

**La Coyuntura a través  
de las Encuestas**

**Tasa de cambio real y consumos: teoría, evidencia y estudios del caso colombiano (1959-1997)**

*Carlos Esteban Posada*

**Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena, 1987-1998**

*Luis Armando Galvis*

*María Modesta Aguilera*

**Hacia una definición de la Economía de la Salud**

*Selma J. Mushkin, Ph.D.*

**Crítica a las bases éticas de la teoría neoclásica en la propuesta del bienestar social de Amartya Sen**

*Germán Darío Valencia*

*John Faber Cuervo*

**Políticas de precios en contingencias de generación de electricidad**

*David Fernando Tobón*

**Indicadores: pobreza**

---

# LECTURAS DE ECONOMÍA

---

**51**

Julio- Diciembre  
1999

---

**Departamento de Economía  
Centro de Investigaciones Económicas - CIE-  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Antioquia**

**CORRESPONDENCIA, CANJE Y SUSCRIPCIONES**

*Lecturas de Economía*. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Antioquia  
Apartado 1226. teléfonos : 210 58 42 y 210 58 44 . Fax : (574) 233 12 49  
Medellín , Colombia, Suramérica  
<http://caribe.udea.edu.co/~lecturas> e-mail: [lecturas@caribe.udea.edu.co](mailto:lecturas@caribe.udea.edu.co)

# La coyuntura a través de las encuestas: encuesta de opinión empresarial, consumo y encuesta a exportadores

---

## I. ENCUESTA DE OPINIÓN EMPRESARIAL A LA INDUSTRIA Y AL COMERCIO

Los datos recientes de la Encuesta de Opinión Empresarial (EOE) de Fedesarrollo muestran algunos signos de reactivación. Aunque aún es prematuro asegurar que esta tendencia se sostendrá durante los próximos meses, es un hecho significativo que permitiría vislumbrar mejores perspectivas para el año entrante, dado el dinamismo de algunas variables como la inversión privada y las exportaciones no tradicionales, así como la estabilidad en las tasas de interés y la positiva evolución reciente de los sectores industrial y de construcción.

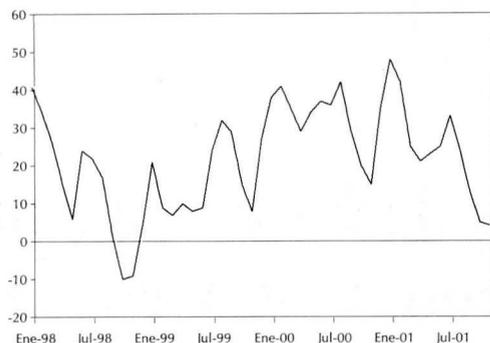
En contraposición, hay tres factores que podrían neutralizar los signos de reactivación: la situación de orden público, el comportamiento de la economía mundial y la incertidumbre que genere el proceso electoral durante los primeros meses del año. Por lo pronto, Fedesarrollo proyecta un crecimiento del 2,5% para el 2002, levemente mejor que el del año que termina.

### A. Industria

#### 1. *Expectativas*

- A la pregunta sobre cómo ven los industriales los próximos meses, los resultados preliminares a noviembre de la EOE muestran que la tendencia pesimista que se evidenciaba en las expectativas de producción durante los últimos meses se detuvo. Si bien no hay un cambio sustancial y positivo en la percepción que tienen los empresarios sobre el desempeño futuro de la producción, en noviembre aumentó el número de los que piensan que la producción permanecerá igual y se redujo el de los que piensan que en los próximos tres meses disminuirá (Gráfico1).
- 20% de los encuestados señaló que la producción aumentará en el próximo trimestre versus 16% que opinó lo contrario. Desde septiembre es cada vez mayor el número de empresarios que espera que la producción se mantenga igual en el corto plazo.

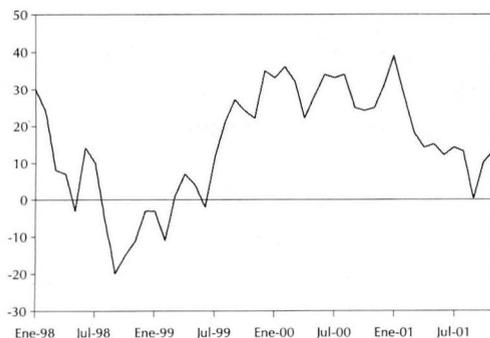
**Gráfico 1. EXPECTATIVAS DE PRODUCCIÓN - INDUSTRIA (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

- Las perspectiva de largo plazo, en contraste, tienden a mejorar pues en noviembre aumentó el porcentaje de empresarios que considera que su situación económica para los próximos seis meses será favorable, al pasar de 24% en octubre a 26% en noviembre. El grupo de los que considera que su situación económica será desfavorable se redujo de 14% a 13% (Gráfico2).
- Si bien se percibe un menor optimismo en los empresarios que el que se registraba un año atrás, los resultados recientes evidencian un cambio

**Gráfico 2. EXPECTATIVAS DE SITUACIÓN ECONÓMICA - INDUSTRIA (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

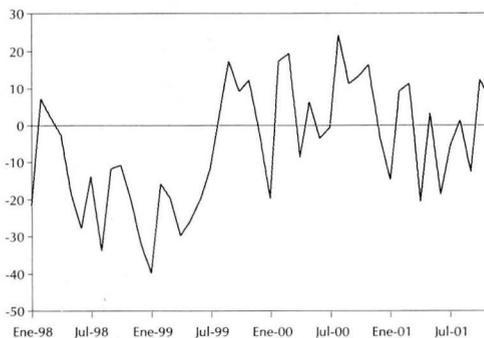
de tendencia en las expectativas de los encuestados que fueron particularmente negativas desde el segundo trimestre de este año.

- Sin duda en este resultado intervienen otras variables cuyo comportamiento ha venido mejorando en los últimos meses, como la estabilidad de las tasas de interés, la baja tasa de inflación y la dinámica de las exportaciones no tradicionales.

