

Gasto en consumo de los hogares: una aproximación a la revisión de literatura reciente

Milena Torres Roa¹
Menis Mercado Mejia²

Resumen

Este documento tiene como finalidad, analizar las tendencias a nivel internacional y nacional de la producción científica asociada al gasto en consumo de los hogares en el periodo del 2013 al 2023. El método utilizado fue una revisión de literatura sistemática, donde se incluyeron artículos de investigación relacionados con el tema. Las bases de datos utilizadas fueron Google Scholar, Redalyc y Scielo. Entre los hallazgos obtenidos se puede concluir que la renta determina el gasto en consumo de los hogares en sus diferentes categorías; asimismo, el incremento en la adquisición de bienes y servicios en las viviendas promueve el crecimiento económico, lo cual contribuye al mejoramiento de las condiciones laborales y por ende al bienestar de los territorios. El gasto varía según el contexto socioeconómico y sociodemográfico; así, se encuentra un comportamiento que prevalece en relación con las familias de menores ingresos y que se relaciona con una alta adquisición de alimentos, igualmente se puede evidenciar que cuando la renta es mayor en los hogares, se destina un menor porcentaje a la compra de alimentos; sin embargo, se presenta un incremento en el gasto de los demás rubros.

Palabras Clave: Ingreso, precio, gasto en consumo, pandemia, consumo

Introducción

Las empresas son una base importante para la economía, estas contribuyen al desarrollo económico del país; por ello, es indispensable conocer la manera como se comporta el consumidor ante los diferentes bienes y servicios que se ofrecen, con el fin de promover el consumo en los hogares, lo que genera efectos positivos como el incremento de los beneficios financieros en las empresas, lo que puede reflejarse en la renta de los empleados, mejorando la calidad de vida de las familias y favoreciendo al Producto Interno Bruto (PIB) del país (León Serrano, 2021). Existen varios elementos que influyen en el gasto en consumo de los hogares, entre los cuales se destacan factores culturales, regionales, la edad, el género, el nivel educativo y el estado civil, los cuales limitan o facilitan la compra de los distintos bienes y servicios. Adicionalmente, el factor psicológico motiva la adquisición de un determinado producto o servicio. Finalmente se encuentra en factor social el cual está definido con base a las costumbres familiares o grupos con características similares (Quintero Ramos, López Juvinao, & Acuña Lacouture, 2019).

El elemento fundamental sobre el cual se basa la adquisición de los distintos productos es la renta; este es el factor determinante del gasto, así como también las cantidades obtenidas o consumidas de un bien o servicio varían según la conformación de los hogares. El PIB por su parte, muestra el comportamiento de la economía en un periodo de tiempo, permite clasificar los países según el desempeño económico. Junto con el desempeño económico, se

¹ Egresada del Programa de Mercadeo de la Universitaria Agustiniiana. Miembro del semillero de Investigación Centro de Investigación del Consumidor del mismo programa.

² Profesora Investigadora del Programa de Mercadeo de la Universitaria Agustiniiana. Líder del grupo de investigación GEMA, adscrito al mismo programa

valora el comercio internacional del país o territorio; en este sentido, diversos autores hablan de los efectos positivos del incremento de las exportaciones las cuales contribuyen a un mayor dinamismo económico, derivado del intercambio de bienes y servicios. Lo anterior, también se constituye en un elemento clave en el desarrollo económico y social (Mercado Mejía, Angulo Pico, & Becerra Haya, 2022).

Un factor determinante en la adquisición de los diferentes bienes y servicios es la inflación, este se fundamenta con base a la oferta y la demanda, estableciendo así el valor de los distintos productos de allí depende que los precios se mantengan, bajen o se incrementen, este se mide por medio del Índice de precios al consumidor dando como resultado los bienes consumidos por los hogares del país en un periodo de tiempo determinado, durante la revisión de literatura se encontraron autores como, Reyes Vera (2021), Cabrera Valverde, Rosero Oliveros, & Riascos (2019) en sus investigaciones coinciden que cuando los ingresos de las familias se incrementan el gasto disminuye y se da una tendencia marcada al ahorro, a la vez se evidencia que cuando el precio de los diferentes bienes presentan un incremento los hogares cambian sus hábitos de consumo adquiriendo productos a más bajo precio con características similares.

Con relación al comportamiento de la economía de América y el Caribe en el periodo 2023-2024 el último informe de la Cepal, indica varios aspectos a considerar entre ellos se habla sobre un bajo crecimiento de la actividad económica, lo que genera una disminución en la adquisición de los diferentes bienes y servicios, generando afectaciones a las empresas y por ende a los trabajadores al ver disminuidos sus ingresos

El *Estudio Económico 2023* señala que el bajo crecimiento de la actividad económica en 2023 y 2024 redundará en una desaceleración del crecimiento del empleo, cuyo crecimiento se estima en un 1,9% en 2023 y en 1,1% en 2024. De igual forma, preocupa cuál será la calidad del empleo en ese contexto de bajo crecimiento, pues es muy probable que los trabajadores se vuelvan más vulnerables, tengan menores niveles de protección social y se empleen en sectores menos productivos (Cepal, 2023). A nivel internacional

Se proyecta que el crecimiento mundial disminuya de un 3,5% estimado para 2022 a 3,0% en 2023 y 2024. La subida de las tasas de interés de política monetaria de los bancos centrales para combatir la inflación sigue lastrando la actividad económica. Se prevé que el nivel general de inflación mundial descienda de 8,7% en 2022 a 6,8% en 2023 y 5,2% en 2024. Se proyecta que la inflación subyacente (básica) disminuya de forma más gradual, habiéndose revisado al alza los pronósticos para la inflación en 2024. (Fondo Monetario Internacional, 2023)

En este documento, se presenta el resultado de una revisión de literatura de 62 documentos, los cuales fueron seleccionados en varias bases de datos como son; Google Scholar, Redalyc, Scielo, los documentos se presentan por grupos de documentos, relacionados con el gasto en consumo de los hogares, en la primera parte se describe cómo se comporta la economía a nivel internacional y los cambios generados debido a la pandemia, en la segunda parte se dan a conocer las teorías relacionadas con el tema, en la tercera parte se mostrará como es el consumo según las características socioeconómicas y sociodemográficas, finalmente se presentan las conclusiones con base a los hallazgos obtenidos.

Contexto

La crisis económica más reciente fue la pandemia derivada del virus de la COVID-19, la cual dejó una de las recesiones con mayores efectos a nivel mundial, entre los cuales se cuentan; una mayor desigualdad entre los países, las empresas no estaban preparadas para afrontar la pandemia, varias no contaban con un soporte financiero lo bastante sólido que les

permitiera subsistir durante un periodo de tiempo largo, lo cual produjo el cierre de empresas dejando a su paso desempleo, y por consiguiente unos efectos negativos sobre las familias de menores ingresos y las personas que laboran de manera independiente (Banco Mundial, 2022).

A continuación, se darán a conocer aspectos relacionados con los efectos en el gasto debido a la crisis generada debido a la pandemia covid-19, en estos párrafos se hablará acerca de diferentes estudios que constatan algunos cambios generados en diferentes regiones del mundo en particular se hablara un poco más de el caso de los Estados Unidos sin dejar de lado estudios de otras regiones.

Se pudo evidenciar en el transcurso de la revisión que las medidas tomadas para contrarrestar el virus obligaron a cambiar los hábitos de consumo, el cual se produjo con base a las circunstancias más no estuvo basada por una decisión propia, el cierre de establecimientos hizo que las personas buscarán alternativas para suplir estas necesidades, la incertidumbre generó en todas las regiones un incremento en la compra de alimentos para preparar en el hogar, optaron por adquirir los productos a través de las plataformas virtuales para evitar el contagio.

Asimismo, según R. Baker, A. Farrokhnia, Meyer, Pagel, & Yannelis (2020), la investigación muestra que las familias conformadas por niños y adultos mayores redujeron el gasto; (Brenna, Brandon, Bradley, & Norbert, 2021). Algunos autores coinciden que el consumo de los hogares durante la pandemia estuvo determinado por la propagación del virus, cuando el número de contagios se incrementó el consumo se redujo de manera significativa, mientras que al presentarse disminuciones en este indicador el gasto se acrecentó, (Finck & Tillman, 2022); de igual manera, se da una tendencia marcada hacia el ahorro, debido a la incertidumbre causada por la crisis en salud (Coibion, Georgarakos, Gorodnichenko, Kenny, & Weber, 2021).

Con el confinamiento se dio origen al cierre de establecimientos dedicados a la preparación de alimentos y lugares destinados al esparcimiento, razón por la cual las familias optaron por buscar herramientas que les permitieran suplir su necesidad de consumo de ocio, lo que generó la adquisición de herramientas tecnológicas como video juegos, suscripciones a plataformas de *Streaming*, entre otras, para compensar estas actividades; se evidencian entre otros cambios y efectos; un decrecimiento en la compra de vestuario, que los hogares de menores ingresos gastaron toda su renta en productos de primera necesidad, que las cantidades compradas experimentaron variaciones según la conformación de los hogares (tamaño del hogar), y que el medio de adquisición está basado en la vulnerabilidad teniendo en cuenta que las personas que más hicieron uso de los medios electrónicos y el servicio a domicilio para obtener sus alimentos fueron las conformadas por niños y adultos mayores (Said, Tahlyan, Stathopoulos, Mahmassani, & Walker, 2023).

Por otra parte, se muestra que las personas que sufrieron los mayores impactos a lo largo de la pandemia fueron aquellas que contaban con recursos mínimos para su subsistencia; en este grupo prevalecieron aquellas familias cuyo jefe contaba con un nivel educativo bajo y que no recibieron ayudas gubernamentales (Bruce, y otros, 2022); a su vez las personas beneficiadas durante el transcurso de la pandemia fueron aquellas con un mayor poder adquisitivo (ingresos altos), estas aprovecharon los beneficios otorgados por el gobierno como la reducción de los intereses y la facilidad de los préstamos, para la compra de bienes durables y de esparcimiento; entre los más adquiridos se encuentran los vehículos, electrodomésticos y bienes recreativos (Tauber & Zandweghe, 2021).

