseño muestral definido por el Banco Central de Venezuela (BCV) para la IV Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (IV ENPF). El diseño muestral es del tipo polietápico, representativo a nivel de ingreso, nacional y proporcional al tamaño de la población. En función de minimizar costos, el instrumento de medición (la encuesta) se aplicó por teléfono, con cobertura nacional según la información suministrada por el BCV.

Etapa II. Aplicación del instrumento: una vez establecido el diseño muestral se procedió a la aplicación del instrumento de medición. Se estimó el tiempo de aplicación de cada encuesta en aproximadamente 8 minutos. La encuesta tiene en total 13 preguntas.

Etapa III. Construcción de los indicadores: una vez recogida la data, se procedió a la construcción de cada uno de los indicadores basados en la metodología antes descrita.

Etapa IV. Análisis de resultados: los indicadores se analizaron en función de las zonas geográficas en que se recogieron y los dominios urbanos correspondientes.

2.3. La muestra y el estudio de campo

Se planificaron y tomaron tres muestras en el transcurso del año 2012. La primera muestra se colectó desde el 15 de febrero hasta el 14 de marzo, la segunda desde el 20 de junio hasta el 17 de julio y la tercera desde el 27 de octubre hasta el 15 de noviembre. La síntesis de lo recabado se encuentra en la Tabla N° 3. Allí resalta el hecho de que los errores de estimación son muy aceptables ya que en ningún caso superan el 1,5%.

Tabla N° 3. >>>

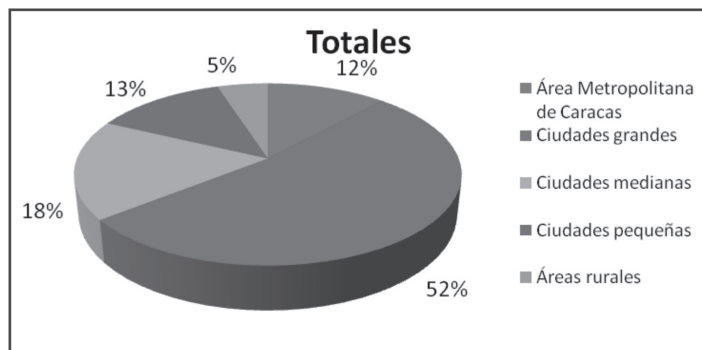
Resumen de los datos colectados mediante la encuesta

Dominio	Muestras			Totales	%
	1	2	3		
Área Metropolitana de Caracas	173	296	283	752	11,79%
Ciudades grandes	781	1358	1213	3352	52,55%
Ciudades medianas	274	448	409	1131	17,73%
Ciudades pequeñas	236	289	301	826	12,95%
Áreas rurales	89	113	116	318	4,99%
Totales	1553	2504	2322	6379	100,00%
Error de estimación:	1,44%	1,12%	1,16%		

Fuente: Elaboración propia

Las proporciones de los totales, se pueden ver en el Gráfico N° 1.

Gráfico N° 1. >>>

Distribución de la muestra total (1, 2 y 3)².

Fuente: Elaboración propia.

Los tamaños de muestra se tomaron estratificando por dominios de localización de la población y fueron calculados estableciendo la máxima desviación admisible de la media del ingreso anual de todos los hogares en la IV ENPF, expresada en términos porcentuales.

2 Todos los gráficos y figura que se presentan en este documento son de elaboración propia, a partir de los distintos datos diseñados para o recabados en las distintas muestras.

La encuesta telefónica del proyecto está atada a la IV ENPF, en todas sus muestras. Esto quiere decir que los entrevistados son jefes de hogares presentes en la IV ENPF, preservando la estructura de sus niveles educativos.

La estructura de selección también se corresponde con la empleada en la IV ENPF. Debido a este diseño, todos los valores calculados a partir de la encuesta telefónica pueden y de hecho han sido expandidos, utilizando los mismos factores de expansión de la IV ENPF.

Los cálculos resumidos se presentan, para la muestra 1, en la Tabla Nº 4, para la muestra 2, en la Tabla Nº 5 y para la muestra 3 en la Tabla Nº 6.

