

# COMENTARIO ECONÓMICO DEL DÍA

Julio 7 de 2021

Página  
1

## Manifestaciones y bloqueos impactan negativamente la confianza de los consumidores

Como ya es habitual, el DANE presentó a finales del mes pasado los resultados de sus Encuestas Pulso Social y Pulso Empresarial de mayo, que tienen como objetivo recopilar información de la percepción de los hogares y empresas sobre el comportamiento económico del país, especialmente en relación con la situación generada por el SARS-CoV-2. 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 hogar y del país.

Si bien los índices no han sido muy favorables, pues las encuestas se comenzaron a realizar en medio de la emergencia sanitaria, no se habían visto resultados tan desfavorables en las 10 ediciones anteriores como aquellos observados en el mes de mayo. Eso responde, principalmente, a los efectos de los bloqueos y las diferentes jornadas de paro que golpearon al país desde finales de abril, hasta mediados de junio.

En ese orden de ideas, en este *Comentario Económico del Día* presentamos los resultados más recientes que dejaron los pulsos realizando una desagregación de la percepción por ciudad, condición de pobreza, género y sector y analizamos las causas que produjeron estos indicadores negativos, las consecuencias y repercusiones que la percepción de con-

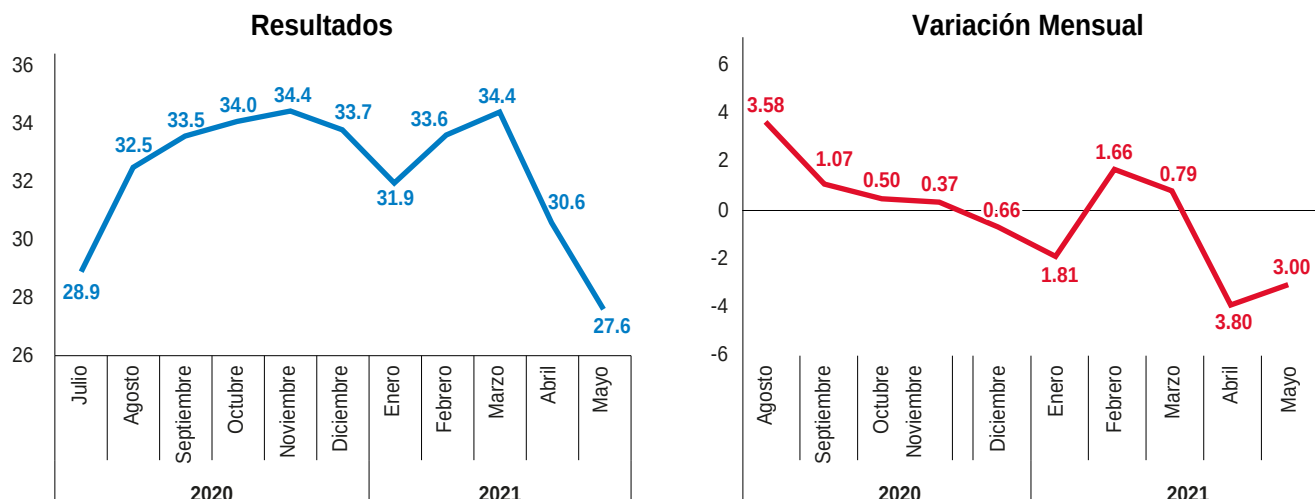
sumidores y empresas tendrá en la economía y en las perspectivas de recuperación.

### Principales resultados de los pulsos

#### • Pulso Social

En primer lugar, tenemos que el Indicador de Confianza del Consumidor (ICC) en el mes de mayo disminuyó 3pp respecto al mes anterior y se ubicó en 27.6 (ver Gráfico 1), lo cual significa un segundo retroceso, adicional al que ya se había presentado en abril. El resultado para mayo se consolida como el indicador más bajo desde que empezó a realizarse la encuesta en julio del año pasado. Vale la pena mencionar que el ICC se construye a partir de 5 preguntas que reflejan la percepción de los hogares colombianos sobre el comportamiento presente y futuro de la economía del hogar y del país. Específicamente, se pregunta sobre la percepción de situación económica: (i) del hogar comparada con la de hace 12 meses; (ii) del hogar dentro de 12 meses comparada con la actual; (iii) del país comparada con la de hace 12 meses; (iv) del país dentro de 12 meses comparada con la situación actual y; (v) comparando la situación económica actual con la de hace un año, cómo están las posibilidades de realizar compras de bienes tales como muebles, televisor, lavadora, otros aparatos electrodomésticos, etc. El ICC entonces, es el promedio simple de los resultados de las 5 preguntas.

