

COMENTARIO ECONÓMICO DEL DÍA

Junio 16 de 2021

Página
1

La reactivación que se vivió en abril no se refleja en las perspectivas de consumidores y empresas

Las Encuestas Pulso Social y Pulso Empresarial del DANE son realizadas para obtener información sobre el impacto de la situación generada por el COVID-19 en la sociedad y en las empresas. Los datos de los pulsos están disponibles desde junio de 2020 y en ANIF recopilamos los resultados más importantes del ejercicio para, mes a mes, presentar los cambios en la percepción que tanto consumidores como empresas tienen sobre el comportamiento económico del país.

Debido a que los índices se comenzaron a medir cuando transcurría la emergencia sanitaria, observamos que los resultados de los indicadores nunca han sido particularmente altos, especialmente aquellos que reflejan la confianza de los consumidores. Sin embargo, sí veníamos obteniendo mejoras conforme pasaban los meses, tendencia que se revirtió en el mes de abril donde, para consumidores y empresas, los niveles de confianza con respecto a la economía del país se vieron minados por las medidas restrictivas a la movilidad y el comercio que fueron protagonistas en las principales ciudades del país durante ese mes. Cabe resaltar que los resultados de abril aún no reflejan los efectos de los bloqueos y manifestaciones que se llevaron a cabo en el marco del paro nacional. Estos impactos se manifestarán en los resultados del mes de mayo.

En ese orden de ideas, en este *Comentario Económico del Día* estudiamos los resultados que dejaron los pulsos para el mes de abril. Analizamos qué razones causaron que se minara la confianza de los consumidores y las empresas, de qué magnitud fue dicha pérdida y cómo repercutirán estos resultados en las perspectivas de recuperación en el mediano plazo.

Principales resultados de los pulsos

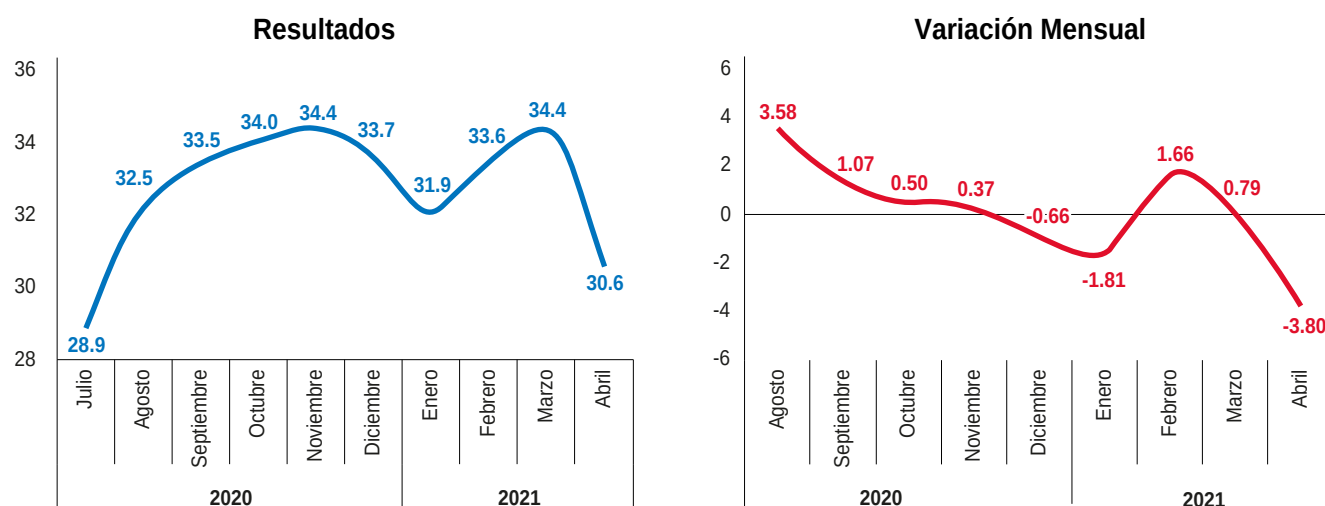
En primer lugar, tenemos que el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) disminuyó 3.8pp respecto a marzo y se ubicó en 30.6 (ver Gráfico 1), lo cual significa un retroceso importante. Ese pesimismo es comparable con los primeros meses en los que se tomó la encuesta. La variación mensual es la más baja desde que se toman los datos. El resultado se explica por el balance negativo de la situación económica de los hogares. El 63.2% de los encuestados considera que su hogar está en una peor o mucho peor situación económica que hace un año. Resultado esperado luego de un año de pandemia.