Tabla Nº 4. >>>
Detalles de la muestra 1

Dominio	Id	Nº de hogares	Fracción de muestreo (w _i)	n _i	Muestra real
Área Metropolitana de Caracas	1	3905	0,1442	166	173
Ciudades grandes	2	17899	0,4857	759	781
Ciudades medianas	3	6853	0,1634	290	274
Ciudades pequeñas	4	5493	0,1307	233	236
Áreas rurales	5	2473	0,0760	105	89
Total		36623	1,0000	1553	1553

Fuente: Elaboración propia

Tabla Nº 5. >>>
Detalles de la muestra 2

Dominio	Id	Nº de hogares	Fracción de muestreo (w _i)	n _i	Muestra real
Área Metropolitana de Caracas	1	3905	0,1442	267	296
Ciudades grandes	2	17899	0,4857	1224	1358
Ciudades medianas	3	6853	0,1634	468	448
Ciudades pequeñas	4	5493	0,1307	376	289
Áreas rurales	5	2473	0,0760	169	113
Total		36623	1,0000	2504	2504

Fuente: Elaboración propia

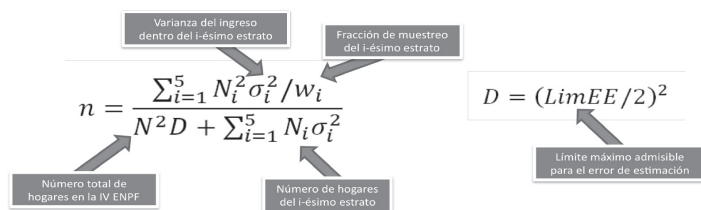
Tabla N° 6. >>>
Detalles de la muestra 3

Dominio	Id	N° de hogares	Fracción de muestreo (w_i)	n_i	Muestra real
Área Metropolitana de Caracas	1	3905	0,1442	248	283
Ciudades grandes	2	17899	0,4857	1135	1213
Ciudades medianas	3	6853	0,1634	434	409
Ciudades pequeñas	4	5493	0,1307	348	301
Áreas rurales	5	2473	0,0760	157	116
Total		36623	1,0000	2322	2322

Fuente: Elaboración propia

Los detalles del cómputo de las muestras omiten cálculos intermedios complejos, que sin embargo pueden reproducirse fácilmente siguiendo la metodología propuesta en Scheaffer y Mendenhall (1987: 86). Se emplea muestreo estratificado con afijación proporcional al tamaño del estrato, sin reposición y considerando constante el costo de aplicación de cada instrumento. Las principales ecuaciones se muestran en la Figura N° 1.

Figura N° 1. >>>
Principales ecuaciones para el cálculo de la muestra



Fuente: Elaboración propia.

Como es lógico existen diferencias entre los tamaños de muestra inicialmente calculados, y los realizados en definitiva. Estas diferencias se deben a problemas con las respuestas de los entrevistados y a la imposibilidad de ubicarlos, principalmente. No obstante, se ha procurado mantener el total de entrevistados y la estructura teórica calculada.

2.4. Sistema de colección de datos para la encuesta telefónica

El sistema de información fue diseñado para dar soporte a la recolección de la información de las entrevistas, y para ser operado directamente por el encuestador (telefonista), siguiendo un esquema cliente – servidor.

2.5. Análisis de requerimientos

Para el diseño del sistema se realizó un análisis de los requerimientos que debía cumplir. Estos fueron los siguientes:

1. La recolección de la información se haría a través de llamadas telefónicas, para ello se contó con una base de datos aportada por el BCV que es la usada por dicha institución en la IV ENPF.
2. La información se registraría directamente en la base de datos. Con ello se elimina el procesamiento a posteriori, lo cual logró una reducción de los costos tanto de tiempo como de dinero.
3. Se llevaría un registro de las personas que no contestaron, los números de teléfonos inexistentes, los números de teléfono mal registrados y las personas indispuestas a contestar la encuesta. Esto permitió una depuración de la base de datos para estudios posteriores.
4. Se registrarían los encuestadores, hora de inicio y culminación por día, número de encuestas aplicadas por encuestador al día y durante todo el proceso, tiempo promedio de duración en la aplicación de la encuesta, entre otras estadísticas de soporte al proceso de recolección.

