

Understanding the Consumer Confidence Index in Colombia: A structural FAVAR analysis

Borradores de Economía

Número:

1063

DOI:

<http://doi.org/10.32468/be.1063>

Publicado:

Martes, 5 Febrero 2019

Clasificación JEL:

C32, C38, D12, E71

Palabras clave:

Índice de Confianza del Consumidor, Colombia, Estructural

[Descargar documento](#)

Lo más reciente

[Oportunidades negadas: radiografía de la exclusión y el trabajo precario para la juventud en Cartagena](#)

Andrea Sofía Otero-Cortés, Karina Acosta, Jhorland Ayala-García, Oriana Álvarez Vos, Sara Rojas

[Precios de materias primas, poder de mercado y el aumento de la inflación de alimentos procesados en países en desarrollo: evidencia para Colombia](#)

Jorge Florez-Acosta, Margarita María Gáfaró-González, Alejandra González-Ramírez, Juan Sebastián Vélez-Velásquez

[Hechos Complementarios sobre el Ciclo Económico en Colombia: Una Perspectiva desde el Ciclo de Crecimiento](#)

Diego Vásquez-Escobar

[Otras Publicaciones](#)

Enfoque

El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) es un instrumento ampliamente usado en el análisis económico debido a su mayor oportunidad de publicación respecto a los indicadores económicos observados, y a su alta capacidad de pronóstico sobre los agregados económicos, en particular el consumo privado.

Este índice proviene de la Encuesta Mensual de Opinión del Consumidor (EOC) de Fedesarrollo, y es construido a partir del balance de cinco de sus preguntas, resumiendo en un solo indicador la percepción y expectativas de la situación económica de los consumidores.

Understanding the Consumer Confidence Index in Colombia: A structural FAVAR analysis – Portal de Investigaciones Económicas

Este artículo analiza los factores fundamentales que definen el comportamiento de la confianza del consumidor mediante la estimación de un modelo estructural de vectores autorregresivos, usando factores dinámicos (SFAVAR) y la descomposición histórica de choques del ICC.

Los factores dinámicos buscan reducir la dimensionalidad de las series de tiempo usadas para el análisis. Basados en la literatura relacionada, se incluyen 65 potenciales determinantes del ICC que son clasificados en 6 diferentes grupos: condiciones externas, condiciones internas, condiciones del mercado laboral e ingresos, condiciones financieras, condiciones tributarias y costo de vida.

De cada grupo se extrae el primer componente principal, y con estos se estima el modelo VAR estructural. La parte del ICC que no puede ser explicada por estos 6 factores se denomina 'Choques no fundamentales'.

Contribución

Para el caso colombiano existen muy pocos estudios sobre la confianza del consumidor. De hecho, no se han realizado investigaciones que identifiquen sus determinantes. Con este artículo se pretende contribuir al enriquecimiento de la literatura académica sobre el tema.

Identificar los determinantes de la confianza del consumidor resulta necesario por dos razones. En primer lugar, múltiples investigaciones para otros países han mostrado que existe una estrecha relación entre la confianza del consumidor y el consumo privado. En segundo lugar, el índice de confianza puede responder tanto a factores económicos estructurales, llamados fundamentales (ingresos, desempleo, situación del país, etc) como a factores no fundamentales (noticias, ambiente electoral, eventos políticos, etc). Estos dos tipos de factores pueden afectar de manera diferenciada el consumo de los hogares. Así, entender el comportamiento del ICC permite hacer un mejor uso de este como herramienta para pronosticar el gasto de los hogares y los agregados económicos en general.

Entender el comportamiento del ICC permite hacer un mejor uso de este como herramienta para pronosticar el gasto de los hogares y los agregados económicos en general.

Resultados

Los resultados sugieren que el comportamiento observado del ICC durante el periodo 2008 a 2018 obedeció tanto a cambios en sus determinantes económicos estructurales como a choques no fundamentales relacionados, posiblemente, con eventos coyunturales de naturaleza no económica, sociopolítica y/o electoral. Adicionalmente, un ejercicio

Understanding the Consumer Confidence Index in Colombia: A structural FAVAR analysis – Portal de Investigaciones Económicas

contrafactual permite ver que el pronóstico del consumo privado, en especial del consumo de bienes no durables y de servicios, mejora cuando se utiliza dentro de sus variables explicativas una serie del ICC que no está afectada por los choques no explicados por sus fundamentales.