## 2. Actividad productiva

- Los datos de la EOE de los últimos meses muestran una mejora en la actividad productiva entre septiembre y octubre, tendencia que se revierte en los datos preliminares a noviembre.
- Los datos recientes muestran un incremento en el porcentaje de empresarios que considera que la actividad productiva en el mes anterior se mantuvo igual o fue más débil, a pesar de que septiembre fue un excelente mes. En efecto, el porcentaje de empresarios que no experimentó ningún cambio en su actividad productiva pasó de 48% en octubre a 50% en noviembre, y el de los que registraron una menor actividad productiva aumentó de 20% a 21% (Gráfico 3).

**Gráfico 3. ACTIVIDAD PRODUCTIVA - INDUSTRIA (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

- No obstante, un análisis estadístico de largo plazo de la serie de respuestas a esta pregunta muestra, por una parte, que la serie tiene una estacionalidad anual, en lo cual tiene que ver mucho el impacto que el mes de diciembre tiene sobre la industria y el comercio. Por otra parte, a pesar de esa estacionalidad, hay una leve tendencia al alza, lo cual es un signo positivo.

### 3. Situación económica

- En cuanto a la percepción de los empresarios sobre su situación económica, aunque no se observa una tendencia positiva, tampoco se evidencia un deterioro sustancial en los datos a noviembre (Gráfico 4).
- En efecto, el porcentaje de empresarios que considera que su situación económica es buena pasó de 25% en octubre a 26% en noviembre, cifra que ha crecido paulatinamente desde septiembre. No obstante, en noviembre aumentó el porcentaje de los que señalan que su situación económica fue mala, al pasar de 17% en octubre a 21% en noviembre.

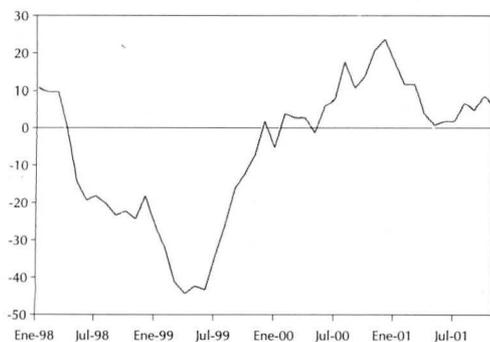
### 4. Existencias y pedidos

- El desempeño de las existencias continúa siendo un resultado positivo en la EOE. En efecto, desde julio los empresarios han reportado una disminución en sus inventarios (Gráfico 5).
- En octubre 22% de los empresarios encuestados señaló que sus existencias eran grandes, cifra que se redujo a 21% en noviembre. Igualmente, el porcentaje de empresarios que considera que sus existencias son pequeñas pasó de 4% en octubre a 7% en noviembre.
- En consecuencia, los pedidos han mostrado una tendencia ascendente que, sin embargo, se interrumpe levemente en los datos preliminares de noviembre.
- Los datos de noviembre muestran que el porcentaje de empresarios que estima que los pedidos aumentaron respecto al mes anterior, se redujo de 36% en octubre a 34% en noviembre (Gráfico 6).

### 5. Comercio

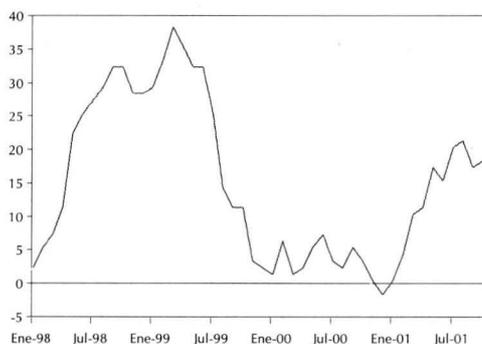
- Las ventas reales del comercio minorista sin incluir combustibles durante septiembre crecieron

**Gráfico 4. SITUACIÓN ECONÓMICA - INDUSTRIA (Nivel nacional)**



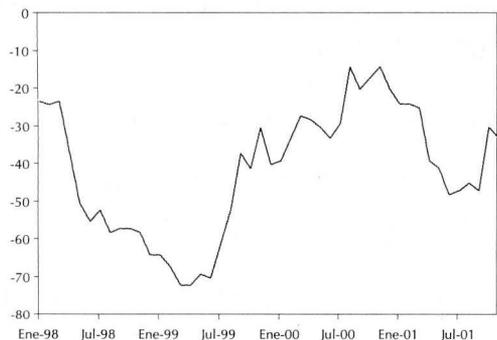
Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

**Gráfico 5. EXISTENCIAS - INDUSTRIA (Nivel nacional)**



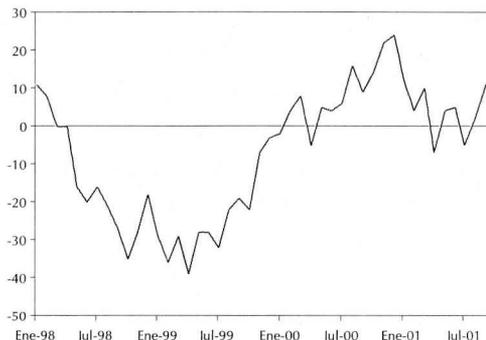
Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

**Gráfico 6. NIVEL DE PEDIDOS - INDUSTRIA (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

**Gráfico 7. SITUACIÓN ECONÓMICA - COMERCIO (Nivel nacional)**

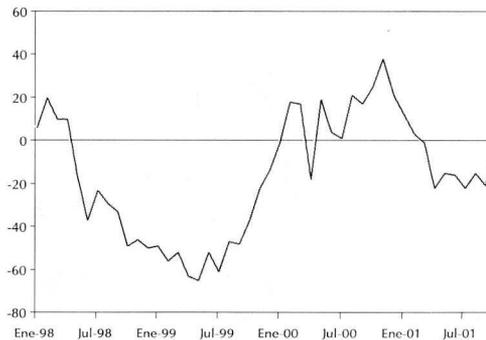


Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

3,8% en relación con el mes inmediatamente anterior. Este porcentaje revela una mejoría en las ventas durante octubre, pues en agosto apenas crecieron 1,8% respecto al mes anterior.

