

COMENTARIO ECONÓMICO DEL DÍA

Febrero 4 de 2022

Página
1

Confianza de los consumidores se recupera lentamente

En el mes de diciembre de 2021, tanto el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) como el Indicador de Confianza Empresarial (ICE) presentaron variaciones mensuales positivas. Por un lado, el ICC parece estabilizarse entre los 37 y los 38 puntos en los últimos meses. Una de las principales razones por las cuales la confianza no aumenta es porque la percepción que tienen a futuro los consumidores sobre su situación económica se ha venido estancando, y al ser este el rubro que generalmente empuja el indicador al alza, su comportamiento afecta directamente el del ICC.

De otra parte, el ICE se ubica en niveles cada vez de mayor optimismo. Con diciembre ya son 7 meses en los que presenta una variación mensual positiva, lo que lo ha llevado a sobrepasar la barrera del 65% en ese mes, a pesar de que la variación de noviembre a diciembre de 2021 fue la de menor magnitud de todas. Recordemos que cualquier valor entre 0 y 25 representa un marcado pesimismo, mientras que valores entre 25 y 50 representan un pesimismo que corrige hacia la estabilidad, 50 a 75 estabilidad con corrección al optimismo y 75 a 100 un marcado optimismo.

El promedio de 2021 fue de 34.3 para el ICC y de 57.3 para el ICE. Con esos resultados se muestra que el panorama para los empresarios parece ser mucho más favorable que para los consumidores en cuanto a confianza se refiere. Sin embargo, los consumidores han presentado paulatinamente menores niveles de negatividad en los diferentes rubros que comprende el indicador, por lo tanto, se espera que en los próximos meses ellos incorporen en sus

expectativas decisiones como las del aumento del salario mínimo que se tomó a finales del mes de diciembre, o los buenos resultados en materia de empleo que se registraron en noviembre y diciembre de 2021 para continuar aumentando su confianza en la economía de su hogar y en la del país.

En este *Comentario Económico del Día* presentamos un análisis de los resultados del pulso social y del pulso empresarial del mes de diciembre 2021. Con el primero realizamos una desagregación por género, ciudad y situación de pobreza, haciendo especial énfasis en la capacidad de generación de ingresos de los hogares. En el segundo haremos un recuento de los resultados por sector en el ICE.

Principales resultados de los pulsos

Pulso Social

El ICC se ubicó en 37.7 en el mes de diciembre, mostrando el segundo registro más alto desde que inició la encuesta después del presentado en el mes de octubre (38.5). De noviembre a diciembre hubo una variación mensual positiva de 0.17 y una variación anual de 4 (33.7 en diciembre de 2020) (ver Gráfico 1). Desde septiembre hasta diciembre el ICC se ha mantenido relativamente estable con variaciones mensuales que no pasan de 1 punto positivo o negativo. La pregunta que más jalonó hacia arriba en diciembre el ICC fue la de la situación del hogar en los próximos 12 meses con respecto a la actual (52.8).

También, en lo que respecta a cómo cree el hogar que está su situación económica comparado con 12 meses atrás, los hogares mostraron mejoras (41.3 vs. 40.6 en noviembre). El indicador que más frenó el ICC fue el de si el jefe del hogar considera que algún miembro del hogar comprará algún bien no durable en los próximos 12 meses (12.28), pero a pesar de ser la pregunta con el puntaje más bajo, su resultado es el más alto desde que se toma la encuesta.

Así mismo, haciendo una desagregación por género encontramos que el ICC es ligeramente superior en los hogares donde el jefe de hogar es hombre (37.8) frente a los hogares donde el jefe de hogar es

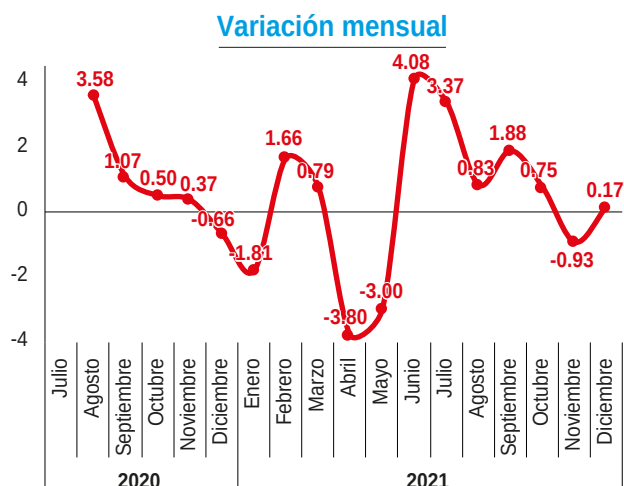
mujer (37.6) (ver Gráfico 2). Habiendo una recuperación importante en el ICC para mujeres y una leve caída para el registro de los hombres, observamos una reducción en la diferencia en este indicador entre los hogares con jefatura masculina y femenina (0.2pp en diciembre) si comparamos con el mes anterior (1.3pp en noviembre).