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

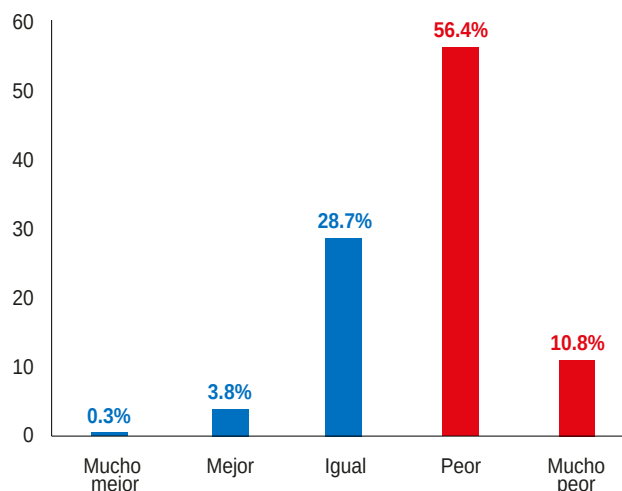


Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

El resultado, aunque desalentador, no sorprende, pues desde finales de abril que comenzaron las manifestaciones y bloqueos en el marco del paro nacional, la situación de los hogares colombianos se vio fuertemente afectada. La escasez de alimentos junto con el subsecuente aumento de precios (la inflación de alimentos y bebidas no alcohólicas se ubicó en 5.37% en el mes de mayo y aportó 88 puntos básicos al IPC de 1.00% de ese mes), las restricciones a la movilidad, la preocupación por la contingencia sanitaria y la incertidumbre sobre las reformas propuestas inevitablemente minaron la confianza de los hogares colombianos.

Así, del total de jefes de hogar que respondieron la encuesta en las 23 principales ciudades del país, el 67.2% percibe que la situación económica de sus hogares es peor o mucho peor que la de hace 12 meses (ver Gráfico 2). En contraste, sólo el 4.1% considera que su situación es mejor o mucho mejor, y el restante 28.7% que su situación es igual. Ade-

**Gráfico 2. ¿Cómo considera usted la situación económica de su hogar comparada con la de hace 12 meses?  
(%, mayo 2021)**

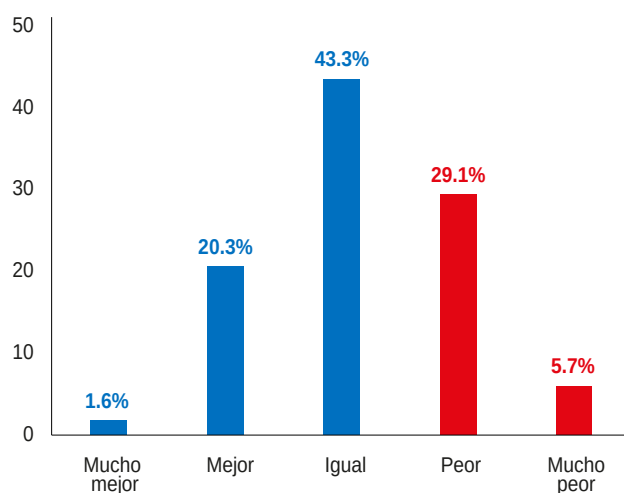


Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

más, las expectativas sobre la situación económica del hogar en los próximos 12 meses no son favorables: el 43.3% considera que su situación no cambiará, el 34.8% que será peor o mucho peor, y tan sólo el 21.9% que será mejor o mucho mejor (Gráfico 3).

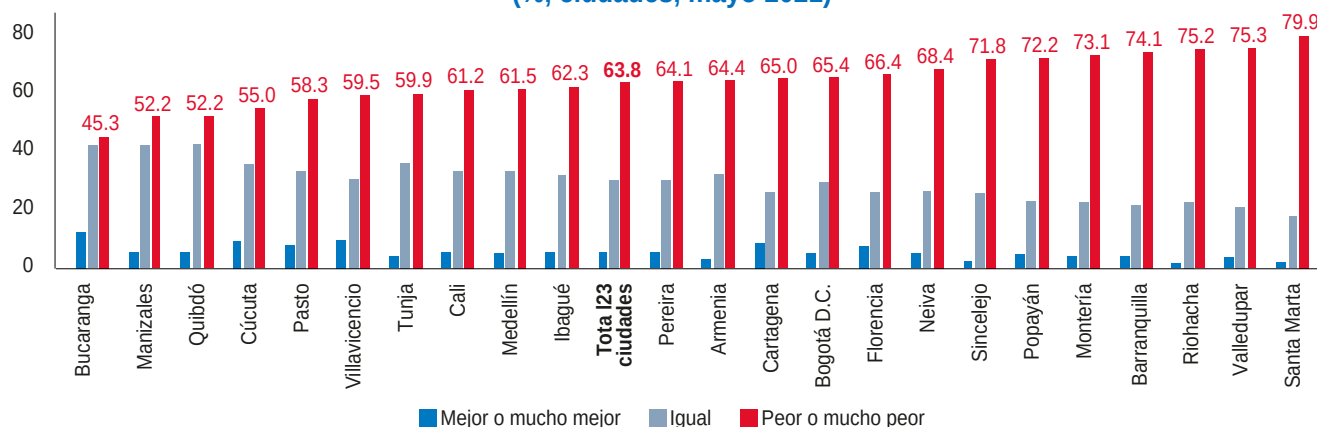
Al analizar el resultado por ciudades, se encuentra que el balance negativo sobre la situación económica de los hogares está liderado por un bloque de 5 ciudades del caribe colombiano (Santa Marta, Valledupar, Riohacha, Barranquilla y Montería) y Popayán, todas con un valor superior al 71%. De ese grupo, Santa Marta es la más pesimista, con un total de 79.9% de encuestados que consideran que la situación económica de su hogar será peor o mucho peor. En contraste, Bucaramanga es la única de las 23 ciudades en la que menos del 50% de los encuestados considera que su situación dentro de un año será peor o mucho peor (Gráfico 4).