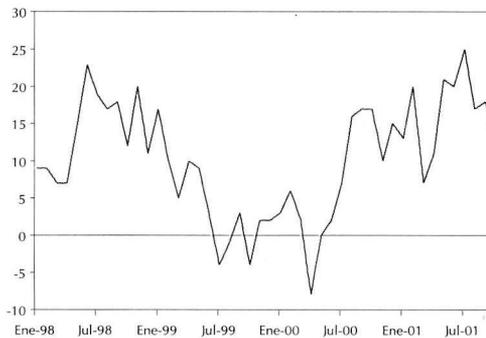
- ❑ Curiosamente fue el grupo de muebles y equipos para oficina el que mostró la mayor dinámica con un crecimiento en las ventas del 66,8%; seguido de Libros, papelería, periódicos y revistas con 35%; y artículos y utensilios domésticos con 19%.
- ❑ Cayeron las ventas de productos farmacéuticos con -3,9%; repuestos y accesorios para vehículos -3,1%; y alimentos -1,9%.
- ❑ Las ventas durante los primeros nueve meses del año crecieron 2,9% en relación con el mismo período del 2000, lo que significa un leve repunte frente al año corrido terminado en agosto.
- ❑ La EOE al sector revela que la tendencia positiva que venía registrando la situación económica de los comerciantes desde julio se detuvo en octubre (Gráfico 7).
- ❑ No obstante, el desempeño de las ventas ha sido positivo en los últimos meses y las existencias continúan cayendo (Gráficos 8 y 9).

**Gráfico 8. VENTAS IGUAL MES AÑO ANTERIOR - COMERCIO (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

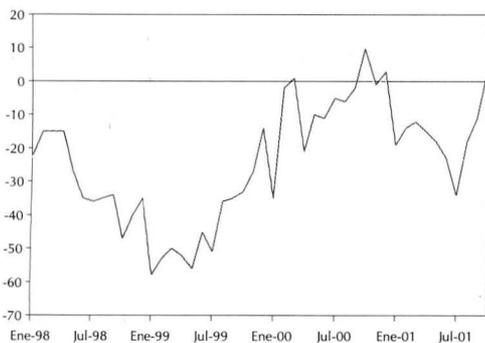
**Gráfico 9. EXISTENCIAS - COMERCIO (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

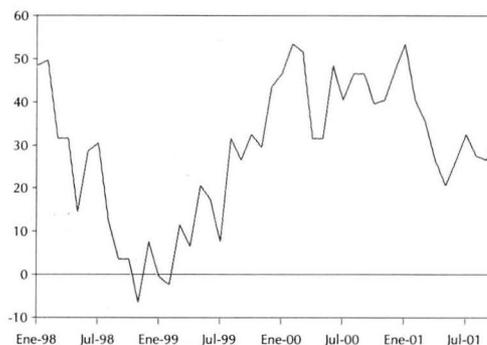
- Igualmente, los pedidos a proveedores continúan con la tendencia creciente que vienen registrando desde julio (Gráfico 10).
- Bajo estas condiciones, las expectativas de los comerciantes sobre su situación económica futura son positivas y el optimismo se mantuvo en octubre (Gráfico 11).
- La baja demanda continúa siendo el principal problema que aqueja al sector comercio.
- En efecto, 59% de los encuestados atribuyó el bajo nivel de las ventas a la debilidad de la demanda interna. Este fenómeno empezó a ser importante desde 1998, remplazando al contrabando como principal causa explicativa de la crisis en este sector.
- El contrabando, por su parte, es la segunda causa de la crisis del comercio según el 20% de los encuestados y la dificultad en conseguir un crédito bancario es la tercera en concepto del 12% de los comerciantes. Debe destacarse que estos dos últimos factores tuvieron un aumento en importancia en septiembre y octubre. Así mismo, si bien su importancia relativa es pequeña, los

**Gráfico 10. PEDIDOS A PROVEEDORES - COMERCIO (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

**Gráfico 11. EXPECTATIVAS DE SITUACIÓN ECONÓMICA - COMERCIO (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

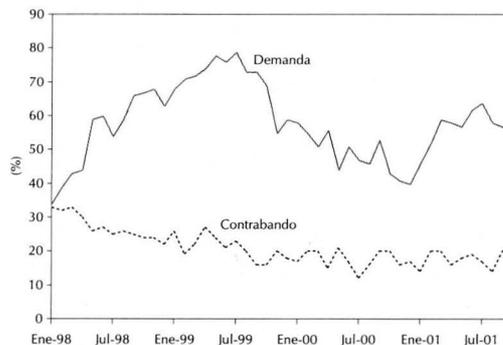
comerciantes le asignan cada vez más peso a las ventas ambulantes como un problema para su sector (Gráficos 12 y 13).

## II. ENCUESTA DE CONSUMO

### A. Introducción

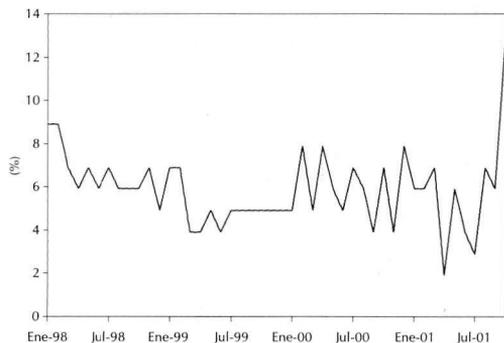
El comportamiento del consumidor y su impacto sobre la actividad económica es un aspecto que suscita gran interés entre analistas y ejecutores de política económica y, en general, entre todos aque-

**Gráfico 12. LOS PROBLEMAS EN EL COMERCIO (Nivel nacional)**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

### Gráfico 13. LOS PROBLEMAS EN EL COMERCIO (Nivel nacional)



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

llos que buscan una explicación para los fenómenos que influyen sobre los mercados y la evolución futura de las economías.

En respuesta al gran número de opiniones sobre el comportamiento de los consumidores, sus expectativas, creencias y formas de influir sobre la dirección de la economía, en las últimas décadas han surgido encuestas que buscan encontrar los vasos comunicantes entre la actitud de un consumidor y las principales variables económicas. En Estados Unidos las encuestas más conocidas sobre las actitudes de los consumidores han dado lugar a la creación del Índice del sentimiento del consumidor de la Universidad de Michigan y al Índice de Confianza del Consumidor del *Conference Board*. Este tipo de encuestas se aplican también en varios países de Europa, Canadá, Japón y Taiwan.