En los países europeos, la pandemia también trajo consigo afectaciones a nivel económico y cambios en cuanto al comportamiento del consumo. El confinamiento y algunas

restricciones hicieron que los países europeos clasificados como de ingreso alto, coartaran los patrones de consumo viéndose afectada la calidad de vida de sus ciudadanos. En el documento consultado el autor divide los países para identificar las variaciones en cuanto a la preferencia del consumo; en sus resultados se muestra que gran parte de la población incrementó el gasto de bebidas alcohólicas, productos derivados del tabaco, medios de comunicación y transporte en el periodo del 2019 al 2020. Además, se experimentó una variación significativa con relación al consumo de alimentos en Luxemburgo, Italia, Lituania, Polonia, Eslovenia en comparación con los demás países; en contraposición al gasto en otro tipo de bienes y servicios.

En este estudio, se evidenció que países como Dinamarca y Países bajos con un mejor nivel económico invierten menos en alimentos, e incluso presentaron una disminución en el gasto en educación y servicios de telecomunicaciones. De acuerdo con los resultados, el rubro en el que más se gastó fue en mantenimiento de la vivienda cumpliéndose con la ley de Engel la cual afirma que en los hogares con mayor estabilidad económica tienden a gastar más en el mejoramiento de las viviendas. Por su parte, Bélgica, Alemania, Francia y Finlandia destinaron sus ingresos al rubro de salud (Piekut & Piekut, 2022).

La pandemia trajo consigo incertidumbre y miedo al contagio, lo que hizo que las familias optaran por productos perecederos, dejando de lado la adquisición de frutas y verduras frescas, que fueron sustituidos por congelados y enlatados los cuales tenían menos manipulación y por ende menor riesgo al contagio; además, fueron adquiridos por servicio a domicilio. Países como Italia, Noruega y Alemania presentaron diferencias significativas en cuanto al gasto. En Italia, por ejemplo, las familias optaron por la compra de chocolates y papas fritas; por su parte, Dinamarca se caracterizó por la adquisición de productos a base de hojaldre y bebidas alcohólicas; en Noruega se incrementó el consumo de azúcar; y finalmente, en Alemania aumentaron las compras de alimentos preparados y productos congelados, además de la reducción de la compras de bebidas lácteas, en algunos casos se dejó de consumir carne fresca y en otros se incrementó el consumo de pan (Janssen, y otros, 2021).

Con la llegada de la pandemia, se generó un gasto adicional en las familias el cual debió ser utilizado para la prevención del virus, por ejemplo, el gasto en compra de tapabocas, alcohol antiséptico, productos de aseo, entre otros. Este causó que en los hogares se redujeran los ingresos lo cual los llevó a restringir la adquisición de ciertos productos de la canasta familiar. La disminución en la renta, produjo un sobreendeudamiento en los hogares, algunos tuvieron que hacer uso de sus ahorros para poder suplir sus necesidades básicas; para identificar el impacto generado por la pandemia se debe tener en cuenta las variaciones generadas en torno al gasto, el cual se puede evidenciar cuando los hogares obtienen productos que representa las proporciones de gasto más altas como es la adquisición en carnes, pollo, pescado, lácteos, huevos, frutas ya que brindan un panorama sobre el estado económico de las viviendas, estos efectos de manera agregada influyen en el producto interno bruto del país; la tenencia de bienes materiales no inciden en las decisiones de consumo ya que no define como tal este comportamiento, debido a que los gastos son directamente proporcionales a los ingresos. (Garzón Lucero, 2021).

Por otro lado, Manajit, Samutachak, & Voelker (2020) describen el comportamiento en el consumo según la conformación y ubicación de los hogares se encontraron varias clasificaciones, la primera tiene un porcentaje del 55,8% la integran aquellas viviendas las cuales invierten la mayor parte de su renta a la adquisición de alimentos, son familias con un nivel educativo bajo, están integradas por niños y adultos mayores; el otro grupo se ubica en las zonas municipales, en este se encuentran los adultos, mayores los cuales se caracterizan

por destinar sus ingresos a vivienda y alimentos con un 54,08% de la población; el tercer grupo lo conforman aquellas familias donde la jefe de hogar es mujer, con estudios básicos o superiores estas destinan sus ingresos a la adquisición de vivienda correspondiente al 37,15%, finalmente están los hogares unipersonales, este lo conforman el 40,21% invierten en todos los diferentes bienes, a la vez se evidenció que el 31,8% de las personas presentan un incremento en cuanto al uso de transporte, los que asisten a centros educativos y son laboralmente activos

De la misma manera el uso de las redes sociales fue un factor determinante durante el periodo de pandemia, ya que este fue el medio más utilizado para acceder a la adquisición de bienes, actividades académicas y laborales, la compra de productos por las redes generaba desconfianza pues prevalecía la duda de llegar a perder el dinero invertido. Con el fin de conocer más al respecto se realizó un estudio en diferentes universidades con el fin de conocer los motivos que incentivaron a los estudiantes a confiar en este medio, gran parte de estos realizan sus compras basados en las experiencias de amigos, familia y opiniones dejadas por las redes sociales, eligen como medio de pago contra entrega, ya que este permite constatar si el producto cumple con las características, los bienes más adquiridos por este medio son artículos tecnológicos, vestuario, accesorios y libros, entre las ventajas están que se puede acceder a varias tiendas sin necesidad de desplazamientos y poder identificar los diferentes precios teniendo acceso a los descuentos u ofertas de los distintos bienes (Rodríguez, 2018). Se ha presentado un incremento en cuanto a la adquisición de productos debido a las buenas experiencias que han tenido los compradores las cuales han servido de motivación a las personas que no habían utilizado este medio, cada vez son más cuidadosos para evitar la pérdida de su dinero (Lineró Bocanegra & Botero Cardona, 2020).

A su vez se pudo evidenciar que durante la pandemia se presentó una disminución en cuanto al uso de tarjetas débito de -15% y crédito -37% muchos optaron por cancelar sus tarjetas con el fin de evitar el endeudamiento, se da una tendencia al ahorro con la reducción de gastos innecesarios (Gallor Linares & Pedraza Hernández, 2021); antes de pandemia las familias hacían uso de sus tarjetas de crédito para el pago de bienes duraderos y no duraderos, aunque los créditos contribuyen en parte al alivio de los gastos en las familias, esta hace que la brecha existente entre los hogares con mayores y menores ingresos se incremente (Ceballos Mina, 2022).

Se puede concluir que la pandemia produjo una tasa de desempleo alta lo que conllevó a una reducción en los ingresos en todos los países, ocasionando que muchos hogares dejaran de cumplir con sus obligaciones financieras generando problemas severos de ansiedad, uno de los sectores más afectados a nivel económico fueron los trabajadores informales del cual forman parte adultos mayores los más vulnerables al contagio, (Teruel Belismelis & Pérez Hernández, 2021); se refleja que las personas optaron por adquirir gran cantidad de productos debido a la incertidumbre generada por la pandemia y por pánico a una posible escasez, los adultos mayores con una mejor estabilidad económica hicieron uso de sus ingresos y ahorros asumiendo los gastos en una gran parte de las familias durante este periodo de tiempo (Perera, Fernando, Ratnayake, & Udawaththa, 2021). Se pudo a la vez identificar que las ayudas brindadas por el gobierno para reducir el impacto económico contribuyeron de manera significativa a mejorar la calidad de vida de los hogares de menores ingresos, parte de la población no suplieron una necesidad urgente razón por la que no se evidenció un crecimiento en el gasto a corto plazo, pero proporcionó una seguridad económica a gran parte de los hogares (Parker, Schild, Erhard, & Johnson, 2022)

Durante este periodo se genera una concientización en cuanto al gasto ya que se opta por adquirir solo los bienes necesarios, cambia la percepción de consumo dejan de comprar sus marcas favoritas prefiriendo productos con las mismas características a precios más asequibles, hay un avance a nivel tecnológico ya que este era utilizado por una parte de la población, con la llegada de la pandemia se hace uso de las redes convirtiéndose en un medio indispensable para acceder a las actividades académicas como laborales hoy en día es utilizada por personas de todas las edades (Barrera Agudelo , Luna Lozada , & Molano Buenaventura, 2020); a la hora de adquirir sus productos eligieron lugares en los cuales se tuvieron en cuenta las medidas sugeridas para evitar el contagio como los supermercados e hipermercados seguidos por las tiendas y abarrotes de barrio, debido al sedentarismo se presentaron muchos casos de obesidad así que las familias optaron por una alimentación más saludable donde se incluyó el consumo de frutas y verduras (Camarena Gómez, Salgado Beltrán, Robles Baldenegro, & Velarde Mendivil, 2020), se reduce la adquisición de comida a domicilio, bebidas alcohólicas, vestuario y bienes durables (Varun, Suhas, & Manoj, 2020).

El Covid-19 afecto el empleo y la quiebra de los negocios aumentó en un porcentaje del 5,1 a 14,9%, la población más afectada fue la urbana debido a que las familias sobreviven de los ingresos que reciben de manera permanente el cual es superior que el ingreso transitorio, los hogares con menores ingresos presentaron mayores dificultades para satisfacer sus necesidades básicas, ante la crisis basaron el consumo en función de suplir los gastos necesarios, dejando de lado los no esenciales como vestuario, educación, entretenimiento. (Talledo Carrasco, 2021).

Marco Teórico

El consumo es de vital importancia, por medio de este se distribuyen los distintos bienes y servicios producidos por las empresas a través de los cuales se busca suplir las necesidades de las familias, cada vez que las personas invierten en los diferentes rubros, se incrementa el empleo, mejoran los ingresos, brindando una mejor calidad de vida. Para identificar la cantidad de bienes que produce un país durante un periodo de tiempo determinado , se utiliza el producto interno bruto (PIB) cuando este indicador crece se genera una mayor inversión y oportunidades laborales. El PIB no brinda información sobre las desigualdades existentes en la sociedad, debido a que cuando se mide la cantidad de bienes se incluyen a todas las personas que conforman el país, este sería más exacto si se tiene en cuenta solo a la fuerza laboral. (Fernández, 2016). Para identificar como es el comportamiento del consumidor y aquellos factores que determinan el gasto se utiliza el IPC, cada vez que este se incrementa se presenta lo que se denomina la inflación lo cual genera un incremento en el valor de los alimentos lo que hace que las familias adquieran productos sustitutos a un menor precio.

