

Algo raro está pasando en este pueblo

La economía colombiana ha sufrido transformaciones importantes tras la pandemia. Si bien el crecimiento del PIB desde entonces ha sido uno de los más altos de la *Ocde*, este no ha seguido un patrón convencional. El repunte ha sido liderado por el consumo de los hogares, mientras que la inversión –la formación bruta de capital fijo– ha caído de manera significativa. Este comportamiento solo se comparte con Hungría y Luxemburgo (ver figura 1).

Sobre el colapso de la inversión ya se ha hablado bastante. Si bien se reconoce que el incremento en las tasas de interés pudo haberla frenado, es necesario matizar que en otras economías, en donde la política monetaria fue tan o más rigurosa que en Colombia, la inversión no ha caído tanto. Un excelente caso de estudio es México, en donde el *Banco de México* hizo un apretón monetario mucho más fuerte que el del *Banco de la República* y la inversión creció más de 23%, con relación al nivel prepandemia. Si bien en México hay un gobierno de corte de izquierda, este ha actuado con menos confrontación frente al sector privado, y ello le ha permitido aprovechar la relocalización de la industria para exportar el mercado de Estados Unidos. Por otra parte, ha tenido una actitud más pragmática frente a las diferencias comerciales con el gobierno de **Trump**.

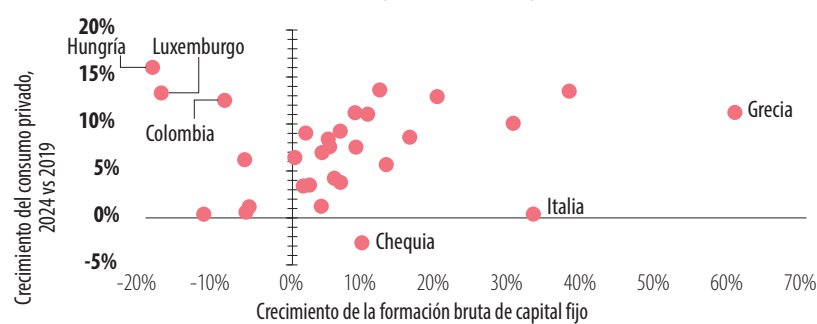
Sin embargo, sobre el auge del consumo en Colombia, no se ha escrito tanto. Lo primero que debe decirse es que la explicación política no parece alinearse temporalmente con el boom del consumo. Este rubro tuvo su esplendor hasta el segundo trimestre de 2022, en donde el consumo creció un 18%, relativo al nivel prepandemia, después del tercer trimestre de 2022, se ha vivido un crecimiento más lento en este componente.

¿QUÉ ESTÁ DETRÁS DE ESTE COMPORTAMIENTO?

Colombia se ha caracterizado por ser uno de los países que, desde los 2000, más recursos destina al consumo de los hogares. Así, mientras en la gran mayoría de países de *Ocde*, la participación del consumo en el PIB es inferior a 65% en bienes y servicios de consumo final, en Colombia viene gastando entre 65% y 75% en ese tipo de productos. Adicionalmente, el comportamiento reciente hace que Colombia sea aún más atípica. Luego de 2020, mientras en Colombia se ve un aumento, mientras en Colombia se ve un aumento, en los otros países de la *Ocde* se ve una cierta estabilidad e incluso una caída en esta participación.

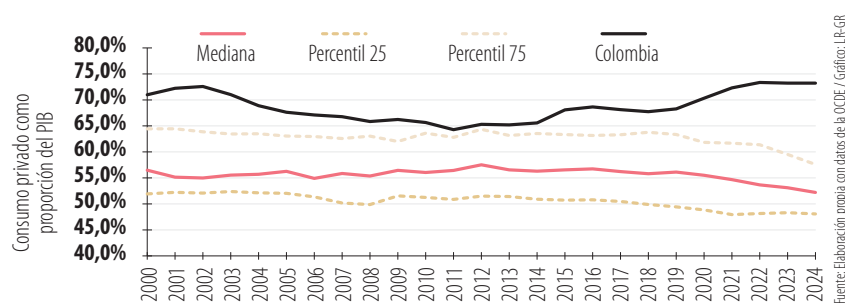
Una posible explicación es que el consumidor colombiano se haya vuelto más cortoplacista. En contextos de estabilidad, se suele asumir que las preferencias temporales entre presente y futuro son constantes. Pero los eventos traumáticos, como la pandemia, pueden alterar esas preferencias y llevar a valorar más el presente. En la siguiente gráfica se observa cómo entre mayor fue el número de muertes en exceso causadas por el covid-19, mayor es el cambio en la proporción del PIB asociada al consumo privado relativo al nivel prepandemia. La anterior es sugerente de que efectivamente el trauma pandémico indujo cambios en los patrones de consumo. Ahora bien, se trata de una correlación débil, lo que quiere decir