2.6. Procesamiento de los datos

Los datos objeto de análisis en la investigación, provienen de dos fuentes. Una primera fuente, secundaria, pues su acopio no ha estado bajo la responsabilidad del proyecto, es la IV ENPF. La segunda fuente, primaria, es producto de la encuesta telefónica (ver Tabla N° 3).

2.7. Los números índices

Las variables de estratificación se definen en la Tabla N° 7 y la Tabla N° 8.

Tabla N° 7. >>>
Abreviaturas de dominio

Abreviatura	Dominio
AC	Área metropolitana de Caracas
AR	Áreas rurales
CG	Ciudades grandes
CM	Ciudades medianas
CP	Ciudades pequeñas

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 8. >>>
Abreviaturas de entidad

Abreviatura	Entidad	Abreviatura	Entidad	Abreviatura	Entidad
DtC	Distrito Capital	Coj	Cojedes	NuE	Nueva Esparta
Ama	Amazonas	DeA	Delta Amacuro	Por	Portuguesa
Anz	Anzoátegui	Fal	Falcón	Suc	Sucre
Apu	Apure	Gua	Guárico	Tac	Táchira
Ara	Aragua	Lar	Lara	Tru	Trujillo
Bar	Barinas	Mer	Mérida	Yar	Yaracuy
Bol	Bolívar	Mir	Miranda	Zul	Zulia
Car	Carabobo	Mon	Monagas	Var	Vargas

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, los índices calculados se presentan en forma agregada, expandiendo la muestra por dominios (ver Tabla N° 7), entidades (ver Tabla N° 8) y en forma global. Esto es equivalente a considerar que cada hogar encuestado es en realidad un “representante” de varios hogares similares, conformados como grupo gracias a los factores de expansión de la IV ENPF.

Sean TFH_{Glo} la suma global de los factores de expansión del hogar, TFH_{Dom_i} la suma de los factores de expansión del hogar para el i -ésimo dominio ($i = 1, \dots, 5$) y TFH_{Ent_j} la suma de los factores de expansión del hogar para la j -ésima entidad ($j = 1, \dots, 24$). Sea n el tamaño de la muestra, n_i el tamaño de la submuestra de

aquellos hogares que pertenecen al i -ésimo dominio y n_j el tamaño de la submuestra de aquellos hogares que pertenecen a la j -ésima entidad. Además, sea FH_k el factor de expansión del k -ésimo hogar. Entonces en general, los índices expandidos calculados son:

$$\text{Índice}_{\text{Global}} = \frac{\sum_{k=1}^n FH_k \times \text{Índice}_{\text{Hogar}_k}}{TFH_{\text{Glo}}}$$

$$\text{Índice}_{\text{Dominio}_i} = \frac{\sum_{k=1}^{n_i} FH_k \times \text{Índice}_{\text{Hogar}_k}}{TFH_{\text{Dom}_i}}, \text{ sobre hogares en el dominio } i$$

$$\text{Índice}_{\text{Entidad}_j} = \frac{\sum_{k=1}^{n_j} FH_k \times \text{Índice}_{\text{Hogar}_k}}{TFH_{\text{Ent}_j}}, \text{ sobre hogares en la entidad } j$$

Por ejemplo, el índice de confianza del consumidor se calcula de la forma siguiente:

Global	Por dominios	Por entidades
$IC_{zC} = \frac{\sum_{k=1}^n FH_k \times IC_{zC_{SEk}}}{TFH_{\text{Glo}}}$	$IC_{zC}_i = \frac{\sum_{k=1}^{n_i} FH_k \times IC_{zC_{SEk}}}{TFH_{\text{Dom}_i}}$	$IC_{zC}_j = \frac{\sum_{k=1}^{n_j} FH_k \times IC_{zC_{SEk}}}{TFH_{\text{Ent}_j}}$

Fuente: Elaboración propia

Por último, comentamos que al inicio se calcularon los índices sin utilizar los factores de expansión. Cuando se hicieron las pruebas comparativas con los cálculos que aplicaban los factores de expansión, se observó una notable estabilización de la varianza, razón por la cual se prefirió reportar los mencionados índices, aplicando los factores de expansión contenidos en la IV ENPF.

