

MICROECONOMIC OUTLOOK

Julio 2021



ÍNDICE DE CONTENIDO

1. [Introducción](#)
2. [Entorno Nacional](#)
3. [Entorno Internacional](#)
4. [Movilidad y vacunación](#)
5. [Desempleo](#)
6. [Confianza del consumidor](#)
7. [Ingresos](#)
8. [Dinámica de la inflación](#)
9. [Dinámica de las canastas de consumo](#)
10. [Gasto de los hogares en las ciudades principales](#)
11. [Hábitos de compra](#)

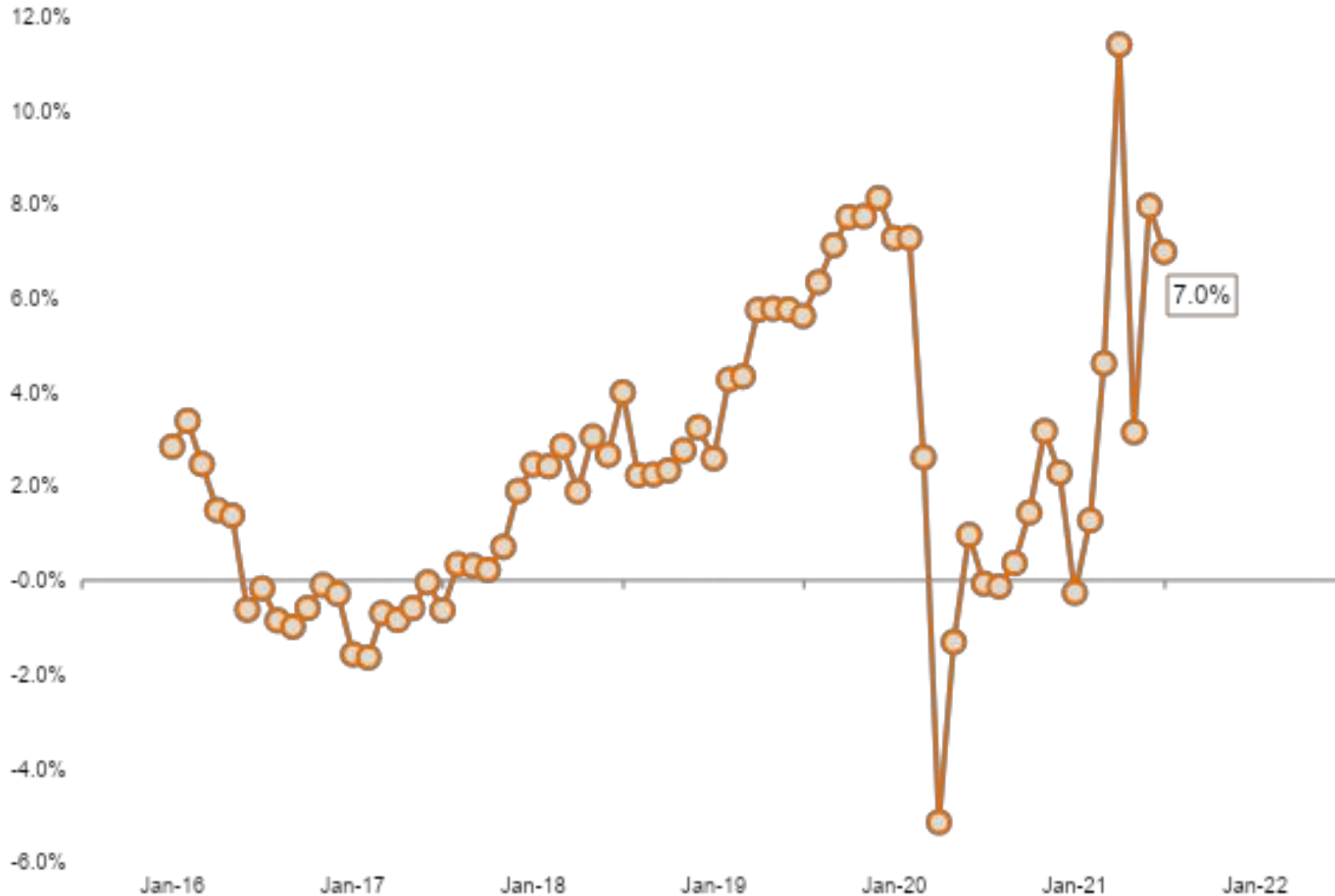
**LO POSITIVO QUE
APORTÓ AL GASTO:**

- Avanza la vacunación en el país superando los 30 millones de dosis aplicadas, gracias a la apertura de varios grupos de edades, en donde los jóvenes han sido los de mayor participación en el proceso de inmunidad que adelanta el gobierno.
- Con la reducción de casos, muertes y ocupación de camas Uci por covid-19, que se viene presentando en el país, volvió el fútbol, los conciertos y la vida cultural con protocolos de bioseguridad y hasta 50% de aforo.
- Periodo vacacional de mitad de año, acompañado de promociones que incentivan la compra de bienes durables y un mayor gasto en actividades fuera del hogar.
- La tasa de desempleo en algunas ciudades se acerca a la dinámica que se tenía previo a la pandemia, mejorando el panorama de ocupados.

**LO NEGATIVO QUE
APORTÓ AL GASTO:**

- La inflación mensual continúa aumentando, presentando una variación que presenta tres veces el promedio de la inflación mensual para el periodo 2016-202. Esta situación genera una pérdida en el poder adquisitivo de los hogares. Adicionalmente la inflación anual se sitúa cerca del 4%, tocando el techo establecido por el Banco de la República.
- La canasta de alimentos continua con precios altos, afectando los hogares más vulnerables.
- Pese a que iniciaron las clases presenciales, varias ciudades y departamentos tomaron medidas jurídicas para suspender la presencialidad por el temor al contagio.
- Durante las ultimas semanas, el aumento del dólar ha preocupado a los hogares colombianos pues este tiene una participación importante en el caso de los bienes importados, los cuales podrían encarecerse.
- Tras una desaceleración de los casos de Covid-19 en el país, la variante delta ha llegado al territorio nacional, generando cierta incertidumbre debido a su alto nivel de contagio.

Crecimiento anual del gasto real



En Julio los hogares en Colombia gastaron un total de:

