Tuiteando la Inflación: Medidas en Tiempo Real de la Percepción de la Inflación en Colombia

Borradores de Economia
Número:
1256
DOI:
https://doi.org/10.32468/be.1256
Publicado:
Jueves, 16 Noviembre 2023
Authors:
Jonathan Muñoz-Martínez[a],
David Orozco[e],
Mario A. Ramos-Veloza[a]
Ver más
[a]Banco de la República, Colombia
[e]Externo
Clasificación JEL:
E31, E37, E52
Palabras clave:
Percepción de inflación, Twitter, medición en tiempo real, Bancos centrales
Descargar documento

- Enfoque
- Contribución
- Resultados

Lo más reciente

Settlement liquidity in the Colombian large-value payment system: the role of reserve requirements
Fredy Gamboa-Estrada, Freddy Cepeda-López, Javier Iván Miguélez-Márquez
Assessing the effects of recent provisioning rules on consumer credit allocation in Colombia
Fredy Gamboa-Estrada, Diego Cuesta, Camilo Sanchez-Quinto
Geopolitical risk and emerging market sovereign risk premia
Fredy Gamboa-Estrada, José Vicente Romero
Otras Publicaciones

Enfoque

Utilizamos la plataforma de Twitter para crear dos indicadores de percepción de la inflación en Colombia. Estos indicadores complementan las métricas tradicionales empleadas para

seguir las expectativas en el marco de la inflación objetivo. A partir de esta red social, es posible medir y capturar las percepciones de los consumidores sobre la dinámica de la inflación en tiempo real. Mediante técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP), extraemos información de los tuits que refleja la dinámica de los precios, lo cual resulta valioso para comprender la percepción de la inflación.

Contribución

Este documento explora fuentes de información no tradicionales para comprender la percepción de la inflación, introduciendo su medición en tiempo real mediante técnicas de aprendizaje automático. Estos indicadores complementan los indicadores usualmente considerados en el seguimiento de la política de inflación objetivo.

> **“Este trabajo explora nuevas fuentes de información no tradicionales para comprender la percepción de la inflación en Colombia.”**

Resultados

En este estudio se construye una base de datos que captura la opinión de los usuarios de Twitter sobre los precios y la dinámica de la inflación, y con base en ella se construyen dos indicadores de percepción de inflación de los consumidores. Nuestros indicadores presentan similitudes en términos de la evolución tanto con la inflación como con las expectativas inflacionarias, por lo que subrayamos que estas medidas tienen factores comunes que explican su dinámica. Además, demostramos que estos indicadores aportan información adicional para pronosticar la inflación total y las distintas categorías del Índice de Precios al Consumidor (IPC) hasta seis meses en el futuro. Por lo tanto, la metodología brinda una visión oportuna y ofrece información valiosa para la toma de decisiones de la política monetaria.