

Consumo de los hogares colombianos en función de su nivel de ingreso

Fecha de recepción: 28 de agosto de 2017

Fecha de aprobación: 07 de noviembre de 2017

Pp. 12 - 25

Cómo citar este artículo: García González, A. S.; Quiroga Castillo, C. C. y Vega Lozano, L. M. (2017). Consumo de los hogares colombianos en función de su nivel de ingreso. *Revista Ploutos* 7(2), (Páginas).

Alex Sebastián García González
Estudiante programa de Economía - Universidad EAN
agarciag3687@universidadean.edu.co

Cristian Camilo Quiroga Castillo
Estudiante programa de Economía - Universidad EAN
cquiroga8726@universidadean.edu.co

Lina María Vega Lozano
Estudiante programa de Economía - Universidad EAN
lvegaloz4033@universidadean.edu.co



Resumen

Este artículo de investigación analiza los determinantes del consumo teniendo en cuenta el ingreso de los hogares colombianos. Utilizando como datos base la encuesta de Ingresos y Gastos 2006-2007 (septiembre - octubre) elaborada por el DANE, se muestra que el comportamiento de consumo de los colombianos está determinado en gran medida por el ingreso; indica que a medida que los ingresos van aumentando, el consumo de respectivos bienes también aumenta o en algunos casos disminuye.

Palabras clave: nivel de ingreso, nivel de consumo, hogares, Colombia.



Consumption of colombian households according to their level of income

Abstract

This research article analyzes the determinants of consumption taking into account the income of Colombian households. Using the Income and Expenditure Survey of 2006-2007 (September-October) carried out by the National Administrative Department of Statistics (DANE by its abbreviation in Spanish) as base data, it can be demonstrated that the consumption behavior of Colombians is determined to a large extent by income; it indicates that as incomes increase, the consumption of goods also increases or in some cases decreases.

Key words: level of income, level of consumption, households, Colombia.



Consommation des foyers colombiens en fonction du niveau de revenu

Résumé

Cet article d'investigation analyse les déterminants de la consommation selon les revenus des foyers colombiens. En utilisant les données de base de l'étude élaborée par le DANE sur les revenus et dépenses de l'année 2006-2007 - Septembre- Octobre-, cet article montre que le comportement des consommateurs colombiens est déterminé en grand partie par le niveau de revenu et indique qu'à mesure que les revenus augmentent, la consommation de biens augmente dans des proportions similaires même si elle montre un fléchissement dans certains cas.

Mots-clés: niveau de revenu, niveau de consommation, foyers, Colombie.



Consumo dos lares colombianos em função de seu nível de receita

Resumo

Este artigo de pesquisa analisa os determinantes do consumo tendo em conta a receita dos lares colombianos. Utilizando como dados base o questionário de Receitas e Despesas 2006-2007 (setembro - outubro) elaborada pelo DANE, mostra-se que o comportamento de consumo dos colombianos está determinado em grande parte pela receita; indica que à medida que as receitas vão aumentando, o consumo de respectivos bens também aumenta ou em alguns casos diminui.

Palavras-chave: nível de receita, nível de consumo, lares, Colômbia.

1. Introducción

El consumo de las personas está determinado por su propensión marginal a consumir, es decir, si incrementa el consumo de una persona aumenta su renta. El ingreso es un factor que influye en el momento de tomar la decisión del consumo. Por ello, este estudio toma de base la teoría del consumidor examinando los modelos de John Maynard Keynes, Milton Friedman, Franco Modigliani e Irving Fisher para comprender cómo se comporta el gasto o consumo de los hogares colombianos a medida que cambia su nivel de ingresos. Su objetivo es analizar el comportamiento de consumo de los colombianos acorde con su ingreso expresados en un número de salarios mínimos legales vigentes (SMMLV) de 2005. Se toman como datos base la encuesta ingresos y gastos 2006-2007 elaborada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2007).

2. Marco teórico

El comportamiento del gasto está determinado ante todo por el ingreso, y en menor medida, por las características sociales del hogar y el gasto de otros hogares con características similares (Muñoz, 2004). Para comprender el comportamiento del consumidor, se deben entender los factores que influyen en que una persona tome una decisión de compra. Keynes hizo énfasis en la relación del ingreso disponible y la propensión marginal a consumir, de igual forma, estableció que el consumo aumenta con el ingreso sin un crecimiento necesariamente proporcional. Por otro lado, al señalar un modelo neoclásico contemporáneo, el consumo, en este caso de los hogares colombianos, depende del ingreso permanente (Friedman, 1957).

Al analizar el comportamiento del consumidor, cuando el individuo empieza a consumir más de lo que necesita, es decir, sobrepasa su propensión marginal a consumir, podría llegar a experimentar un nivel de bienestar relativamente bajo (Bauer, Wilkie, Kim y Bodenhausen, 2012), puesto que el bienestar cambia a medida que las personas modifican su enfoque y las metas materialistas (Kasser et al., 2014). Teniendo en cuenta que el bienestar del consumidor podría llegar a decrecer después de alcanzar un

punto de satisfacción máximo, se debe comprender que el ingreso puede influir significativamente en esa curva.