3. Resultados

Como la interpretación de los índices resulta similar en cada uno de los casos, a continuación se exponen los resultados obtenidos del índice de confianza del consumidor (para la muestra 3) por dominio, entidad y para toda la muestra, así como su evolución en el tiempo, esto último analizando los resultados de las tres muestras.

Recordemos que el ICzC_SE se construye a partir de las preguntas B1, A1, A2, A3 y D2 (ver Tabla N° 2), y su objetivo es medir la percepción del jefe del hogar respecto a dos temas fundamentales: la situación económica del país y la situación del empleo.

Qué tan seguras se sienten las personas sobre la estabilidad de sus ingresos, determina sus actividades de consumo y por lo tanto sirve como uno de los indicadores claves en la forma general de la economía. En esencia, si la confianza del consumidor es mayor, los consumidores están haciendo más compras, impulsando la expansión económica. Por otra parte, si la confianza es menor, los consumidores tienden a ahorrar más de lo que gastan, lo que provoca contracciones en la economía.

En la Tabla N° 9 se muestran los resultados del ICzC por dominio, el número de hogares encuestados (calculados en la Tabla N° 6), y el valor correspondiente al índice de confianza. Aunque en general se observa que entre los dominios los valores del índice muestran niveles de optimismo bastante aceptables, puede observarse que las AR (áreas rurales) muestran mayor optimismo económico.

Tabla N° 9. >>

Índice de confianza del consumidor, por dominios

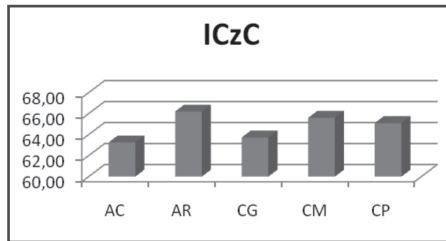
Dominio	N°	ICzC
AC	283	63,26
AR	116	66,20
CG	1213	63,72
CM	409	65,60
CP	301	65,10
Total	2322	

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado las CM y CP se comportan de manera similar mostrando un índice de confianza por encima de 65, mientras que AC y CG también se comportan de manera similar, siendo estos dos dominios en los que se evidencia menos confianza, casi tres puntos por debajo de las AR. También se observa una relación inversamente

proporcional entre la confianza y la densidad poblacional, es decir, a mayor población el índice de confianza disminuye, reafirmando esto la tendencia política en las áreas rurales (ver Gráfico N° 2).

Gráfico N° 2. >>>
Índice de confianza del consumidor, por dominios



Fuente: Elaboración propia.

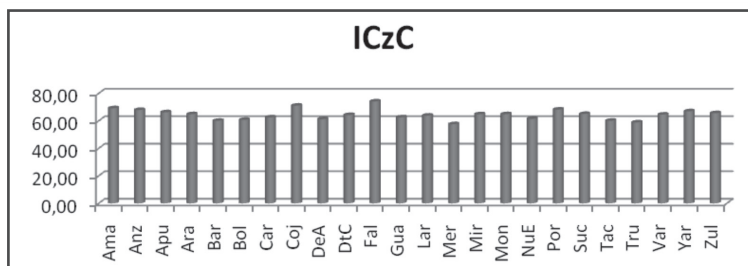
Al analizar el indicador de confianza por entidad (ver Tabla N° 10), se observa que el estado Falcón muestra el nivel más alto de confianza (74,11), mientras que el estado Mérida, Trujillo y Táchira tienen los niveles más bajos de confianza, 57,57; 58,85 y 60,09 respectivamente en promedio 15,24 puntos por debajo de Falcón (ver Tabla N° 10). Esta distancia tan marcada puede deberse a que en el estado Falcón los sectores turismo y comercio han tenido importantes aportes de inversión, debido principalmente a la creación de la Zona Libre de Paraguaná (CRV, 1998) y han mostrado un crecimiento constante (AVN, 2012). Por otro lado, los estados Mérida y Táchira forman parte del eje fronterizo, zona en la cual se ha agudizado el tema de la escasez, así como la inseguridad. En el caso de Mérida en particular, el sector turismo ha disminuido estrepitosamente desde que su principal atractivo, el teleférico, fue cerrado en el año 2008, teniendo esto último un impacto directo sobre la situación del empleo. Aunado a esto, el pésimo acceso vial a Mérida, Táchira y Trujillo ha facilitado el deterioro económico de estas entidades. Por otro lado, el valor de confianza de Mérida, Trujillo, Barinas, Táchira y Bolívar están por debajo del primer cuartil, mientras que Apure, Yaracuy, Anzoátegui, Portuguesa, Amazonas, Cojedes y Falcón están por encima del tercer cuartil (Gráfico N° 3).

