

**Findeter**   
Banca de Desarrollo Territorial

# Contexto Económico

Ed. 041 25/abr/2023

Contexto Nacional

Contexto Internacional

Información útil para entender  
los movimientos de la economía

## Inflación en Colombia estaría cerca de tocar techo

[findeter@findeter.gov.co](mailto:findeter@findeter.gov.co)

Línea nacional gratuita:

01 8000 11 66 22

[www.findeter.gov.co](http://www.findeter.gov.co)

Foto: shutterstock

# Inflación en Colombia estaría cerca de tocar techo



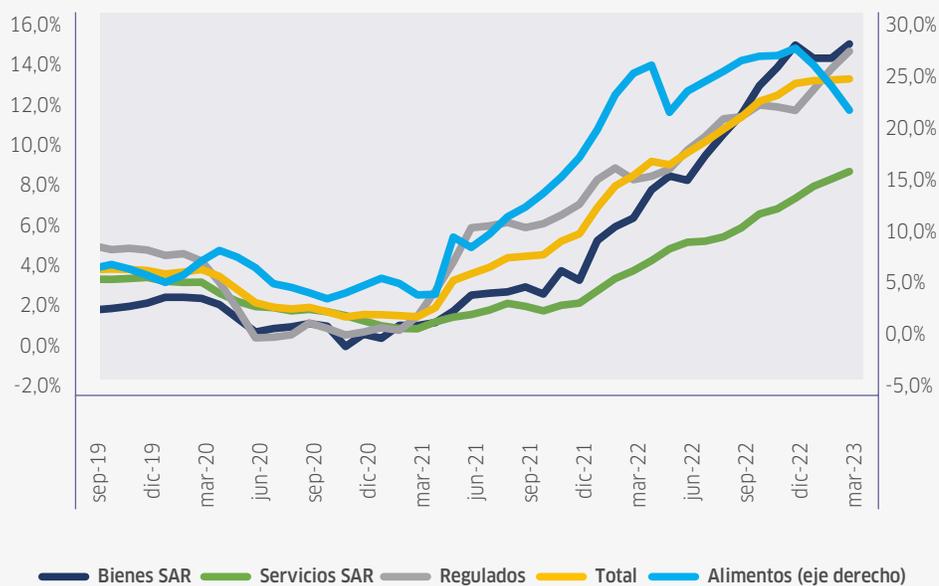
Foto: Findeter

# Contexto Nacional



La inflación mensual alcanzó el **1,05%** en marzo, cifra que llevó a que la variación anual de los precios bordeara el **13,34%**, con lo que superó el registro de febrero (**13,28%**). Pese a esta tendencia alcista, el precio de los alimentos se moderó por tercer mes consecutivo y registró en marzo un incremento mensual del 0,91% y uno anual del **21,81%**<sup>1</sup> (Gráfico 1).

Gráfico 1. Inflación anual por subcanastas  
(Clasificación del Banco de la República)



Fuente: DANE; elaborado por Findeter.

<sup>1</sup> Se destaca la moderación exhibida tanto en el precio de los alimentos procesados, tales como el arroz y la carne, como en el de los alimentos perecederos, tales como el tomate, la yuca, la cebolla, las papas y el tomate. Entretanto, las frutas frescas, la leche y los plátanos continuaron ejerciendo presiones al alza sobre esta subcanasta.

# Contexto Nacional

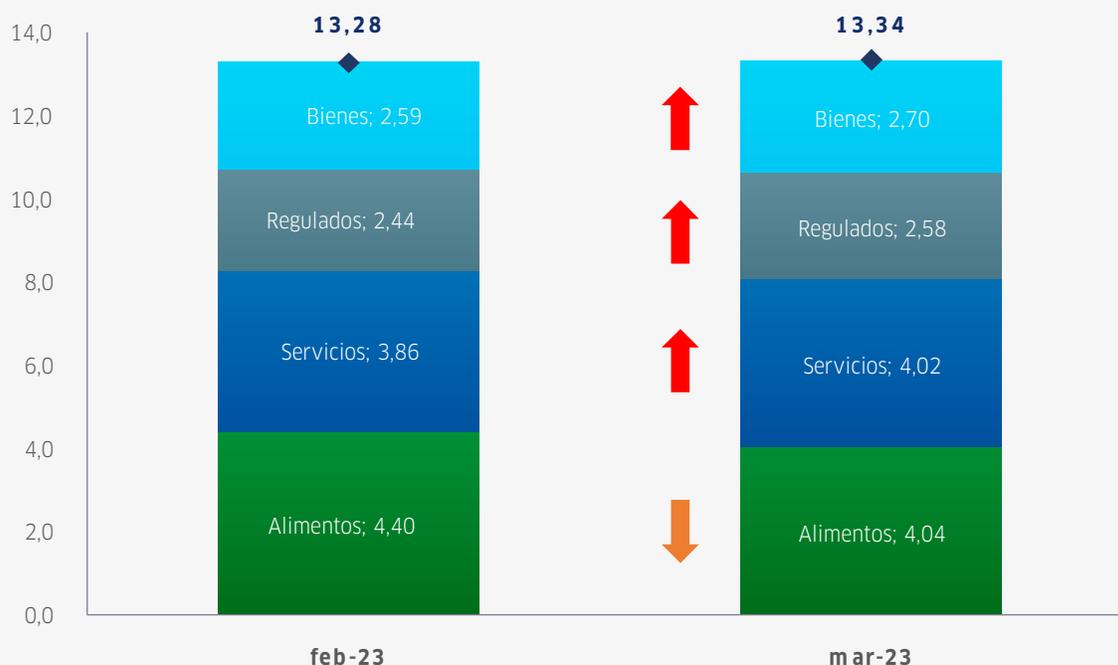
Este hecho estaría explicado, entre otros factores, por las mejores condiciones climáticas a raíz de la finalización del fenómeno de La Niña, que según explica el IDEAM habría tenido lugar en marzo, así como por la corrección en los precios internacionales de las materias primas y los fertilizantes.