78,42
Billones de pesos

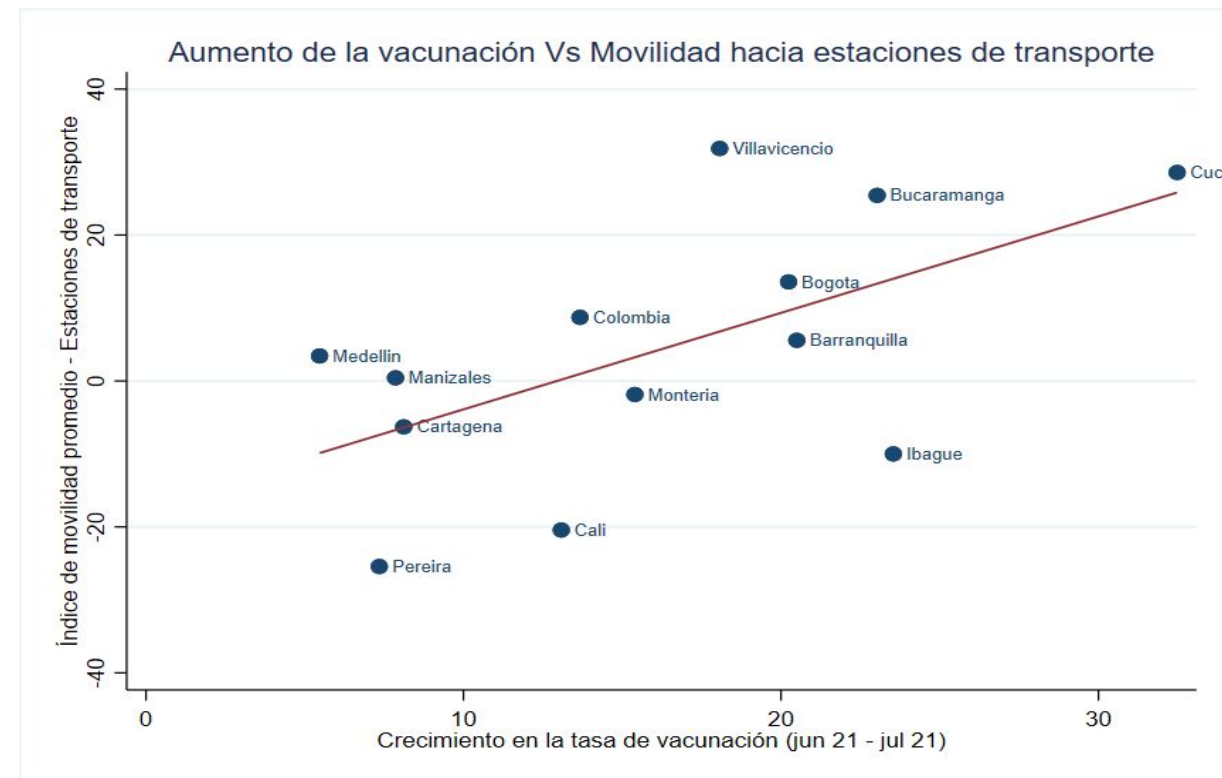
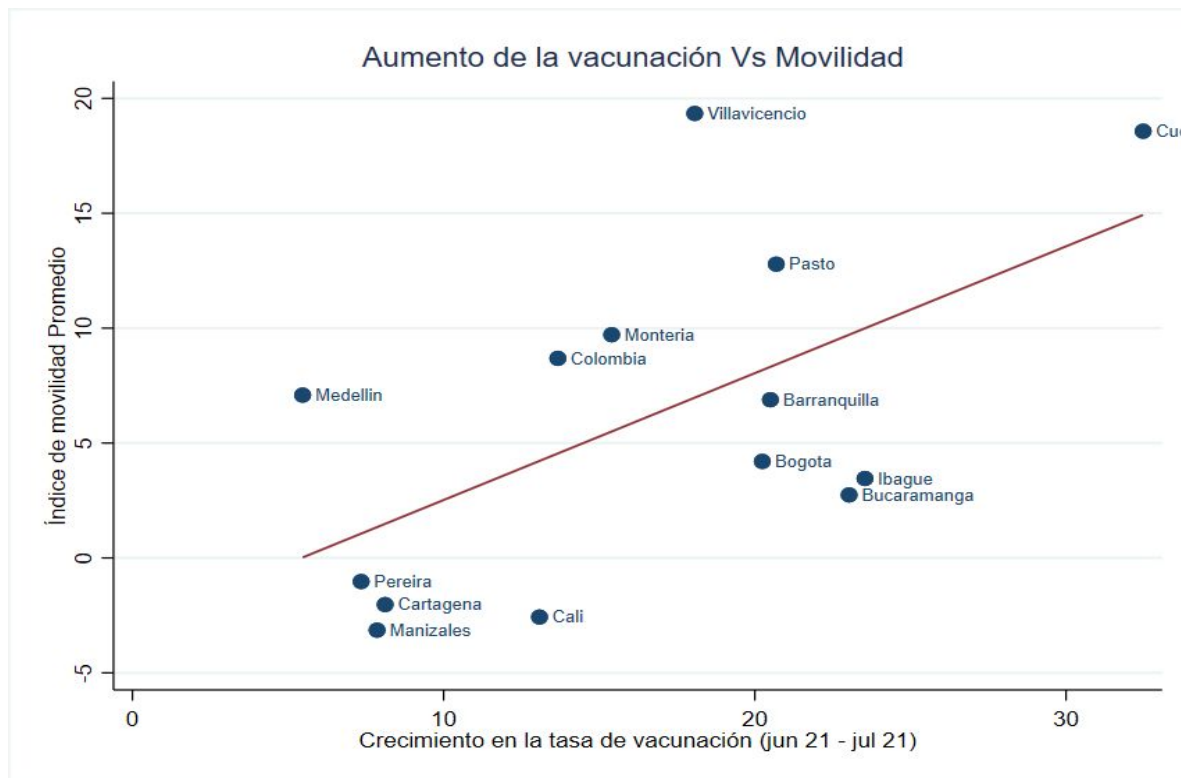
Esto representa una variación en términos corrientes del:

11,2%

Y en términos reales del:

7,0%

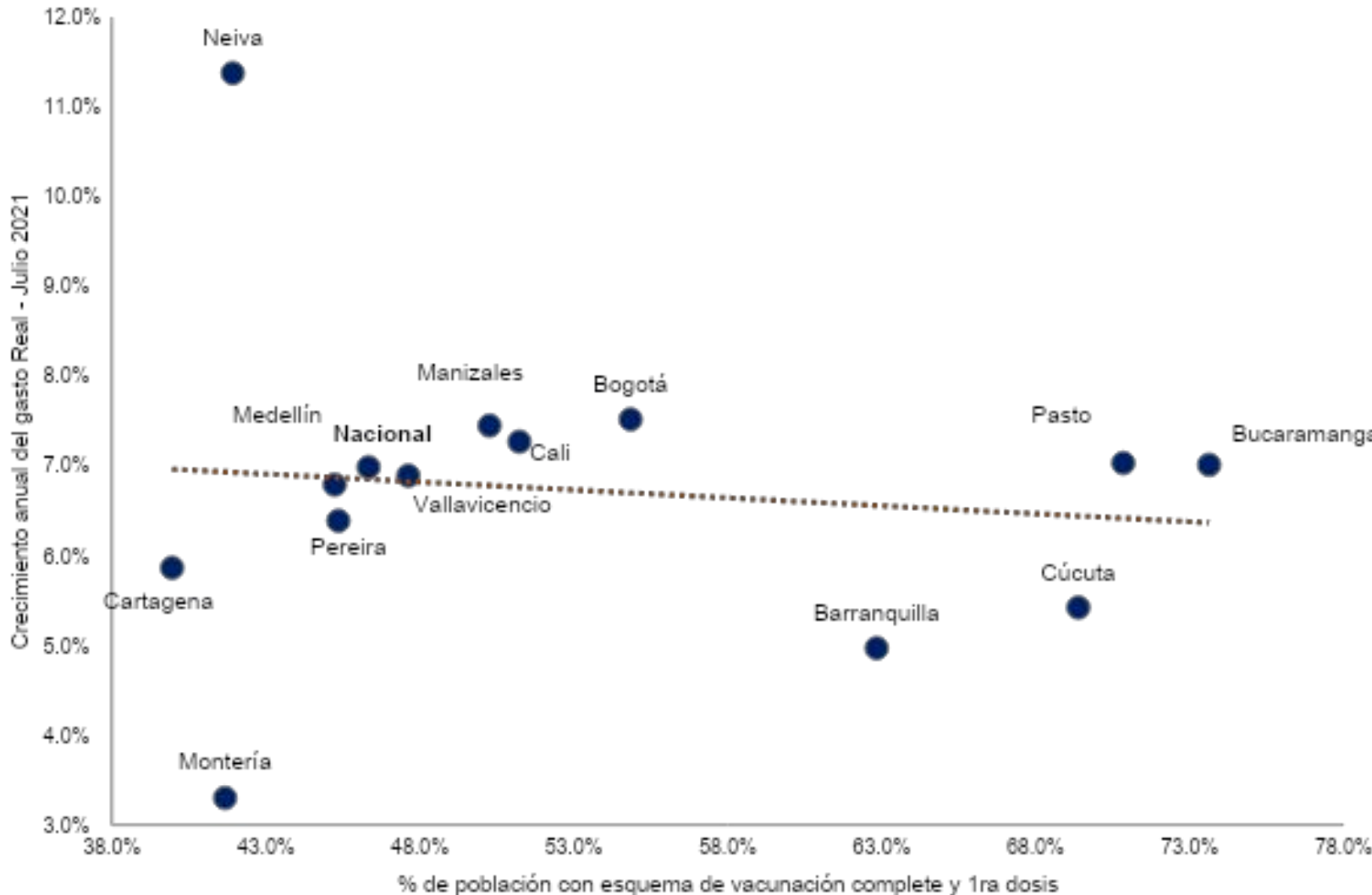
¿Incentiva la vacunación la movilidad en las ciudades principales del país?