**Gráfico 3. ¿Cómo cree usted que será la situación económica de su hogar dentro de 12 meses comparada con la actual? (% , mayo 2021)**



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

**Gráfico 4. ¿Cómo considera usted la situación económica de su hogar comparada con la de hace 12 meses? (% , ciudades, mayo 2021)**

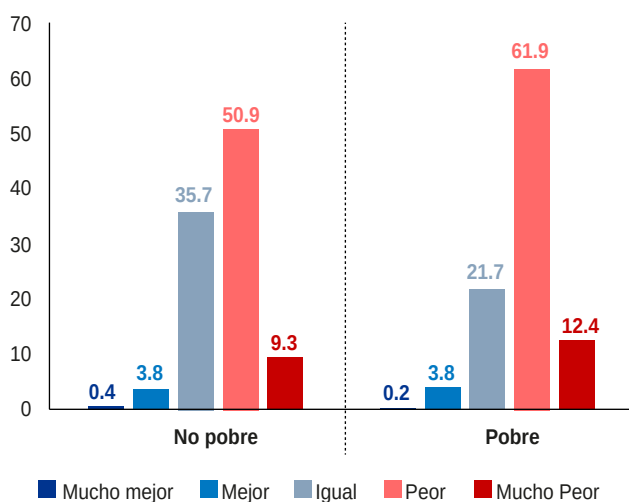


Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

Además, como novedad para los resultados presentados en esta encuesta, para el mes de mayo se puede hacer una desagregación del análisis según la condición de pobreza monetaria del hogar. Eso nos permite ver que el sentimiento de deterioro es más fuerte en los hogares de menores ingresos: el 74.2% de los hogares pobres considera que la situación económica de su hogar está peor o mucho peor que hace 12 meses, mientras que para aquellos no pobres ese valor es de 60.2% (Gráfico 5). Así mismo, cuando se les pregunta sobre su percepción sobre la situación del hogar dentro de 12 meses, los hogares pobres son los más pesimistas dado que el 39.2% considera que su situación será peor o mucho peor, mientras que para los no pobres ese valor es de 30.4% (Gráfico 6).

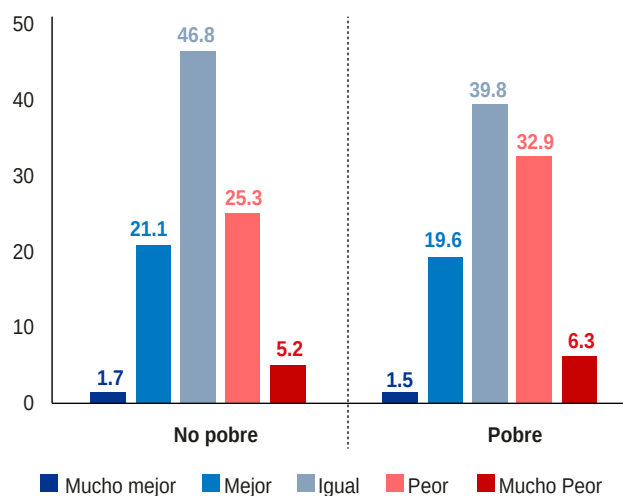
Ahora, en cuanto a la percepción que se tiene sobre la situación económica del país, el panorama también es desalentador pues el 92% de los encuestados piensa que la situación está peor o mucho peor que la de hace 12 meses (Gráfico 7) y tan sólo el 15.7% piensa que será mejor o mucho mejor dentro de 12 meses (Gráfico 8). El pesimismo en la percepción de los consumidores va en contravía a lo que muestran los indicadores líderes de la economía, los cuales han presentado mejoras constantes durante los últimos meses. Como dijimos, lo anterior puede deberse a la percepción generalizada de incertidumbre causada por el panorama político y social que han dejado las manifestaciones y bloqueos. Eso es inquietante, puesto que, a pesar de que los indicadores de resultado de la economía

**Gráfico 5. ¿Cómo considera usted la situación económica de su hogar comparada con la de hace 12 meses? (% pobreza monetaria, mayo 2021)**