Tabla N° 10. >>>
Índice de confianza del consumidor, por entidades

Entidad	N°	ICzC	Entidad	N°	ICzC
Ama	37	69,18	Lar	163	63,78
Anz	125	67,90	Mer	141	57,57
Apu	32	66,25	Mir	235	64,82
Ara	154	64,85	Mon	155	64,85
Bar	55	60,03	NuE	33	61,50
Bol	128	60,71	Por	64	68,21
Car	170	62,50	Suc	54	65,04
Entidad	N°	ICzC	Entidad	N°	ICzC
Coj	38	71,07	Tac	126	60,09
DeA	30	61,21	Tru	30	58,85
DtC	164	64,25	Var	30	64,56
Fal	62	74,11	Yar	47	66,96
Gua	57	62,55	Zul	192	65,60
			Total	2322	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 3. >>>
Índice de confianza del consumidor, por entidades



Fuente: Elaboración propia.

Para toda la muestra, es decir, al considerar los 2322 hogares, el índice de confianza tiene un valor de 64,21, mostrándose en el país un nivel bastante aceptable.

Los resultados obtenidos para los indicadores SEA, IEE e ICE, se muestran en la Tabla N° 11. Se puede observar, en lo que respecta a

la economía actual (SEA) un valor de 59,94; sin embargo, en general, la población se muestra optimista para los próximos 6 meses, con un valor IEE de 64,39, 5 puntos por encima de SEA. El ICE, indicador que mide la confianza económica, muestra un valor de 62,16.

Tabla N° 11. >>>
Índices SEA, IEE e ICE para la muestra 1

SEA	IEE	ICE
59,94	64,39	62,16

Fuente: Elaboración propia.

Aunque desde el punto de vista estadístico es imposible establecer patrones, debido a que solo se tienen 3 resultados en el tiempo (muestra 1, muestra 2 y muestra 3), a continuación se interpretan los resultados y se explican las posibles causas del comportamiento. Para este análisis es importante tener presente el momento en que se recolectaron los datos.

La Tabla N° 12 junto con el Gráfico N° 4, muestran cómo evolucionó el valor del indicador a través del tiempo, por dominios. En todos los dominios se observa un incremento del valor de la muestra 1 a la muestra 2, a excepción de CG, en donde no se observa cambio significativo. Este incremento puede atribuirse a que el 2012 fue un año electoral, pues las elecciones presidenciales se dieron el 7 de octubre. Justamente al momento de la aplicación de la muestra 2 el país se encontraba en plena campaña electoral. Otra razón a la que puede atribuirse este incremento, fue el impulso de la Gran Misión Vivienda Venezuela, generando importantes expectativas en la población, destacándose un incremento por encima de 7 puntos el AC y un incremento por encima de 6 puntos las CP. Por otro lado se observa un decrecimiento de la muestra 2 a la muestra 3 en la mayoría de los dominios, a excepción de CG donde se observa un incremento por encima de un punto.

Tabla N° 12. >>>

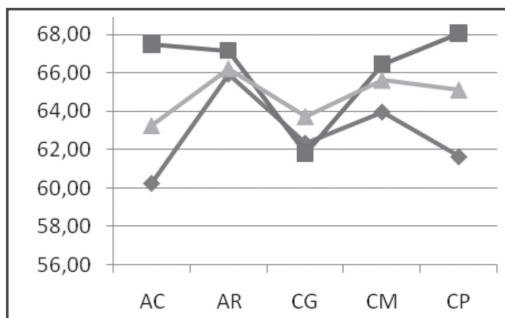
Evolución del ICzC por dominios, para las tres muestras

Dominio	ICzC_1	ICzC_2	ICzC_3
AC	60,27	67,48	63,26
AR	65,92	67,15	66,20
CG	62,35	61,80	63,72
CM	63,96	66,44	65,60
CP	61,64	68,07	65,10

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 4.