La función de consumo es determinada por diferentes modelos económicos; por ejemplo, Ángel (2012) explica que la función keynesiana simple indica que el ingreso corriente es el principal determinante del consumo. Existe una parte del consumo que no depende del ingreso. La propensión marginal a consumir está comprendida entre 0 y 1. Mientras que el modelo de elección intertemporal de Fisher indica que el consumo no depende solo del consumo actual, sino del conjunto de recursos que un individuo espera recibir en el curso de su vida. Por otro lado, Friedman (1957) considera la hipótesis del ingreso permanente: el consumidor debería optar por mantener un equilibrio entre la «abundancia» de hoy y la «escasez» de mañana. El consumidor maximiza una función de utilidad que depende del consumo presente y futuro —dada una tasa de preferencia intertemporal—, sujeto a una restricción de riqueza que depende de la dotación inicial y del flujo de ingresos esperados. De lo anterior se puede decir que el ingreso es un determinante en el momento de consumir.

Las contribuciones más recientes utilizan encuestas de corte transversal para explicar el ingreso esperado y el consumo de los hogares. En general, el modelo del ciclo de vida exige estimar conjuntamente el proceso de formación de ingresos —una aproximación del ingreso permanente— y la función consumo (Cortés y Pérez, 2010). Además, las características del hogar que determinan el ingreso son casi las mismas que determinan el gasto. Por ello, se estiman dos ecuaciones: una de ingresos —que simula el ingreso permanente— y otra de gasto total —que se tomaría como el consumo mismo—. En esta última, se utiliza el ingreso determinado por la ecuación de ingresos, es decir, el ingreso se trata como una variable endógena (Muñoz, 2004)

3. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo, se tomó como base la encuesta ingresos y gastos 2006-2007 (DANE, 2007), que presenta datos sobre el nivel de ingreso de los colombianos, segmentando a los hogares por deciles o por cantidad de salarios mínimos legales vigentes percibidos, además de presentar información sobre el consumo de los hogares por grandes áreas de producto y desagregaciones posteriores hasta llegar al nivel de consumo de productos específicos.

Se lleva a cabo análisis descriptivo mediante tablas y figuras del gasto de los hogares en función de su nivel de ingresos, con lo cual se determina cómo se comporta el consumo a medida que los ingresos aumentan. Analizando detalladamente cada una de las áreas donde más se incrementa el gasto, se identifican cuáles son los productos específicos en los que los hogares tienden a gastar más, atribuyendo a muchos de ellos, según sea su condición, la característica de bien suntuario, que permite establecer si los colombianos tienden a gastar más en bienes y servicios no necesarios cuando aumentan sus ingresos.



4. Resultados

Como base para el análisis numérico de esta investigación, tomamos la encuesta ingresos y gastos 2006-2007 para toda la población colombiana (DANE, 2007), cuyo patrón de medida son los hogares colombianos, que para la fecha, eran 11 144 850. A continuación, se muestra la distribución por ingresos de los hogares (Tabla 1).

Tabla 1. Distribución de los hogares colombianos por ingreso

Total nacional	11 144 850	
Menos de 1 salario mínimo	3 580 344	32.13 %
De 1 a menos de 2 SMMLV	3 096 440	27.78 %
De 2 a menos de 3 SMMLV	1 566 330	14.05 %
De 3 a menos de 4 SMMLV	918 917	8.25 %
De 4 a menos de 5 SMMLV	588 630	5.28 %
De 5 a menos de 6 SMMLV	344 708	3.09 %
De 6 a menos de 7 SMMLV	245 854	2.21 %
De 7 a menos de 8 SMMLV	151 936	1.36 %
De 8 a menos de 9 SMMLV	104 790	0.94 %
De 9 a menos de 10 SMMLV	83 072	0.75 %
De 10 a menos de 12 SMMLV	111 982	1.00 %
De 12 a menos de 15 SMMLV	102 540	0.92 %
De 15 a menos de 20 SMMLV	60 639	0.54 %
De 20 SMMLV y más	76 740	0.69 %
Sin información de monto	111 926	1.00 %

Fuente. Elaboración propia según DANE (2007).

El análisis consistió en identificar el consumo de los hogares colombianos dependiendo de los ingresos mensuales expresados en número de SMMLV de 2005. Teniendo en cuenta que el incremento del SMMLV en Colombia no ha generado un aumento en el poder adquisitivo de los colombianos, el análisis es plenamente válido para este y futuros años.

Además, las tendencias de consumo tanto en las cabeceras del territorio colombiano como en el resto de conglomerados presentan características similares, por lo cual diferenciar entre ambos grupos no sería productivo ni crearía argumentos nuevos. Por esto, los análisis descritos a continuación son válidos para toda la población colombiana, independiente de su ubicación territorial y la importancia económica de sus ciudades.

4.1 Ingreso de los hogares colombianos

La mayoría de las cabezas de los hogares colombianos obtiene ingresos como trabajadores de cuenta propia —31.45 %—, a los que les siguen los obreros o empleados de su empresa particular —26.57 %— y la población desocupada, que es la tercera más grande —24.7 %—. Además de estas tres ocupaciones más representativas, encontramos categorías como obrero o empleado del Gobierno, empleado doméstico, patrón o empleador, etc.