Durante la revisión se halló un análisis relacionado con el IPC en donde se analiza el gasto en las viviendas con menores ingresos, entre los resultados obtenidos se encuentra que estas invierten gran parte de su renta en alimentos, cigarrillos, tabaco y al pago de servicios públicos, habitan en viviendas alquiladas, en cuanto a la compra de electrodomésticos se refleja una preferencia en la adquisición de televisores con relación a los demás estratos, los bienes y servicios en los que menos invierten es en la compra de alimentos fuera del hogar, transporte y en bienes durables.

El IVA también influye de manera negativa en el consumo de los alimentos afectando a las familias de menores ingresos ya que gran parte de los productos están gravados con el IVA del 19%, lo cual genera como resultado un incremento en los bienes de la canasta familiar, limitando la adquisición de ciertos productos, lo que conlleva a cambiar la opción de compra con base a su presupuesto, las familias con mayor capacidad económica no se ven afectadas

ya que en su mayoría adquieren productos exentos de este gravamen (Herrera Reyes & Cartagena Lozano, 2019) El alto costo de los productos afecta considerablemente el PIB ya que reduce la adquisición de bienes y servicios debido a que estas variables están correlacionadas entre sí (Zúñiga González, Vargas Ramirez, & Rivas Tejena, 2020).

Existen varias teorías las cuales sirven como fundamento para esta investigación relacionada con el gasto en consumo de los hogares, durante la revisión de literatura se halló una similitud en cuanto a los sustentos teóricos sobre los cuales los autores basan sus investigaciones, una de ellas es la teoría de Keynes este plantea como base fundamental para el crecimiento económico al gasto, pues determina la intensificación de la fuerza laboral del país, mejora la producción en las empresas, lo que incrementa la renta, el sustento sobre el cual se basa esta teoría es válido debido a que sin ingresos no hay gasto, ni acceso a los distintos bienes, no habría producción en las empresas y por ende no se produciría una generación en el empleo. (García González, Quiroga Castillo, & Vega Lozano, 2017).

Otro aporte importante fue el de Milton Friedman este encuentra que el gasto está dividido en dos partes, uno de ellos es el ingreso el cual devengan las personas como pago por parte de su trabajo al que denomina ingreso permanente, este es fundamental debido a que es constante y determina la adquisición de los distintos bienes y servicios, el otro es el ingreso temporáneo del cual hacen parte aquellos aportes que reciben los hogares, ya sea por envíos, rendimientos financieros, ayudas por parte del estado, se encontró que el 3,22% de las viviendas reciben remesas lo que corresponde al 1,52% de los ingresos son viviendas que tienen una buena estabilidad económica. (Peláez Herreros, Martínez Cuero, & García Ramírez, 2012). este no genera gran impacto a nivel económico debido a que las familias destinan este dinero al ahorro. Este comportamiento se puede dar en parte porque estos ya tienen un presupuesto destinado para la adquisición de bienes en un periodo de tiempo determinado, cuando reciben aportes adicionales estos son guardados como reserva a eventos inesperados razón por la cual presentan un efecto nulo a nivel económico (Solano & Banderas Benítez, 2019) (Celis Gálvez, 2013).

Por otra parte se encuentra la teoría de Modigliani, esta principalmente muestra como es el comportamiento del consumidor en el transcurso de su existencia, el cual está basado en el ciclo de vida básicamente este autor afirma que hay una etapa de la vida que es productiva en la que las personas tienden a acumular riqueza durante este periodo de tiempo hacen uso de créditos y préstamos con el fin de adquirir bienes durables, se da una tendencia marcada al ahorro el cual es utilizado en el periodo de vida no productivo. Las personas pretenden mantener un estilo de vida constante, que le permita vivir sin restricciones ante todo en los últimos años de su existencia, razón por la cual destinan parte de los ingresos al ahorro con el fin de disponer de ellos en el periodo de tiempo que no puedan devengar renta, por ello en los primeros años de su vida tienen responsabilidades financieras las cuales se reducen con el transcurrir del tiempo. (García González, Quiroga Castillo, & Vega Lozano, 2017) (Reyes Vera, 2021).

Se puede identificar los factores que repercuten al momento del gasto, uno de ellos son los ingresos pues brindan un panorama sobre los recursos que se tienen disponibles para la adquisición de los alimentos, asimismo influyen los gustos, las preferencias, factores económicos y sociodemográficos, pero el costo es fundamental ya que refleja la capacidad adquisitiva lo que conlleva a que se elijan productos llevados por el precio más no por el valor nutricional de los mismos. European Food Information Council (euFIC).

Para observar con mayor claridad el comportamiento del gasto con relación a los ingresos en los diferentes bienes y servicios se hace uso de la teoría de Engel sobre la cual se basan los

diferentes autores en esta se muestra que los hogares con menores ingresos destinan la mayor parte de su renta en la compra de alimentos, mientras que en las familias que devengan mayores ingresos se presenta una disminución en la adquisición de alimentos incrementando la obtención de los demás rubros. (Barrientos Marín & Arango Sánchez, 2019).

Factores que determinan el gasto

La renta, es un elemento indispensable ya que por medio de esta se tiene acceso a los diferentes bienes con los cuales se satisfacen las necesidades, el comportamiento del consumidor presenta variaciones según los ingresos, el nivel educativo, la conformación de los hogares, la edad, el estado civil entre otros. A continuación, se analizará más a fondo este comportamiento, concerniente a el gasto por género, se evidencia que las mujeres son las que más gastan en alimentos al ser consumidoras y proveedoras del hogar, a mayor edad se incrementa de manera significativa el gasto; el nivel educativo ejerce un efecto negativo en el consumo ya que este se reduce cuando se tiene un nivel educativo superior, cuando el nivel de escolaridad es menor el gasto en alimentos se incrementa. Así mismo se encuentra que hay víveres que por su elevado costo son de difícil adquisición para ciertos hogares tanto en áreas urbanas como rurales como son las carnes, granos, vegetales y frutas, razón por las que muchas viviendas los adquieren en menor proporción y en otros no los incluyen en su canasta familiar (Torres Pabón, 2019).

Cuando se observan los patrones de gasto según la edad se encontró en la investigación realizada por Rio Haribowo que en los hogares jóvenes prevalece el consumo en cuanto a los medios tecnológicos, vestuario estos buscan satisfacer sus necesidades es por ello por lo que buscan nuevas experiencias, mientras que en los hogares de mayor edad dan más prevalencia al ahorro y a la inversión (Río, Irwan, M, Karnawi, & Muhammad, 2022).

Cuando se tiene en cuenta el estado civil en los estratos con bajos ingresos este muestra un crecimiento en el consumo, el cual tiende a disminuir cuando la renta se incrementa, aunque se podría deducir que a mayores ingresos se genera un mayor consumo este ejerce un efecto contrario debido a que el ahorro en los hogares se extiende lo que hace que la adquisición de bienes y servicios presente reducciones, el estrato genera variaciones en cuanto al gasto este se da en base a los ingresos o auxilios recibidos (Mercado Mejía, Angulo Pico, & Becerra Haya, 2022). Así mismo se puede evidenciar que cuando se incrementan los ingresos, los hogares presentan variaciones en su alimentación adquiriendo productos de un costo más elevado incrementando el consumo de lácteos, cárnicos, comidas elaboradas y originando un decrecimiento en el consumo de alimentos más económicos (Bertollo, Martire, Rovirosa, & Zapata, 2015)

Por otro lado, las diferencias en cuanto al consumo tanto en el campo como en la ciudad esta muestra cambios significativos, en las áreas rurales hay más asequibilidad a los productos agrícolas y se supondría que estos son los más adquiridos en esta parte de la población, pero este tiene un efecto contrario son los que menos consumen, estos son adquiridos con más frecuencia en áreas urbanas.

Durante la revisión de literatura se encuentra que las familias que habitan en el área rural tienden a consumir menos frutas, yogurt, queso, se presenta un mayor consumo en carnes y leche en polvo, así mismo se evidenció que estas preparan los alimentos en sus viviendas, consumen en menor proporción alimentos fuera del hogar, gaseosas y jugos este comportamiento se puede dar en parte por el distanciamiento existente entre el área rural y la ciudad.

En las áreas urbanas compran productos semielaborados y listos para el consumo, las familias con mayor nivel económico adquieren con frecuencia productos panificados, frutas,

verduras, yogurt, pescados, los que menos incluyen en la canasta familiar son carne, leche y huevos (Zapata, Rovirosa, & Carmuega, 2016). Se evidencia que en el área urbana se cumple la ley de Engel debido a que las personas con más bajos ingresos gastan una mayor proporción de sus ingresos en productos de primera necesidad, mientras que los que habitan en las áreas rurales invierten menos en este rubro debido al autoconsumo (Rojas Ardila, 2017).

Cuando se analiza el gasto de frutas y verduras, se encuentra que estas presentan un mayor consumo en los hogares donde habitan adultos mayores el cual corresponde al 27,5% son familias con un nivel educativo alto donde no hay presencia de infantes. Se presenta un decrecimiento en este rubro en los hogares con menores ingresos, donde hay ausencia de personas adultas estas viviendas no tienen ayuda por parte del estado y se caracteriza porque están conformadas por niños lo que corresponde al 41,5% de la población (Ballesteros, Zapata, Freidin, Tamburini, & Rovirosa).

En el transcurso de la investigación, se identificó un comportamiento específico en relación con las viviendas con menores ingresos, ya que son los que más invierten en la adquisición de alimentos y en ocasiones no logran suplir sus necesidades básicas, por otra parte, los hogares que cuentan con una mejor estabilidad económica destinan sus ingresos a los demás rubros y una parte mínima a la compra de alimentos, se concluye que el consumo no está determinado únicamente por los ingresos influye el estado civil y la conformación de las familias (Arpi Mayta, 2017).