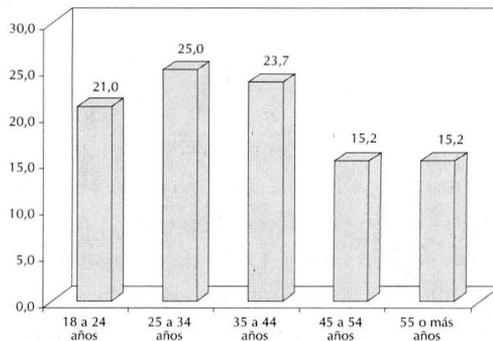
Fedesarrollo elaboró en noviembre de 2001 la primera encuesta conocida en el país con esas características con el propósito de construir un índice de confianza del consumidor. La encuesta fue aplicada a 600 personas de las cinco principales ciudades del país. 50% de las encuestas se realizaron en Bogotá, 20% en Medellín, 20% en Cali y 10% en Barranqui-

lla. La encuesta cubrió todos los estratos sociales, la mitad se aplicó a hombres y la mitad a mujeres, mayores de 18 años de edad. La distribución de la muestra por edades muestra una concentración en el rango de 25 a 44 años, que son las edades más productivas en términos de consumo y ahorro (Gráfico 14).

Por niveles de ingreso, la muestra se divide en un 6% de encuestados de clase social alta, un 20% de clase media y un 74% clase baja (Gráfico 15).

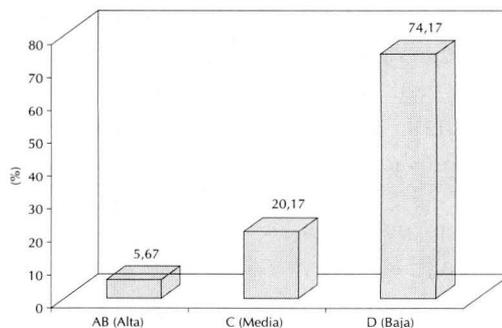
Las preguntas que contiene la encuesta están fundamentalmente orientadas a determinar cómo ven los

### Gráfico 14. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR EDADES



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

### Gráfico 15. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR CLASE SOCIAL



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

consumidores su situación financiera hacia el futuro y cómo ven las perspectivas de la economía en el corto y en el largo plazo. En particular, se pregunta sobre la situación de las finanzas personales, las condiciones de los negocios y de las decisiones de compra.

## B. Análisis e interpretación de los resultados

Los resultados de la encuesta confirman que la expansión económica de principios de la década de los noventa y la profunda crisis que le siguió, produjeron un consumidor cauto y conservador a la hora de tomar decisiones de compra. Estas características se explican, por una parte, por una limitada disponibilidad de recursos, en la medida en que la capacidad de ahorro es muy baja y se evidencia una relativa aversión al endeudamiento. Por otra parte, el temor a perder el empleo y la incertidumbre sobre el futuro del país, indudablemente están afectando el comportamiento de los consumidores.

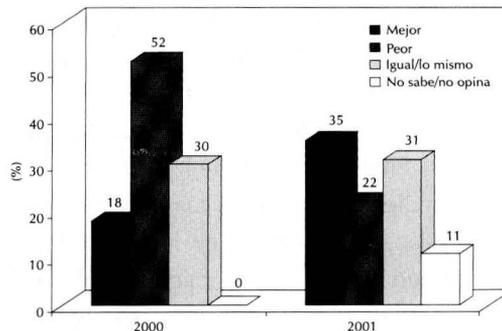
## C. ¿Cuál es la situación económica de los hogares?

La percepción de los encuestados sobre su situación económica actual es mayoritariamente negativa. 52% respondió que la situación económica de sus hogares está mal, 30% que está igual y sólo 18% mejor (Gráfico 16).

Estos resultados confirman los obtenidos en la Encuesta Social de Fedesarrollo de abril del presente año, en la cual para un 28% de los encuestados la situación de su hogar empeoró frente a los seis meses anteriores y para un 60% se mantuvo igual.

No obstante, pese a la percepción negativa sobre la situación actual, las expectativas sobre el futuro de la situación económica de los hogares son más alentadoras. Un 35% de los encuestados piensa que a un año las cosas deben estar mejor, porcentaje si-

## Gráfico 16. ¿CÓMO LE ESTÁ YENDO ECONÓMICAMENTE A LOS HOGARES RESPECTO A HACE UN AÑO?



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

milar al observado en la encuesta realizada a los hogares en el mes de abril en relación con la situación en el semestre siguiente. Sin embargo, persiste un cierto pesimismo sobre 22% de los encuestados que considera que las cosas a doce meses serán peores y 31% que estima que serán iguales.

## D. ¿Cómo ven la situación económica del país?

Para indagar sobre la percepción de los encuestados sobre la situación del país se trató, por una parte, de conocer su percepción sobre la situación económica actual del país y sus expectativas sobre la situación futura. Por otra parte, se formuló una pregunta que establece un nexo entre la situación del país y la de los consumidores.

Los consumidores encuestados piensan que la situación económica actual del país ha empeorado. Mientras 78% de los encuestados considera que la situación actual del país es peor que hace un año, sólo 11 de cada cien encuestados encuentra que el país está hoy mejor. Las expectativas hacia el futuro no parecen ser mejores. En efecto, para 40% de los encuestados la situación actual no va a cambiar, y para otro 35% será inclusive peor. Sólo para 18%

de las personas encuestadas la situación económica del país mejorará el próximo año (Gráfico 17).

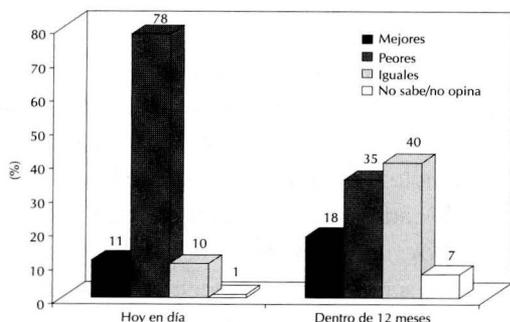
Como es de esperar, la recesión económica ha tenido un fuerte impacto sobre las expectativas de la gente. En este contexto es muy poca la proporción de encuestados que espera que su situación mejore en el futuro. En efecto, 51% de los encuestados señaló que, teniendo en cuenta las condiciones económicas del país en general, en los próximos doce meses vendrán malos tiempos, mientras sólo un 20% espera condiciones favorables (Gráfico 18).