El 45.9% de los hogares piensa que su situación económica está peor o mucho peor que hace 12 meses. Lo anterior, aunque no es positivo, sí es mejor que el dato del mes anterior cuando 46.8% de los hogares pensaban eso (ver Gráfico 3). Además, desde el mes de septiembre son más los hogares

Gráfico 1. Indicador de confianza del consumidor
(%, a diciembre de 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.



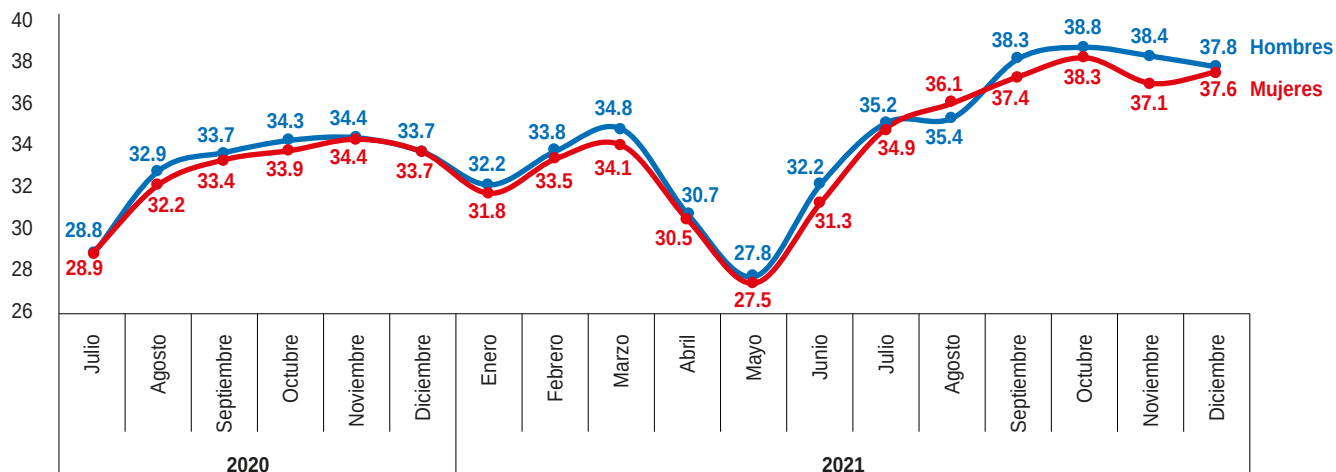
que piensan que la situación estará mejor o igual que peor. Cabe resaltar que, para los puntajes del ICC, todo lo que esté por encima de 50 es una percepción optimista por lo que, en este momento, nos encontramos en el rango de estabilidad a mejora con respecto al indicador sobre la situación económica del hogar frente a 12 meses atrás.

El porcentaje de jefes de hogar que piensan que la situación está peor o mucho peor es más fuerte en los hogares pobres (51.7%) frente a los no pobres (43.7%),

marcando una brecha de 8 puntos. Esa diferencia es importante, pero hay que tener en cuenta que los hogares no pobres ya se encuentran en el rango de estabilidad a mejora, mientras que los hogares pobres aún no lo están. Cabe resaltar que, la brecha se ha reducido a la mitad en cuestión de meses, pues recordemos que el dato de la diferencia de los dos tipos de hogar en el mes de julio se ubicaba en 16.9 puntos.

