

Comentario Económico del Día

Septiembre 8 de 2021



Se consolida la confianza de los consumidores y las empresas

En el mes de julio de 2021, tanto el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) como el Indicador de Confianza Empresarial (ICE) continuaron, por segundo mes consecutivo, con tendencia creciente después de haber sufrido su mayor caída en mayo 2021 a raíz de las manifestaciones y bloqueos provocados por el paro nacional. Aunque en términos generales sigue siendo bajo, el ICC alcanzó su valor máximo desde que inició la encuesta ubicándose en 35 puntos, registrando un aumento de 3.3pp frente a junio 2021 cuando se ubicó en 31.7. La variación mensual está explicada principalmente por las perspectivas hacia el futuro económico tanto del hogar como del país. Teniendo en cuenta que se completan 13 rondas desde el inicio de la encuesta Pulso Social, es la primera vez que podemos realizar un análisis de la variación anual del ICC por lo que encontramos un aumento de 6.1pp frente a julio de 2020 (28.9), explicada principalmente por la mejora en la percepción económica del hogar en la actualidad comparada con la de hace un año. Por su parte, el ICE aumentó de 54 en junio a 58.7 en julio 2021 mostrando una variación positiva de 4.7pp explicada por buenos resultados en todos los sectores, pero principalmente por el comercio (59.2) y la industria manufacturera (59.1).

Teniendo en cuenta los buenos resultados en términos económicos y en el mercado laboral, consideramos que tanto la confianza de los hogares como de las empresas se han embarcado en una senda de

recuperación importante. Mientras que el resultado del ICC representa un pesimismo que corrige hacia la estabilidad, el ICE sigue siendo estable, pero con tendencia creciente hacia un sentimiento optimista. Recordemos que cualquier valor entre 0 y 25 representa un mercado 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 mercado optimismo.

En este *Comentario Económico del Día* presentamos un análisis de los resultados del Pulso Social y del Pulso Empresarial, realizando por primera vez una comparación anual de la confianza de los consumidores. Adicionalmente, en el análisis del Pulso Social realizamos una desagregación por género, ciudad y situación de pobreza, haciendo especial énfasis en la capacidad de generación de ingresos de los hogares, que siempre ha sido de nuestro mayor interés por reflejar condiciones de acceso al mercado laboral y de la situación de pobreza de los hogares.

Principales resultados de los pulsos

• Pulso Social

El ICC se ubicó en 35 en el mes de julio, mostrando el registro más alto desde que inició la encuesta, con variación mensual positiva de 3.3 y una variación



anual de 6.1 (28.9 en julio de 2020) (ver Gráfico 1). Persisten perspectivas negativas por parte de los hogares, pero se observa una corrección en los últimos meses particularmente, recuperando el nivel de confianza que los hogares tenían en marzo (34.4), antes del paro nacional. La pregunta que más jalonó hacia arriba el ICC fue la de la situación del hogar en los próximos 12 meses con respecto a la actual (54.3), lo cual indica una percepción optimista a futuro. También, en lo que respecta a cómo cree el hogar que estará la situación económica del país en 12 meses comparado al día de hoy, los hogares fueron más positivos (47.5 vs. 43.8 en junio). El indicador que más frenó el ICC fue el de la percepción del jefe del hogar sobre la situación del hogar hoy con respecto a 12 meses atrás, pregunta que se vio afectada desde abril por los efectos del paro nacional.