Ahora bien, en ciudades como Pereira, Cartagena, Manizales y Cali, donde el crecimiento de la tasa de vacunación es más bajo también hay un menor índice de movilidad, esto sumado a que tienen bajos porcentajes de personas priorizadas vacunadas. Mientras tanto, ciudades como Pasto, Montería y Villavicencio presentan altos niveles de movilidad promedio, así como mayores crecimientos en la tasa de vacunación. La ciudad de Cúcuta es un caso particular, puesto que es la que presenta el mayor crecimiento en la tasa de vacunación junto al segundo índice de movilidad más alto, lo cual podría estar relacionado con el alto flujo de migrantes venezolanos que hay en esta zona. Adicionalmente, se encuentran mejores índices en la movilidad hacia estaciones de transporte, especialmente en las ciudades más pobladas y con más medios de transporte como Medellín, Bogotá y Bucaramanga.

¿Esta teniendo la vacunación algún efecto dentro del crecimiento del gasto de los hogares?

Crecimiento anual del gasto real vs % de personas con esquema de vacunación completo y 1ra dosis



Sin embargo, pese al avance en la vacunación y su efecto en la movilidad en algunas ciudades, el 54% de las ciudades observadas registran un crecimiento del gasto real por encima del promedio nacional; 2 de estas ciudades son principales representando en conjunto el 14% del gasto de los hogares al mes de julio.

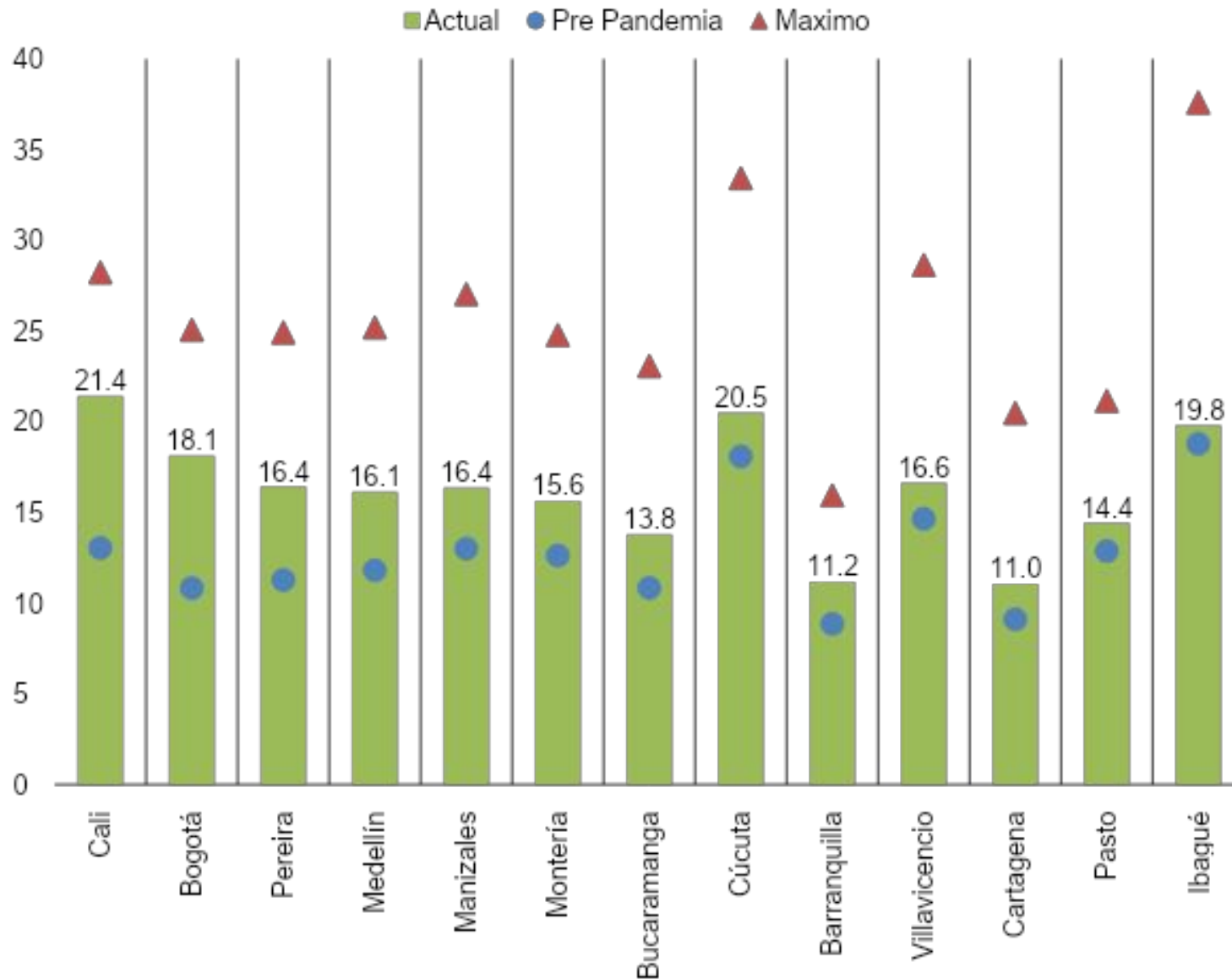


Ciudades como Bogotá, Manizales, Pasto, Bucaramanga y Cali registran un crecimiento del gasto real y un mayor porcentaje de población vacunada que el promedio nacional, esto representa el 38% del total de ciudades observadas.



Si bien se esperaría que a mayor nivel de vacunación se dé un mayor crecimiento en el gasto de los hogares, hasta el momento esta relación no necesariamente se llevaría. Otras variables como el empleo, la confianza, el nivel de los precios pueden ser más determinantes para la recuperación del gasto de los hogares.

