

<https://www.portafolio.co/opinion/francisco-miranda-hamburger/un-bache-en-la-confianza-brujula-francisco-miranda-548955>

Portafolio.co. 8 de febrero, 2021

BRÚJULA

Un bache en la confianza

Las percepciones de los consumidores son un insumo clave en el necesario camino de la reactivación de la economía en 2021.



Francisco Miranda Hamburger

Director de Portafolio

POR: FRANCISCO MIRANDA HAMBURGER - FEBRERO 08 DE 2021

Ayer Fedesarrollo publicó su índice de confianza del consumidor correspondiente al pasado mes de enero. El indicador registró un -20,8 por ciento y cayó por primera vez en ocho meses. En comparación con diciembre pasado, la confianza de los hogares disminuyó en todos los niveles socioeconómicos y en las cinco grandes capitales de la medición.

No genera sorpresa que los consumidores hayan reaccionado negativamente a la serie de restricciones y cuarentenas que el país implementó en enero para enfrentar el segundo pico de contagios. Tanto las expectativas de los hogares frente a la situación de la economía como las condiciones económicas de los mismos se deterioraron y generaron este bache en la confianza.

Las percepciones de los consumidores son un insumo clave en el necesario camino de la reactivación de la economía en 2021. De hecho, este indicador venía experimentando una tendencia positiva en sintonía con las reaperturas y el retorno a las actividades económicas dentro de la ‘nueva normalidad’.

Los confinamientos y la falta de claridad de la vacunación durante el mes pasado -esa cuesta “abajo” de enero- tuvieron un fuerte impacto en el optimismo frente a la salud y a la economía con el que los colombianos terminaron el 2020.

Como este quiebre de tendencia se debió a las cuarentenas, es muy probable que el levantamiento de los cierres y las medidas restrictivas mejore las percepciones de los hogares colombianos en febrero. No obstante, este bache ratifica no solo la fragilidad de las percepciones sobre la reactivación, sino también el grado de impacto de la incertidumbre sanitaria y económica sobre la confianza. A la reactivación hay que cuidarla.