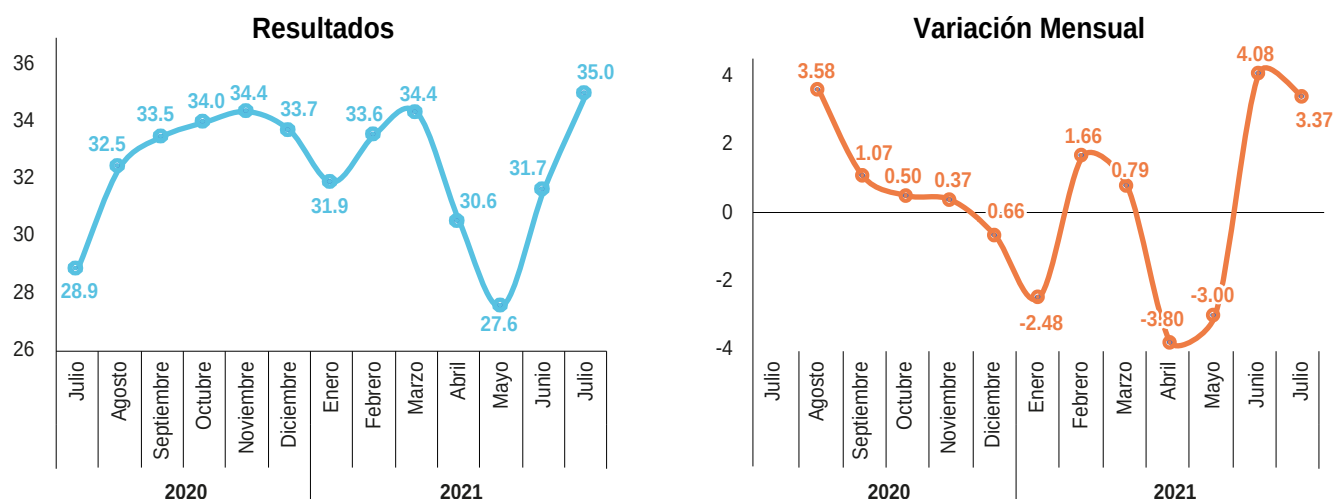
Así mismo, haciendo una desagregación por género encontramos que el ICC es ligeramente superior en los hogares donde el jefe de hogar es hombre (35.2) frente a los hogares donde el jefe de hogar es mujer (34.9) (ver Gráfico 2). Además de que obser-

vamos una recuperación importante en el ICC tanto para hombres como para mujeres, observamos una reducción en la diferencia en este indicador entre los hogares con jefatura masculina y femenina (diferencia de 0.3pp en julio) si comparamos con el mes anterior (diferencia de 0.9pp en junio).

El 50.3% de los hogares piensa que su situación económica está peor o mucho peor que hace 12 meses. Esto, aunque no es positivo, sí es mejor que el dato del mes anterior cuando 60.2% de los hogares pensaban eso (ver Gráfico 3) e incluso superior a julio de 2020 cuando se ubicó en 73.1%. Cabe resaltar que, en este momento, y por primera vez desde el inicio de la encuesta, nos encontramos al límite de entrar en el rango de estabilidad con tendencia al optimismo con respecto al indicador sobre la situación económica del hogar frente a 12 meses atrás.

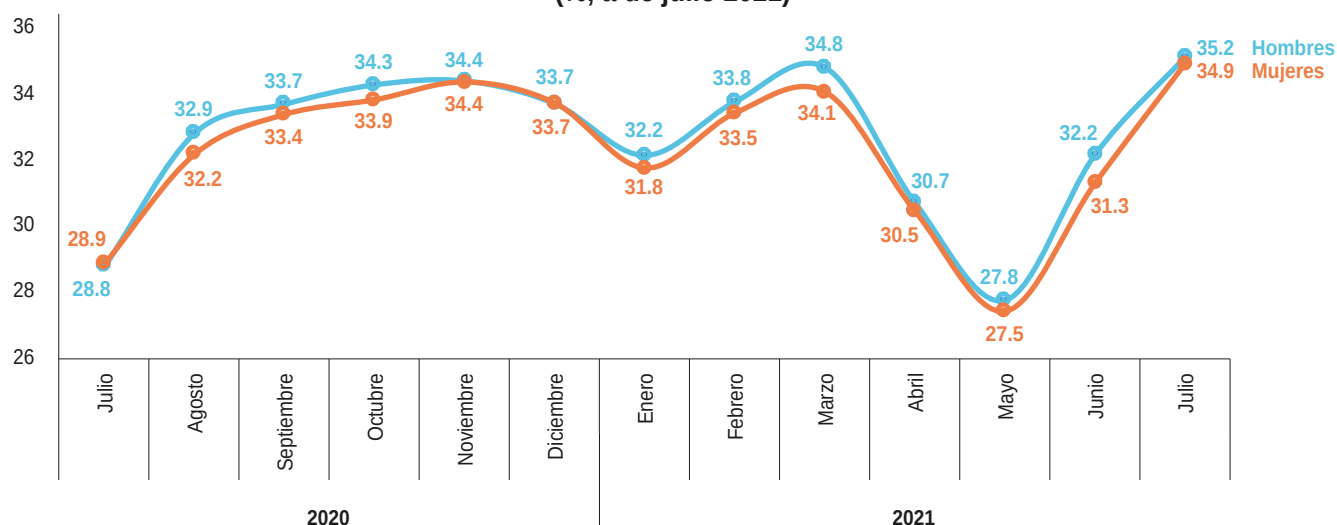
El porcentaje de jefes de hogar que piensan que la situación está peor o mucho peor es más fuerte en los hogares pobres (59.4%) frente a los no pobres (42.5%), marcando una brecha de 16.9 puntos. Eso