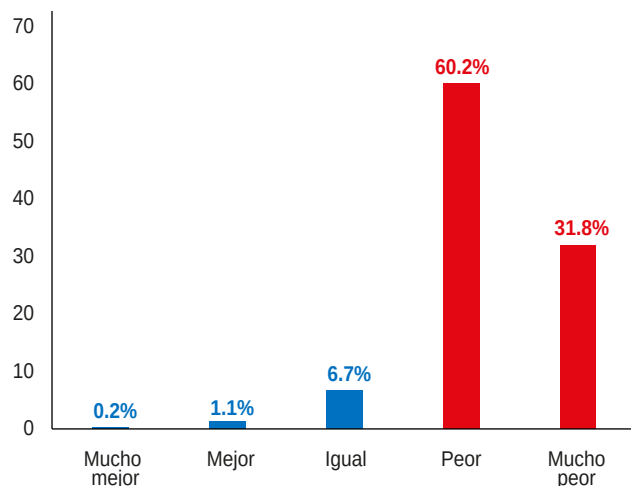
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



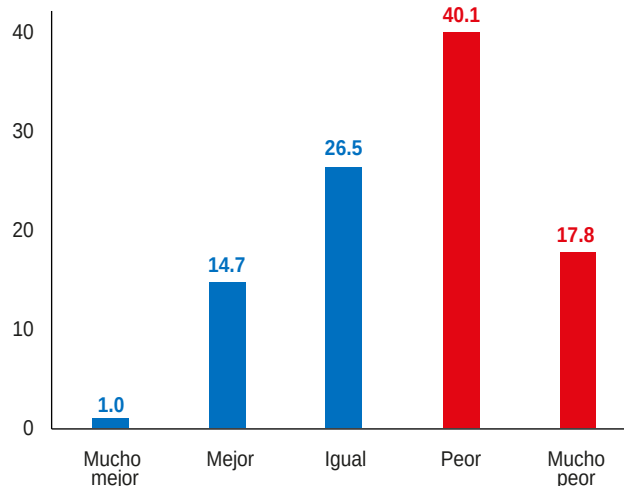
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

**Gráfico 7. ¿Cómo considera hoy la situación económica del país comparada con la de hace 12 meses?**  
(%, mayo 2021)



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

**Gráfico 8. ¿Cómo cree usted que será la situación económica del país dentro de 12 meses comparada con la actual?**  
(%, mayo 2021)



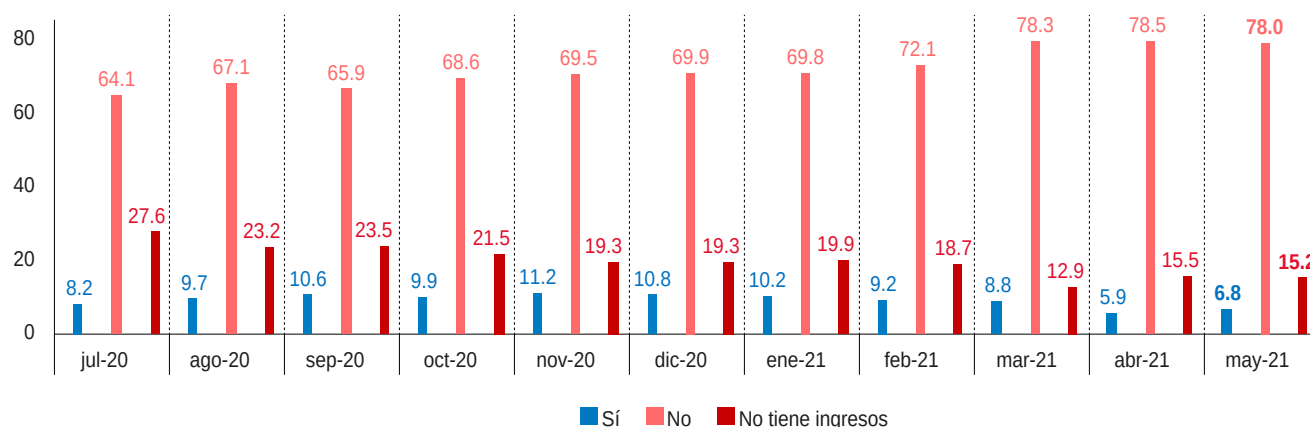
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

hayan entrado en una senda de crecimiento, para ser sostenible en el tiempo deberíamos comenzar a observar un impacto en la mejora en la percepción de consumidores y empresas.

