# Consumo de los hogares en Colombia: ¿Qué nos dicen los índices de comercio al por menor?

Borradores de Economia
**Número:**
1275
**DOI:**
https://doi.org/10.32468/be.1275
**Publicado:**
Jueves, 22 Agosto 2024
**Authors:**
Luis E. Arango[a],
Luz A. Flórez[a],
N. Johana Marín[e],
Carlos Esteban Posada[e]
Ver más
[a]Banco de la República, Colombia
[e]Externo
**Clasificación JEL:**
E21, E27
**Palabras clave:**
Índices de comercio al por menor, Consumo de los hogares, Mercado laboral, confianza de los consumidores, tasas de interés.
**Resumen:**

Utilizando información mensual de comercio al por menor, estudiamos la dinámica de corto plazo del consumo de los hogares en Colombia. Basados en la muestra de comercio al por menor sin combustibles ni vehículos, encontramos que su crecimiento se explica mediante rezagos del ISE (Indicador de Seguimiento a la Economía), la tasa de interés, el crédito al consumo y la confianza del consumidor. En el sentido de Granger, estas cuatro variables causan el crecimiento del consumo de los hogares. Utilizando variables instrumentales, dichas variables permanecen como factores fundamentales en la explicación del crecimiento del consumo de los hogares. La confianza del consumidor contiene información diferente de la que contiene el ISE; dicha información la asociamos con incertidumbre, un riesgo no financiero, posiblemente vinculado con el desempleo según nuestro marco teórico. Las variaciones porcentuales anuales de las remesas y los cupos de las tarjetas de crédito también son determinantes, mientras que la importancia de las tasas nacional y urbana de desempleo y la tasa de ocupación en la explicación del consumo de los hogares desaparece siempre que las variables anteriores se incluyan en los modelos empíricos, o el consumo se modele en variaciones porcentuales anuales en lugar de variaciones mensuales o trimestrales.

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

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.

**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.