Evolución del ICzC por dominios, para las tres muestras



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla N° 13 y en el Gráfico N° 5, se muestra la evolución en el tiempo del índice de confianza en las entidades. En 16 de las 24 entidades se observó un incremento de la muestra 1 a la muestra 2, destacando Guanare, Delta Amacuro, Yaracuy y Apure con 13,1; 10,3; 10,1 y 8,8 puntos por encima, respectivamente, con respecto al valor obtenido en la muestra 1. Por otro lado, destacan Vargas, Cojedes y Lara con 9,8; 8,74 y 8,72 puntos por debajo, respectivamente, respecto al valor obtenido en la muestra 1. De la muestra 2 a la muestra 3 se observa que en este caso 10 de las 24 entidades muestran un incremento del indicador, destacándose Cojedes (9,4 ↑) y Falcón (6,62 ↑). En el caso Barinas (11,6 ↓), Guárico (10,6 ↓) y Trujillo (8,34 ↓), reafirmando esto último que las expectativas electorales impactan de manera positiva la confianza del consumidor.

Tabla N° 13. >>>

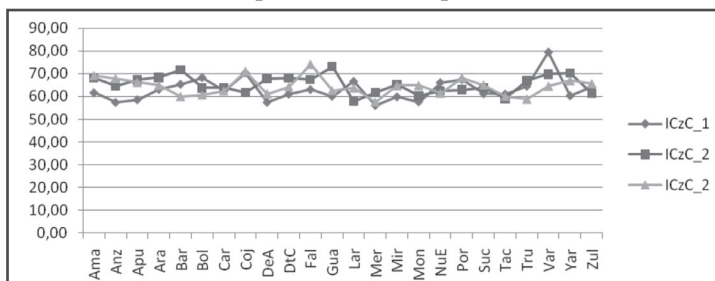
Evolución del ICzC por entidades, para las tres muestras

Entidad	ICzC_1	ICzC_2	ICzC_2	Entidad	ICzC_1	ICzC_2	ICzC_2
Ama	61,55	68,28	69,18	Lar	66,57	57,85	63,78
Anz	57,28	64,78	67,90	Mer	55,94	61,72	57,57
Apu	58,44	67,30	66,25	Mir	59,76	65,34	64,82
Ara	63,07	68,41	64,85	Mon	57,52	60,20	64,85
Bar	65,34	71,70	60,03	NuE	66,07	62,56	61,50
Bol	68,31	63,77	60,71	Por	67,37	62,99	68,21
Car	62,49	63,82	62,50	Suc	61,16	63,96	65,04
Entidad	ICzC_1	ICzC_2	ICzC_2	Entidad	ICzC_1	ICzC_2	ICzC_2
Coj	70,41	61,67	71,07	Tac	60,96	59,10	60,09
DeA	57,34	67,73	61,21	Tru	64,47	67,19	58,85
DtC	61,00	68,24	64,25	Var	79,60	69,79	64,56
Fal	63,00	67,49	74,11	Yar	60,20	70,30	66,96
Gua	60,03	73,17	62,55	Zul	64,15	61,46	65,60

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 5. >>>

Evolución del ICzC por entidades, para las tres muestras



Fuente: Elaboración propia.

A continuación se muestran las tablas y gráficos de la evolución para las tres muestras, junto con sus respectivos gráficos, del ICzC, SEA, IEE e ICE. En todos se observa un incremento del valor del indicador de la muestra 1 a la muestra 2, para luego no sufrir cambios significativos de la muestra 2 a la muestra 3. Estudios más profundos y enriquecedores desde el punto de vista económico y estadístico, serían posibles si se contara con una serie temporal más larga.

