

Divulgación prohibida hasta las 10:00 (Bogotá) (15:00 UTC) del 1 de septiembre de 2022

ÍNDICE DAVIVIENDA DE GESTIÓN DE COMPRAS (PMI™) DEL SECTOR INDUSTRIAL COLOMBIANO

El sector industrial se recuperó en agosto luego de la contracción observada en julio.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

El PMI superó la marca de invariabilidad de los 50,0 puntos

Tanto producción como los nuevos negocios volvieron a crecer

La inflación de los costos se moderó, aunque los precios subieron a un ritmo más pronunciado

Los datos de agosto señalaron una renovada mejoría de las condiciones operativas del sector industrial colombiano después de haberse debilitado en julio por primera vez en 13 meses. Tanto los nuevos pedidos como la producción volvieron a crecer a mediados del tercer trimestre, y las contrataciones se reanudaron. A pesar de moderarse con respecto al mes anterior, la tasa de inflación de los costos de los insumos permaneció en niveles elevados y propició el repunte más sólido de los precios de la producción desde mayo. Aunque las intensas presiones de los precios frenaron los niveles de compras, la recepción de las materias primas compradas con anterioridad propició un nuevo incremento de los inventarios de insumos.

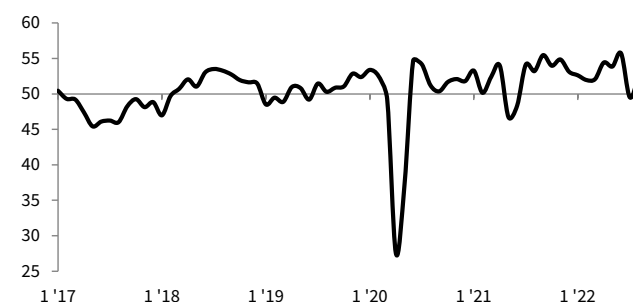
El Índice de Gestión de Compras (PMI™) del sector industrial colombiano de Davivienda, ajustado por factores estacionales, se recuperó desde los 49,5 puntos de julio hasta los 52,4 de agosto y señaló, en general, un retorno al crecimiento moderado. En cualquier caso, la cifra principal superó el promedio calculado a largo plazo, fijado hasta la fecha en 51,0 puntos. Adicionalmente, el PMI contó con el impulso del renovado incremento de los nuevos pedidos, la producción y el empleo.

En este contexto, los industriales colombianos notificaron la recepción de nuevos trabajos en agosto, tras la breve pausa de julio. Aunque el ritmo de expansión general fue moderado en relación con el registrado en el segundo trimestre, permaneció por encima del promedio a largo plazo de la encuesta. Aquellos participantes en la encuesta que experimentaron un aumento de las ventas destacaron la mejoría de las condiciones de la demanda, la captación de nuevos clientes y la aprobación de las cotizaciones pendientes.

Animados por el aumento de los nuevos trabajos entrantes, los industriales ampliaron su producción en agosto. El aumento fue sólido en términos generales y supuso un cambio de tendencia con respecto al retroceso de julio. Aproximadamente un quinto de las

PMI Sector de la Manufactura

c.v.e., >50 = mejora desde el mes anterior



Fuentes: Davivienda, S&P Global

Los datos se recopilaban entre el 12 y el 23 de agosto de 2022.

empresas consultadas observó un crecimiento de la producción, frente al 12 %, que experimentó una reducción.

Coincidiendo con la fortaleza del USD, la escasez mundial de insumos y la guerra de Ucrania, las empresas enfrentaron un nuevo incremento mensual de los costos de los insumos en agosto. En este contexto, a pesar de que la tasa de inflación general se moderó desde el reciente máximo de julio, fue una de las más altas desde que comenzaron a recopilarse datos en abril de 2011.

Así, las empresas volvieron a trasladar a sus clientes el aumento de los costos aplicando ajustes al alza a sus precios de venta. En contraposición a la tendencia descrita por los costos de los insumos, la tasa de inflación de los precios se aceleró hasta alcanzar un máximo en tres meses en agosto.

El crecimiento de los nuevos negocios, combinado con el aumento de los requisitos de producción, propició la creación de puestos de trabajo en agosto. Después de caer en julio por primera vez en 13 meses, el empleo creció a un ritmo superior al promedio.

De esta forma, los industriales indicaron una falta general de presión sobre su capacidad operativa a mediados del tercer trimestre, lo que quedó patente en el nuevo descenso del volumen de negocios pendientes. A pesar de ello, el ritmo de la reducción fue moderado y similar al registrado en julio.

Como resultado del incremento de los costos de los insumos, los problemas de abastecimiento de materias primas y los niveles de inventarios suficientes, las empresas redujeron sus compras de insumos en agosto. Esta caída fue la segunda mensual consecutiva, si bien el ritmo de contracción se moderó con respecto al registrado en julio y fue leve en términos generales.

Por último, las existencias de insumos volvieron a aumentar, lo que se vinculó con las iniciativas anteriores encaminadas a evitar el desabastecimiento y cumplir con los requisitos de los pedidos.