El género también influye en el gasto, cuando el jefe de hogar es un hombre se genera un efecto negativo en la adquisición de alimentos ya que tiende a disminuir de manera significativa, mientras que cuando la jefe de hogar es una mujer este presenta un incremento en cuanto a la adquisición de bienes, a su vez se identifica que las personas que laboran tienden a invertir más en el consumo de alimentos fuera del hogar, los empleadores que cotizan al régimen contributivo de salud disminuyen la adquisición de alimentos, en Colombia el 62,4% de los habitantes tienen empleos los cuales brindan una estabilidad económica, en este grupo están excluidos jóvenes y adultos mayores, los cuales tienen empleos con rotación alta y con incidencia al desempleo. (Lasso V & Frasser L, 2015).

Con el fin de conocer en que rubros destinan la mayor parte de sus ingresos las viviendas y el grado de importancia de cada uno, durante la revisión se encuentra el presente hallazgo los hogares destinan sus ingresos al pago de arriendo, servicios públicos, mantenimiento de vivienda, artículos de aseo, obligaciones financieras y alimentos, de igual manera se pudo evidenciar que las familias son propensas a consumir más bienes de los que pueden adquirir, razón por la cual acuden al endeudamiento para lograr suplir sus necesidades básicas, mientras que en los que tienen un mayor nivel adquisitivo tienden a obtener en su mayoría productos innecesarios dejando en segundo lugar los artículos de primera necesidad (García González, Quiroga Castillo, & Vega Lozano, 2017).

Cuando se analiza el comportamiento en los hogares con un nivel económico más alto, se constata que estos en su mayoría están conformados por dos hijos, las familias adquieren sus productos con base a sus gustos y preferencias, realizan sus compras en supermercados, tienen acceso a todos los grupos de alimentos, cuentan con los recursos necesarios para cubrir todas sus necesidades básicas, consumen lácteos, frutas y verduras todos los días, la comida rápida es consumida una vez al mes, sus decisiones de compra las toman con base a los medios de comunicación (Belalcázar & Tobar, 2013).

Si se cambia la perspectiva de gasto y se analiza cómo se comporta en aquellos estudiantes los cuales asisten a centros educativos lejos de donde habitan, se refleja que los estudiantes se enfocan más que todo en la vivienda, por lo general buscan lugares cerca a los centros

educativos con el fin de disminuir el gasto en transporte, reducen el gasto en alimentos e invierten poco en apoyos académicos, los estudiantes no designan sus ingresos al ahorro debido a que cuando estos se incrementan buscan un lugar con mejores comodidades donde habitar, si se analiza como se ve beneficiadas las ciudades con el incremento de estudiantes se revela que este no muestra un crecimiento significativo en los determinados rubros, ya que el único que presenta un incremento es la vivienda. (Rojas Triana, 2012).

Con base al comportamiento en gasto en seguridad social, medicinas, hospitalización y transporte privado, se pudo identificar que las personas que trabajan de manera independiente no invierten en seguridad social, el uso del transporte público varía según el ingreso, la hospitalización y las medicinas es decreciente no presenta una uniformidad, para los estratos medio y alto (Barrientos, Gallego, & Saldarriaga, 2011).

Respecto a los factores que intervienen en el consumo de alimentos fuera del hogar se encuentra que está determinado por los siguientes escenarios, entretenimiento, motivos laborales o por estudio, este no se da de manera frecuente si no está determinado según las circunstancias, así mismo se evidencia que los que más consumen alimentos fuera del hogar son en su mayoría personas adultas, pensionadas que trabajan de manera independiente y con un alto nivel educativo, se da en gran proporción en el género masculino, se concluye que las mujeres invierten menos en este rubro debido a la cantidad de integrantes con las que convive y por qué a nivel económico se tiende a gastar menos si prepara los alimentos en el hogar, si se observa otro factor que interviene en el gasto es la disponibilidad de lugares según el área en que se encuentre, como es el acceso a bares, restaurantes, actos culturales. (Arancibia, 2013).

En cuanto al uso de los medios de transporte, se encuentra que las mujeres tienden a invertir más en este rubro por su rol en el hogar, tienen más miembros a su cargo como son niños, personas adultas motivo por el cual utiliza más el medio de transporte que los hombres los porcentajes en su orden son (0,697) y (0,668), el medio utilizado varía según el nivel económico el estrato medio utiliza el transporte público y las familias con un mayor nivel económico utilizan transporte privado (Vázquez Nájera, Martínez Ortega, & Martínez Ortega, 2022).

Asimismo se realiza un análisis de gasto con base a las clases sociales se encuentra que la clase obrera y no calificada destinan la mayor parte de su renta a la adquisición de alimentos y bebidas, los que hacen parte del personal directivo o profesional destinan sus ingresos a la compra de vehículos, educación privada, medicina prepagada, recreación y cultura, los factores sociodemográficos y la conformación de los hogares tiene un efecto positivo en el gasto (Rodríguez de la Fuente, 2022).

Teniendo en cuenta que el consumo está determinado por la empleabilidad y los ingresos, se puede identificar que uno de los efectos que ha impactado la economía es la pandemia la cual originó un incremento en el trabajo informal, si se toma como referencia el Ecuador se evidencia que es mayor el porcentaje de personas que laboran de manera independiente el cual corresponde al 33,85%, las personas empleadas oscilan en un porcentaje del 29,66 de las cuales el 19,97% han trabajado en un periodo de 8-10 años lo que demuestra la inestabilidad laboral existente, adicionalmente las personas deben trabajar horas adicionales para cubrir sus necesidades básicas, la única manera que haya un crecimiento en el consumo es que mejoren las condiciones laborales y el nivel educativo (Luisa Hurtado, 2019).

Al analizar cómo se comporta la economía cuando las familias reciben apoyo por parte de una entidad, se determina que esta contribuye significativamente con el PIB del país, generando un mayor incremento en la adquisición de alimentos con un porcentaje del 15.2%,

se encuentra que una parte de los beneficiarios invierten el apoyo económico en otros rubros (Inquilla Mamani & Calatayud Mendoza, 2020).

Durante la investigación se encuentra que en el Valle del Cauca las mujeres que habitan en las áreas rurales tienen un mayor nivel educativo que los hombres, en el área urbana el nivel formativo en el género masculino es mayor; predomina la jefatura del hogar en los hombres el cual corresponde al 70% y el 30% la conforman las mujeres. La edad del jefe de hogar está entre el rango de 47 a 50 años, en cuanto al consumo con relación a la edad los adultos mayores disminuyen el consumo de alimentos, educación y vestuario se presenta un incremento en el rubro de salud, ocurre el caso opuesto cuando se tiene en cuenta a las personas jóvenes las cuales tienden a gastar más en vivienda, vestuario y educación (Gómez Sánchez, Fajardo Hoyos, & Sarmiento Castillo, 2015).

Por otra parte, el gasto en bienes duraderos y no duraderos en Estados Unidos, Holanda, Inglaterra se incrementan al inicio de la vida alcanzando su punto máximo a los 50 años, el cual con el tiempo disminuye, en México se invierte más en bienes no duraderos que duraderos lo que los hace vulnerables ante choques en el ingreso, los mexicanos adquieren los bienes duraderos antes de los 45 años. En Holanda adquieren bienes durables hasta los 60 años, acumulan bienes 15 años más que México. La escolaridad es un factor fundamental, influye en las decisiones de consumo, y en los ingresos. (Campos Vázquez & Meléndez Martínez, 2013)

Cuando el ingreso permanente se incrementa, se evidencia una reducción en el gasto de alimentos en un porcentaje del 24,88%, a mayor edad este presenta un crecimiento de un 13,21%; la adquisición de bienes durables asciende en un 9,6%, se destina un mayor porcentaje a educación. En los ingresos transitorios el gasto de servicios básicos se reduce en un 0,34% así mismo se restringe el gasto en salud el cual disminuye en un 67% (Salas Quispe, 2021)

Los productos que se adquieren a través de las fronteras son bienes duraderos y no duraderos la adquisición de los mismos varía según la distancia, las condiciones de ingreso al país las cuales en ocasiones presentan disminuciones debido al alto costo de los productos o cuando los precios presentan equivalencia en ambos países y no genera rentabilidad para la persona que comercia entre los bienes más adquiridos están los textiles, electrodomésticos y productos para el hogar, los cuales son obtenidos por personas con altos ingresos. En los estados no fronterizos la mayor parte de los jefes de familia, tienen la primaria incompleta, se presenta especialmente en los estados con alta intensidad migratoria (Díaz González & González-König, 2016). Cabe mencionar que las personas toman sus decisiones influenciados con base a un grupo en específico, el entorno social donde estos habitan o en tendencias originadas por un periodo de tiempo determinado, este comportamiento se ve reflejado en la adquisición de bienes como es el tabaco, en vestuario y así mismo en el uso de las diferentes actividades recreativas (Casado J. M., 2018)

Si se tiene en cuenta otros rubros como la educación esta presenta variaciones relacionadas con la edad, se da en las familias con mayores ingresos, respecto a la adquisición de vestuario este se mantiene estable en todos los estratos, la salud se incrementa en hogares conformados por adultos mayores (Klick & Stockburger, 2021).

En cuanto al consumo de alimentos fuera del hogar se encontró que en Colombia este presentó un incremento del 34,64% este se da con mayor frecuencia en las viviendas con mayores ingresos que habitan en las áreas urbanas, se presenta un decrecimiento cuando la conformación de los hogares es extensa, si se analiza este rubro con relación a los años anteriores se muestra que en el año 2010 Orinoquía presentó el promedio más alto

correspondiente al 36,21% mientras que en Bogotá tuvo un porcentaje del 31,65%, este presentó variaciones en el año 2014, Amazonía lidera en este rubro con un porcentaje del 38,71%, Bogotá 36,67% se puede concluir que el consumo fuera del hogar es mayor en las regiones, este presenta un crecimiento en donde no hay presencia de mujeres (Torres Pabón, 2021).