El pesimismo frente a la situación económica general se extiende a otros agentes privados de la economía. La Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo viene mostrando a lo largo de todo el año que las condiciones económicas para invertir se han deteriorado y son desfavorables para un porcentaje alto de los empresarios.

### E. El desempleo seguirá aumentando

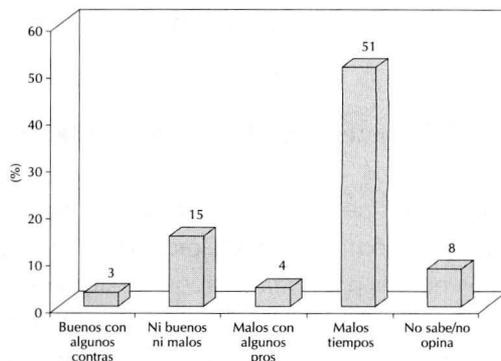
Estrechamente ligada con la situación económica de los hogares y con el desempeño del país, está la percepción negativa sobre lo que pasará con el empleo. La persistencia de los altos niveles de desem-

**Gráfico 17. CONDICIONES ECONÓMICAS DEL PAÍS EN GENERAL**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

**Gráfico 18. DADAS LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DEL PAÍS, COMO CREE QUE SERÁN LOS TIEMPOS QUE VIENEN DURANTE LOS PRÓXIMOS DOCE MESES**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

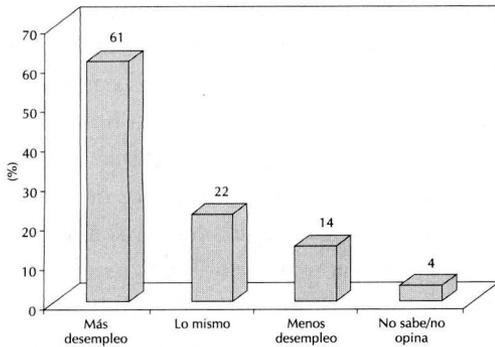
pleo y la ineficacia, desde el punto de la vista de la gente, de las medidas para atacar ese fenómeno, han creado un ambiente de escepticismo sobre la posibilidad de que este flagelo pueda ser controlado en el corto plazo. Los resultados de la encuesta sobre el tema son contundentes: para 61% de los encuestados habrá más desempleo en los próximos doce meses y para otro 22% las tasas se mantendrán en el mismo nivel, que ya es un nivel de por sí alto (Gráfico 19).

En el mismo sentido, la encuesta social de Fedesarrollo realizada en el mes de abril mostró que uno de los principales obstáculos para el consumo de los hogares es el alto temor al desempleo. Así lo manifestó cerca del 80% de los hogares, un porcentaje que prácticamente se ha mantenido inalterado desde marzo de 2000.

### F. Los precios serán más altos

En cuanto al comportamiento de los precios durante el próximo año, los encuestados no tienen mucha confianza en que los bajos niveles inflacionarios de

**Gráfico 19. ¿CÓMO SE COMPORTARÁ EL DESEMPLEO DURANTE LOS PRÓXIMOS DOCE MESES?**

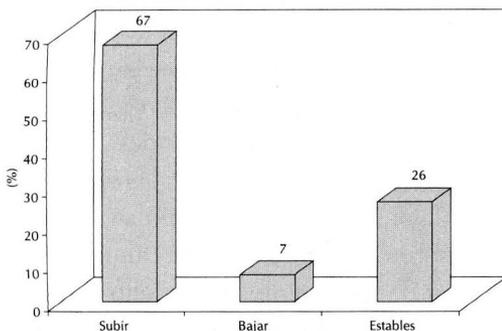


Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

los últimos años sean permanentes. Para 67% de los encuestados los precios subirán en los próximos doce meses y sólo un 15% cree que bajarán. Lo sorprendente es que 40% de los encuestados (cerca del 70% de los que creen que los precios van a subir) considera que la inflación será superior a la meta de 6% establecida por las autoridades económicas (Gráfico 20).

Con esta respuesta parecería que para los consumidores la inercia inflacionaria no se ha roto. La ta-

**Gráfico 20. ¿QUÉ CREE QUE PASARÁ CON LOS PRECIOS DE LAS COSAS EN GENERAL DURANTE LOS PRÓXIMOS DOCE MESES?**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

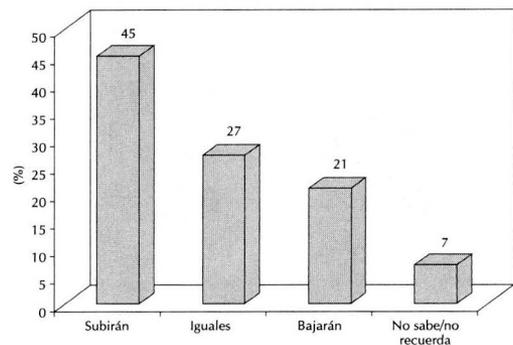
sa de inflación se encuentra actualmente en uno de sus niveles históricos más bajos y podría terminar el año en 8%, no obstante parece que aún las décadas de alta inflación tienen un peso importante en la memoria de los colombianos.

### G. Evitar el endeudamiento aún con bajas tasas de interés

48% de los encuestados cree que las tasas de interés de los créditos se mantendrán o incluso bajarán de los niveles actuales, mientras 45% cree que subirán. A pesar de la tendencia hacia la baja que ha mostrado la tasa de interés en los últimos años, los encuestados no perciben este movimiento como permanente y existe un grupo amplio que espera que el costo del dinero aumente en el futuro (Gráfico 21).

Esta percepción de los agentes sobre el desempeño futuro de las tasas de interés justifica la posición conservadora que se evidencia cuando se indaga sobre el endeudamiento. En efecto, 74% de los encuestados confirmó que ninguna persona de su hogar ha solicitado un préstamo con alguna entidad financiera en los últimos doce meses. En contraste,

**Gráfico 21. ¿QUÉ CREE QUE PASARÁ CON LOS INTERESES DE LOS PRÉSTAMOS LOS PRÓXIMOS DOCE MESES?**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

llama la atención el hecho de que es superior el porcentaje de personas que solicitó un préstamo a un familiar (39%) que el de solicitantes al sector financiero (26%) (Gráfico 22). La evidente incertidumbre sobre el comportamiento futuro de las tasas de interés sumada a los graves problemas de cartera que afectaron relación entre el sector financiero y los agentes privados, han redundado en una relativa "informalidad" del mercado del crédito.