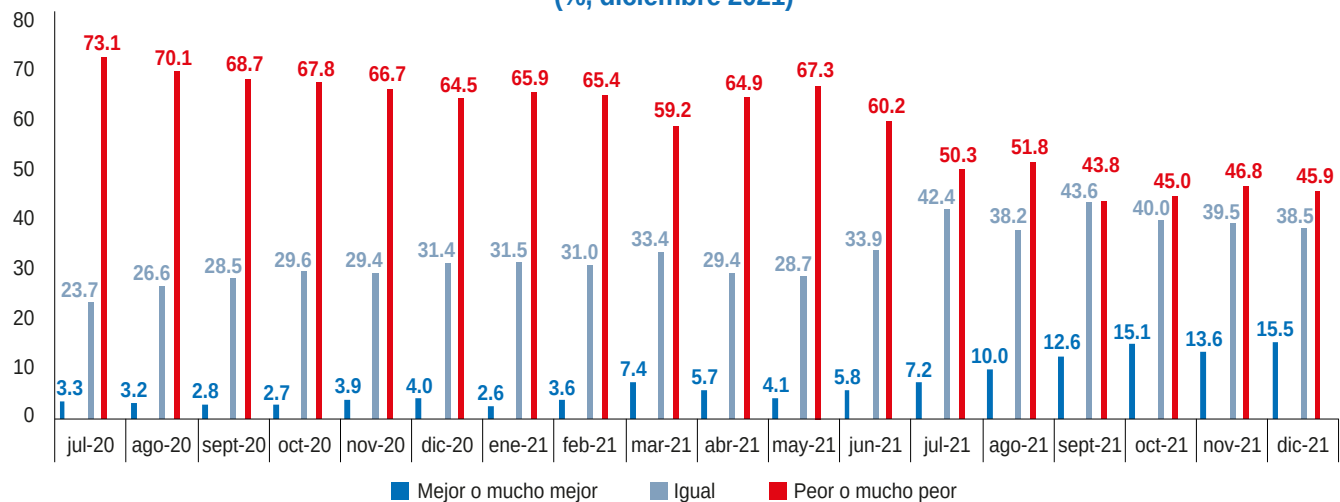
También se puede ver cómo la proporción de personas que respondieron que su situación económica está igual

Gráfico 2. Indicador de Confianza del Consumidor por Género
(%, a diciembre de 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

Gráfico 3. ¿Cómo considera usted la situación económica de su hogar comparada con la de hace 12 meses?
(%, diciembre 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

que hace 12 meses cayó de 39.5% a 38.5%, mientras que el porcentaje de los que perciben que está mejor o mucho mejor aumentó de 13.6% a 15.5%. Es decir, el análisis de los hogares respecto a la situación económica del hogar frente a 12 meses atrás.

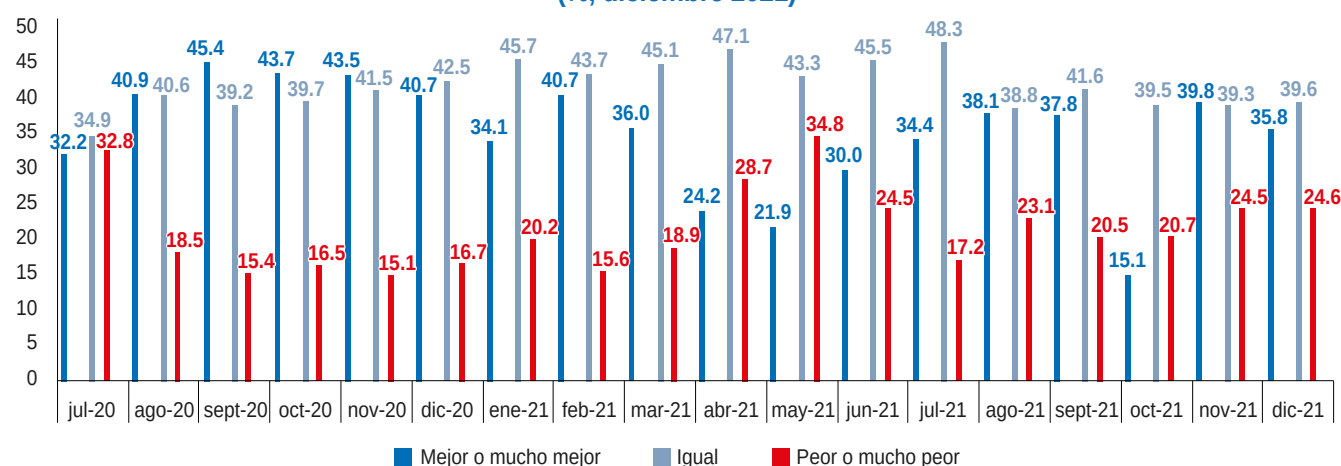
Al tiempo que hay ciudades que son mucho más optimistas que el promedio nacional como Cartagena, Manizales y Montería, en donde la percepción negativa es más reducida y se encuentra en niveles por debajo del 40% (32.9%, 36.0% y 35.7% respectivamente), todavía hay sitios en donde persisten niveles de percepción negativa muy elevados, como lo son Valledupar, Riohacha y Sincelejo, en donde la sensación de que su situación es peor o mucho peor se encuentra por encima del 65% (74.8%, 71.9% y 65.9% respectivamente).