De otra parte la investigación realizada por Darwin Cortes y Jorge Eduardo se analiza el comportamiento de los siguientes bienes la salud, educación, alimentos, vestuario, la cultura, el transporte por medio del sistema lineal de gasto, el sistema lineal de gasto extendido, sistema cuasi ideal de demanda, en los cuales se determinan los bienes necesarios y de lujo los cuales presentan variaciones según los ingresos, el nivel educativo y el cargo que ocupa el jefe de hogar, aunque se encontró que la salud y la educación presentan una mayor variación los demás rubros se mantienen constantes (Pérez & Cortés, 2010)

Un factor determinante en el gasto además de los ingresos son los consumidores ya que incrementan el consumo de los determinados bienes y servicios, de ahí la importancia de generar experiencias únicas que motiven al usuario a la adquisición de más bienes buscando siempre la diferenciación en cada uno de los productos, de ahí la importancia de generar estrategias que fomenten el crecimiento económico y empresarial. (Shalan, Agag, & Tourky, 2023)

Metodología

Para el desarrollo de este artículo se realizó una revisión de literatura sistemática donde se tuvo en cuenta artículos de revistas científicas, tesis y repositorios relacionados con el gasto en consumo de los hogares, se tomaron como referencia los documentos que fueron publicados desde el año 2010 hasta el año 2023, dando mayor relevancia a los últimos 4 años debido a que en este período de tiempo se presentó un cambio notable en el comportamiento del consumo debido a la pandemia la cual trajo consigo impactos tanto a nivel económico, familiar y social.

Para la elaboración de este artículo se utilizaron un total de 62 documentos, los cuales permitieron comprender los determinantes del gasto y evidenciar cómo se comporta el consumidor tomando como referente su entorno y las condiciones tanto económicas como sociales. Las bases utilizadas para la búsqueda de estos fueron Scielo, Google Scholar, Redalyc, solo se tuvieron en cuenta aquellos documentos que tuvieran relación con el tema de estudio, se excluyeron los documentos con fechas anteriores al 2010, asimismo se utilizaron palabras clave para la búsqueda como fueron gasto, consumo, familias, ingreso, pandemia, como resultado de esta búsqueda se obtuvo que el 85% de las publicaciones utilizadas manejan un diseño de estudio no experimental, el 5% utilizan un diseño experimental y el 10% cuasi experimental. El alcance de estudio que utilizaron fue correlacional en un 13%, descriptivo correspondiente al 79% y exploratorio el 8% de los documentos consultados, en cuanto al enfoque de estudio el 87% tienen un método cuantitativo, el 8% cualitativo y el 5% mixto. Las metodologías sobre las que se basan los documentos consultados en su mayoría utilizan la curva de Engel, ya que esta muestra el comportamiento de los diferentes bienes tomando como base los ingresos, Así mismo utilizan métodos los cuales permiten comprender mejor el patrón del gasto de los hogares como son el método Working -Lesser, modelos de regresión lineal, el modelo Probit, el método de mínimos cuadrados ordinarios y el sistema lineal de gastos

Resultados:

A continuación, se exponen algunas generalidades con relación a los documentos utilizados para esta investigación

En la gráfica 1 se refleja el porcentaje de documentos utilizados con relación al objeto de estudio en esta se observa que los mayores porcentajes se dan en el periodo comprendido entre los años 2019 al 2022 esto obedece a que durante este periodo se presentaron cambios notables con relación al comportamiento en el gasto de los hogares, los cuales tienen una mayor ponderación debido a que son los que brindan una información más detallada describiendo un nuevo comportamiento adoptado con relación al gasto.

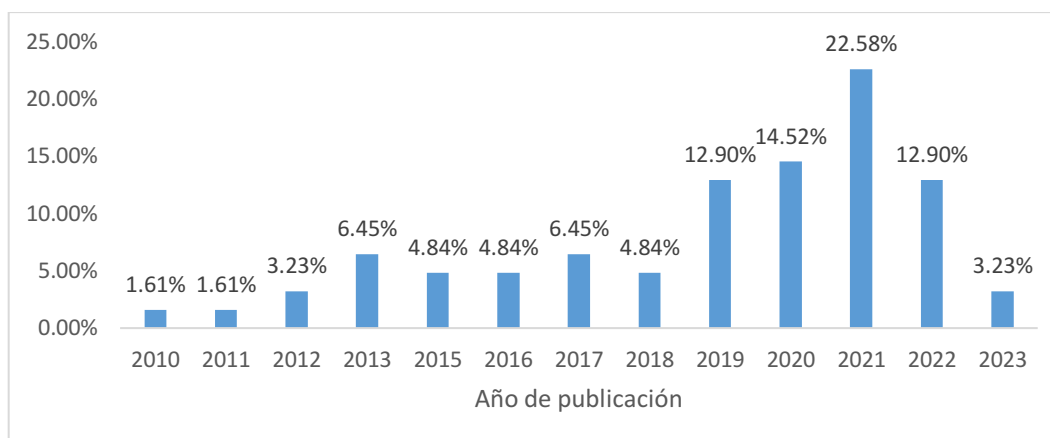


Figura 1. Porcentaje con relación al objetivo de estudio

Siguiendo al documento (Sostenibilidad y contabilidad ambiental: Análisis bibliométrico y revisión documental de la investigación científica en el periodo 2013-2017, 2020)

Año de publicación	Título del documento	Autores	Número de citaciones
2020	Household spending and consumption Epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 Pandemic	Scott R. Baker, Robert A. Farrokhnia, Steffen Meyer, Michaela Pagel, Constantine Yannelis	1414
2021	Changes in Food Consumption During the COVID-19 Pandemic: Analysis of Consumer Survey Data From the First Lockdown Period in Denmark, Germany, and Slovenia	Meike Janssen, Betty P.I. Chang, Hristo Hristov, Igor Pravst, Adriano Profeta, Jeremy Millard	393
2021	Examining Food Purchase Behavior and Food	Brenna Ellison, Brandon McFadden, Bradley J.	233

	Values During the COVID-19 Pandemic	Rickard, and Norbert L. W. Wilson	
2021	The Effect of Macroeconomic uncertainty on household spending	Oliver Coibion, Dimitris Georgarakos, Yuriy Gorodnichenko, Geoff Kenny y Michael Weber	104
2022	Comparative analysis of Indonesian household consumption expenditure	Rio Haribowo, Irwan Moridu, M. Rafid, Karnawi Kamar, Muhammad Yusuf	79
2016	Cambios en el patrón de consumo de alimentos y bebidas en Argentina, 1996-2013	María Elisa Zapata, Alicia Rovirosa, Esteban Carmuega	76
2018	Redes sociales y hábitos de consumo en estudiantes universitarios, caso universidad pedagógica y tecnológica de Colombia, en Boyacá -Colombia	Rodríguez Miriam T	61
2020	Hábitos de compra y consumo en plataformas e-commerce en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá	James Paul Limero Bocanegra, Luis Fernando Botero Cardona	58
2010	El consumo de los hogares colombianos 2006-2007 estimación en los sistemas de demanda	Darwin Cortés, Jorge Eduardo Pérez	52
2021	Estudiando el bienestar durante la Pandemia de Covid-19	Belismelis G, Hugo Pérez Hernández	36

Tabla 1. Publicaciones con mayor número de citaciones

Cuando se realiza una comparación en cuanto a las investigaciones con un mayor número de citas se encuentra que estas corresponden a los países extranjeros, la más relevante es la investigación titulada: ¿Household spending and consumption Epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 Pandemic con una cantidad de 1414 citas, el segundo lugar corresponde a la investigación titulada Changes in Food Consumption During the COVID-19 Pandemic: Analysis of Consumer Survey Data From the First Lockdown Period in Denmark, Germany, and Slovenia con 393, el tercer lugar lo ocupa la investigación Examining Food Purchase Behavior and Food Values During the COVID-19 Pandemic con 233 citas y finalmente se encuentra Comparative analysis of Indonesian household consumption expenditure con 79 citas, las primeras 4 investigaciones tienen un común denominador y es que se enfocan en identificar el comportamiento en cuanto a los diferentes tipos de bienes y servicios durante la pandemia, describen los cambios generados debido al periodo de confinamiento, el fuerte impacto que este produjo y como la incertidumbre llevo a los hogares a cambiar sus decisiones con relación al gasto dejando la adquisición de bienes innecesarios prefiriendo productos de primera necesidad y la aceleración en relación al uso de los medios tecnológicos. Mientras que la investigación de Rio Haribowo muestra el crecimiento en cuanto a las actividades de esparcimiento en las familias después del impacto generado en el año 2021 esta cuenta con 79 citas

En el sexto lugar se encuentra la investigación sobre los cambios en los patrones de consumo de Alimentos y bebidas de Argentina 1996-2013 da a conocer cómo se redujo el consumo de frutas, vegetales y se opta por consumir alimentos con bajo valor alimenticio ya que tienden a invertir menos tiempo en la preparación de sus alimentos esta tiene una cantidad de 76 citas.

En las investigaciones de Rodríguez Miriam y James Paul Linero tienen una similitud en sus estudios ya que estos tratan sobre el uso de las redes sociales, como estas influyen en las decisiones de compra y los hábitos de consumo, así mismo muestra como la pandemia generó un adelanto a nivel tecnológico a la cual antes tenían acceso un grupo en específico y a la que ahora acceden personas de todas las edades, el número de citas en su orden son 61 y 58.

El noveno lugar lo tiene la investigación de Darwin Cortés da a conocer la clasificación de los diferentes bienes a los cuales denomina de lujo, bienes necesarios y las diversas variaciones que se presenta cuando utiliza el sistema lineal del gasto este cuenta con 52 citas, finalizando el Rankin de las 10 investigaciones con mayor número de citas se encuentra la realizada por Belismelis denominada Estudiando el bienestar durante la pandemia en la cual da a conocer las afectaciones debido al desempleo, periodo de confinamiento y como se vio impactada a la seguridad alimentaria y mental en las familias debido a la incertidumbre esta cuenta con 36 citas.