Por su parte, el Índice de Confianza Empresarial (ICE) muestra una ligera caída en los niveles de confianza de las empresas. De hecho, el ICE se ubi-

có en 52.4, 1.3pp. por debajo del registro de marzo (53.1), ver Gráfico 2, el cual había sido el más alto desde que se tienen registros. Este cambio representa la variación mensual negativa de mayor magnitud de lo que lleva la encuesta.

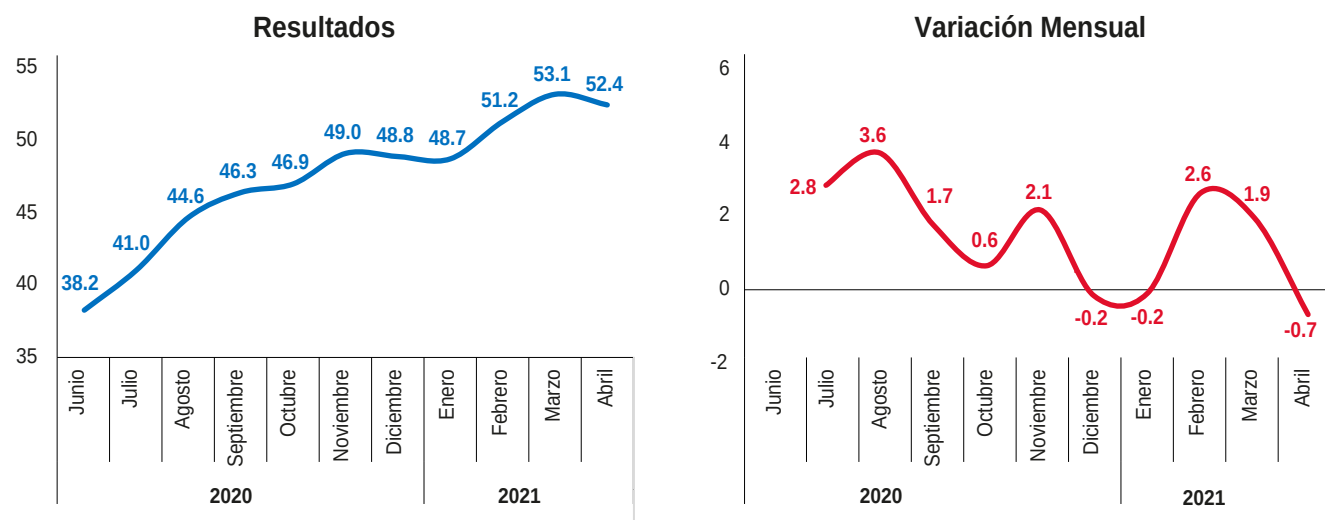
Los resultados también muestran que las empresas empeoraron aún más sus perspectivas sobre lo que les espera dentro de un año. Prueba de lo anterior es que el indicador que mide esa variable se ubicó en 55.6 registro que sólo supera a los resultados

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



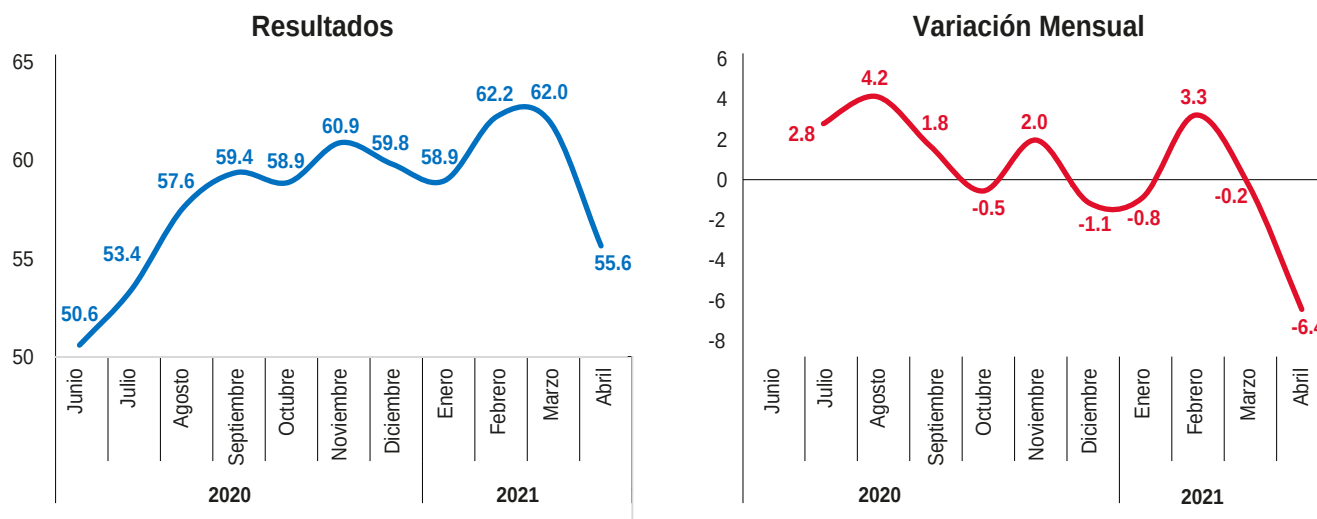
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