Ahora, frente a la situación económica del hogar dentro de los próximos 12 meses comparada con la ac-

tual, el 35.8% de los hogares piensa que su situación económica será mejor o mucho mejor a la de hoy. Ese dato es el menor registrado desde julio, cuando se ubicó en 34.4% (ver Gráfico 4). Si comparamos el dato frente a diciembre de 2020, vemos que la variación anual es de 4.9pp negativos. En otras palabras, con respecto al año anterior, los hogares que perciben que su situación económica actual es mejor que lo que podría ser en el futuro ha crecido. En ese sentido, los hogares están incorporando en sus análisis la incertidumbre que traen consigo los comicios del presente año. Ahora bien, esa percepción a futuro de los hogares continúa siendo el componente que más impulsa el ICC al alza, pero se ha estancado e incluso ha venido reduciendo los últimos meses.

En esa misma línea, la sensación de que la situación de los hogares estará peor o mucho peor dentro de 12 meses ha venido aumentando en los últimos 3 meses, ubicándose en 24.6% en diciembre de 2021.

Gráfico 4. ¿Cómo cree usted que será la situación económica de su hogar dentro de 12 meses comparada con la actual? (% , diciembre 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

Recordemos que en ese momento se dieron las marchas y protestas en el marco del Paro Nacional, lo que incrementó la proporción de hogares con mirada pesimista hacia adelante

Mientras que en el promedio encontramos que el 35.8% piensa que la situación dentro de un año estará mejor o mucho mejor, el 38.6% de los hogares en pobreza lo perciben así frente al 34.7% de los hogares no pobres. Es decir, hacia el futuro observamos un mayor optimismo en los hogares pobres (ver Gráfico 5), resultado que hemos observado de manera constante.

Si revisamos la situación a futuro del hogar a nivel territorial y comparamos aquellos con percepción negativa (peor o mucho peor) esta con los de percepción positiva (mejor o mucho mejor) encontramos que la prevalencia de hogares con esta última se concentra en Cúcuta (96.3%) y Valledupar (91.1%). En contraste, el pesimismo es más prevalente en ciudades como Bogotá (41%) y Cartagena (31%), mientras que el promedio de las 23 ciudades se ubica en 23% (ver Gráfico 6). Con respecto a esos resultados, hay que considerar que, a pesar de que Bogotá y Cartagena presentan un mayor pesimismo que el resto de ciudades, están aún por debajo del 50%, es decir en el rango de estable a mejora.

Ahora, el 62.6% de los hogares siente que la situación económica del país está peor o mucho peor que hace 12 meses, mientras que en el mes de noviembre ese valor era de 61.3%. Es decir, aunque hay una percepción de pesimismo generalizada, sí se observa una mejoría importante frente a las primeras rondas de la encuesta, cuando nos encontrábamos en niveles superiores al 90%. Mirando la variación anual, podemos ver que la percepción negativa que los hogares tienen con la situación económica del país ha disminuido en 31.5pp (94.1% en diciembre de 2020 vs. 62.6% en diciembre de este año).

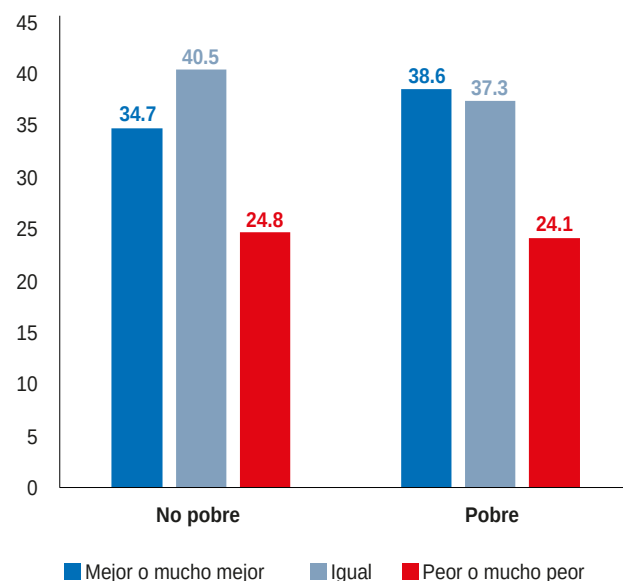
Ahora bien, con respecto al estado de la recuperación de los ingresos, se registra un leve deterioro en comparación con el mes anterior. En efecto, en diciembre

el 9% de los hogares reportó no poder ahorrar por no tener ingresos, lo cual supone un aumento de 0.3pp frente al mes de noviembre en donde el 8.7% reportaron no tener ingresos. Si tenemos en cuenta la variación anual de esta pregunta, vemos que ha disminuido en 10.3pp el porcentaje de personas que no generen ingresos (9% en diciembre de 2021 vs. 19.3% en diciembre de 2020).