En términos de contribución cabe mencionar que, si bien en marzo la subcanasta de alimentos continuó siendo la que más aportó a la inflación anual, fue la única que redujo su importancia frente al mes anterior (Gráfico 2).

alojamiento y comida, y su elevado nivel solo fue compensado parcialmente por la corrección en los precios de transporte de pasajeros en avión.

En lo que concierne a los bienes SAR, su inflación anual también alcanzó máximos históricos (15,0%), aunque en términos mensuales se observó una leve moderación explicada por un menor crecimiento en los precios de los vehículos, los productos farmacéuticos y las prendas de vestir, productos que se vieron favorecidos por menores presiones en materia de tasa de cambio.

Gráfico 2. Contribución a la inflación anual por subcanastas (feb-23 vs mar-23)



Fuente: Banco de la República; elaborado por Findeter.

Ahora bien, mientras que la inflación de alimentos cedió, los precios de las demás subcanastas se mantuvieron al alza, llegando a registrar máximos históricos. De esta manera, la inflación de servicios sin alimentos ni regulados (SAR) bordeó el **8,7%** en marzo, como resultado del aumento de los arriendos y los servicios de

Finalmente, se evidenció un incremento significativo en los precios de los regulados (14,7% anual), cifra impulsada por las tarifas de electricidad, gas y transporte urbano, así como por el mayor precio de los combustibles, dado el ajuste de COP 400 establecido para marzo.



## Perspectivas para los próximos meses

Si bien la inflación de marzo se ubicó por encima de las perspectivas de los analistas encuestados por el Banco de la República para ese mes, las proyecciones del mercado para el cierre de 2023 solo se modificaron levemente al alza en la encuesta de abril, bordeando el **9,49%** (Cuadro 1).

Así, la variación anual de los precios en Colombia estaría cerca de tocar techo y, posteriormente, iniciaría una senda gradual de reducción que la llevaría a niveles de un dígito al cierre del año. Ahora bien, la materialización de este escenario dependerá de: **i)** la moderación del crecimiento económico en 2023,<sup>2</sup>**ii)** la permanencia de menores precios internacionales de las materias primas, y **iii)** condiciones climáticas favorables durante la mayor parte del año.

Además, algunos factores puntuales podrían condicionar el ritmo de ajuste del nivel general de precios, entre los que sobresale: **i)** el efecto que la caída del puente “La Vieja”, entre La Tebaida (Quindío) y el Valle del Cauca, pueda tener sobre los alimentos importados y el comercio de bienes, **ii)** el ritmo de ajuste en los precios de los combustibles (que aun distan de los precios internacionales promedio), **iii)** la irrupción del fenómeno de El Niño en la segunda mitad del año, y **iv)** la entrada en vigor de los impuestos saludables en noviembre de 2023.

Cuadro 1. Cambio en las expectativas de inflación, tasa repo y TRM

Entidad	Dic -2023	
	Inflación	TPM
Encuesta BR (mar)	9,26%	11,17%
Encuesta BR (abr)	9,49%	11,38%

Fuente: Banco de la República (Encuesta Mensual de Expectativas); elaborado por Findeter.

<sup>2</sup> Al respecto, la media de la Encuesta mensual de expectativas de analistas económicos (EME) para abril de 2023 apunta a un crecimiento económico del 1,25% en el año.

# ¿Cómo cambió la pandemia los hábitos de consumo?



Las tendencias de consumo de bienes y servicios se han visto distorsionadas a partir de la pandemia del Covid-19. De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés)<sup>3</sup> la demanda de bienes se disparó en la primera fase de la pandemia mientras que la de servicios colapsó. En particular, los servicios de recreación, alimentación y alojamiento, transporte y salud fueron los que contribuyeron en mayor medida a la fuerte reducción en 2020.