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



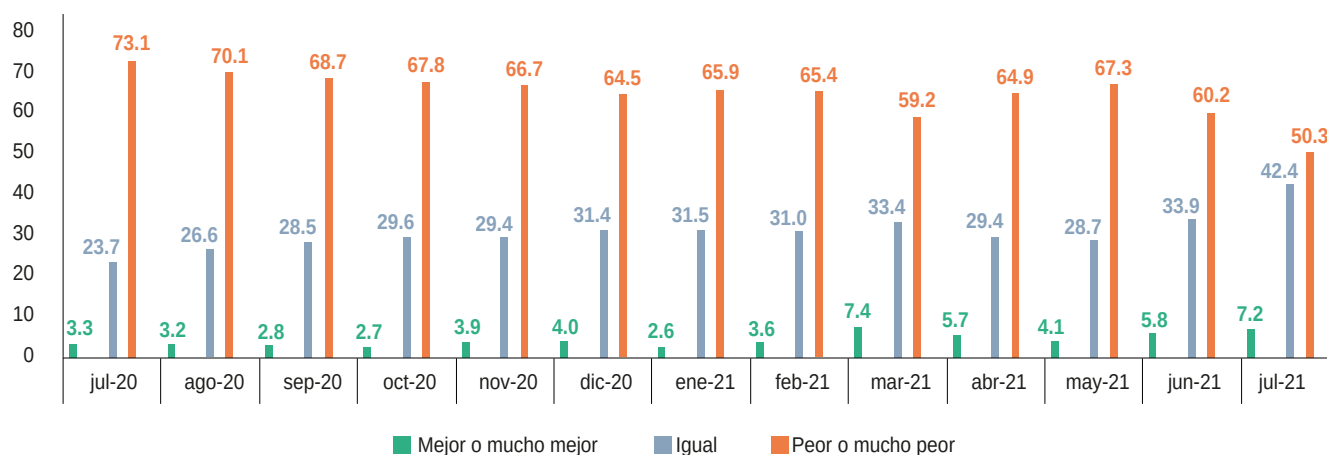
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

es una señal de alarma puesto que, si la mayoría de los hogares que en el 2020 estaban en situación de pobreza según las mediciones del DANE, perciben que su situación económica es peor frente a la que observaban hace doce meses, nos indica que existen unas barreras de recuperación en la senda de movilidad social que fue afectada drásticamente como consecuencia de los confinamientos y la afectación que estos tuvieron en el mercado laboral.

También se puede ver cómo quienes respondieron que su situación económica está igual que hace 12 meses aumentaron de 33.9% a 42.4% y el porcentaje de los que perciben que está mejor o mucho mejor aumentaron de 5.8% a 7.2%. Es decir, aunque el negativismo sigue estando muy alto, desde que comenzó la encuesta se viene reduciendo (con excepción de abril y mayo, meses marcados por el paro nacional).

Ese sentimiento de pesimismo sigue siendo generalizado en todas las 23 principales ciudades, pero es más marcado en Riohacha, Barranquilla y Valledupar, en donde el porcentaje de hogares que cree que su situación es peor o mucho peor que la de hace 12 meses supera el 75% (80.1%, 76.8%, 76.5% respectivamente). Mientras que en ciudades como Quibdó, Bucaramanga, Manizales y Medellín es donde la percepción negativa es más reducida y se encuentra por niveles por debajo del 50%, es decir, una estabilidad con tendencia al optimismo (33.8%, 40.5%, 44.7% y 49.5% respectivamente).