Tasa de desempleo de las principales ciudades del país



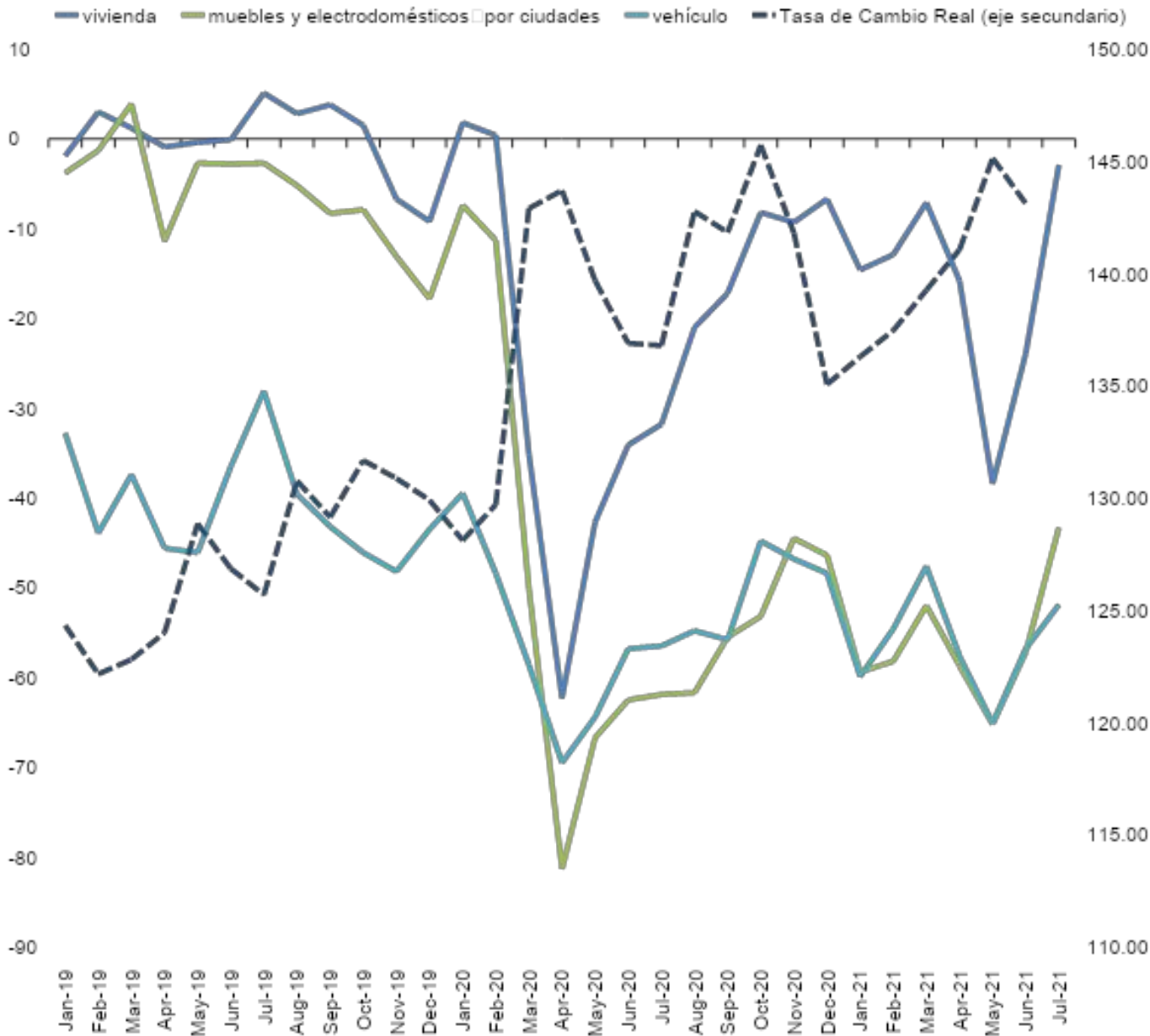
Tasa de desempleo ¿Qué tan lejos estamos de la pre pandemia?

De esta manera, en cuanto al nivel de desempleo en el país, se evidencia que la mayoría de las ciudades tiene para julio de 2021 una tasa de desempleo relativamente cercana a lo que se tenía antes de la pandemia, siendo Ibagué la más cercana, y la que mostró la tasa más alta.

No obstante, las ciudades como Cali, Bogotá, Pereira y Medellín aún están bastante alejadas del nivel prepandemia, como consecuencia no sólo de los aislamientos que generaron cierres en los comercios, pérdidas en las empresas y desempleo, sino también probablemente por los nuevos cierres a comercios e industria ocasionados por el paro nacional y las manifestaciones.

Adicionalmente, las ciudades con la tasa más alta de desempleo son Cali y Cúcuta, la primera que se en el marco del paro nacional desde finales de abril hasta junio, y la segunda, afectada especialmente por la migración venezolana dada su cercanía con la frontera.

Dinámica de la disposición a comprar

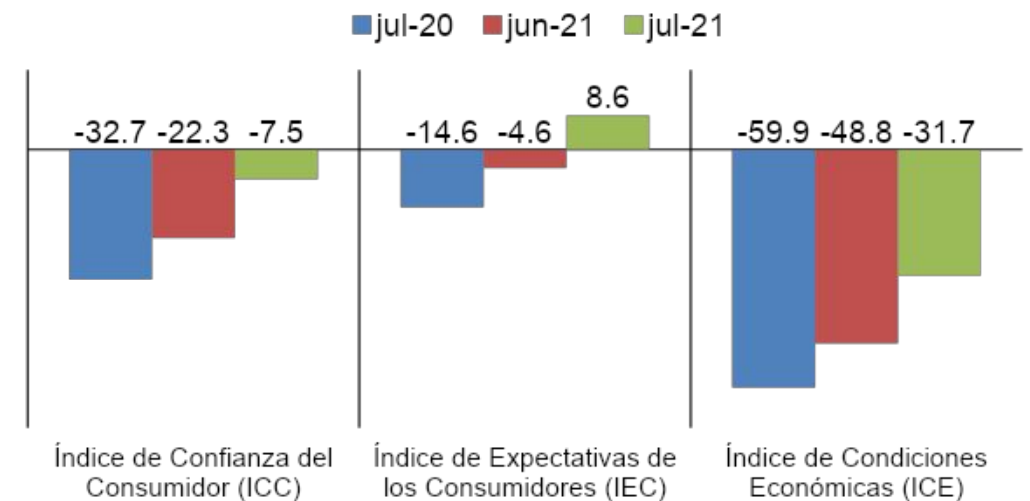


Confianza de los consumidores

La confianza de los consumidores mostró un importante repunte y alcanzó el nivel más alto desde el inicio de la pandemia. Este incremento se debe principalmente a las mejores expectativas que tienen los consumidores respecto al futuro. Sin embargo, los consumidores aún se muestran pesimistas con respecto a sus condiciones actuales.