Haciendo una desagregación por género encontramos que de los hogares con jefe de hogar hombre, el 7.1% no puede ahorrar por no tener ingresos frente al 10.3% de los hogares con jefe de hogar mujer, mostrando una disminución en la brecha de género en la generación de ingresos (ver Gráfico 7). Lo que es más, la brecha de diciembre (3.2pp) es la menor registrada desde que comenzó la encuesta en julio de 2020.

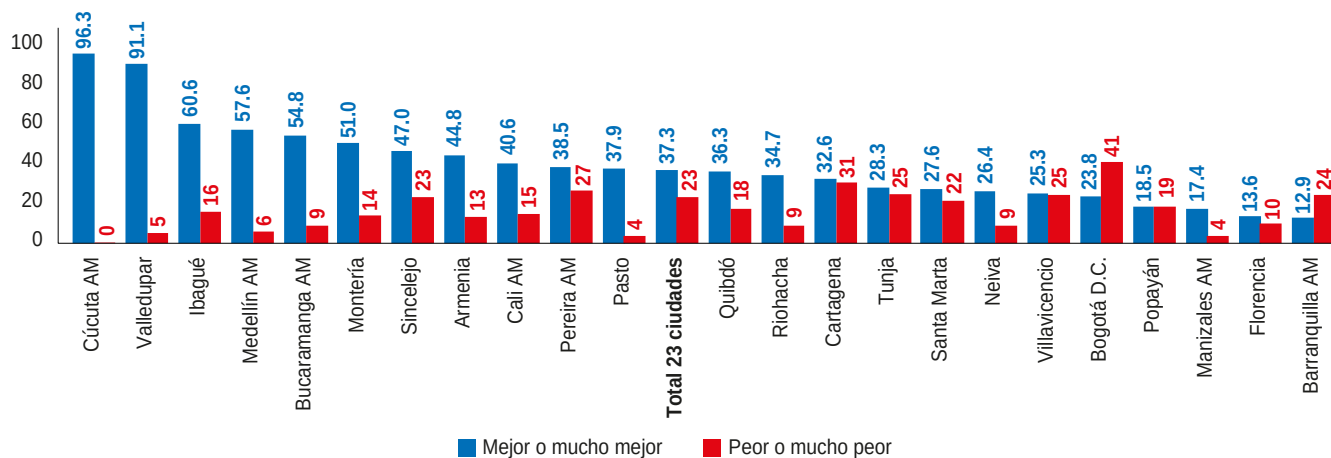
Una vez más, analizando la variación anual, nos damos cuenta de que la cantidad de hogares que no

Gráfico 5. ¿Cómo cree usted que será la situación económica de su hogar dentro de 12 meses comparada con la actual? (% pobreza monetaria, diciembre 2021)



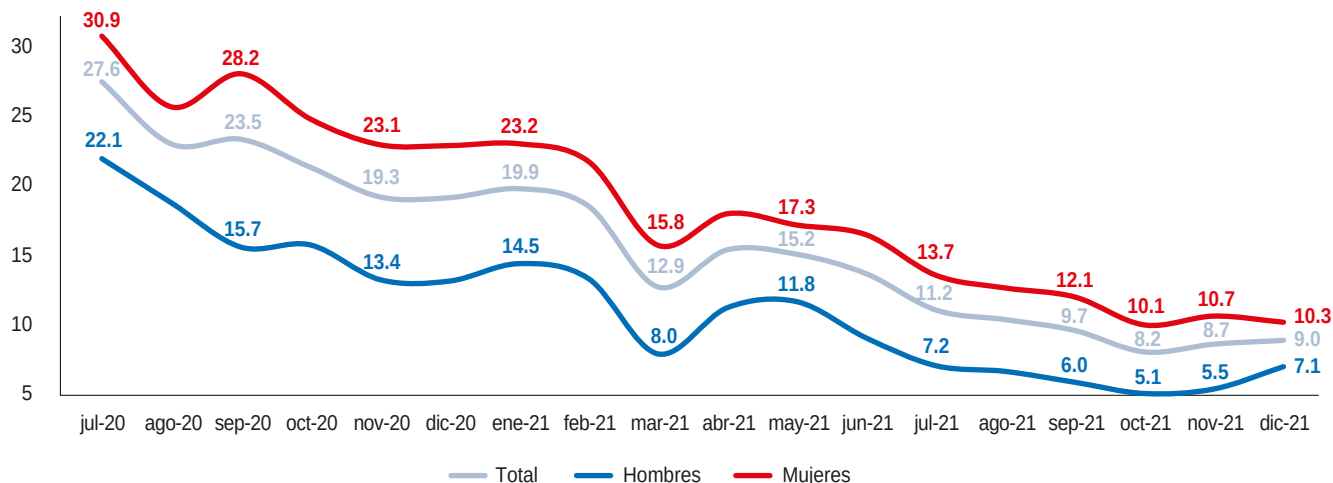
Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