Los anteriores resultados los confirma también la encuesta social, en la que se observa que los hogares quieren cada vez menos crédito. En abril 80% de ellos manifestó que no solicitaría crédito en los doce meses siguientes. Asimismo, en el módulo especial sobre demanda de crédito realizado a los empresarios en el mes de julio, un alto porcentaje de empresas no tenía planes de solicitar crédito al sector financiero y más bien la estrategia futura de buena parte de las firmas es reducir su nivel de endeudamiento incluso por los próximos dos años.

La desconfianza sobre el futuro de la economía y la estabilidad de las tasas de interés, así como la resis-

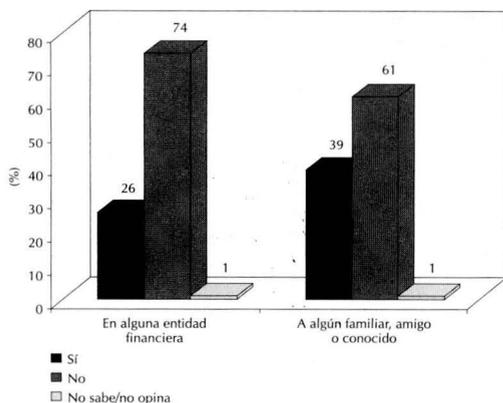
tencia a endeudarse con el sistema financiero, se constituyen en grandes obstáculos para dinamizar las decisiones de los consumidores. Además, no puede desconocerse que también interviene en la explicación de la poca disposición de los particulares a endeudarse, la decisión del sistema financiero de ser más cauto en el momento de prestar. La enorme cartera incobrable de los últimos años de la década pasada y el sacrificio de utilidades para capitalizarse, ha llevado a los intermediarios financieros a ser menos laxos respecto de la solicitud de créditos y a exigir mejores garantías antes de desembolsar nuevos recursos.

## H. Las decisiones de consumo

Los resultados de la encuesta muestran que para 46% de los encuestados este es un buen momento para adquirir vivienda. Esta respuesta tiene amplia justificación, dadas la política de incentivos tributarios para el sector que se adoptó recientemente. Las medidas del gobierno encaminadas a reformar el sistema de crédito hipotecario y a apoyar el sector de la vivienda han despertado el interés de los consumidores en este tipo de activos. Esta percepción no es sorprendente si se compara con el buen desempeño reciente del sector de construcción en general y específicamente de la vivienda, en todos los estratos.

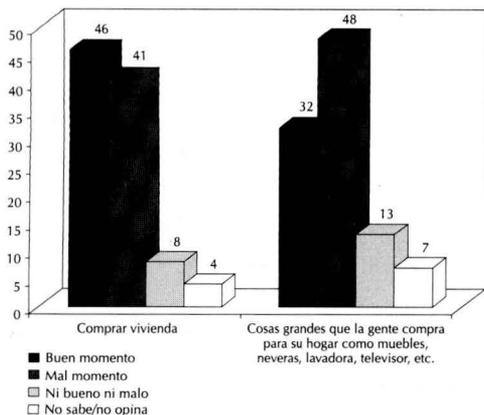
No obstante lo anterior, aún hay un 41% que considera que no es un buen momento para adquirir vivienda. Con todo, es posible que en la memoria de los encuestados persista la imagen de todos aquellos que perdieron sus viviendas al incumplir sus obligaciones hipotecarias con las entidades del sistema financiero. Además, como se vio, no hay claridad sobre el comportamiento futuro de las tasas de interés y, por último, hay un alto grado de incertidumbre sobre la permanencia en el empleo (Gráficos 23 y 24).

**Gráfico 22. ¿EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES ALGUIEN DE ESE HOGAR HA SOLICITADO UN PRÉSTAMO?**



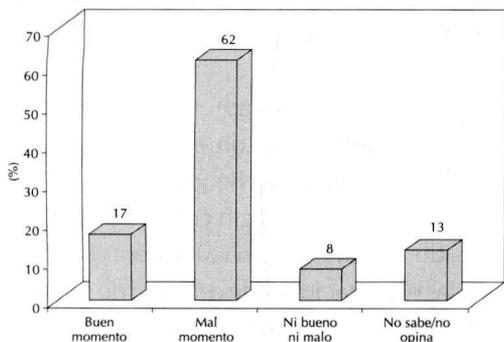
Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

**Gráfico 23. EN TÉRMINOS GENERALES CÓMO CREE USTED QUE ES EL MOMENTO PARA:**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

**Gráfico 24. ¿CÓMO CREE QUE SERÁ EL MOMENTO PARA COMPRAR AUTOMÓVILES EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES?**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

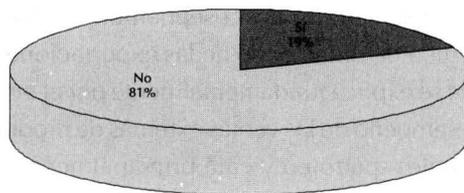
En contraste, 48% de los encuestados considera que es un mal momento para comprar electrodomésticos (muebles, nevera, lavadora televisor) y 68% estima que en los próximos doce meses será un mal momento para comprar automóviles.

Es inevitable reiterar que las variables ingresos y estabilidad laboral tienen un peso fundamental en este resultado. La crisis económica y el alto nivel de

desempleo han llevado a los consumidores a establecer una nueva escala de prioridades, muy diferente quizá a aquella diseñada en épocas de bonanza y de mayor confianza sobre el futuro de la economía.

Finalmente, la falta de incentivos para consumir se confirma con el hecho de que 81% de los encuestados considera que con sus ingresos y gastos no le es posible ahorrar, máxime cuando existe tanta incertidumbre sobre el ingreso futuro (Gráfico 25).

**Gráfico 25. ¿DIRÍA USTED QUE EN LA ACTUALIDAD LE ESTÁ ALCANZANDO PARA AHORRAR ALGO?**



Fuente: Encuesta de Consumo, Fedesarrollo.