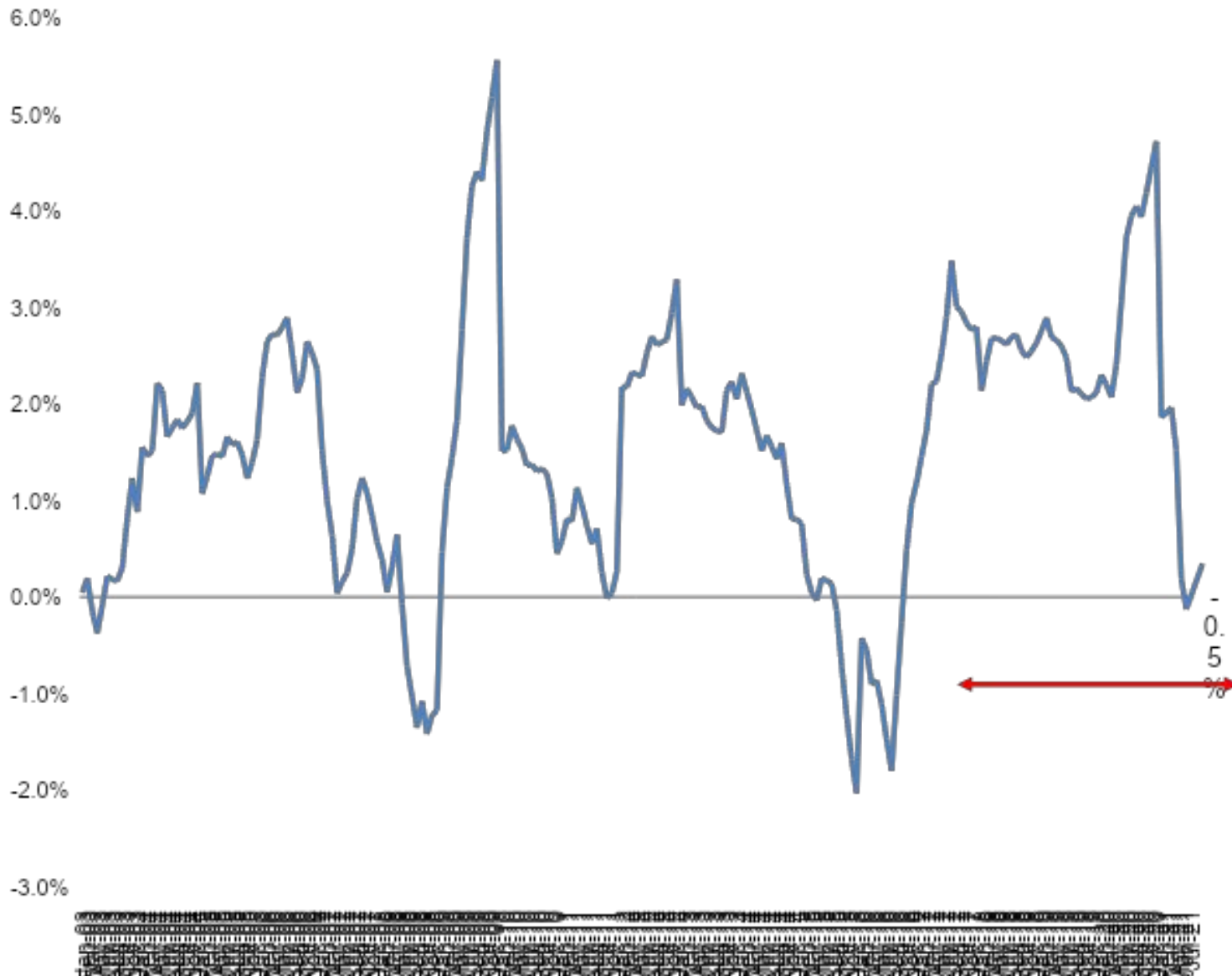
Por otro lado, la disposición a compra vivienda muestra la mejor dinámica, lo cual se evidencia en el crecimiento de compra de vivienda nueva en el país. Por otro lado, la disposición a comprar bienes durables y vehículos continúa en niveles bajos y podría verse afectada por el incremento del precio del dólar.