Revistas donde se realizó la publicación de los 10 documentos con mayor número de citas

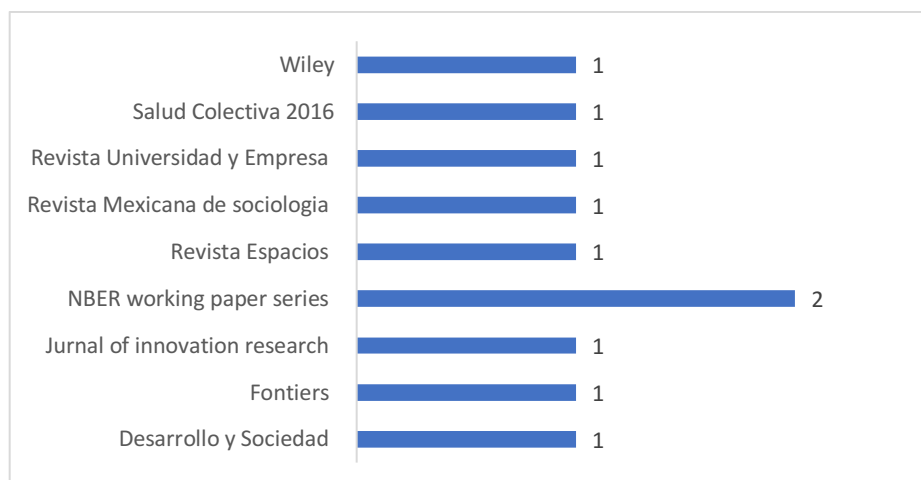


Figura 2. Revistas y/o bases de datos en donde se publicaron los artículos con mayor número de citas

A continuación en la siguiente tabla se refleja la clasificación con base a los documentos consultados teniendo en cuenta el diseño general del estudio, el alcance y los enfoques, entre los hallazgos obtenidos se puede concluir que de los 62 documentos analizados el 53 de ellos tienen un diseño general de estudio no experimental, el 49 de estas tienen un alcance de estudio de carácter descriptivo ya que estos estudios describen el comportamiento en el consumo de un determinado bien o servicio con base a unas características específicas y el 54 de estos tienen un enfoque de estudio cuantitativo ya que los datos utilizados para la investigación permiten comprender mejor las tendencias y los patrones de gasto en los hogares los cuales son obtenidos mediante la utilización de encuestas.

Tabla 2 Enfoque metodológico relacionado con el gasto en consumo de los hogares

De los artículos de investigación utilizados para la realización de este documento, se puede evidenciar que el mayor porcentaje hizo uso de las encuestas de los hogares debido a que se

Característica	Categorías	Número de publicaciones
Diseño general del estudio	No experimental	53
	Experimental	3
	Cuasi experimental	6
Alcance del estudio	Correlacional	8
	Descriptivo	49
	Exploratorio	5
Enfoques de estudio	Cuantitativo	54
	Cualitativo	5
	Mixto	3

enfocan en identificar el comportamiento con relación a los distintos grupos de bienes los cuales están determinados según la conformación y conducta determinada de las familias. Solo 19 aplicaron encuestas a un grupo de personas en especial las cuales brindan una información más detallada sobre un resultado en específico

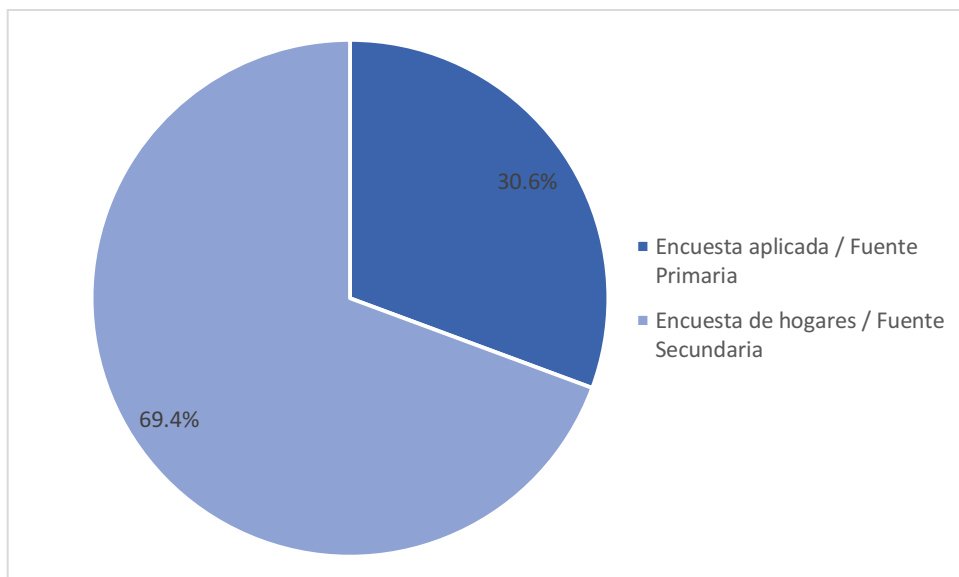


Figura 3. Fuentes de datos utilizadas por los autores en los artículos

En la siguiente grafica se puede observar los países en los que se realizó la publicación de los documentos analizados para la realización de este artículo, en ella refleja que la mayor parte de estos fueron publicados en Colombia seguidos por México, Argentina, Reino Unido, Perú, mientras que los publicados en España, EE. UU, Países bajos y Barcelona se utilizaron en una menor proporción

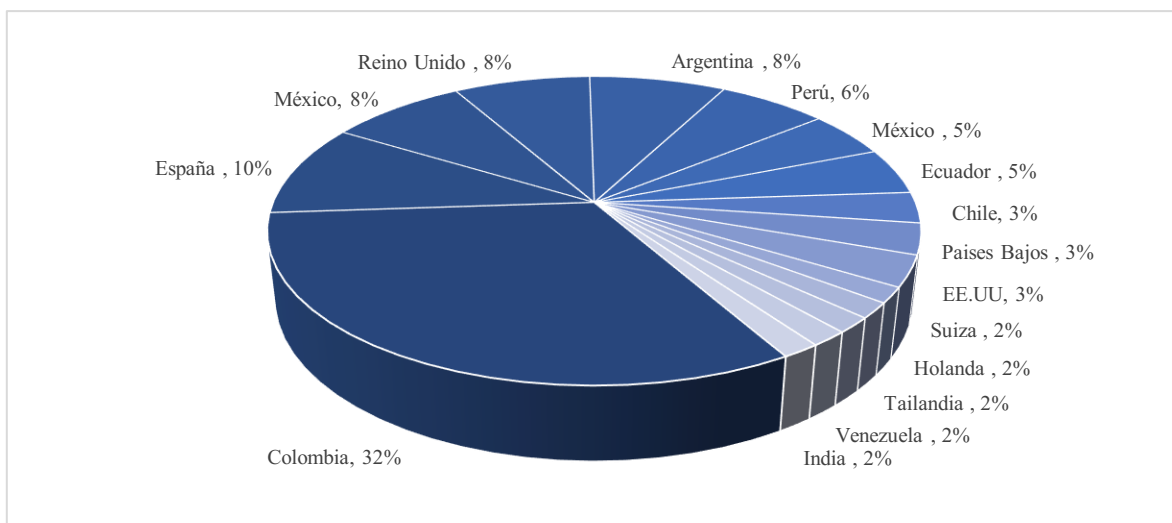


Figura 4. Artículos según país de publicación

Para la realización del presente artículo se tomaron como base 62 documentos los cuales se dividieron en cada una de las categorías, como se visualiza en este grafico la mayor parte de estos se utilizaron para dar a conocer los determinados tipos de comportamientos con relación a los factores socioeconómicos y demográficos el cual corresponde a un porcentaje del 42%, el segundo lugar están aquellos documentos en donde se da una generalidad sobre la pandemia y el comportamiento del gasto durante este periodo de tiempo para el cual se

utilizaron el 39% ,el 13% de estos documentos fueron utilizados como soporte para las teorías sobre el comportamiento del gasto, el 6% se utilizaron para la realización de la introducción.

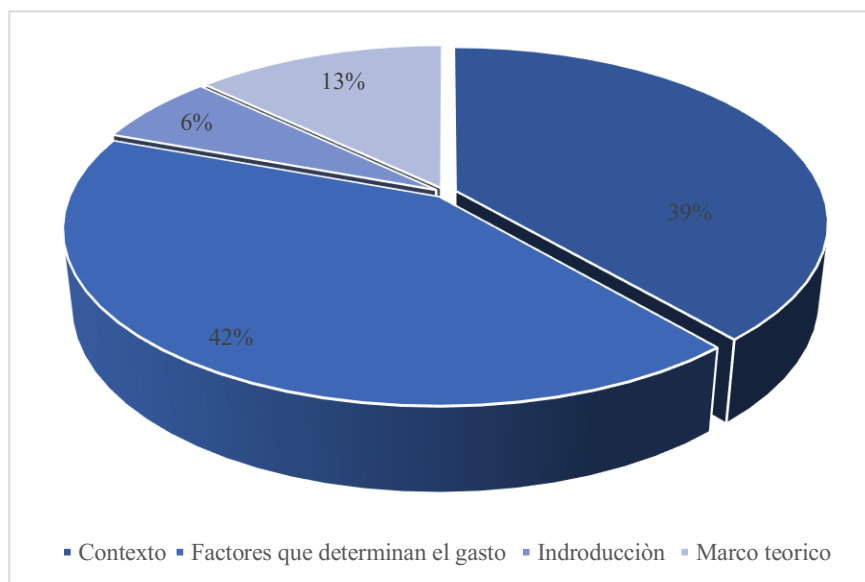


Figura 5 Cluster tematico asociado a las publicaciones revisadas

Para la realización del presente artículo se tomaron como base 62 documentos los cuales se dividieron en cada una de las categorías, como se visualiza en este grafico la mayor parte de estos se utilizaron para dar a conocer los determinados tipos de comportamientos con relación a los factores socioeconómicos y demográficos el cual corresponde a un porcentaje del 42%, el segundo lugar están aquellos documentos en donde se da una generalidad sobre la pandemia y el comportamiento del gasto durante este periodo de tiempo para el cual se utilizaron el 39% ,el 13% de estos documentos fueron utilizados como soporte para las teorías sobre el comportamiento del gasto, el 6% se utilizaron para la realización de la introducción.

