Descargar

Tenga en cuenta

La serie Borradores de Economía, de la Subgerencia de Estudios Económicos del Banco de la República, contribuye a la difusión y promoción de la investigación realizada por los empleados de la institución. Esta serie se encuentra indexada en Research Papers in Economics (RePEc).

En múltiples ocasiones estos trabajos han sido el resultado de la colaboración con personas de otras instituciones nacionales o internacionales. Los trabajos son de carácter provisional, las opiniones y posibles errores son responsabilidad exclusiva del autor y sus contenidos no comprometen al Banco de la República ni a su Junta Directiva.

Autor o Editor

Arango, Luis E. Flórez, Luz Adriana Marín, N. Johana Posada, Carlos Esteban

La serie *Borradores de Economía*, de la Subgerencia de Estudios Económicos del Banco de la República, contribuye a la difusión y promoción de la investigación realizada por los empleados de la institución. En múltiples ocasiones estos trabajos han sido el resultado de la colaboración con personas de otras instituciones nacionales o internacionales. Esta serie se encuentra indexada en Research Papers in Economics (RePEc). Los resultados y opiniones contenidas en este documento son de responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen al Banco de la República ni a su Junta Directiva.

Fecha de publicación
Jueves, 22 agosto 2024

Enfoque

Este artículo estudia los determinantes del comportamiento del consumo de los hogares en Colombia durante las últimas dos décadas utilizando los índices de comercio minorista que publica mensualmente el DANE. Hasta donde sabemos, estos índices no han sido utilizados recientemente con ese propósito. Su disponibilidad en frecuencia mensual, así como de las variables explicativas, los hace bastante atractivos para entender un poco mejor la dinámica del consumo en el corto plazo y algunas explicaciones subyacentes.

Contribución

Utilizamos un enfoque empírico basado en Hall (1978), Campbell y Mankiw (1990), Carroll y Toche (2009) y Carroll et al. (2019). Las propiedades de series de tiempo de las variables de consumo de los hogares permiten rechazar la hipótesis del paseo aleatorio (i.e., de que las variaciones del consumo son impredecibles) y analizar las variables no sólo en niveles sino también en variaciones porcentuales mensuales, trimestrales y anuales. Los enfoques empíricos utilizados son tanto univariados como multivariados. Mostramos que variables del mercado laboral (tasas de desempleo nacional y urbana y tasa de ocupación urbana) son factores explicativos del consumo, principalmente cuando esta variable se analiza en niveles y en variaciones porcentuales mensuales y trimestrales. La importancia de los resultados del mercado laboral se desvanece en la medida en que otras variables, tomadas de la teoría económica, se incorporan en los modelos empíricos o la modelación del consumo se hace en variaciones porcentuales anuales. Este hallazgo es muy importante ya que los observadores siempre están tratando de conectar los resultados del mercado laboral con algunas otras variables del sector real y, como vemos acá, la conexión puede ser difusa.

El enfoque multivariado consiste en un modelo vectorial autorregresivo (VAR) muy sencillo construido siguiendo a Bram y Ludvigson (1998) y Dees y Brinca (2013). Las respuestas dinámicas del consumo son consistentes con los modelos univariados.

> **Las variables que mejor ayudan a predecir los cambios del consumo son la variación porcentual del ISE, la variación porcentual del crédito al consumo, la tasa de interés real y la variación anual del índice de confianza del consumidor. Las variaciones de las remesas del exterior y del cupo de las tarjetas de crédito también ayudan a predecir las variaciones del consumo.**

Resultados

Las variables que mejor ayudan a predecir cambios positivos del consumo son la variación porcentual del ISE, la variación porcentual del crédito al consumo y la variación anual del índice de confianza del consumidor. Las variaciones de las remesas y del cupo de las tarjetas de crédito, también ayudan a predecir las variaciones del consumo. Incrementos en la tasa de interés real contribuyen a explicar caídas en el consumo. Todas estas variables explican más del 70% de las variaciones porcentuales anuales del consumo.

La significancia de la confianza del consumidor en nuestros resultados podría estar sugiriendo la presencia de incertidumbre y, por lo tanto, de un ahorro preventivo en las decisiones de los consumidores. En el modelo de Carroll et al. (2009), la confianza del consumidor se asocia con un riesgo no financiero relacionado con la probabilidad de estar desempleado en el futuro lo que motiva al consumidor a tener un objetivo de riqueza vinculado a su ingreso permanente. Según nuestros hallazgos, con base en el consumo que excluye combustibles y vehículos, el coeficiente de confianza del consumidor aumentó después de la pandemia de COVID-19; sin embargo, este resultado no se cumple para los otros dos indicadores de consumo minorista utilizados en este trabajo empírico.