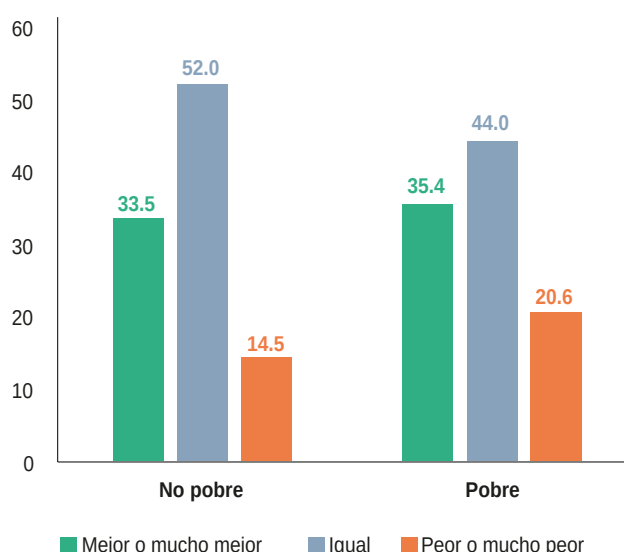
Ahora, frente a la situación económica del hogar dentro de los próximos 12 meses comparada con la actual, el 34.4% de los hogares piensa que su situación económica será mejor o mucho mejor a la de hoy. Ese dato es mayor al registrado en junio (30%), pero no alcanza niveles de febrero y marzo donde había más optimismo. Lo anterior muestra directamente el impacto del paro nacional en la confianza de los hogares. Si comparamos el dato frente a julio de 2020, vemos que la variación anual es de 2.2pp positivos. Lo que quiere decir que, al cabo de un año y a raíz del golpe que sufrió la confianza de los consumidores por los efectos del paro, percepción

de que la situación mejorará en el futuro tan solo aumentó un poco.

Mientras que en el promedio encontramos que el 34.4% piensa que la situación dentro de un año estará mejor o mucho mejor, el 35.4% de los hogares en pobreza lo perciben así frente al 33.5% de los hogares no pobres. Es decir, hacia el futuro observamos un mayor optimismo en los hogares pobres (ver Gráfico 4), resultado que hemos observado de manera constante.

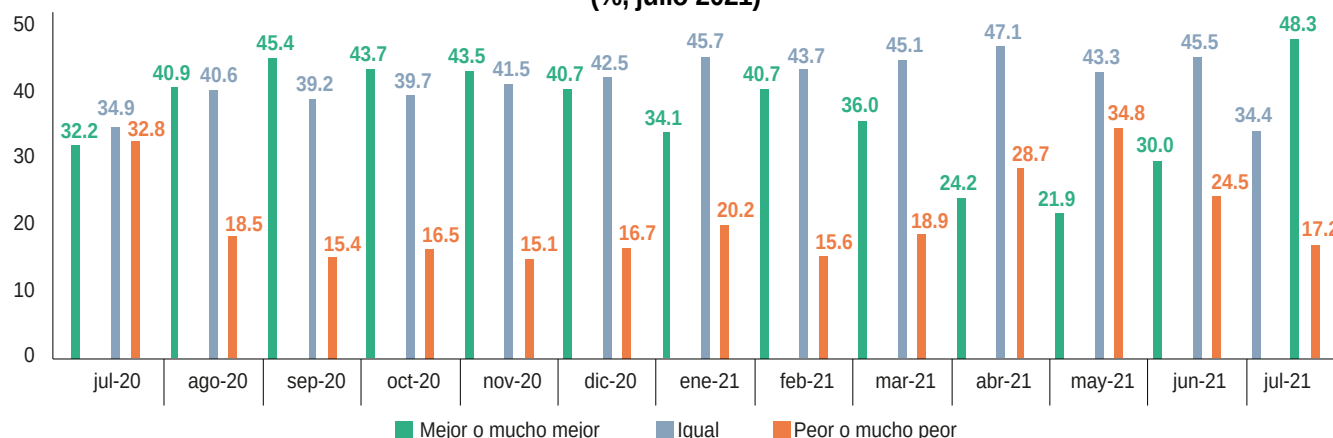
Si analizamos los meses anteriores, observamos que comienza una tendencia de mejora en la percepción que tienen los hogares sobre cómo será su situación económica en los próximos 12 meses, pasando de 30.0% en junio a 34.4% en julio 2021. Así mismo el porcentaje de hogares que respondió que la situación estará igual subió de 45.5% a 48.3%. Aquellos hogares con sentimiento negativo, que perciben que la si-