Conclusiones

Durante la revisión de literatura, se pudo identificar la importancia que tienen los hogares en relación con el consumo pues estos a través de la adquisición de los distintos bienes promueven el crecimiento económico reflejándose en la generación de empleo, el bienestar de las familias y por ende del país. Se puede concluir que la renta es el factor determinante del gasto y este presenta diferentes comportamientos según los factores socioeconómicos y sociodemográficos.

En el transcurso de la investigación se encontró un comportamiento reiterativo el cual se da en los hogares con menores ingresos y es que estos destinan la mayor parte de su renta en alimentos, en las familias con un mayor nivel adquisitivo se genera un efecto contrario estos invierten menos en alimentos destinando su renta al mejoramiento de sus viviendas.

La conformación de los hogares juega un factor determinante en cuanto a la adquisición de los diferentes bienes, se encontró que los hogares en los cuales habitan adultos mayores consumen en mayor proporción frutas y verduras, destinan la mayor parte de sus ingresos en servicios médicos, no invierten en bienes durables ya que los han adquirido en el transcurso de su vida, ellos tienen una tendencia hacia el ahorro y no tienen obligaciones financieras.

En los hogares conformados por niños en donde no hay presencia de adultos mayores, consumen menos frutas y verduras, son familias con obligaciones financieras las cuales son adquiridas para la compra de bienes durables.

Los hogares unipersonales conformados por el género masculino invierten sus ingresos en recreación y alimentos fuera del hogar.

El nivel educativo también es determinante a la hora del gasto ya que cuando este es menor se incrementa la adquisición de alimentos mientras que cuando este es mayor se presenta un efecto negativo con relación al gasto.

Cuando la cabeza del hogar es mujer se incrementa el consumo de alimentos y se genera un impacto negativo en la compra de alimentos fuera del hogar.

En las áreas rurales adquieren alimentos para preparar en el hogar, mientras que los que habitan en las áreas urbanas adquieren en mayor proporción productos elaborados listos para el consumo.

Se puede concluir que no solamente la renta determina el gasto en este también influyen el valor de los alimentos, la conformación de los hogares, la estabilidad económica, el acceso a los diferentes bienes y servicios. Asimismo, se puede determinar que la cantidad de bienes materiales que tienen las familias no inciden en la decisión de consumo ya que no define como tal este comportamiento, este se puede evidenciar cuando se adquieren alimentos de mayor cuantía, igualmente se puede concluir que un alto nivel adquisitivo no determina una alimentación saludable.

La pandemia trajo consigo cambios en cuanto al comportamiento del consumidor, se evidenció una similitud generalizada en todos los hogares ya que dejaron de adquirir productos listos para el consumo y optaron por la adquisición de alimentos para preparar en el hogar, la incertidumbre generada produjo que las familias de mayores ingresos redujeran sus gastos financieros destinando sus ingresos a la adquisición de bienes necesarios, se da una mayor concientización en relación con el gasto optaron por adquirir productos sustitutos a un menor precio.

Por primera vez el comportamiento a nivel económico no estuvo determinado por el ingreso si no por el virus ya que el contagio influyó fuertemente en el gasto cuando este disminuía el gasto se incrementaba y se originaba el efecto contrario cuando este presentaba un mayor número de transmisión.

La pandemia produjo una reducción en cuanto a estatus económico más que todo en Europa donde algunas familias se vieron obligadas a cambiar su nivel de vida.

Se puede concluir que el gasto es directamente proporcional al ingreso.

Referencias bibliográficas

- Arancibia, R. G. (2013). Curvas de Engel de alimentos fuera del hogar según circunstancia de consumo. El caso de Argentina. *Cuadernos de Economía*, 211-231.
- Arpi Mayta, R. (2017). Límite de ingreso que separa familias rurales con y sin seguridad alimentaria y sus determinantes en los Andes del Perú, 2015. *Rev. Investig. Altoandín*, 19(1), 21-32. doi:<http://dx.doi.org/10.18271/ria.2017.252>
- Ballesteros, M. S., Zapata, M. E., Freidin, B., Tamburini, C., & Roviroso, A. (s.f.). Desigualdades sociales en el consumo de verduras y frutas según características de los hogares argentinos. *Salud Colectiva*. doi:<https://doi.org/10.18294/sc.2022.3835>
- Banco Mundial. (2022). *capítulo 1. Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación*. Recuperado el 6 de 10 de 2023, de <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>
- Barrera Agudelo, V. F., Luna Lozada, S. M., & Molano Buenaventura, J. P. (2020). *Informe Técnico Análisis de Resultados y Discusión. Oportunidades de emprendimiento en Bogotá originadas por cambios de hábitos de consumo debido a la pandemia*. Universidad EAN facultad de estudios en ambientes virtuales especialización en gerencia de proyectos seminario de investigación. Recuperado el 28 de 9 de 2022
- Barrientos Marín, J., & Arango Sánchez, E. (2019). La curva de Engel de los hogares en Medellín, Colombia 2012-2015. *Apuntes del CENES*, 185-212. doi:<https://doi.org/10.19053/01203053.v38.n68.2019.8479>
- Barrientos, J., Gallego, J., & Saldarriaga, J. (2011). La curva de Engel de los servicios de salud en Colombia: Una aproximación semiparamétrica. *Lecturas de Economía*, 203-229. Recuperado el 5 de Abril de 2023
- Belalcázar, D., & Tobar, L. (01 de 01 de 2013). Determinantes sociales de la alimentación en familias de estratos 4, 5 y 6 de la localidad de Chapinero de Bogotá D.C. *Rev. Fac. Nac. Salud Pública*, 31(1), 40-47. Recuperado el 22 de 08 de 2023
- Bertollo, M., Martire, Y., Roviroso, A., & Zapata, M. E. (2015). Patrones de consumo de alimentos y bebidas según los ingresos del hogar de acuerdo a los datos de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo) del año 2012-2013. *Diaeta*, 33(153).
- Brenna, E., Brandon, M., Bradley, R., & Norbert, W. (2021). Examining Food Purchase Behavior and Food Values During the COVID-19 Pandemic. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 43(1), 58-72. doi:[doi:10.1002/aepp.13118](https://doi.org/10.1002/aepp.13118)
- Bruce, C., Gearing, M., DeMatteis, J., Levin, K., Mulcahy, T., Newsome, J., & Wivagg, J. (14 de January de 2022). Financial vulnerability and the impact of COVID-19 on American households. *Plos One*, 1-11. doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262301>
- Cabrera Valverde, D. G., Rosero Oliveros, T. M., & Riascos, J. C. (2019). Principales Determinantes Económicos del Consumo en Colombia. *Revista de la facultad de Ciencias Economicas y Administrativas Universidad Antonio Nariño*, XX(1), 77-106. doi:DOI: <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.109>
- Camarena Gómez, D. M., Salgado Beltrán, L., Robles Baldenegro, M. E., & Velarde Mendivil, A. T. (2020). Hábitos de compra y consumo alimentario en tiempos

de COVID-19. *Revista Vértice Universitario*(87).
doi:<https://doi.org/10.36792/rvu.vi87.11>

Campos Vázquez, R. M., & Meléndez Martínez, Á. (Octubre-Diciembre de 2013). Una estimación semiparamétrica de las pautas de consumo e ingreso a lo largo del ciclo de vida para México. *El Trimestre Económico*, LXXX(320), 805-840.

Casado, J. M. (8 de 2 de 2018). *La influencia del entorno social en las decisiones de consumo de los hogares en España*, 7. España.

Casado, J. M. (8 de 2 de 2018). La influencia del entorno social en las decisiones de consumo de los hogares en España. Recuperado el 10 de 5 de 2022

Ceballos Mina, O. E. (2019). Perfiles económicos y comportamiento del gasto en salud de los hogares con personas adultas mayores. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 34(3), 569-599. doi:: <https://doi.org/10.24201/edu.v34i3.1643>

Ceballos Mina, O. E. (6 de 1 de 2022). Fuentes de crédito y financiamiento del consumo de los hogares mexicanos en 2020. *Análisis Económico*, XXXVII(94), 43-62. doi:<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n94/Ceballos>

Celis Gálvez, M. T. (2013). Consumo y demanda de los hogares del Eje Cafetero 2006-2007. Recuperado el 11 de 5 de 2022

Cepal . (5 de 09 de 2023). *Economías de América Latina y el Caribe mantendrán bajos niveles de crecimiento en 2023 y 2024*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/economias-america-latina-caribe-mantendran-bajos-niveles-crecimiento-2023-2024>

Coibion, O., Georgarakos, D., Gorodnichenko, Y., Kenny, G., & Weber, M. (March de 2021). The effect of Macroeconomic Uncertainty on Household Spending. *National Bureau of Economic Research*, 1-54. doi:<https://doi.org/10.1111/obes.12471>

Cortés, D., & Pérez, J. E. (2010). El consumo de los hogares colombianos, 2006-2007: estimación de sistemas de demanda. *Desarrollo y sociedad*.

Díaz González, E., & González-König, G. (2016). Análisis de las compras de los consumidores mexicanos en Estados Unidos basado en el gasto de hogares. *Estudios Fronterizos*, 17(33), 115-140.

Fernández, A. A. (2016). Desigualdad de ingresos en Costa Rica a la luz de las Encuestas Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2004 y 2013. *Revista la Cepal*, 150-165. Recuperado el 10 de 04 de 2023

Finck, D., & Tillman, P. (2022). Pandemic Shocks and Household Spending. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. doi:: 10.1111/obes.12471

Fondo Monetario Internacional. (2023). *Actualización de perspectivas de la Economía Mundial*. Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2023/07/10/world-economic-outlook-update-july-2023>

Fuentes Doria, D. D., Toscano Hernández, A. E., Murillo Vanegas, V., Pérez Vásquez, M. A., & Jiménez Díaz, A. (Enero- Junio de 2020). Sostenibilidad y contabilidad ambiental: Análisis bibliométrico y revision documental de la investigación científica en el periodo 2013-2017. *Económicas CUC*, 41(1). doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020>.