Dinámica de la confianza de los consumidores



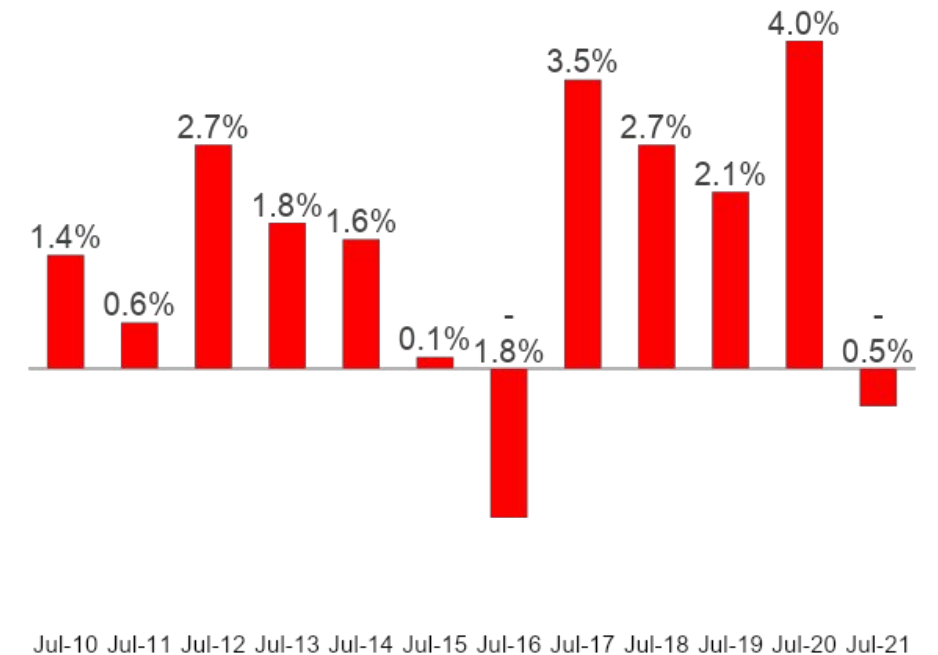
El SMLR en Colombia sigue decreciendo

Variación del SMLVR

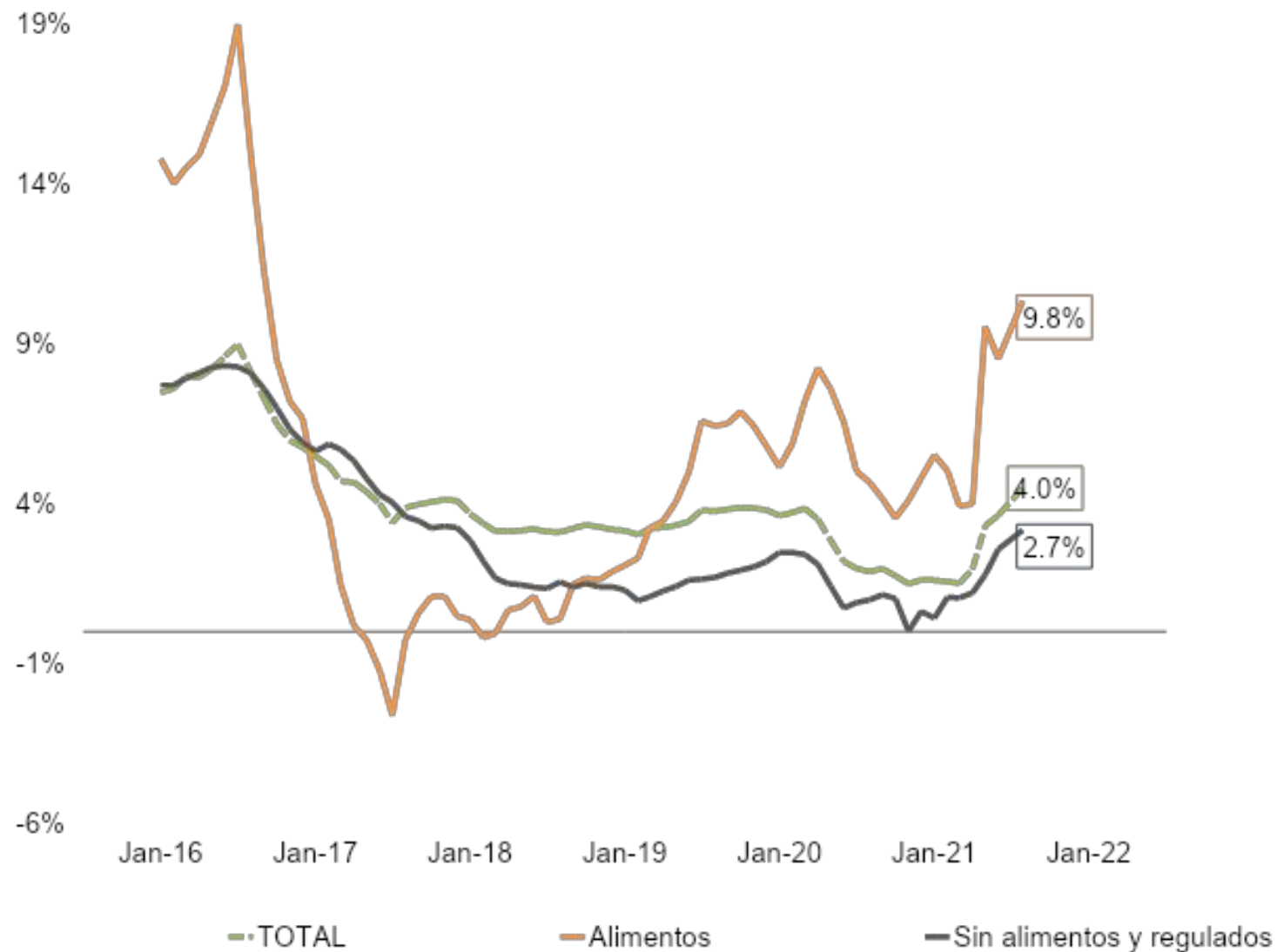


Pese al aumento en la movilidad, los hogares se enfrentan a otro reto. El gasto de los hogares colombianos en julio de 2021 creció 7,0%, que es una cifra que ya está afectada por los datos negativos del 2020, y con una inflación anual del 4%, tasa que supera el aumento del salario mínimo, causando un decrecimiento anual de la capacidad de compra del SMLVR (Salario Mínimos Legal Vigente Real) de -0,5%, lo que afecta principalmente a la población de bajos ingresos, que también viene siendo impactada por el aumento de los precios de los alimentos. **El SMLVR anual no decrecía desde septiembre de 2016.**

Crecimiento historico del SLMRV en julio



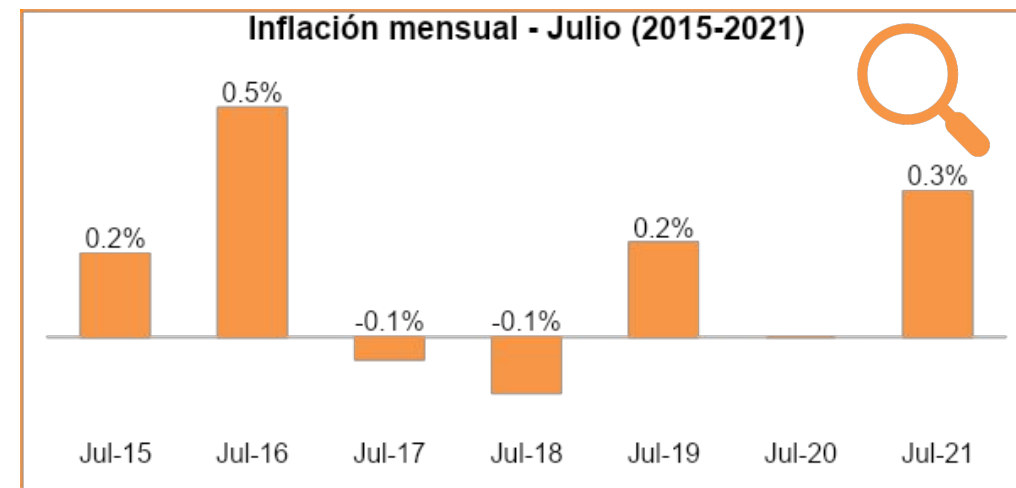
Inflación anual según tipo



Dinámica anual de la inflación

Los precios continúan presionando al alza, ubicándose durante julio de 2021 en 4,0%, cifra lejana de los pronósticos que tenían los analistas. Esta situación aún se ve jalonada por la inflación de alimentos, la cual presenta un alza significativa, afectando el poder adquisitivo de los hogares más vulnerables.

El comportamiento de la inflación mensual sorprendió un poco más, pues desde julio de 2016, no se evidenciaba un aumento en los precios mensuales tan fuerte, el cual representa tres veces el promedio de la inflación mensual para el periodo 2016-2020. Esta situación también se ve afectada por el continuo aumento del precio del dólar, encareciendo gran cantidad de productos importados y que pesan significativamente dentro del gasto de los hogares.



Dinámica de las canastas de consumo – Julio 2021



***29,13%**

Alimentos
22,84 billones de pesos
Variación real: **-0,79%**


***8,16%**

Bienestar
6,39 Billones de pesos
Variación real: **-3,52%**




***26,59%**

Vivienda
20,85 Billones de pesos
Variación real: **9,75%**




***5,98%**

Comidas fuera del hogar
5,98 billones de pesos
Variación real: **12,40%**




***3,41%**

Moda
2,67 billones de pesos
Variación real: **30,7%**



***5,17%**

Educación
4,05 billones de pesos
Variación real: **19,27%**



***15,18%**

Transporte y comunicaciones
11,90 Billones de pesos
Variación real: **6,84%**



***5,70%**

Entretenimiento
4,47 billones de pesos
Variación real: **10,33%**



***0,67%**

Electro
528 Mil Millones de pesos
Variación real: **21,41%**



*Pocket Share de cada canasta

Gasto de los hogares en las ciudades principales

BOGOTÁ 7,52%

El gasto de la ciudad fue de 28,8 billones de pesos.
El gasto per cápita sumo 3,32 millones de pesos

CALI 7,27%

El gasto de la ciudad fue de 5,8 billones de pesos.
El gasto per cápita fue de 2,0 Millones de pesos