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



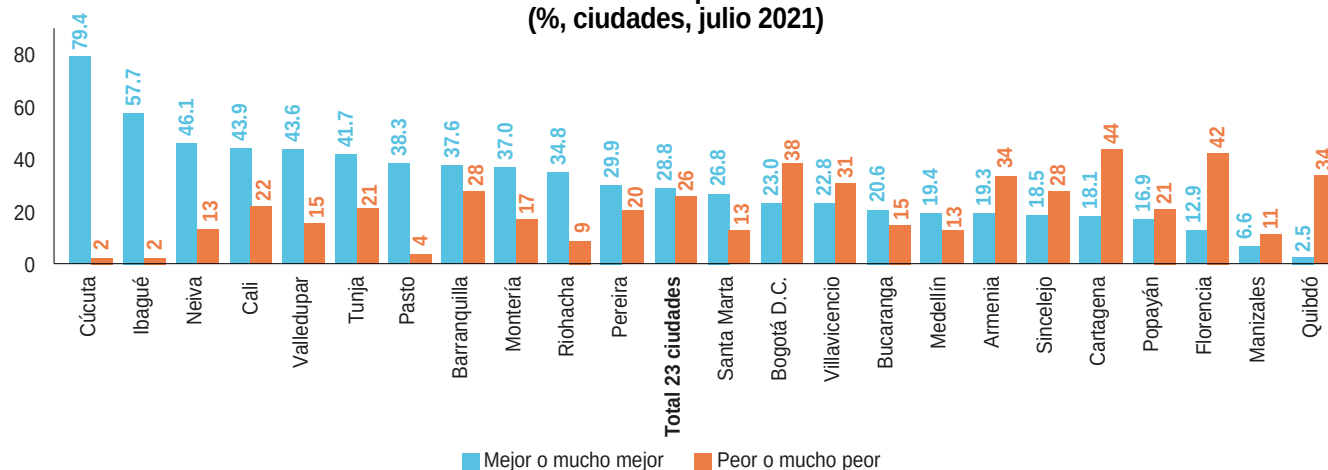
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

tuación estará peor o mucho peor, también se redujeron en julio con respecto a junio en 7.3pp (17.2 en julio vs. 24.5 en junio) y, de manera importante, en 15.6pp comparado con julio 2020 (32.8), como se puede ver en el Gráfico 5.

Si revisamos la situación a futuro del hogar a nivel territorial y comparamos aquellos con percepción negativa (peor o mucho peor) vs. positiva (mejor o mu-

cho mejor) encontramos que la prevalencia de hogares con percepción positiva se concentra en Cúcuta (79.4%) e Ibagué (57.7%). El pesimismo se concentra en ciudades como Quibdó (34%), Bogotá (38%), Florencia (42%) y Cartagena (44%) donde más del 30% de los jefes de los hogares piensan que en junio del próximo año la situación va a estar peor o mucho peor, mientras que el promedio de las 23 ciudades se ubica en 26% (ver Gráfico 6).

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

Ahora, frente a la situación económica del país, el 80.3% de los hogares percibe que la situación económica del país está peor o mucho peor que hace 12 meses mientras que en el mes de junio el 88.9% de los hogares tenían esta percepción negativa. Es decir, aunque hay una percepción de pesimismo generalizada, sí se evidencia una mejoría importante de 8.6pp. Mirando la variación anual, podemos ver que la percepción negativa que los hogares tienen con la situación económica del país ha disminuido en 11.4pp (91.7% en julio de 2020 vs. 80.3% en julio de este año).

En este comentario hacemos especial énfasis en el estado de la recuperación de ingresos de los hogares colombianos observando una mejoría frente al mes anterior. En julio, el 11.2% de los hogares reportó no poder ahorrar por no tener ingresos, lo cual supone una disminución de 2.6pp frente al mes de junio en donde el 13.8% reportaron no tener ingresos. Además, si tenemos en cuenta la variación anual, vemos que ha disminuido en 16.4pp el porcentaje de personas que no generan ingresos (11.2% en julio de 2021 vs. 27.6% en julio de 2020).