Gráfico 6. ¿Cómo cree usted que será la situación económica de su hogar dentro de 12 meses comparada con la actual?
(%, ciudades, diciembre 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

Gráfico 7. Porcentaje de personas que respondieron “No tiene ingreso”
(%, a diciembre de 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

tienen ingreso ha disminuido en mayor medida en los casos en los que las mujeres son cabeza de hogar con una reducción anual de 12.8pp de diciembre de 2020 a diciembre de 2021, mientras que los hogares en donde el jefe de hogar es un hombre, presentan una disminución de 6.2pp en el mismo periodo.

Recordemos que conocer la capacidad de generación de ingresos es importante porque puede ser señal de la situación laboral y de la situación de pobreza de los hogares. Ciudades como Montería (49.7%), Popayán (37.0%) y Valledupar (32.7%), tienen a gran porcentaje de las jefaturas del hogar reportando no tener ingresos. Por su parte, en Armenia (0.1%), Cúcuta (1.2%) y Medellín (1.2%) encontramos menos del 2% de los jefes de hogar reportan no tener ingresos. En Bogotá es el 5.2% y el promedio de las 23 ciudades es 8.6% (ver Gráfico 8).

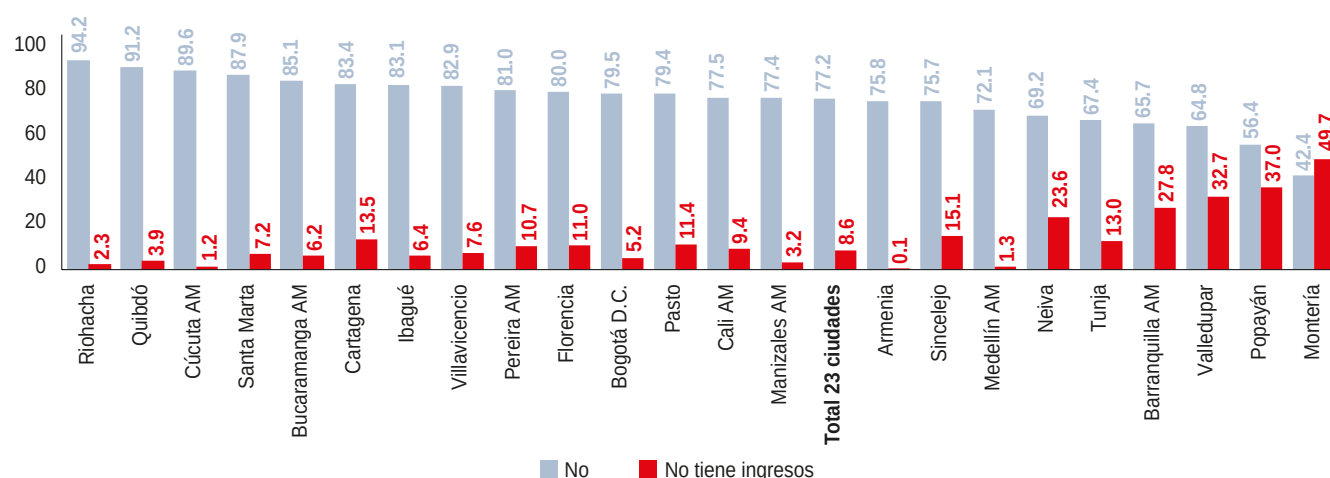
Este resultado se complementa con la percepción del empleo a futuro. Específicamente, respecto a la situación del empleo en los próximos 12 meses en la que se observa una reducción en la percepción

negativa, pues en noviembre de 2021 el 44.3% de los jefes de hogar encuestados reportaron pensar que el empleo en el país disminuirá en los próximos 12 meses mientras que en diciembre ese porcentaje se reduce en 3pp y se ubica en 41.3% de los jefes de hogar.