La percepción negativa de los hogares se evidencia aún más cuando se investiga sobre la posibilidad que tienen de adquirir bienes durables y no durables. Cuando se les pregunta si tienen mayores posibilidades de comprar este tipo de bienes en comparación al año anterior, el 77.7% de los hogares responde que en este momento no tiene mayores posibilidades de comprar bienes semi-durables como ropa, zapatos, alimentos, etc.; mientras que tan solo el 3.0% reporta que sí y el 19.3% que tiene igual posibilidad. Así mismo, el 88.8% considera que tiene menores posibilidades de adquirir bienes durables como muebles, televisor, electrodomésticos, el 0.8% mayores y el 10.4% iguales. De tal manera, la proporción de ho-

gares que responde no tener mayores posibilidades de adquirir tanto bienes durables como semidurables se ha mantenido estable y alrededor de estos niveles durante las rondas anteriores. Teniendo en cuenta que la encuesta se empezó a tomar durante los peores meses que ha tenido el país en materia económica durante la última década, que la capacidad de adquirir bienes no haya mejorado para la mayoría de los hogares durante la segunda mitad del 2020 y la primera de 2021 es una mala señal para la consolidación de la tendencia de recuperación. Muchas de las proyecciones de crecimiento, sobre todo aquellas mostradas en el Marco Fiscal de Mediano Plazo (MFMP) de 2021 se soportan en gran medida en el aumento del consumo privado. Se debe entonces, en los próximos meses, encaminar los esfuerzos a recuperar la confianza de los consumidores, propiciar la generación de empleo e ingresos y así, consolidar la senda de recuperación.

**Gráfico 9. ¿Actualmente tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?**  
(%, julio 2020 – mayo 2021)

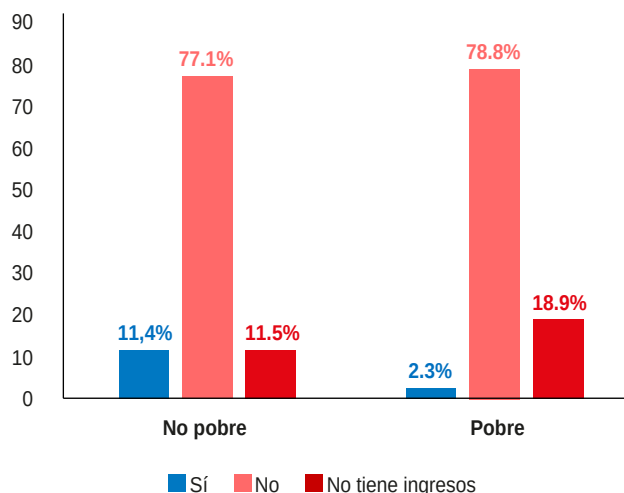


Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

Aunque los hogares en su totalidad reportan tener menores posibilidades que hace un año de comprar dichos bienes, como es de esperarse, la situación es peor para los más vulnerables. Frente a los semidurables, el 70.8% de los hogares no pobres reporta que no tiene posibilidades de comprarlos, mientras que para los pobres esa cifra aumenta a 84.5%. En el caso de los durables, la tendencia es la misma: 84.8% para los no pobres y 92.8% para los pobres.

El resultado anteriormente mencionado se relaciona directamente con la capacidad de ahorro de los hogares. Para el mes de mayo el 78% reportó no generar ahorro y, lo que es más inquietante, el 15.2% reportó no tener ingresos (ver Gráfico 9). Ese resultado, a pesar de ser menor que el de los últimos dos meses, sigue siendo considerablemente alto. La situación es más preocupante cuando se mira el indicador para la población pobre puesto que 78.8% no pueden ahorrar alguna parte de sus ingresos (vs. 77.1% de la población no pobre) y 18.9% no tienen la capacidad de generar ingresos (vs. 11.5%) (ver Gráfico 10).