### III. ENCUESTA DE EXPORTADORES

Buena parte de los temores generados por la desaceleración de la economía mundial y, en particular, por la recesión de Estados Unidos se han concentrado en el posible impacto sobre las exportaciones. Temores más que justificados, pues durante los dos últimos años las ventas externas han sustentado el crecimiento industrial.

Si bien la tasa de cambio ha sido un factor favorable para la dinámica exportadora, tanto o más importante lo es la situación de nuestros principales compradores entre los que se cuentan Estados Unidos, Ecuador y Venezuela.

Ante la coyuntura actual, surgen muchos interrogantes sobre el panorama futuro para las exportaciones.

La verdad es que las perspectivas son tan inciertas como lo es el desempeño futuro de la economía norteamericana, la posible evolución de los precios del petróleo y la situación económica de nuestros principales socios en la región andina, para no mencionar la compleja situación política por la que atraviesa Venezuela. Por su parte, los exportadores ya han empezado a percibir un ambiente menos favorable en el mercado internacional, tal y como lo muestra el módulo especial sobre exportaciones de la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo que se realizó en octubre pasado.

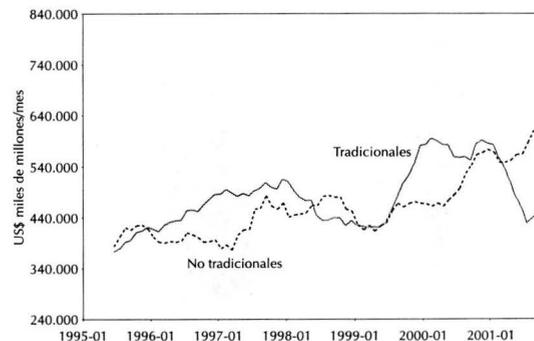
### A. ¿Cómo van las exportaciones?

En lo corrido del año hasta septiembre ha habido una pérdida de dinamismo de las exportaciones totales que se explica fundamentalmente por el lamentable desempeño de las ventas externas de productos tradicionales -petróleo y café principalmente-. Las exportaciones totales cayeron 3.9%, comparado con igual período del año anterior. Las ventas externas de productos tradicionales decrecieron 18,4%, mientras las de productos no tradicionales crecieron 11,5% (Gráfico 26).

Nuestra canasta de socios comerciales está ampliamente concentrada en Estados Unidos y la región andina, aunque la situación es sustancialmente diferente tratándose de bienes tradicionales y no tradicionales. En el caso de las exportaciones tradicionales, aproximadamente 62% de nuestras exportaciones se dirigen al mercado de Estados Unidos, 21% a la Unión Europea, 2% a Japón y 1% a la Comunidad Andina. Para las exportaciones no tradicionales, la Comunidad Andina compra 37% de este tipo de productos, Estados Unidos 30%, la Unión Europea 8% y Japón 1%.

Los principales productos colombianos que se venden en el mercado estadounidense son petróleo,

**Gráfico 26. EXPORTACIONES**  
(Promedio móvil 6 meses)



Fuente: cálculo con base en DANE.

flores y productos químicos. A la Unión Europea se exporta banano, petróleo, carbón y unos productos muy específicos del sector confección. En contraste, entre las principales exportaciones a los mercados venezolano y ecuatoriano se destacan vehículos, azúcar y productos químicos.

Las ventas de productos tradicionales han caído a casi todos los mercados, con excepción de Venezuela, Canadá, Alemania, Bélgica e Italia. Estados Unidos, como principal socio comercial de Colombia, ha sido el país que más ha contribuido a la caída de las exportaciones de este tipo de productos. Las ventas de productos no tradicionales aumentaron a casi todos los mercados en el período enero-septiembre, con excepción de las destinadas a la Unión Europea, Japón y Canadá. Los países de la Comunidad Andina son los que más están contribuyendo, de manera relativa, al crecimiento de las ventas externas de productos no tradicionales.

De acuerdo con la composición de nuestros socios comerciales, el panorama no parece muy alentador. Por una parte, la economía estadounidense se encuentra atravesando una franca recesión desde marzo pasado y existen señales contradictorias sobre

cuál será su duración. A pesar de que los indicadores de consumo han repuntado levemente durante las últimas semanas, los analistas estadounidenses coinciden en afirmar que la ola de despidos seguirá por unos meses más, de manera que los signos de reactivación no parecen muy contundentes. Por otra parte, Europa y Japón también están atravesando por una situación económica difícil. En la Unión Europea, el ritmo de crecimiento de Alemania, una de las economías más grandes y dinámicas de la región, ha caído. Japón lleva casi diez años de crecimiento lento o negativo, con una respuesta casi nula a los enormes esfuerzos de política económica que ha emprendido el gobierno. De hecho, buena parte de la incertidumbre que se ha generado alrededor de la situación económica mundial obedece al hecho de que hace casi tres décadas no coincidían al tiempo las economía más grandes en un momento de recesión.

Finalmente, el futuro de la economía venezolana y, en particular, una inminente devaluación del bolívar es otro factor decisivo para el desempeño futuro de nuestras exportaciones, especialmente de bienes industriales. Si bien hasta ahora los precios del petróleo han favorecido a la economía del vecino país, la compleja situación política ha llevado a una fuerte salida de capitales. Este hecho, combinado con un creciente déficit fiscal, que puede profundizarse por una caída de los precios del petróleo, propiciaría una devaluación de la moneda venezolana que afectaría negativamente las ventas de productos colombianos en ese país.

## B. Exportadores menos optimistas

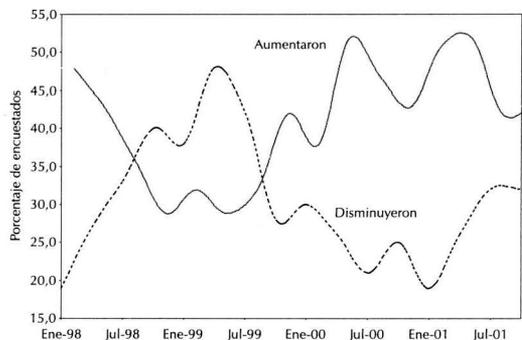
La encuesta trimestral a exportadores muestra que cada vez es mayor el porcentaje de empresarios que señala que sus pedidos de exportación han disminuido. Mientras en enero de este año sólo 19% de los encuestados experimentó una caída en sus

pedidos, esta cifra ascendió a 26% en abril y se ubicó en 32% en julio y octubre (Gráfico 27). Igualmente, a lo largo del año ha sido cada vez menor el porcentaje de empresarios a los que les aumentan los pedidos. En enero de este año para 51% de los encuestados hubo aumentos en sus pedidos para el exterior, mientras en octubre pasado ese porcentaje descendió a 43%.