Tabla N° 14. >>>

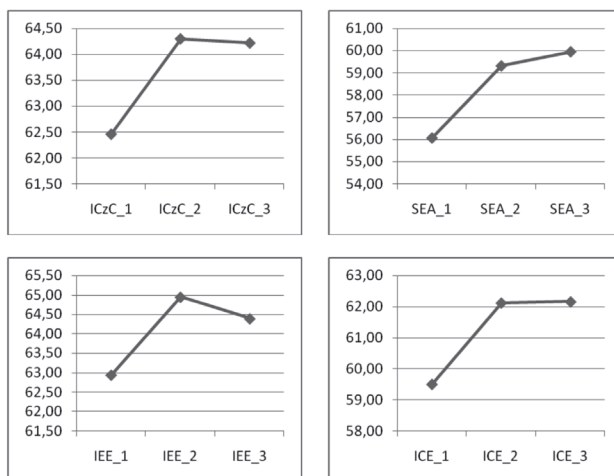
Evolución de los ICzC, SEA, IEE e ICE globales, en las tres muestras

ICzC_1	ICzC_2	ICzC_3	SEA_1	SEA_2	SEA_3
62,46	64,29	64,21	56,07	59,31	59,94
IEE_1	IEE_2	IEE_3	ICE_1	ICE_2	ICE_3
62,94	64,95	64,39	59,50	62,13	62,16

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 6. >>>

Evolución de los índices ICzC, SEA, IEE e ICE, para las tres muestras



Fuente: Elaboración propia.

4. Comentarios finales

Los índices de percepción del bienestar económico en la población, tienen mucho interés tanto desde el punto de vista académico como práctico, y de aplicación de la gestión económica. La medición de estos índices efectivamente puede hacerse de manera fiable por medio de entrevistas telefónicas. Para ello se ha desarrollado un sistema de información que recaba la muestra y una serie de rutinas que procesan automáticamente los datos.

Muchas de las distorsiones que hemos encontrado en los datos, pueden deberse, entre otros factores, a que estamos comparando cifras obtenidas en el 2012, con cifras que fueron obtenidas en el 2009. Tres años es un tiempo considerable en el que puede cambiar la percepción que tenga la población sobre la situación económica.

Hemos procurado no obstante, captar la estructura de las variables medidas en la IV ENPF, operando fundamentalmente con categorizaciones y cifras relativas, pero sin duda no se trata de la situación ideal.

Recomendamos ampliamente que la medición de estos números índices se planifique y recabe periódicamente, y en especial, simultáneamente con la aplicación de la ENPF en el país.

Finalmente, los autores agradecen al Banco Central de Venezuela, el haber otorgado el financiamiento requerido para la ejecución de este proyecto.

5. Bibliografía >>

- AVN. (14 de agosto de 2012). Falcón celebra 14 años de creación de la Zona Libre de Paraguaná. *Periódico El Tiempo*. Punto Fijo, Falcón, Venezuela.
- CRV. (1998). Ley de Creación y de Régimen de la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística en la Península de Paraguaná, estado Falcón. Venezuela: Congreso de la República de Venezuela.
- Katona, G. (1951). *Psychological Analysis of Economic Behavior*. New York: McGraw - Hill.
- Katona, G. (1975). *Psychological Economics*. Amsterdam: Elsevier.
- Katona, G. (1960). *The Powerful Consumer*. New York: McGraw - Hill.
- Michael, L.y Evgenia, P. (2006). Consumer Confidence and Asset Prices: Some Empirical Evidence. *The Review of Financial Studies*, 19 (4), 1499-1529.
- Nicholas, S. (2004). Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, and Consumption: Micro Evidence from the Michigan Consumer Sentiment. *Journal of Money, Credit and Banking*, 36 (1), 32-72.
- Pickering, J., Harrison, J.y Cohen, C. (1973). Identification and Measurement of Consumer Confidence: Methodology and Some Preliminary Results. *Journal of the Royal Statistical Society*, 136 (1), 43-63.
- Scheaffer, R. L.y Mendenhall, W. (1987). *Elementos de Muestreo* (1° ed.). México, México: Grup Editorial Iberoamérica S. A. de C. V.
- Van Raaij, F. (1981). Economic Psychology. *Journal of Economic Psychology*, 1-24.