**Gráfico 10. ¿Actualmente tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?**  
(%, pobreza monetaria, mayo 2021)



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

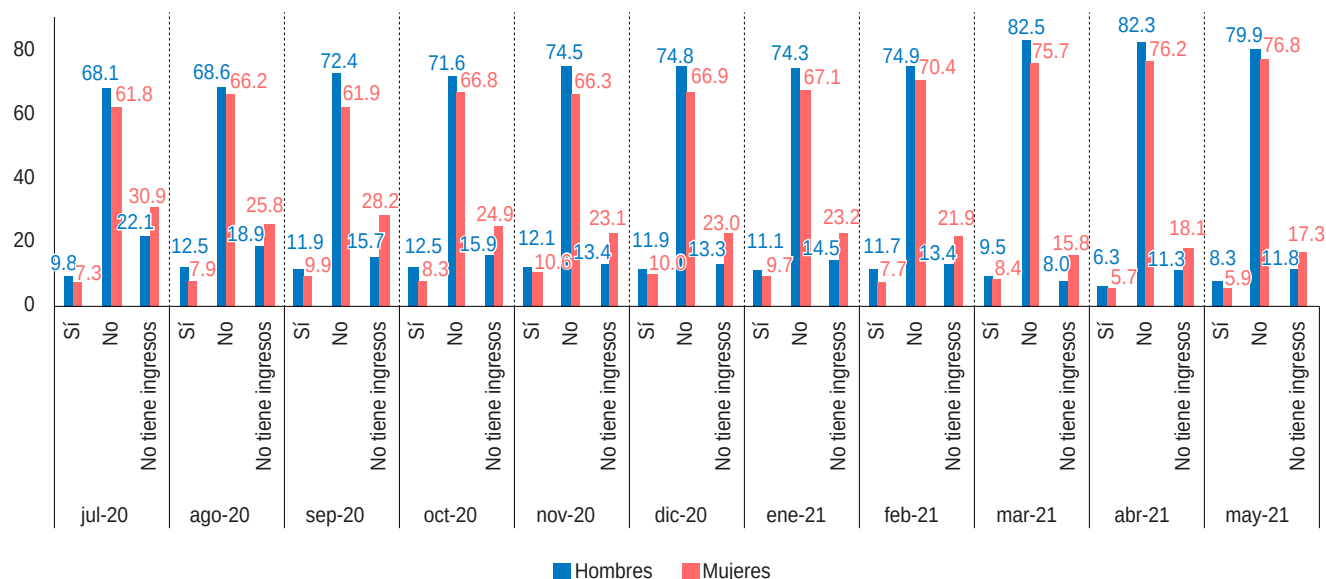
Al analizar la brecha entre hombres y mujeres en cuanto a la generación de ingresos, los resultados muestran que, mientras el 11.8% de los hombres no tiene ingresos, el 17.3% de las mujeres no tiene capacidad de generarlos (Gráfico 11).

En línea con los resultados del mercado laboral desde que inició la emergencia sanitaria, es claro que las mujeres han sido uno de los actores más afectados por la pandemia, en términos de pérdida de ocupación y pérdida de ingresos laborales. Eso se debe a que los sectores más afectados por la disminución de empleo son aquellos en donde predomina la mano de obra femenina. Por cuenta de lo anterior, la brecha de género en la ocupación ha ve-

nido en aumento sostenido durante los últimos meses. En mayo de 2021 y mirando la variación bienal, por cada 3 hombres que ingresaron a la inactividad, 11 mujeres lo hicieron. Así, los hogares que tienen como jefe a una mujer, han tenido periódicamente menor capacidad de generación de ingresos.

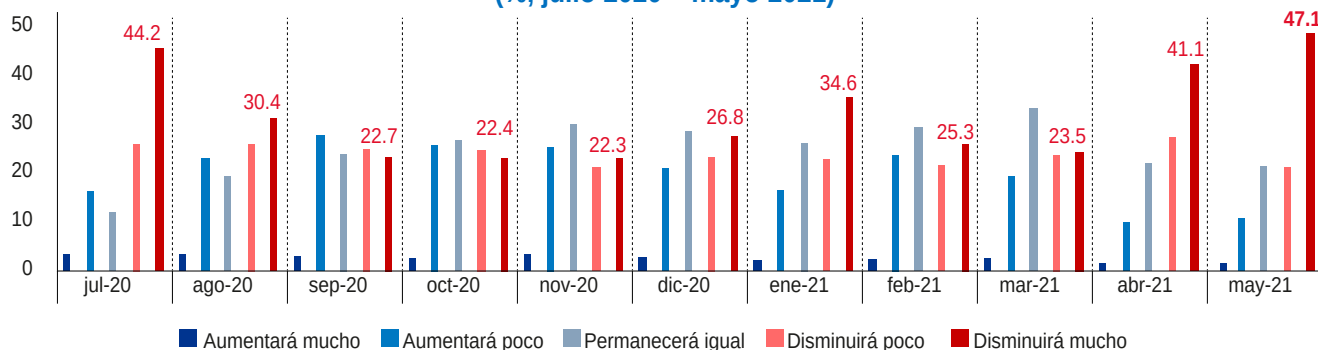
Respecto a la percepción del empleo en el país en los próximos 12 meses, el 20.4% de los encuestados considera que el empleo disminuirá poco y el 47.1% que disminuirá mucho, lo cual da un agregado de 67.5% de hogares que piensa que el empleo disminuirá. En contraposición, sólo el 11.8% piensa que aumentará y el restante 20.4% que la situación permanecerá igual (ver Gráfico 12).