COMENTARIO

Con respecto a la encuesta del PMI Manufacturero colombiano, Andrés Langebaek Rueda, Director Ejecutivo de Estudios Económicos, Grupo Bolívar, de Davivienda, afirmó:

“La evidencia que proviene del PMI y la del indicador de confianza del consumidor que calculamos en Davivienda, sugieren que después de la caída en julio la demanda ha vuelto a tomar impulso. Si bien esta recuperación es una buena noticia, es probable que las autoridades monetarias consideren que esta situación los obliga a persistir en su empeño de reducir el exceso de demanda que se ha venido observando en la economía en los últimos meses. En estas condiciones un ajuste entre 100 y 150 puntos básicos en la tasa de intervención para la próxima reunión decisoria de la junta pasa a ser el escenario más realista.”

CONTACTO

Davivienda

Andrés Langebaek Rueda
Director Ejecutivo de Estudios Económicos, Grupo Bolívar
Tel (571) 3300000 ext 59100
alangebaek@davivienda.com

María Mercedes Marquez
Gerente de Relaciones Públicas
Tel (571) 3300000 ext 55507
mmarquez@davivienda.com

S&P Global Market Intelligence

Pollyanna De Lima
Directora Económica Asociada
+44 1491 461 075
pollyanna.delima@spglobal.com

Katherine Smith
Comunicaciones corporativas
+1 781 301 9311
katherine.smith@spglobal.com

Metodología

El índice PMI™ en Colombia de Davivienda está elaborado por S&P Global a partir de las respuestas a los cuestionarios remitidos a los ejecutivos de compras de aproximadamente 350 empresas del sector industrial. El panel se estratifica por sectores específicos y tamaño de las plantillas de las empresas, con base en las contribuciones al PIB.

Las respuestas de la encuesta se recopilan durante la segunda mitad de cada mes e indican la dirección del cambio en relación con el mes anterior. Para cada variable de la encuesta, se calcula un índice de difusión, que refleja la suma del porcentaje de las respuestas "más altas" más la mitad de las respuestas "invariables". Los índices varían entre los niveles 0 y 100, siendo las lecturas superiores a 50 indicativas de un incremento general con respecto al mes anterior, mientras que las lecturas inferiores a 50 reflejan un descenso general. A continuación, los índices se ajustan para reflejar las variaciones estacionales.

La cifra principal es el Índice de Gestión de Compras (Purchasing Managers' Index™, PMI). El PMI constituye un promedio ponderado de los siguientes cinco índices: nuevos pedidos (30 %), producción (25 %), empleo (20 %), plazos de entrega de proveedores (15 %) e inventarios de insumos (10 %). A efectos del cálculo del PMI, el índice de plazos de entrega de proveedores se invierte para que su dirección sea comparable a la del resto de índices.

Los datos de la encuesta subyacente no se revisan después de su publicación, aunque sí es posible que se revisen los factores estacionales de forma oportuna y según corresponda, lo que podría afectar a las series de datos ajustados por factores estacionales.

Los datos se recopilaron entre el 12 y el 23 de agosto de 2022.

Para obtener más información acerca de la metodología de la encuesta del PMI, póngase en contacto con: economics@ihsmarkit.com.

Acerca del PMI

Los estudios del Purchasing Managers' Index™ (PMI™) están disponibles en más de 40 países y en regiones claves, incluyendo la zona euro. Se han convertido en los estudios de negocios más consultados en el mundo y son la elección preferida de los bancos centrales, los mercados financieros y los responsables de la toma de decisiones empresariales por su capacidad de proporcionar indicadores mensuales actualizados, exactos y, a menudo únicos de las tendencias económicas. ihsmarkit.com/products/pmi.html

Aviso legal

Los derechos de propiedad intelectual de los datos incluidos en este documento son propiedad de S&P Global o cedidos bajo licencia. Queda prohibido todo uso no autorizado, incluidos pero no limitados a los siguientes: la copia, distribución, transmisión o cualquier otra forma de utilización de los datos que aparezcan en el mismo, sin el previo consentimiento de S&P Global. S&P Global no aceptará responsabilidad, deber u obligación algunos con respecto al contenido o la información (los "datos") incluidos en este documento, ni en relación con cualquier error, inexactitud, omisión o retraso en los datos, ni por ninguna acción derivada de dichos datos. S&P Global no será responsable en ningún caso de los daños o perjuicios especiales, accidentales o consecuentes que surjan de la utilización de los datos. Purchasing Managers' Index™ y PMI™ son marcas comerciales registradas de Markit Economics Limited o cedidas bajo licencia a Markit Economics Limited. IHS Markit es una marca comercial registrada de IHS Markit Ltd y/o sus filiales.

El presente Contenido ha sido publicado por S&P Global Market Intelligence y no por S&P Global Ratings, que es una división de S&P Global gestionada de forma independiente. Queda prohibida la reproducción de cualquier información, dato o material, incluidas las calificaciones (el «Contenido»), sin el consentimiento previo por escrito de la parte correspondiente. Dicha parte, sus filiales y proveedores (los «Proveedores de Contenido») no garantizan la precisión, idoneidad, integridad, puntualidad o disponibilidad del Contenido, y no aceptan responsabilidad alguna en relación con cualquier error u omisión (ya sea por negligencia o cualquier otro motivo), independientemente de la causa, ni en relación con los resultados derivados del uso de dicho Contenido. Los Proveedores de Contenido no serán responsables en ningún caso de los daños o perjuicios, costos, gastos, honorarios legales o pérdidas (incluida la pérdida de ingresos, el lucro cesante o los costos de oportunidad) derivados del uso del Contenido.