Gallor Linares , L. M., & Pedraza Hernández , C. J. (2021). Pronostico del consumo de los hogares en Colombia el uso de tarjetas débito y crédito. Recuperado el 2 de 2 de 2023

Gallor Linares, L. M., & Pedraza Hernández, C. J. (2021). Pronostico del consumo de los hogares en Colombia mediante el uso de tarjetas débito y crédito.

García González, A. S., Quiroga Castillo, C. C., & Vega Lozano, L. M. (2017). Consumo de los hogares colombianos en función de su nivel de ingreso. *Ploutos*, 12-25. Recuperado el 10 de 6 de 2022

Garzón Lucero, J. A. (mayo de 2021). Consumo, Covid19 y su efecto en la inequidad del consumo de los hogares colombianos. Recuperado el 19 de 9 de 2023

Gómez Sánchez, A. M., Fajardo Hoyos, C. L., & Sarmiento Castillo, J. I. (julio-Diciembre de 2015). Composición de los hogares y niveles de gastos en bienes y servicios básicos en el departamento del Cauca Colombia. *Semestre Económico*, 18(38), 67-104. Recuperado el 23 de 2 de 2023

Herrera Reyes, F. O., & Cartagena Lozano, C. (2019). Efecto del aumento del IVA del 16% al 19% en el consumo de los hogares colombianos. Bogotá.

Inquilla Mamani, J., & Calatayud Mendoza, A. P. (2020). Impacto del programa social Pensión 65 sobre el gasto en alimentos, 2017-2018. © *Creative Commons Attribution 3.0*. doi:doi: 10.21678/apuntes.86.985

Janssen, M., I. Chang, B., Hristov, H., Pravst, I., Profeta, A., & Millard, J. (08 de March de 2021). Changes in Food Consumption During the COVID-19 Pandemic: Analysis of Consumer Survey Data From the First Lockdown Period in Denmark, Germany, and Slovenia. *Frontiers*, 8, 1-20. doi:https://doi.org/10.3389/fnut.2021.635859

Klick, J., & Stockburger, A. (8 de March de 2021). Experimental CPI for lower and higher income households. *Bls working papers*, 1-20. Recuperado el 22 de 08 de 2023, de https://www.bls.gov/opub/mlr/1996/09/art5full.pdf

Lasso V, F. J., & Frasser L, C. C. (2015). *Elsevier*. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.espe.2014.11.001

León Serrano, L. A. (Enero de 2021). Ecuador: Incidencia del Producto Interno Bruto en el Gasto de consumo final hogares, 2000-2020. *Polo del Conocimiento*, 6(1), 1404- 1416. doi:DOI: 10.23857/pc.v6i1.2338

Linero Bocanegra, J. P., & Botero Cardona, L. F. (2020). Hábitos de consumo en plataformas e-commerce en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. *Revista Universidad & Empresa*, 211-236. doi:http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8131

Luisa Hurtado, M. (2019). Comportamiento del consumo en los hogares y las condiciones de empleo en el Ecuador, un análisis transversal.

Manajit, S., Samutachak, B., & Voelker, M. (2020). Socio-Economic Determinants of Consumption Patterns in Thailand. *Asia-Pacific Social Science Review*, 39-51. Recuperado el 20 de 08 de 2022

Mercado Mejía, M., Angulo Pico, G., & Becerra Haya, O. (09 de 06 de 2022). Gasto en consumo de los hogares en Colombia: un análisis por cuartiles. *Cuad.Latam. de Admón*, XVIII(35), págs. 1-17. doi:https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3835

Parker, J. A., Schild, J., Erhard, L., & Johnson, D. (October de 2022). Economic impact payments and household spending during the pandemic. *NBER Working Paper Series*, 46. doi:DOI 10.3386/w30596

Peláez Herreros, Ó., Martínez Cuero, J., & García Ramírez, R. F. (2012). El papel de las remesas en los hogares de Chiapas ¿Consumo, inversión o ahorro? ¿Una vía para el desarrollo? *Estudios Sociales* . Recuperado el 15 de 4 de 2022

Perera, K. T., Fernando, P. N., Ratnayake, R. C., & Udawaththa, U. I. (2021). Consumer Behavior within the Covid-19 Pandemic A Systematic Review. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 805-812. Recuperado el 5 de 10 de 2023, de www.rsisinternational.org

Pérez, J. E., & Cortés, D. (Julio -Diciembre de 2010). El consumo de los hogares colombianos, 2006-2007: estimación de los sistemas de demanda. *Desarrollo y Sociedad*, 66, 7-44.

Piekut, M., & Piekut, K. (2022). Changes in Patterns of Consumer Spending in European Households. *Sustainability*, 14. doi:<https://doi.org/10.3390/su141912794>

Quintero Ramos, M., López Juvinao, D., & Acuña Lacouture, S. (2019). Comportamiento del consumidor de productos nacionales de la canasta familiar en el municipio de Maicao, La Guajira. *Desarrollo Gerencial*. doi:<https://doi.org/10.17081/dege.11.2.3566>

R. Baker, S., A. Farrokhnia, R., Meyer, S., Pagel, M., & Yannelis, C. (July de 10 de 2020). How Does Household Spending Respond to an Epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 Pandemic. (J. Pontiff, Ed.) *The Review of Asset Pricing Studies*, 834-862. doi:10.1093/rapstu/raaa009

Reyes Vera, F. J. (2021). *La inflación y su incidencia en los gastos de consumo de los hogares en el Ecuador; periodo 2008-2020*. Jipijapa, Manabí, Ecuador. Recuperado el 14 de 5 de 2022

Río, H., Irwan, M., M, R., Karnawi, K., & Muhammad, Y. (23 de 11 de 2022). Comparative analysis of Indonesian household consumption expenditure. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(6), 8. doi:<https://doi.org/10.53625/jirk.v2i6.3998>

Rodríguez de la Fuente, J. J. (2 de Abril de 2022). ¿Democratización o segmentación? Exploraciones sobre la distribución del consumo por clase social. Argentina 2004-2018. *Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales*, 25(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347572703003>

Rodríguez, M. T. (2018). Redes sociales y hábitos de consumo en estudiantes universitarios, caso universidad pedagógica y tecnológica de Colombia, en Boyacá - Colombia. *Revista espacios*, 39(9), 37.

Rojas Ardila , F. C. (2017 de Noviembre de 2017). Gasto en alimentos de primera necesidad en Antioquia y Valle del Cauca: Un análisis mediante la curva de Engel para la encuesta nacional de calidad de vida 2014. Bogotá.

Rojas Triana, M. I. (enero-junio de 2012). Estimación y análisis de los gastos e ingresos económicos de la población flotante estudiantil universitaria de pregrado en la ciudad de Tunja, Colombia. *Revista Apuntes del CENES*, 31(53), 179-199. Recuperado el 2 de Abril de 2023

Said, M., Tahlyan, D., Stathopoulos, A., Mahmassani, H., & Walker, J. (2023). ¿En persona, a domicilio? Evolucion de las pautas de gasto de los hogares de los hogares durante la fase inicial de reapertura de la pandemia de COVID -19. *Elsevier*, 295-311. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tbs.2023.01.003>

Salas Quispe, S. B. (30 de Noviembre de 2021). El impacto de los Ingresos Transitorios y Permanentes en el consumo de los hogares.

Shaan, A., Agag, G., & Tourky, M. (2023). Harnessing Customer Mindset Metrics to Boost Consumer Spending: A Cross-Country Study on Routes to Economic and Business Growth. *Revista británica de gestión*, 34, 442-465. doi:DOI: 10.1111/1467-8551.12596

Solano, J. A., & Banderas Benítez, V. E. (2019). La hipótesis del ingreso permanente y la función de consumo de Ecuador. La hipótesis del ingreso permanente y la función de consumo de Ecuador. *Innova*, 4(3.2), 1-4. doi:https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.2.2019.1138

Talledo Carrasco, M. E. (2021). “¿Como es afectado el consumo de los hogares ante el desempleo o quiebra del negocio?:un análisis empírico para el caso peruano”.

Tauber, K., & Zandweghe, W. V. (7 de July de 2021). Why Has Durable Goods Spending Been So Strong during the COVID-19 Pandemic? *Economic Commentary*(2021-16), 1-7. doi:: 10.26509/frbc-ec-202116

Teruel Belismelis, G., & Pérez Hernández, V. H. (2021). Estudiando el bienestar durante la pandemia de Covid-19: la Encovid-19. *Revista Mexicana de Sociología* 83(especial (marzo,2021)), 125-167.

Teruel Belismelis, G., & Pérez Hernández, V. H. (2021). Estudiando el bienestar durante la pandemia de Covid-19: la pandemia de Covid-19:. *Revista Mexicana de Sociología* 83, especial (marzo,2021), 125-167.

Torres Pabón, G. (2019). ¿En qué gastamos para comer y cuánto?: condiciones socioeconómicas y presupuesto para el consumo de alimentos(Colombia, 1993-2014). *Revista Colombiana de Sociología*, 42(2), 191-228. doi:https://doi.org/10.15446/rcs.v42n2.74809

Torres Pabón, G. (2021). ¿Salimos a comer? Un análisis de la relación entre condiciones socioeconómicas y consumo de alimentos fuera del hogar en Colombia, 1993-2014. *Papers*, 106(4), 627-653. doi:https://doi.org/10.5565/rev/papers.2917

Varun, P., Suhas, A., & Manoj, H. (2020). Implications of Covid-19 consumer buying behavior. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 4336-4354. Recuperado el 22 de 08 de 2023

Vázquez Nájera, L., Martínez Ortega, M., & Martínez Ortega, M. (Diciembre de 2022). La presencia de la mujer ante la necesidad urbana de la movilidad cotidiana y el impacto en el hogar. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(25). doi:https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1255

Zapata, M. E., Roviroso, A., & Carmuega, E. (2016). Cambios en el patrón de consumo de alimentos y bebidas en Argentina, 1996-2013. *Salud Colectiva*, 473-486. doi:: 10.18294/sc.2016.936

Zúñiga González, M. G., Vargas Ramirez, P. L., & Rivas Tejerna, G. A. (2020). Impacto de la inflación y PIB per cápita en el gasto de consumo de los hogares de Ecuador, periodo 1990-2019. 6(4), 31-45. doi:http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i4.1450