EFECTOS DE LAS NOTICIAS DIGITALES SOBRE LA TRM EN LAS EXPECTATIVAS DE INFLACIÓN DE LOS CONSUMIDORES: CASO COLOMBIANO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA - UNAULA

Semillero Eco Lab

AUTORES

Shara Graciela Mosquera Garcés, Julián Mateo Torres Castro, Brayan Montoya Ospina,Angely Juliana Correa Rios y Eliacib Palacio Ricardo

Objetivos

General

Analizar los determinantes de las expectativas de inflación de los consumidores para el periodo 2009-2018.

Específicos

-Caracterizar las noticias sobre la tasa de cambio provenientes de: El Tiempo, Portafolio, La República, El Espectador y El Colombiano.

-Identificar los determinantes de los desacuerdos de las expectativas de inflación.

Justificación

Al comprender cómo las noticias digitales sobre la tasa de cambio afectan las expectativas de inflación, el Banco Central puede:

•Mejorar su comunicación.

•Ajustar su política monetaria.

•Predecir tendencias de expectativas de inflación.

Metodología

Esta es una investigación de carácter empírico. Los datos de las variables dependientes fueron construidos mediante la Encuesta de Opinión del Consumidor. Las variables explicativas se elaboraron con una base de datos propia, recopilando las noticias digitales de cinco medios de comunicación. Las estimaciones fueron realizadas usando Mínimos Cuadrados Ordinarios y el Método Generalizado de Momentos.

Planteamiento del problema

- Los consumidores (no expertos) leen noticias sobre la tasa de cambio.
- Generan expectativas con errores de pronóstico, sobre los precios.
- Las expectativas de inflación influyen en las decisiones de gasto, ahorro e inversión.
- Estas decisiones determinan la formación de precios en la economía.

(1) $$DIS_C_t = \beta_0 + DIS_C_{t-1} + VOL_TRM_{t-1} + u_t$$

(15.73609) *** (0.743001) *** (0.225357) * (6.493887)

(1) $$DIS_C_t = \beta_0 + DIS_C_{t-1} + VOL_INCRE_{t-1} + VOL_REDU_{t-1} + VOL_ESTAB_{t-1} + u_t$$

(12.51441) ** (0.791565) *** (0.175514) *** (-0.128869) ** (-0.343768) *** (6.311939)

(1) $$EXP_INFC_t = \beta_0 + EXP_INFC_{t-1} + VOL_TRM_{t-1} + u_t$$

(1.263709) *** (0.850034) *** (0.014987) ** (1.348451)

(1) $$EXP_INFC_t = \beta_0 + EXP_INFC_{t-1} + VOL_INCRE_{t-1} + VOL_REDU_{t-1} + VOL_ESTAB_{t-1} + u_t$$

(1.717539) *** (0.756063) *** (0.072680) *** (-0.019553) ** (-0.086761) *** (1.266561)

(1) $$EXP_INFC_t = \beta_0 + EXP_INFC_{t-1} + TONO_POS_{t-1} + TONO_NEG_{t-1} + TONO_ESTAB_{t-1} + u_t$$

(1.101855) *** (0.863715) *** (-0.048888) ** (0.036291) ** (-0.017508) ** (1.330853)

Referente teórico

Lamla & Dräger (2023): Los medios de comunicación influyen en las expectativas económicas de los consumidores.

Law & Goh (2024): Los consumidores reciben información de noticias. Con base a esta, toman decisiones que afectan a la economía

Referencias

Dräger, L., & Lamla, M. J. (2023). Consumers' macroeconomic expectations. Journal of Economic Surveys.

Law, C. H., & Goh, K. H. (2024). A systematic literature review of the implications of media on inflation expectations. International Economics and Economic Policy, 1-30.

Asesor Juan Camilo Anzoátegui Zapata