En consecuencia, las expectativas de los exportadores se han deteriorado. Mientras en enero de este año 45% de los encuestados consideraba que en el próximo trimestre sus exportaciones en dólares iban a ser mayores, en octubre sólo 25% ve el futuro con ese optimismo. Desde abril el grupo de empresarios que espera que sus ventas externas sean menores ha ido creciendo hasta situarse en el 22% de los encuestados.

¿Dónde radican los problemas? Los empresarios perciben un deterioro de su posición competitiva en los mercados de destino de sus productos. Desde enero pasado ha sido decreciente el número de empresarios que considera que su posición competitiva ha sido favorable para sus exportaciones, porcentaje que pasó de 28% en enero a 19% en octubre. Igual-

**Gráfico 27. COMPORTAMIENTO DE LOS PEDIDOS DE EXPORTACIÓN DURANTE EL ÚLTIMO TRIMESTRE**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

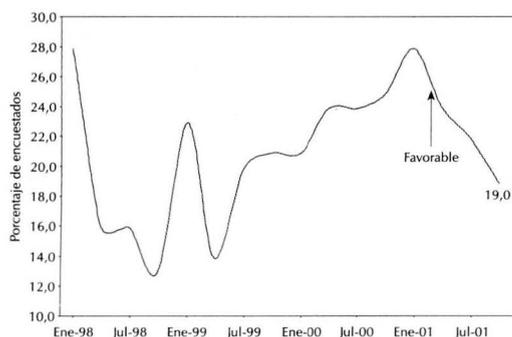
mente en octubre ascendió a 38% el porcentaje de empresarios que estima que su posición competitiva se ha tornado desfavorable (Gráfico 28).

En esta percepción de los exportadores tiene que ver mucho el comportamiento de la tasa de cambio, los altos costos del transporte interno en Colombia y la situación del país comprador.

En efecto, el porcentaje de empresarios que considera que la tasa de cambio peso-dólar es un factor favorable para su actividad descendió de 81% en abril a 22% en octubre pasado. Situación que no resulta extraña frente a la reducción en el ritmo de devaluación nominal que se ha dado desde finales del primer trimestre de año. La tasa de devaluación anual pasó de casi 17% en mayo a 5% en septiembre, situación que ha llevado a un virtual estancamiento de la tasa de cambio real que perdió el ritmo de crecimiento que traía desde comienzos de 1998 (Gráfico 29).

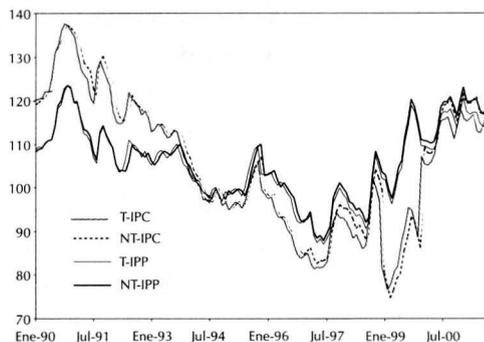
El transporte interno en Colombia es uno de los factores que los exportadores encuentran como más nocivos para el desarrollo de su actividad. 59% de los encuestados considera que es un factor desfavorable, 38% estima que es un factor neutro y sólo

**Gráfico 28. POSICIÓN COMPETITIVA EN LOS MERCADOS DE DESTINO**



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

**Gráfico 29. ÍNDICE DE LA TASA DE CAMBIO REAL\* (Base: promedio geométrico 1994 = 100)**



Fuente: Banco de la República.

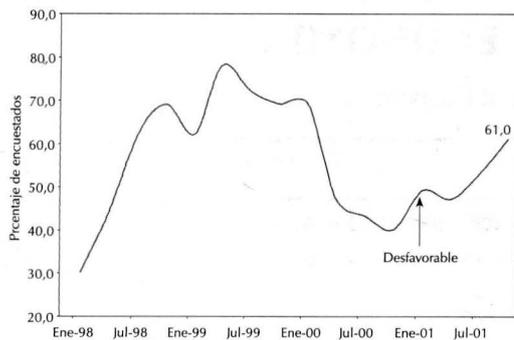
3% considera que es favorable. El impacto más negativo del transporte interno se da por la vía de los costos pues es el principal factor que los exportadores señalan para explicar por qué los precios de su competencia en el exterior son inferiores a los de sus productos de exportación, seguido del costo de la mano de obra.

Finalmente, la situación del país comprador es un aspecto que cada vez preocupa más a los exportadores. El porcentaje de empresarios que señala que en el último trimestre la situación de su socio comercial se tornó desfavorable se incrementó de 40% en octubre del año pasado a 61% en octubre último, y ha mantenido una tendencia creciente en lo corrido del año (Gráfico 30).

Entre los sectores que se muestran más pesimistas sobre el desempeño futuro de sus ventas externas se destacan los de cuero, industria de madera, imprentas y editoriales e industrias básicas de hierro y acero, los cuales coinciden en señalar una reducción de sus pedidos del exterior.

Estos resultados son preocupantes a la luz de la importancia que las exportaciones han adquirido para

### Gráfico 30. SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS COMPRADOR



Fuente: Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo.

la actividad económica. Si bien es de esperar que la tasa de cambio se mantenga en un nivel favorable hacia el futuro, resulta preocupante lo poco que se puede hacer para mejorar la competitividad de los empresarios colombianos en aspectos como el transporte interno, cuyo costo no sólo depende de la infraestructura sino de las condiciones de seguridad que por demás se deterioran a la par que las condiciones de orden público. Frente a factores como este, resultan limitados los beneficios que se logran de iniciativas como la renovación de las preferencias comerciales del ATPA o del apoyo institucional que los empresarios le reconocen a Proexport.