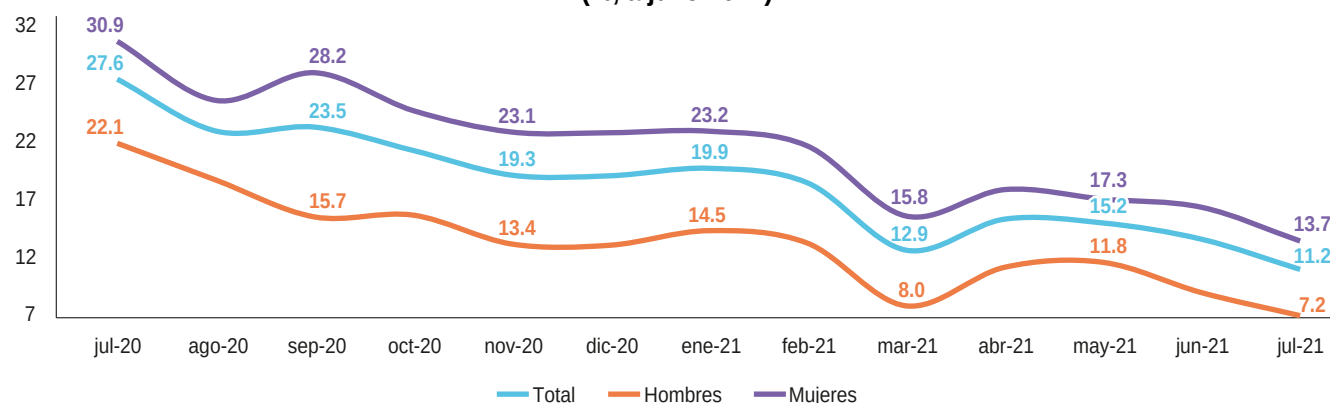
Al desagregar por género encontramos que de los hogares con jefe de hogar hombre, el 7.2% no puede

ahorrar por no tener ingresos frente al 13.7% de los hogares con jefe de hogar mujer mostrando la acentuada brecha de género en la generación de ingresos (ver Gráfico 7). Hemos revisado la evolución de la brecha entre hogares con jefatura masculina y femenina y encontramos que esta brecha ha disminuido constantemente y en julio registró el menor valor. A pesar de observar una tendencia decreciente en el porcentaje de jefes de hogar que reportan no tener ingresos, el punto importante es que se mantiene esta brecha.

Una vez más, analizando la variación anual, nos damos cuenta de que la cantidad de hogares que no tienen ingreso ha disminuido en mayor medida donde las mujeres son cabeza de hogar con una reducción anual de 17.2pp de julio de 2020 a julio de 2021, mientras que los hogares en donde el jefe de hogar es un hombre, presentan una disminución de 14.9pp 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 Sincelejo (40.3%), Popayán (39.8%) y Valledupar (38.5%), tienen a gran porcentaje de las jefaturas del hogar reportando no

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

tener ingresos. Por su parte, en Bucaramanga, Santa Marta y Pasto encontramos menos del 5% de los jefes de hogar reportan no tener ingresos. En Bogotá es el 13.4% al igual que el promedio de las 23 ciudades (ver Gráfico 8).

Ese 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 junio el 54.4% de los jefes de hogar encuestados reportaron pensar que la situación de empleo en el país en los próximos 12 meses disminuiría mientras que en este mes ese porcentaje se reduce en 7.7pp y se ubica en 46.7% de los jefes de hogar.