**Gráfico 2. Indicador de confianza empresarial
(%, a abril de 2021)**



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

Gráfico 3. ¿Cómo cree que será la situación económica del país dentro de 12 meses comparada con la situación actual?



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

que se presentaron en junio y julio del 2020 (50.6 y 53.4), meses en los que todo el país se encontraba en cuarentena estricta (ver Gráfico 3). Eso se refleja en que, entre marzo y abril de 2021, se presentó la variación mensual negativa más grande registrada hasta la fecha, con una disminución de 6.4 pp.

Los consumidores vaticinan malos resultados en el corto plazo

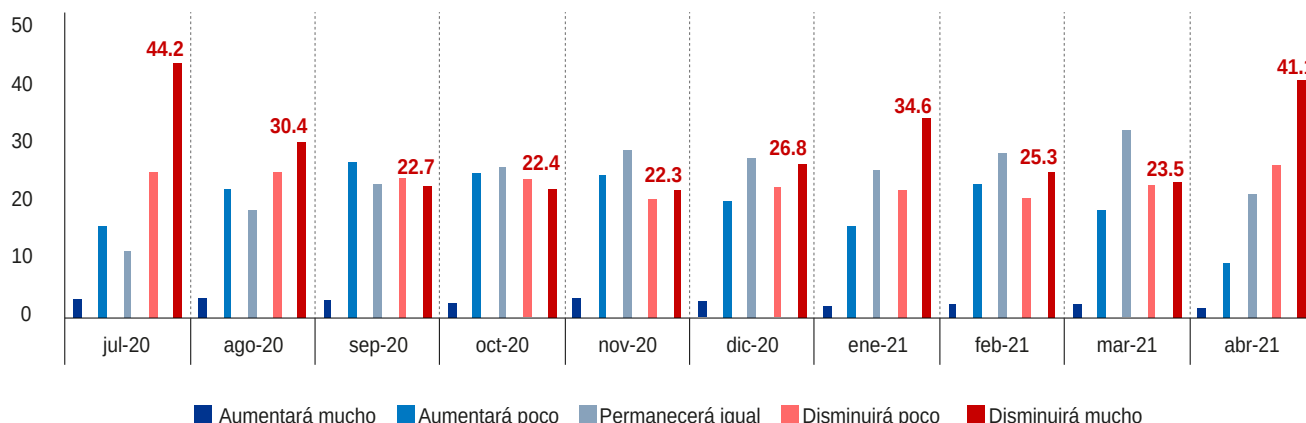
Cuando miramos en detalle los resultados del Pulso Social, nos damos cuenta que Cali, Bogotá y Barranquilla, tres de las cuatro principales ciudades del país, son más pesimistas que el promedio nacional. La situación en Cali es particularmente grave, pues cerca de la mitad de los entrevistados considera que la economía nacional estará en una peor situación, casi el doble del promedio nacional. Una percepción que se dio incluso antes de poder cuantificar los efectos que tendrán las manifestaciones que ha vivido el país durante las últimas semanas.

La pérdida de ingresos de los hogares junto con el aumento de 14.4% en las cifras de incidencia de la pobreza monetaria en la ciudad, pudieron haber jugado un rol determinante en esa sensación generalizada. Por otro lado, Bogotá es una de las ciudades que peor salió librada de las cifras de pobreza para el año pasado. De hecho, la capital presentó un aumento de 49,4% en las cifras de pobreza monetaria. Barranquilla tampoco tuvo buenos resultados, con un incremento de la pobreza monetaria del 62,8%. El recrudecimiento de las condiciones de vida, tanto en la capital como en Barranquilla, pueden explicar las perspectivas negativas en estas ciudades.

En relación con el mercado laboral, la mayoría de las personas piensan que en los próximos 12 meses el empleo en el país disminuirá mucho (ver Gráfico 4). Mientras que, en el mes pasado, la mayoría de las personas pensaban que el empleo, por lo menos, permanecería igual en los próximos 12 meses. Esto es consistente con los bajos niveles de crecimiento que presentó la ocupación en el país¹.