<sup>3</sup> Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD. (2022). Tendencias globales y perspectivas. En *Perspectivas de desarrollo en un mundo fracturado: Desorden global y respuestas regionales*. Disponible en: [https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2022\\_ch1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tdr2022_ch1_en.pdf).

# Contexto Internacional



Tras una leve contracción al inicio de la emergencia sanitaria, el consumo de bienes en EE. UU. se recuperó y, para marzo de 2021, estuvo un **15%** por encima de sus valores en el periodo de prepandemia<sup>4</sup>. Mientras tanto, entre febrero y abril de 2020, el consumo de servicios se redujo en un **20%**, y solo hasta mediados de 2022 pudo recuperarse y retornar a sus niveles prepandemia, alcanzando un crecimiento del **2,2%** en el tercer trimestre y del **2%** en el cuarto trimestre del año<sup>5</sup> (Gráfico 1). Particularmente, el consumo en los sectores de salud, transporte y alojamiento, y alimentación aportó el mayor impulso al crecimiento del sector servicios en 2022<sup>6</sup>.

Gráfico 1. Consumo de bienes y servicios en EE. UU.  
(millones de dólares encadenados de 2012) (enero-2001 a enero-2023)



Fuente: Datos Económicos de la Reserva Federal - FRED<sup>7</sup>; elaborado por Findeter

4 Barnes, M. et al. (2022). Nine facts about the Service Sector in the United States. Disponible en: [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2022/09/20220928\\_THP\\_ServiceSectorFacts.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2022/09/20220928_THP_ServiceSectorFacts.pdf)

5 Datos Económicos de la Reserva Federal - FRED. (s.f.) Personal Consumption Expenditures: Goods, Services. Disponible en: <https://fred.stlouisfed.org/categories/110>.

6 Foro Económico Mundial. (21/11/2022). Here's how inflation is affecting consumer spending in the US. Disponible en: <https://www.weforum.org/agenda/2022/11/inflation-consumer-spending-us-economic>.

7 Datos Económicos de la Reserva Federal - FRED. (s.f.) Personal Consumption Expenditures: Goods, Services. Disponible en: <https://fred.stlouisfed.org/categories/110>.

## Cambios en los hábitos de consumo como consecuencia de la pandemia

La pandemia generó un desplazamiento masivo de las empresas y los consumidores hacia espacios digitales con el fin de cumplir con las medidas sanitarias establecidas por los gobiernos y mantener sus operaciones comerciales.

Este cambio habría sido notable principalmente en los países de ingresos más bajos y economías en desarrollo, que se caracterizaban por una cultura de transacciones en efectivo y por el uso de espacios físicos. Por ejemplo, los sitios web de negocios en Colombia y México aumentaron un **800%** entre abril y mayo de 2020<sup>8</sup>.

Igualmente, se observó un crecimiento del consumo en espacios digitales en economías de ingresos bajos y medios respecto a los países desarrollados, donde el comercio electrónico tenía mayor presencia antes de la pandemia. Esto ha generado una creciente preocupación en los consumidores, quienes, en este nuevo contexto, requieren de garantías de seguridad y privacidad de su información en las diversas plataformas<sup>9</sup>.

Para junio de 2022, PricewaterhouseCoopers (PWC) reporta a partir de su Encuesta Global del Consumidor que el **50%** de los consumidores a nivel global planeaba aumentar el ritmo de consumo en línea y el **10%** pensaba en disminuirlo, mientras que para febrero de 2023 un **43%** de las personas estarían dispuestas a aumentar su consumo en línea y solo un **15%** lo reduciría<sup>10</sup>. Esta reducción estaría relacionada con el aumento en los tiempos de entrega de bienes y los crecientes costos de envío.

<sup>8</sup> Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe - CEPAL. (2021). Recuperación económica tras la pandemia COVID-19.

<sup>9</sup> PWC (16/02/2023). Consumer's behaviors, technological preferences and expectations continue to evolve. How can companies meet them where they want to be? Disponible en: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey.html>.

<sup>10</sup> Ibid.

## Consecuencias de la inflación reciente y perspectivas para 2023

Debido a la incertidumbre económica mundial provocada por los altos niveles de inflación, las secuelas todavía persistentes de la pandemia y los efectos de la guerra en Ucrania, las personas continúan modificando sus hábitos de consumo. De acuerdo con PricewaterhouseCoopers (PWC), el **96%** de los consumidores estaría pensando en revisar y reducir sus gastos en los próximos seis meses. Según esta encuesta, el **40%-50%** de las personas entre los 25 y los 60 años se encuentra preocupado por su situación económica para 2023 y planea disminuir el consumo de bienes no esenciales<sup>11</sup>.

Pese a ello, es importante destacar que el **70%** de las personas estaría dispuesto a pagar un precio más elevado por alimentos producidos de forma local y bienes elaborados por empresas reconocidas por prácticas responsables y éticas en sus procesos de producción.



<sup>11</sup> Ibid.