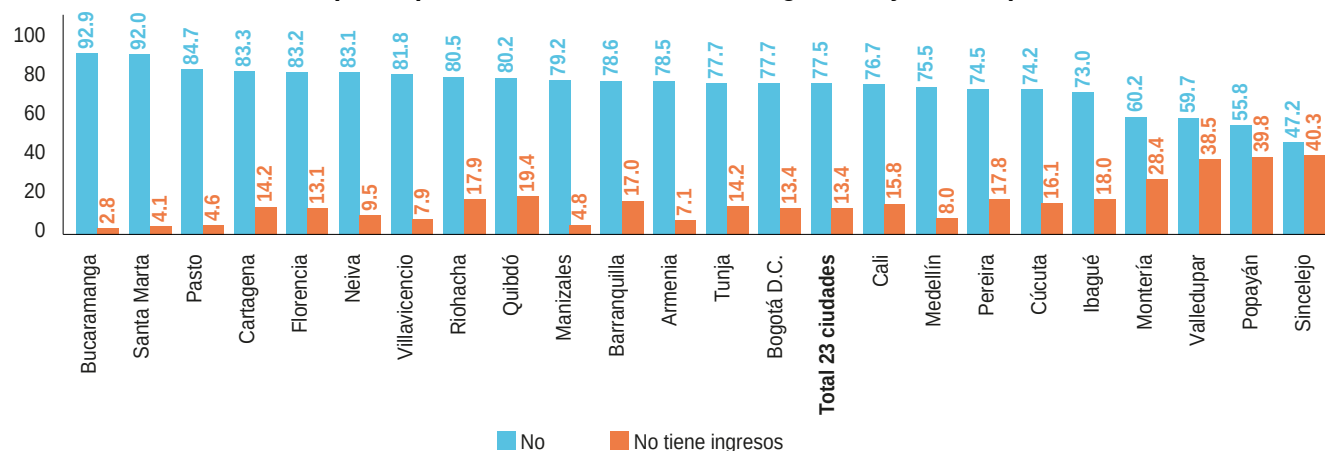
• Pulso empresarial

El ICE pasó de 54 en junio a 58.7 en julio (ver Gráfico 9), siendo este último el más alto registrado desde que comenzó la encuesta y mostrando una variación positiva de 4.7 puntos frente al mes anterior (que también es la variación mensual más alta registrada en la encuesta) y de 20.5 puntos frente al mismo mes del año anterior. Igual que en junio, en julio observamos

crecimiento en todos los sectores (ver Gráfico 10). 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 (67.5) que muestra una estabilidad en la 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 donde el indicador se ubica en 62.8 para el total de empresas. Son estas dos preguntas las que más jalonan el indicador al alza.

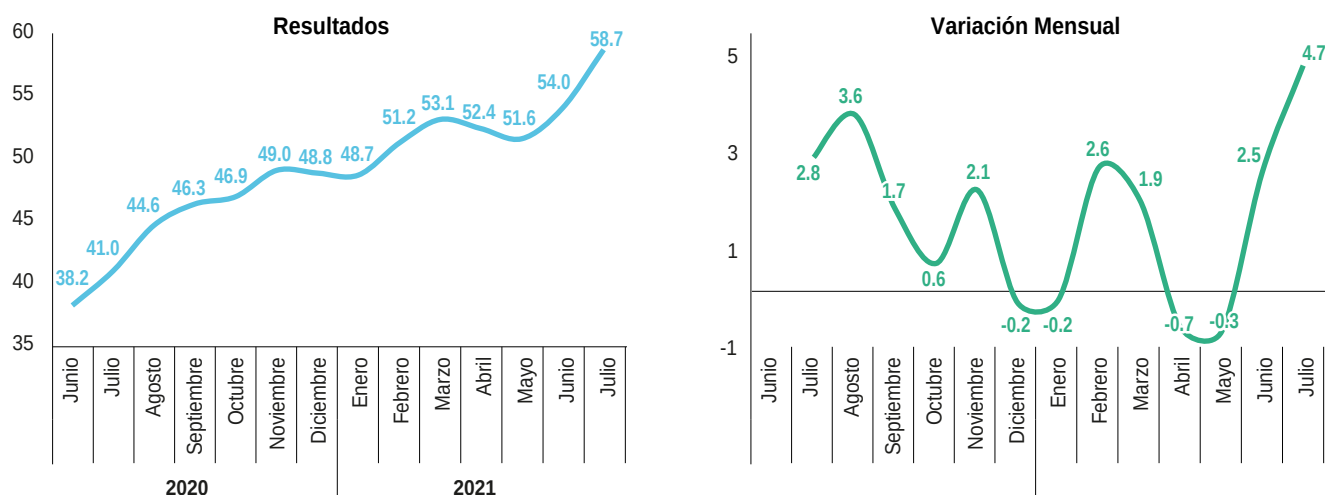
La industria manufacturera fue la que mayor aumento mensual presentó en el indicador con una variación mensual positiva de 6.3 puntos, ubicándose en 59.1 puntos (vs. 53.8 en junio), resultado que representa el máximo histórico de confianza para este sector. La construcción, que había sido el único sector con resultados del ICE por debajo de 50 puntos en el mes de mayo, mostró un aumento de 3.5 puntos de junio a julio que, a pesar de superar el aumento de 2.7 puntos de mayo a junio, es el menor aumento entre todos los sectores. Así mismo, la construcción es el sector que presenta el resultado más bajo, tal y como ocurre desde hace un par de meses, indicando que este es