¹ Ver Comentario Económico del Día del 10 de junio de 2021: "EL MERCADO LABORAL EN ABRIL SE RECUPERA A UN RITMO LENTO".

Gráfico 4. Cree que el empleo en el país en los próximos 12 meses
(%, julio 2020 – abril 2021)



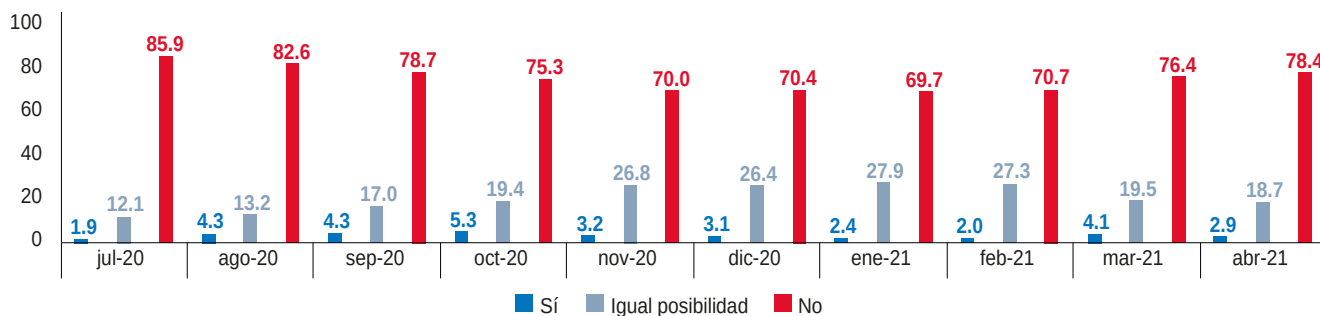
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

En línea con lo anterior, algo que venía con tendencia a disminuir, pero volvió a aumentar a partir de febrero, es la percepción de los hogares de que su capacidad de consumo de bienes no durables ha disminuido dramáticamente en comparación a hace un año. En abril, el 78.4% de los consumidores piensan que no tienen mayores posibilidades en este momento de adquirir bienes no durables en

comparación a hace 12 meses (ver Gráfico 5). Esto es consistente con las pérdidas en ingresos laborales que se han presentado a raíz de la pandemia y que hemos documentado en ANIF.

De igual forma, los consumidores tampoco perciben que están en una situación más favorable que hace 12 meses para adquirir bienes durables. El 88.6% de

Gráfico 5. Comparando la situación económica actual con la de hace un año.
¿tiene en este momento mayores posibilidades de comprar ropa, zapatos, alimentos, etc.?
(%, julio 2020 – abril 2021)



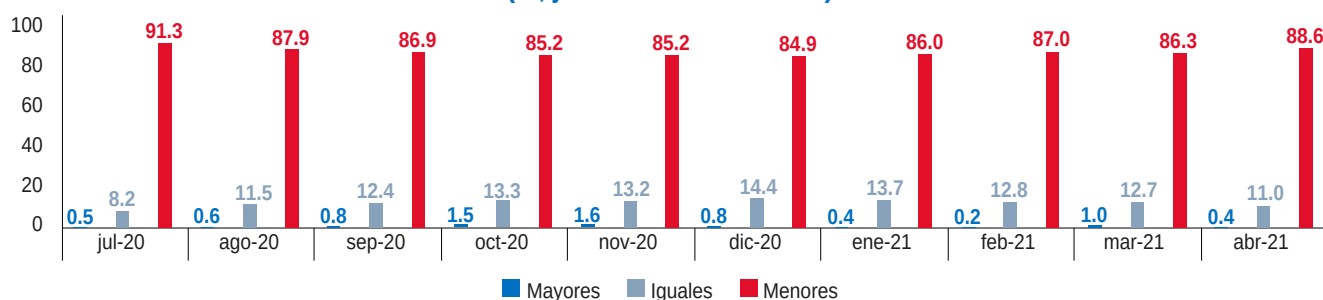
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

los consumidores considera que tenía más posibilidades hace 12 meses de adquirir estos productos que el día de hoy (ver Gráfico 6).

Si bien es cierto que, ante un choque como el de la emergencia sanitaria, los hogares prescinden primero de bienes no durables, vemos que esta situación no parece cambiar con el tiempo. En especial si consideramos que en los meses de marzo y abril de 2021 los consumidores están comparando su capacidad de consumo con la de los primeros meses de la emergencia sanitaria.