**Gráfico 11. ¿Actualmente tiene posibilidades de ahorrar alguna parte de sus ingresos?**  
(%, hombres vs. mujeres, mayo 2021)



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

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



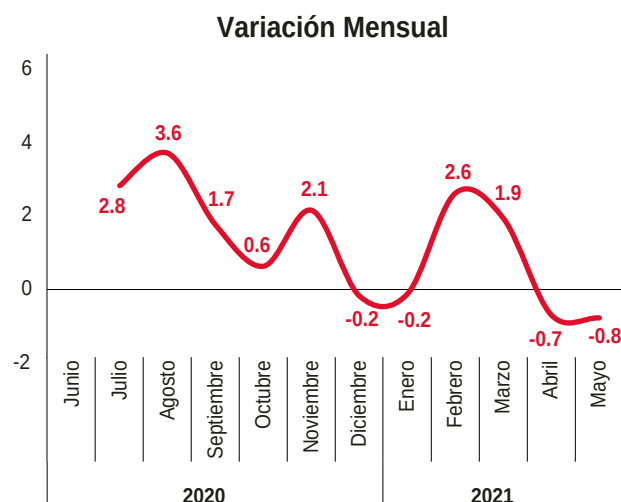
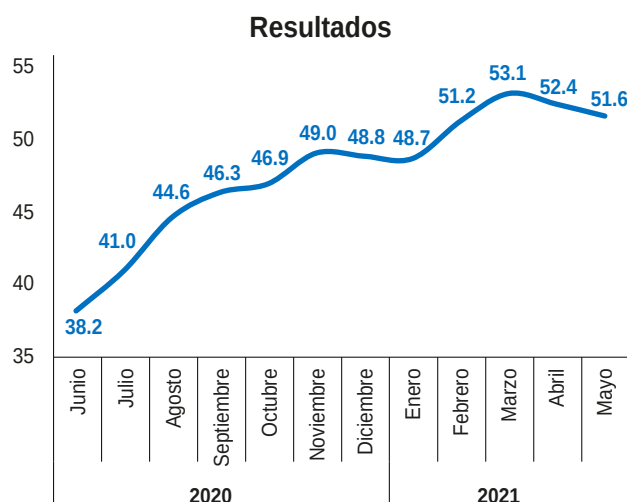
Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

### • Pulso Empresarial

Por su parte, los resultados del Pulso Empresarial presentaron una leve disminución en comparación a marzo y abril. El Indicador de Confianza Empresarial (ICE) en mayo registró un valor de 51.6 y disminuyó

0.8pp frente al mes anterior (ver Gráfico 13). Desde que se empezó a realizar la encuesta en junio de 2020 (donde el indicador se ubicó en 38.2) el indicador presentó una tendencia creciente hasta alcanzar su punto máximo en marzo de este año (53.1). Desde entonces ha presentado dos variaciones mensuales

**Gráfico 13. Indicador de confianza empresarial  
(%, a mayo de 2021)**



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.



negativas consecutivas, pero de magnitudes leves, lo cual ha permitido que se mantenga por encima de 50 puntos, aspecto que consideramos positivo ya que es una sustancial mejora en percepción comparado con los meses más difíciles de la emergencia sanitaria.

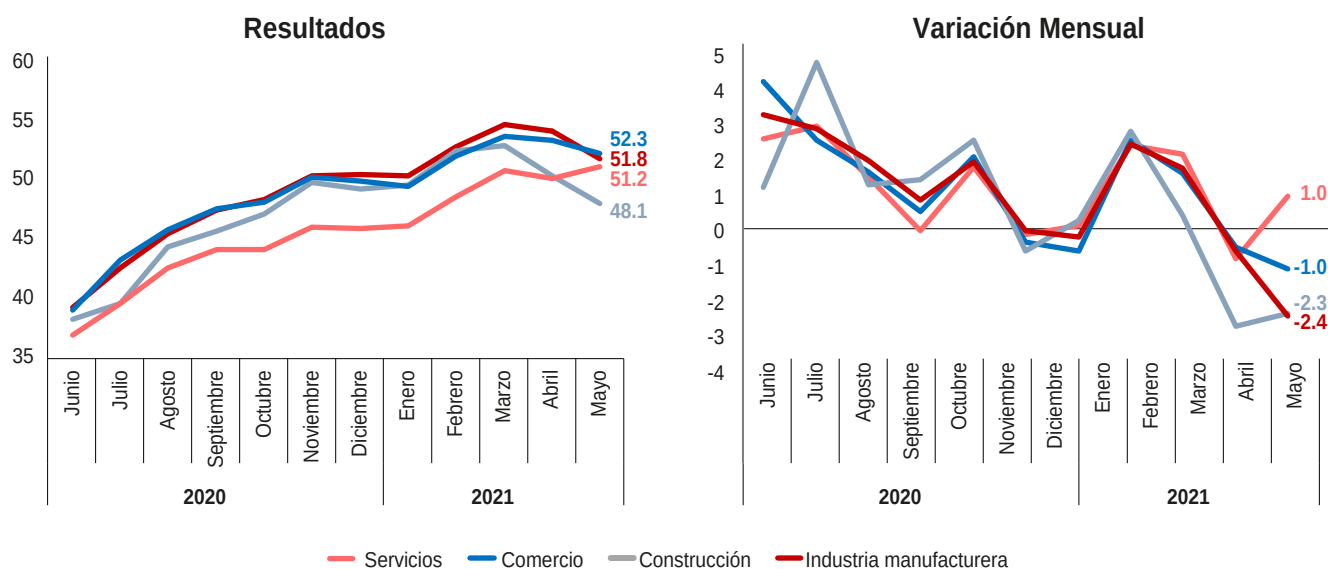
Cabe mencionar que el ICE se mide de forma similar al ICC, toma 5 preguntas que reflejan la percepción de la situación económica actual, tanto de sus empresas como del país, en relación con aquella del pasado y aquella del futuro (periodo de 12 meses).