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



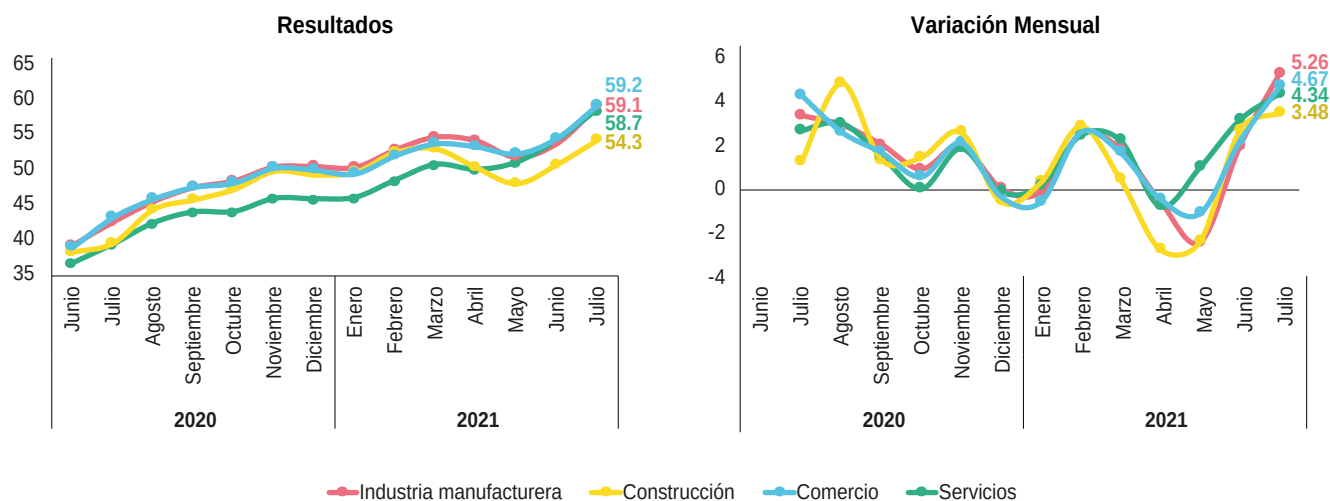
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

el sector que más parece haber afectado el paro nacional y el que presenta las mayores rigideces para recuperarse. El sector comercio a partir de mayo pasó a ser el sector con el resultado más positivo en el indicador y en julio esto no cambió. Con una variación positiva de 4.7 puntos, el resultado de esta actividad fue de 59.2 en el índice, y continúa con la tendencia del mes de junio en el que el sector presentó una variación mensual positiva. Por último, el sector servicios tuvo una variación mensual positiva de 4.3 puntos y se ubicó en 58.7, ligeramente por debajo de la industria. Recordemos que desde se comenzó a tomar la encuesta en junio de 2020, el sector servicios siempre se mantuvo con el puntaje más bajo en el ICE dentro de los 4 sectores que lo componen, tendencia que cambió en el mes de mayo donde empezó a converger con el resto de los sectores. Actualmente vemos unos indicadores de confianza que se acercan a los 60 puntos en todos los sectores, lo cual evidencia una tendencia optimista que trajo consigo la reapertura y el cese de manifestaciones del paro nacional.

Conclusiones

Tanto el ICC como el ICE alcanzaron su nivel máximo en el mes de julio 2021 mostrando variaciones importantes si comparamos con el mes anterior y más aún si se compara con julio de 2020. Particularmente, el ICC recuperó los niveles que se tenían en marzo de este año, previo a la drástica caída en la

percepción de la confianza de los hogares por causa del paro nacional. Adicionalmente, es el segundo mes consecutivo con variación positiva en términos de confianza lo que refleja los buenos resultados en materia económica y los avances en términos de empleo que se observaron recientemente, lo cual se evidencia en una reducción importante en el número de jefes de hogar que respondieron no tener capacidad de generar ingresos.

Sin embargo, reiteramos la importancia de implementar medidas que aceleren el crecimiento del empleo formal, enfocadas principalmente en las mujeres, jóvenes y aquellos de menores ingresos, y que resuelvan los problemas estructurales del mercado laboral colombiano. Algunas de las medidas más importantes que hemos propuesto en ANIF consisten en desligar la seguridad social del tipo de vinculación con el mercado laboral de tal forma que los empleadores y trabajadores dejen de cotizar paulatinamente a salud y se recauden los recursos por medio de impuestos generales. Así mismo, es importante avanzar en la adecuada reglamentación de la contratación y cotización al sistema de seguridad social por horas y también estableciendo un salario mínimo diferencial por regiones. De esta manera podremos dinamizar el mercado laboral aumentando el empleo y reduciendo la informalidad. Lo anterior nos permitirá consolidar el crecimiento económico que, al mismo tiempo, fortalecerá la confianza de los consumidores y de las empresas traduciéndose en mayor consumo, más bienestar y una reducción de la pobreza y la desigualdad.

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.
Daniel Escobar A.
José Antonio Hernández R.

Laura Llano C.
Norberto Rojas D.
Erika Schutt P.
Camilo Solano C.