BUCARAMANGA 7,01%

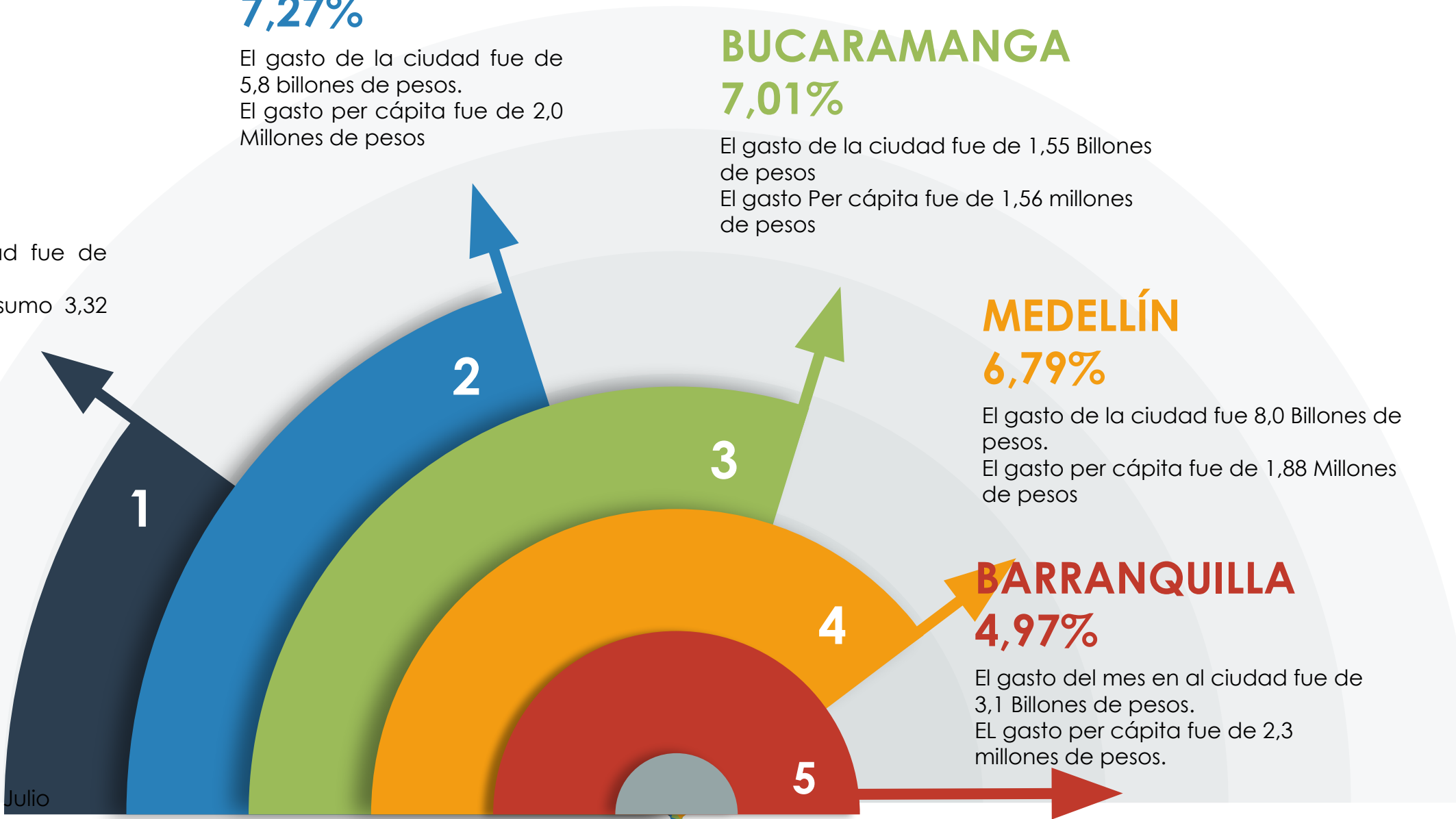
El gasto de la ciudad fue de 1,55 Billones de pesos
El gasto Per cápita fue de 1,56 millones de pesos

MEDELLÍN 6,79%

El gasto de la ciudad fue 8,0 Billones de pesos.
El gasto per cápita fue de 1,88 Millones de pesos

BARRANQUILLA 4,97%

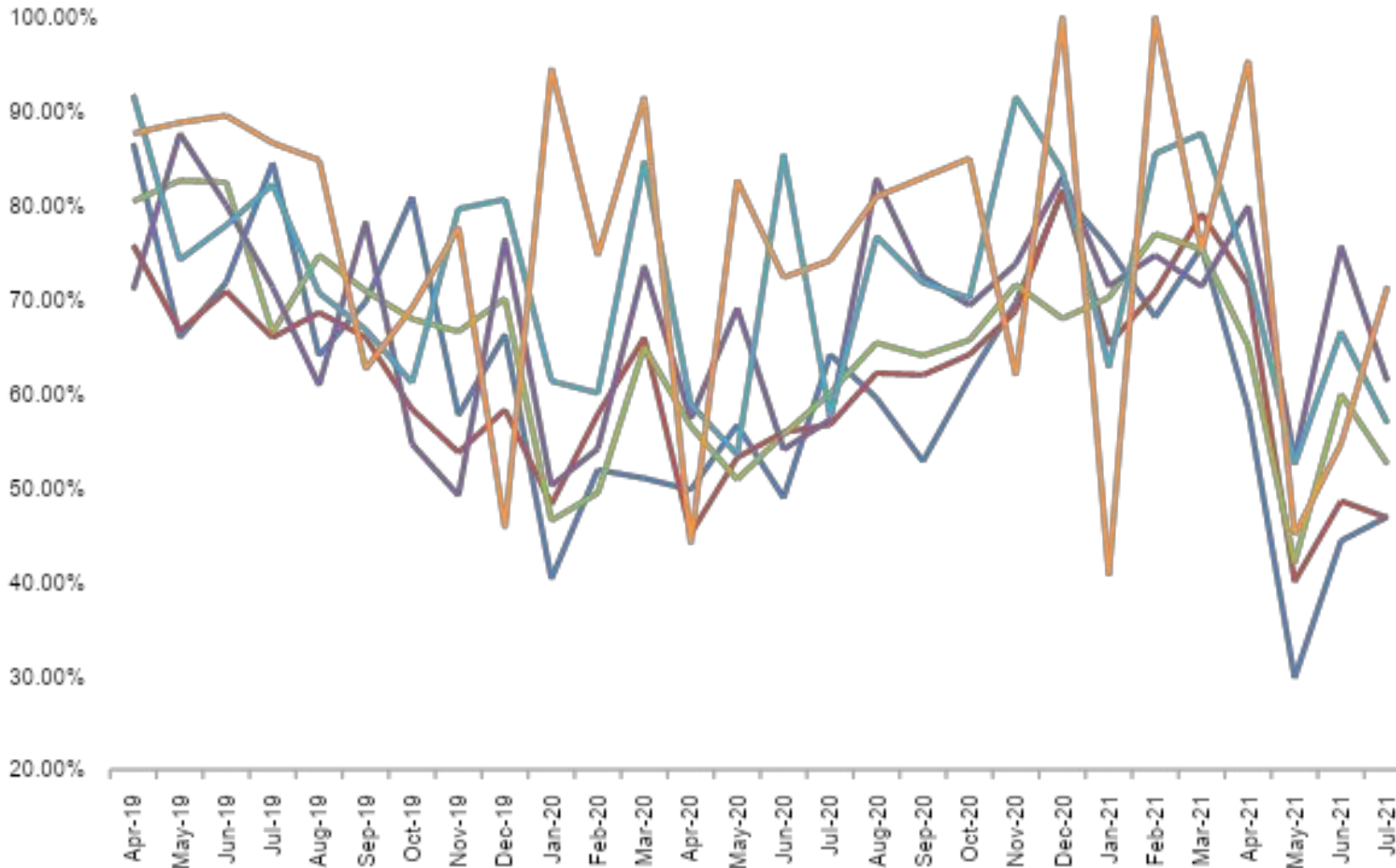
El gasto del mes en al ciudad fue de 3,1 Billones de pesos.
EL gasto per cápita fue de 2,3 millones de pesos.



Percepción de compra de los hogares durante el mes de julio

Percepción de compra según estratos
 rta/: compró más o igual cosas que el mes pasado

— NSE 1 — NSE 2 — NSE 3 — NSE 4 — NSE 5 — NSE 6



Este mes de julio si bien el pago de la prima nos pudo llevar a pensar que la economía de los hogares se podría reactivar, según la autodeclaración de estos la tendencia a comprar más cosas disminuyó con respecto al mes de junio. Sin embargo, esta situación está más acentuada en los estratos más bajos, para quienes ha sido más difícil recuperarse del freno económico a raíz de la pandemia.