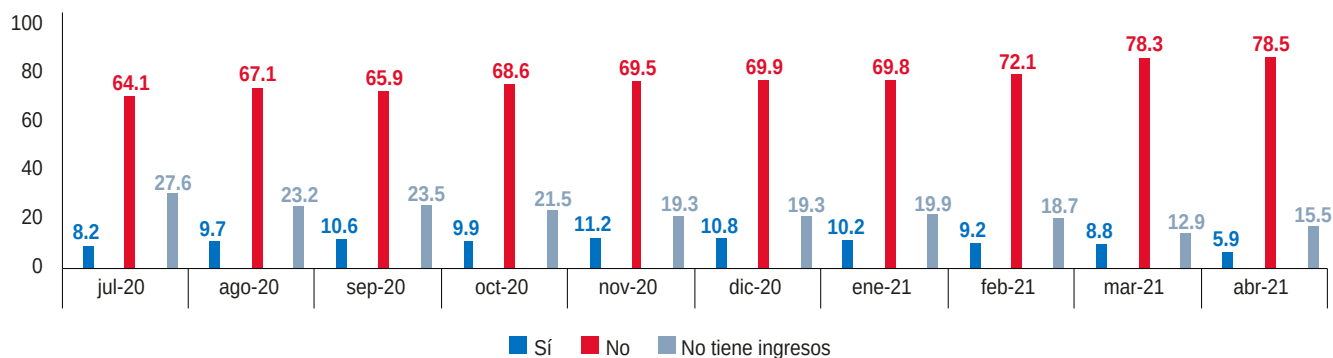
Llama la atención que para abril de 2021 la mayoría de la gente manifestó sentirse con menor capacidad de pago que en abril de 2020, mes en el que peores resultados se presentaron en materia laboral. Esa situación tiene que ver con que la capacidad de ahorro ha disminuido. Además, la percepción de un cambio en este sentido todavía parece lejana. De hecho, como podemos ver en el Gráfico 7, cerca del 80% de los consumidores perciben que tienen una menor capacidad de ahorro hoy que hace 12 meses, percepción que ha venido aumentando conforme pasan los meses.

Gráfico 6. Comparando la situación económica actual con la de hace un año, ¿cómo considera las posibilidades de que usted o alguno de los integrantes de su hogar realicen compras tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc.?
(%, julio 2020 – abril 2021)



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

Gráfico 7. ¿Actualmente tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?
(%, julio 2020 – abril 2021)



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

Con todo esto, apenas el 2% de los hogares manifestaron tener planes de comprar, construir o remodelar vivienda en este mismo período. Las expectativas de los hogares no reflejan los resultados de indicadores líderes de la economía, los cuales dejaron un balance positivo para el mes de abril. En ese sentido, existe una discrepancia entre la realidad de la situación económica y la percepción de la misma por parte de los consumidores y las empresas.

Conclusiones

La confianza de empresas y consumidores disminuyó en el mes de abril, particularmente para los últimos. Esto es consistente con los resultados de pobreza monetaria que fueron revelados en ese mismo mes y con los resultados del mercado laboral también para abril, que reflejaron aumentos insuficientes en los niveles de empleo para volver a una situación óptima de recuperación.

Una vez más se observa que los cierres que se volvieron a dar en el mes de abril tienen efectos importantes en la percepción y expectativas de consumi-

dores y empresarios. Como vimos, la situación de ingreso en los hogares sigue siendo crítica, la mayoría no ve las mismas posibilidades de adquirir bienes, tanto durables como no durables, de las que tenía hace un año. Además, cerca del 80% de los consumidores expresa la imposibilidad de generar ahorros a partir de sus ingresos. Esta situación debe revertirse y la apertura total anunciada en las diferentes ciudades del país, aunque tardía, es el camino a seguir. Se debe evitar a toda costa volver a los cierres y medidas restrictivas que pongan obstáculos al empleo y a la generación de ingresos.

Es claro que los actores económicos en Colombia no son optimistas en cuanto al futuro, lo que supone que exista una brecha entre su percepción y lo que muestran los resultados de los indicadores líderes de la economía revelados por el DANE el pasado martes 15 de junio. Esos resultados serán analizados con profundidad en los próximos informes de ANIF. A pesar de que los indicadores muestren mejoría, es importante retomar la confianza de consumidores y empresas para consolidar una senda de recuperación que permita devolvernos a niveles de pre-pandemia.

Equipo de Investigaciones de ANIF

Presidente de ANIF
Mauricio Santa María S.

Vicepresidente de ANIF
Carlos Felipe Prada L.

Investigador Jefe de ANIF
Anwar Rodríguez C.

Investigadores

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

Norberto Rojas D.
Erika Schutt P.
Martha Lucía Silva B.
Camilo Solano C.

Pasante de Investigación

Samuel Malkun M.