Al revisar los resultados por sectores se puede observar que, en el mes de mayo, la confianza de los empresarios disminuyó en 4 de los 5 sectores por segundo mes consecutivo, siendo el valor más bajo aquel del sector construcción – con un valor de 48.1 – y el de servicios el único que presenta un aumento positivo (1pp) (Ver Gráfico 14).

Esto último es importante resaltarlo. Que el sector de servicios sea el que más aumenta en términos de confianza va en línea con los resultados de los indicadores líderes de la economía. Ese sector fue el que presentó mayores aumentos en el mes de abril, y el que más aportó al crecimiento de la economía en ese mes<sup>1</sup>. En ese orden de ideas, podríamos decir que los resultados en la economía ya se comienzan a reflejar en la confianza de las empresas, lo que, de continuar así, consolidaría la senda de recuperación y permitiría que esta sea sostenible y que se alcancen niveles de pre-pandemia desde antes de lo esperado.

Ahora bien, el resto de sectores no han seguido esa tendencia. Si bien es cierto que el sector servicios fue el que mejores resultados obtuvo en los indicadores líderes, el resto de sectores también creció, pero la confianza en las empresas que se dedican a estas actividades diferentes a servicios decreció

**Gráfico 14. Indicador de confianza empresarial por sectores (% a mayo de 2021)**



Fuente: cálculos ANIF con base en DANE.

<sup>1</sup> Ver ANIF - Comentario Económico del Día del 30 de junio de 2021. “El repunte de los indicadores líderes en abril y un ajuste en las proyecciones de crecimiento”,

durante segundo mes consecutivo. En línea con lo que sucede con los consumidores, ese es un problema al que se le debe prestar atención, ya que el crecimiento económico es sostenible en el tiempo si consumidores y empresas tienen la confianza en que seguirá en esa línea. De lo contrario podría llegar a revertirse la tendencia y estancar la recuperación. Es importante entonces asegurar que la reapertura de sectores sea permanente, que se mantenga la velocidad con la que ha avanzado el Plan Nacional de Vacunación y se evite a toda costa medidas restrictivas y bloqueos, los cuales son los causantes principales de esta pérdida generalizada de confianza en la economía durante los meses de abril y mayo.

## Conclusiones

En el mes de mayo las expectativas y percepciones tanto de los hogares como de las empresas sobre su situación económica particular – y aquella del país en general – cayeron. La afectación es mayor para los consumidores, especialmente para aquellos con menores ingresos y para las mujeres, lo que va en línea con los resultados en materia de mercado laboral y pobreza, en donde estos grupos son también los más afectados. Para las empresas, a pesar de haber presentado una disminución en la confianza, esta fue muy leve y no afecta el aumento de confianza general que se ha venido dando durante este 2021 si se compara con los bajos resultados de 2020. A su vez, los resultados del Pulso Empresarial comienzan a reflejar los resultados de los indicadores líderes al mostrar un aumento de confianza en las empresas

del sector servicios, el cual fue el que más aportó al crecimiento de la economía en el mes de abril.

La pérdida generalizada de confianza, tanto para consumidores como para empresas, está relacionada con las manifestaciones y bloqueos que se dieron en el marco del paro nacional que inició en los últimos días de abril y se mantuvo hasta mediados de junio. Adicionalmente, el aumento en la tasa de contagios y los rezagos de las medidas restrictivas a la movilidad y el comercio que se presentaron en abril pasaron la cuenta y golpearon la perspectiva de las personas de que la situación económica puede mejorar en el corto plazo.

Como lo señalamos a lo largo del documento, es importante alinear los resultados de la economía con la confianza de consumidores y empresas para que estos resultados se mantengan en el tiempo. Para esto es importante que se establezcan bases sólidas de estabilidad en el corto y mediano plazo, empezando por sacar adelante una reforma que permita sostener las necesidades fiscales en el corto plazo y generar nuevas fuentes de ingresos, ojalá permanentes. Además, se debe seguir avanzando con el Plan Nacional de Vacunación y trabajar para una reapertura total de todos los sectores de la economía que permita acelerar la generación de empleo e ingresos en el país. Lo anterior va de la mano con evitar que se den obstáculos para la reactivación, como lo son bloqueos en vías principales y medidas restrictivas. Eso es de vital importancia para la totalidad de la economía y de la población, pero particularmente para las personas de menores ingresos y para las mujeres, los cuales son los grupos más afectados por la contingencia y a quienes más beneficiaría un aumento generalizado en la confianza.

### 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.  
Antonia Robayo I.