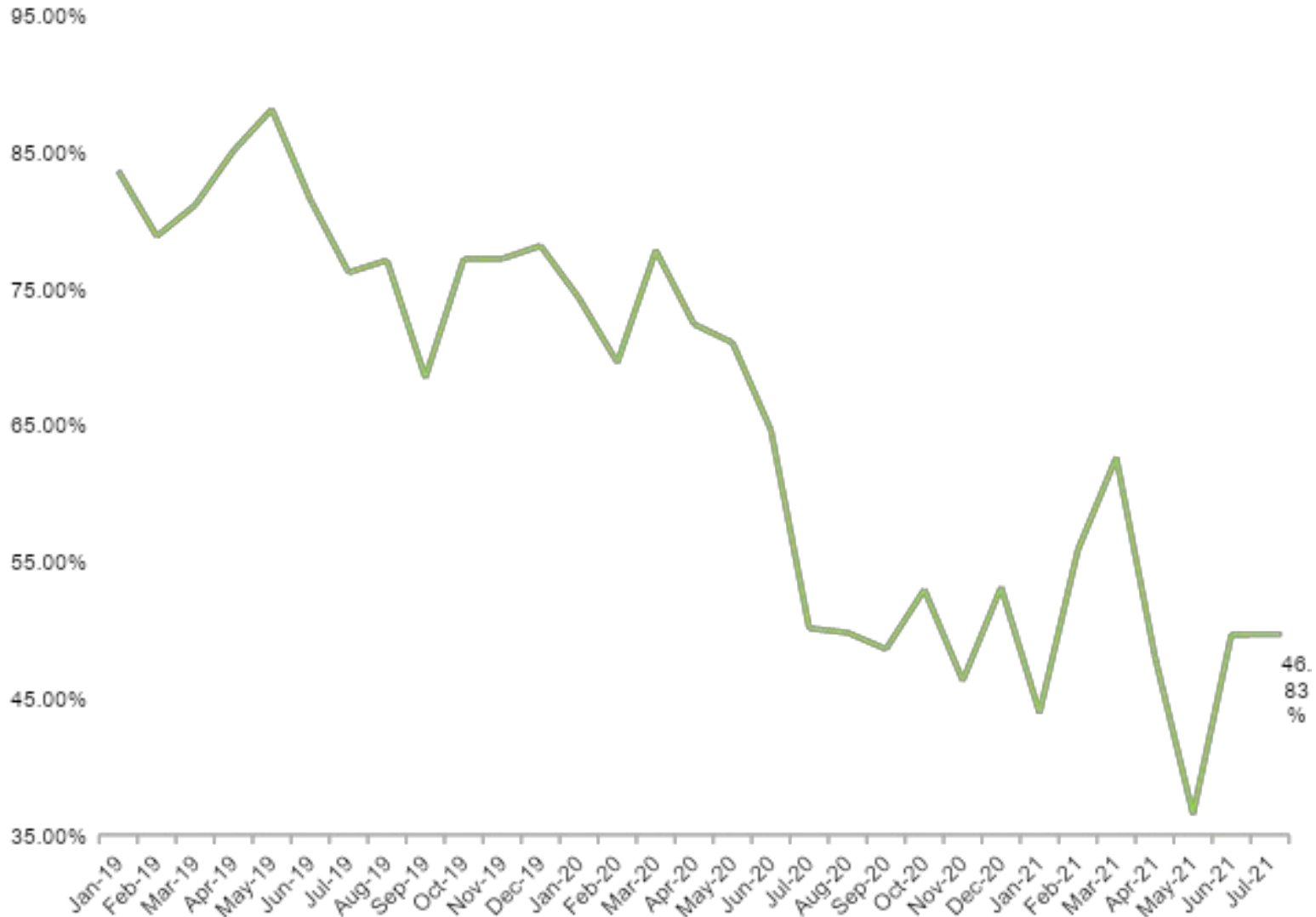
Los hogares en el estrato más alto fueron los únicos que declararon haber comprado más cosas que el mes anterior.

La tendencia de la percepción de compra puede estar dejando en evidencia que, si bien hay una recuperación de empleos con respecto al año anterior, las condiciones de los contratos pudieron cambiar, dejando así mucho más reducido el porcentaje de los hogares que recibe la prima.

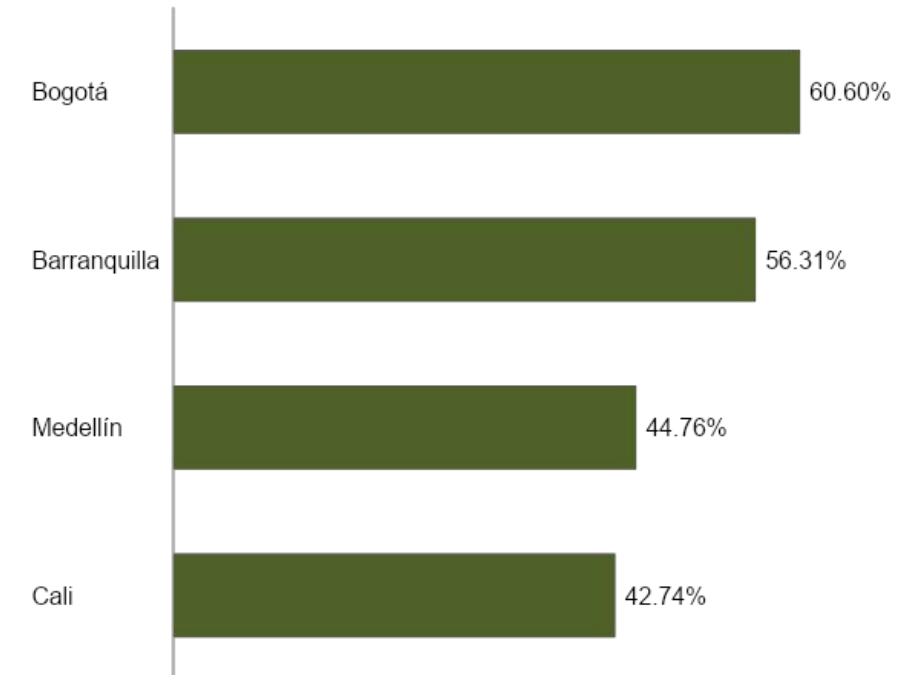
Fuente: Consumertrack

¿Volvimos a las calles?

¿Los hogares han visitado un centro comercial en el último mes?



Porcentaje de hogares que van a centros comerciales



Así mismo la reactivación se ha podido ver en los centros comerciales, los cuales hemos empezado a ver con más aforo del que veíamos en tiempos de restricciones de movilidad.

Sin embargo, luego del mes de marzo donde hubo una mayor tendencia a ir, ese comportamiento ha empezado a caer, lo que posiblemente se deba a que hoy por hoy al ser los centros comerciales puntos de vacunación, pueden algunos hogares tener temor de ir a estos.

A manera de resumen...

- El gasto de los hogares colombianos en julio de 2021 creció en términos reales en 7,0%, cifra que ya está afectada por los datos negativos del 2020, pero es el tercer crecimiento más importante del año en volúmenes.
- Entre vacunación y reaperturas, se recupera el gasto de los hogares en todas las ciudades, esto en línea con el calendario de vacunación, la jornada de promociones, la temporada vacacional y el mayor efecto de la prima durante el séptimo mes del año. No obstante, tenga en cuenta otros factores como la recuperación del mercado laboral, el aumento de los precios en los alimentos y la devaluación del peso colombiano.
- La inflación de 3,97% es desfavorable ya que continúa creciendo por encima de la variación del salario mínimo, afectando el poder adquisitivo de los hogares. Adicionalmente, está aún se ve jalonada por alimentos, la cual tiene no solo un efecto local, sino también internacional ante los aumentos de precios en materias primas e insumos agrícolas.
- La llegada de la variante delta al país preocupa a la población, pues esta podría entre septiembre y octubre volverse la variante dominante, teniendo en cuenta su nivel de contagio.
- La mayor movilidad ha generado un impulso en el gasto en comidas por fuera del hogar, ya que los hogares han empezado a salir más y con ello visitar restaurantes después de más de un año de la llegada del virus.



¡VISÍTANOS!



GRACIAS

Julio-2021



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



<https://www.linkedin.com/company/raddar-ckg/mycompany/>