Pulso empresarial

El ICE pasó de 64.9 en noviembre a 65.1 en diciembre (ver Gráfico 9), siendo este último el más alto registrado desde que comenzó la encuesta y mostrando una variación positiva de 0.2 puntos frente al mes anterior y de 16.3 puntos frente al mismo mes del año anterior. El indicador lleva 7 meses creciendo sostenidamente, siendo el mes de mayo el último mes donde se presentó una variación mensual negativa que obedeció a los efectos del paro nacional. El componente con puntaje más alto es el que tiene que ver con la percepción de la situación económica de la empresa dentro de 12 meses comparada con la actual (70.54) que muestra una estabilidad en la

Gráfico 8. ¿Actualmente tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?
(%, respondieron "No" o "No tiene ingresos", diciembre 2021)



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

confianza que se dirige cada vez más al optimismo. Esto también se traduce en una mayor confianza de las empresas con respecto a la situación económica del país en 12 meses, en la que el indicador se ubica en 66.1 para el total de empresas. Son estas dos preguntas las que más jalonan el indicador al alza. Por el contrario, el componente que presionó a la baja el indicador es de la expectativa de inversión en los próximos 3 meses. Aunque el resultado estuvo en rango positivo con 59.2%, fue la que menor nivel presentó de las 5 que componen el indicador.

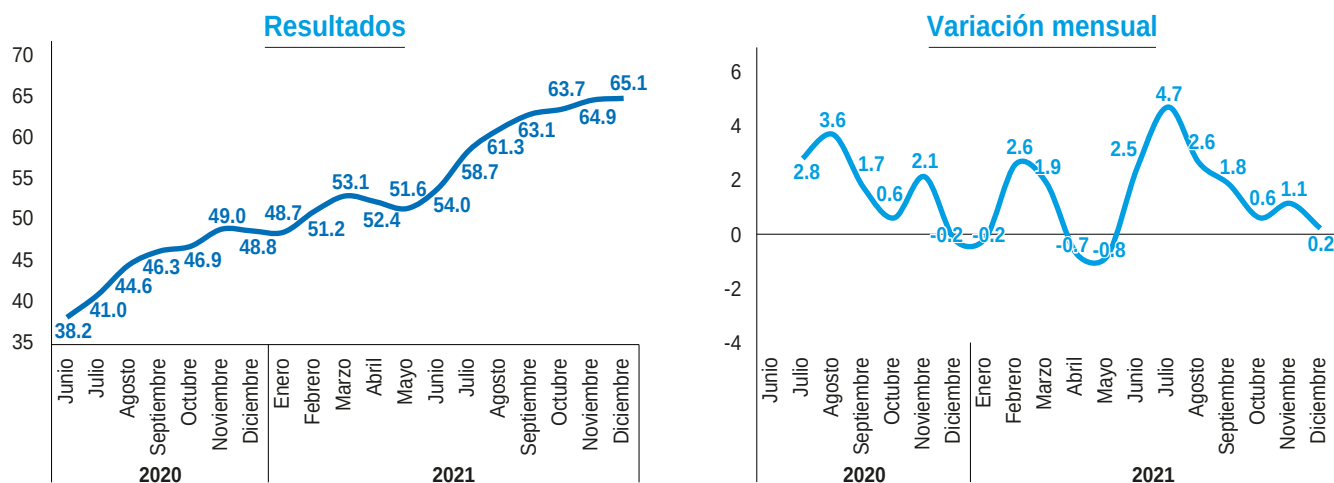
Con respecto al ICE por sectores, la construcción fue la que mayor aumento mensual presentó en el indicador con una variación mensual positiva de 1.46 puntos, ubicándose en 62 puntos (vs. 60.5 en noviembre).

Ese resultado, que representa el máximo histórico de confianza para este sector, también pertenece

al sector que tiene los menores registros en el indicador. En contraste, el sector servicios presentó por cuarto mes consecutivo el registro más alto entre todos los sectores con 66.5 puntos, incluso habiendo presentado una variación mensual negativa de noviembre a diciembre de -0.05 puntos. Por su parte, el sector de Industria manufacturera también presentó una variación mensual negativa con -0.11 puntos de noviembre a diciembre y se ubicó en 64.6 puntos, ligeramente por debajo del sector Comercio que se ubicó en la segunda posición con 64.8 puntos después de tener una variación mensual positiva de 0.61 puntos.