FIGURA 1. CRECIMIENTO DEL CONSUMO VS CRECIMIENTO DE LA INVERSIÓN (2019 A 2024)



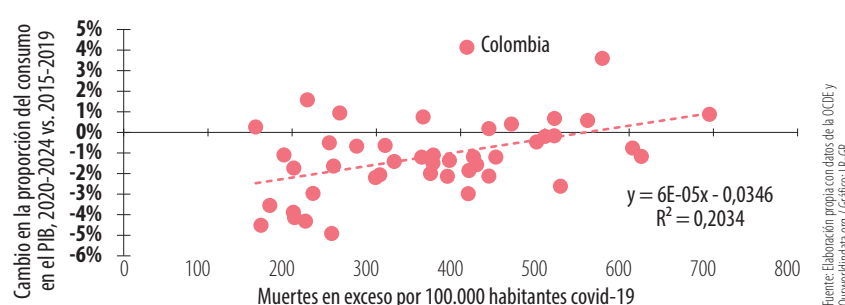
Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE / Gráfico: LR-GR

FIGURA 2. PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO DE LOS HOGARES EN EL PIB



Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE / Gráfico: LR-GR

FIGURA 3. PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO DE LOS HOGARES EN EL PIB



Fuente: Elaboración propia con datos de la OCDE y OurWorldinData.org / Gráfico: LR-GR

que difícilmente puede ser el gran determinante. La pandemia y el trauma consecuente no fueron exclusivas de Colombia, por lo que hay que buscar otras explicaciones.

Al adentrarnos en los datos de Colombia se encuentra algo muy interesante. El consumo en recreación, deportes y cultura creció de manera explosiva, cerca de 85% entre 2019 y 2025. No solo el colombiano parece estar consumiendo mucho más de lo que se esperaría con relación a los niveles existentes antes de la pandemia, sino que también ha cambiado la composición de dicho consumo. ¿Qué está detrás de todo esto? ¿Es ello sostenible en el tiempo? Sobre la primera pregunta se tienen algunas hipótesis que se dejan al lector como sugerencia.

Entre las hipótesis explicativas se plantea, primero, la aceleración de la digitalización y el acceso a internet que trajo consigo la pandemia. En 2019, uno de cada dos hogares tenía internet; en 2024, 65,6%. Esta transformación se vio favorecida por políticas como la reducción del IVA en telecomunicaciones y la entrada de *WOM* al mercado, que mantuvieron bajos los precios. Esto facilitó el crecimiento del consumo de plataformas de streaming y apuestas online, incluidas en el rubro de recreación.

Otra hipótesis, no excluyente, es la posibilidad de que la política de estímulo a la economía naranja de Iván Duque, cuyo fin era impulsar a las industrias creativas, haya sido efectiva. Al respecto, estaría por verse el impacto de los aranceles propuestos por la administración **Trump** para actividades filmicas realizadas por fuera de los Estados Unidos.

Ahora bien, ¿es este nuevo patrón de consumo sostenible? Hay dos posibilidades. Por un lado, que se trate de una reacción temporal a los efectos de la pandemia y que eventualmente el gasto vuelva a niveles previos. Por otro lado, es posible que se haya producido un cambio estructural en las preferencias de los consumidores. En este caso, el predominio del consumo sobre la inversión puede resultar problemático en el mediano plazo: sin nuevas fuentes de crecimiento y empleo, la economía podría ver reducida su tasa de crecimiento potencial.

¿Qué se recomienda? El crecimiento atípico del rubro de consumo y en particular el del consumo de bienes y servicios culturales requieren explicaciones, si bien acá se dieron algunas hipótesis, se considera necesario un mejor entendimiento desde todas las ciencias sociales. Los cambios parecen ser estructurales y si el colombiano se volvió más cortoplacista, se deben formular políticas innovadoras para fomentar el ahorro y la inversión. De hecho, *Econometría* ha realizado dos estudios para *Proimágenes* (2020 y 2021) en donde se demostró el impacto positivo de los incentivos a la inversión en el sector de la producción de bienes culturales. La producción nacional puede beneficiarse de este cambio en las tendencias del consumo.

Más allá de las hipótesis aquí propuestas, se espera que esta columna genere por lo menos curiosidad en lo que está pasando con el consumo y con la industria cultural y recreativa colombiana. El lector podrá estar en desacuerdo con las explicaciones aquí dadas, pero espero por lo menos compere la idea de que algo raro está pasando en este pueblo.