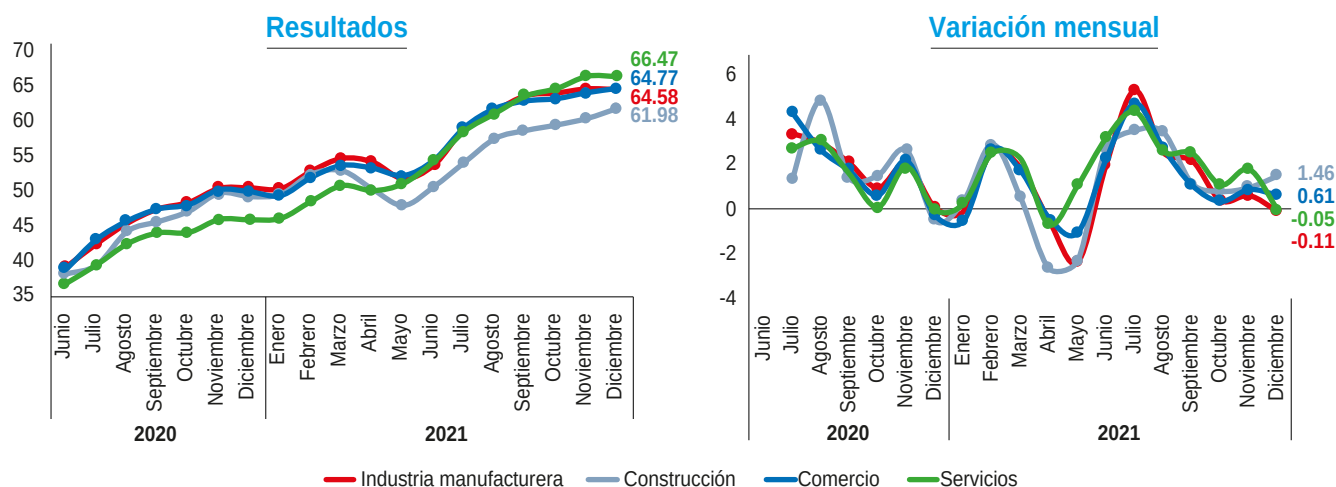
Actualmente vemos unos indicadores de confianza que se acercan a pasar los 60 puntos en todos los sectores, lo cual muestra una tendencia optimista que trajo consigo la reapertura y el crecimiento sostenido de la economía en todo el 2021.

**Gráfico 9. Indicador de confianza empresarial
(%, a diciembre de 2021)**



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

**Gráfico 10. Indicador de confianza empresarial por sectores
(%, a diciembre de 2021)**



Fuente: elaboración ANIF con base en DANE.

Conclusiones

Tanto el ICC como el ICE crecieron en el mes de diciembre. Si bien la confianza de los consumidores sigue siendo menor a la de las empresas, las perspectivas negativas han disminuido significativamente para ambos grupos en el último año. Tanto para consumidores como empresa, el optimismo se concentra en las perspectivas que tienen de mejorar su situación en 12 meses con respecto a la actual. Sin embargo, ese rubro ha disminuido en los consumidores con respecto a meses anteriores, mientras que en las empresas continúa en aumento. Esa divergencia puede ser una clara señal de la diferencia que existe entre el crecimiento económico, que ya incluso superó niveles de 2019, y el crecimiento del empleo,

que no ha logrado volverse a niveles pre-pandemia. En ese sentido, a medida que se tomen las acciones necesarias para acelerar el crecimiento del empleo formal y reducir la inactividad, se espera que la confianza de los consumidores acelere su crecimiento y converja con la confianza de los empresarios en el mediano plazo.

Un aspecto para abordar es que la percepción de los hogares diverge mucho si se hace un análisis por ciudades. Mientras que en ciudades como Cúcuta el 96.3% de los jefes de hogar aspiran que la situación económica de su hogar esté mejor en 12 meses con respecto a la actual, en ciudades como Barranquilla tan solo el 12.9% de los jefes de hogar se sienten igual. Entre esas dos ciudades hay 83.4pp de dife-

rencia. Al mismo tiempo, mientras el 49.7% de los jefes de hogar en montería afirman no tener ingresos en su hogar, tan solo el 0.1% de los jefes de hogar en Armenia aseveran lo mismo. Es evidente entonces que existen importantes diferencias entre ciudades y regiones y por lo tanto es necesario responder de forma diferenciada a sus problemáticas.

En síntesis, la confianza va en aumento tanto en empresas como en consumidores, siendo los primeros los más optimistas de cara a los próximos 12 meses. Para continuar con la recuperación de la confianza se deben tomar medidas que solucionen los problemas del mercado laboral y tener enfoques diferenciados por regiones y nivel de ingreso.

Equipo de Investigaciones de ANIF

Presidente de ANIF
Mauricio Santa María S.

Vicepresidente de ANIF (e)
Anwar Rodríguez C.

Investigador Jefe de ANIF (e)
Daniela Escobar L.

Investigadores

Juan Sebastián Burgos V.
Camila Ciurlo A.
Daniel Escobar A.
José Antonio Hernández R.
Laura Llano C.

Norberto Rojas D.
Erika Schutt P.
Camilo Solano C.
Daniel Franco L.
Fabián Suárez N.