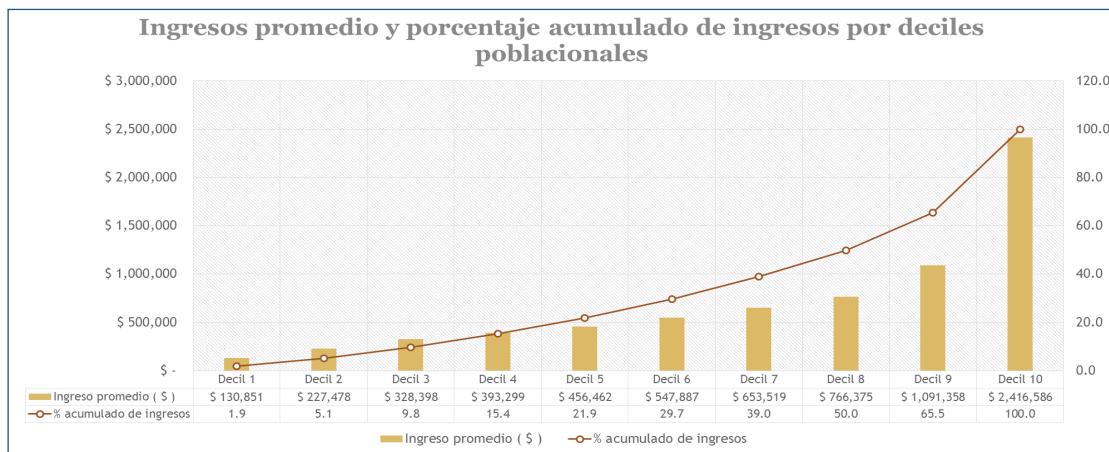
La distribución de la ocupación entre los niveles de ingreso no posee alguna tendencia particular, sin embargo, se puede

determinar que la ocupación más representativa presente en todos los niveles de ingreso es el de obrero o empleado de su empresa particular. La población desocupada está fuertemente presente —cerca de 30 %— en los hogares que ganan menos de 1 SMMLV y entre 9 SMMLV y 10 SMMLV, lo cual genera interés, pues se esperaría que la ocupación del jefe de hogar para ingresos altos debería ser diferente de estar desocupado, pero no se puede determinar con la información posible la fuente de ingresos de este grupo de hogares. Sin embargo, hay que tener en cuenta, que a medida que aumenta el ingreso, el consumo de productos financieros o inversiones se vuelve mayor.

Otra ocupación del jefe a consideración radica en que es obrero o empleado de Gobierno, que tiene un porcentaje significativo a medida que se incrementa el nivel de ingreso, llegando a cerca de 30 % en los hogares que reciben más de 20 SMMLV.

Como se observa a continuación, la distribución del ingreso en los hogares colombianos está concentrada en los dos deciles de hogares que más ingresos poseen; es decir, 20 % concentra la mayor cantidad de ingreso en el país (Figura 1).

Figura 1. Ingresos promedio y porcentaje acumulado de ingresos por deciles de los hogares



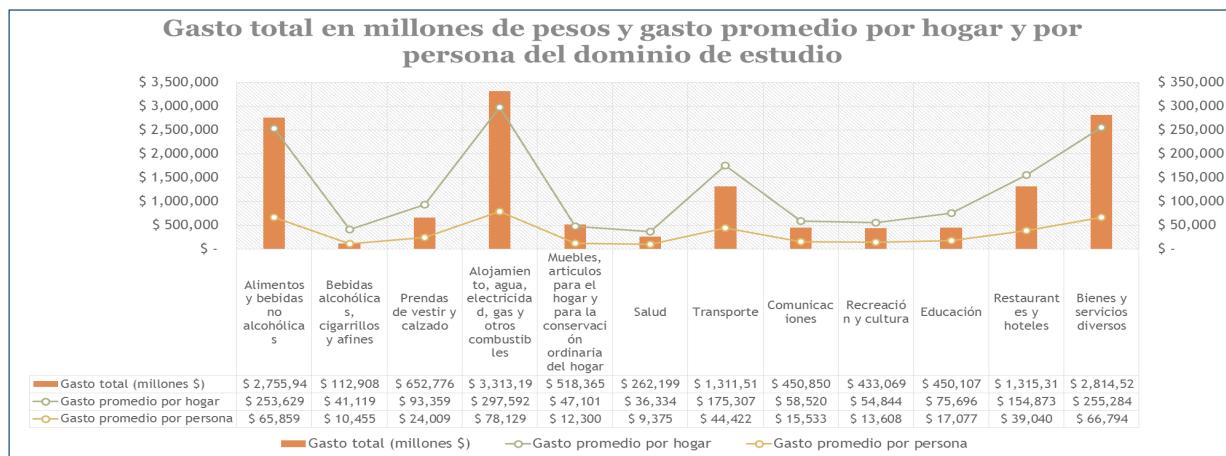
Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

Más adelante se observan los ingresos promedios por deciles de hogares en valor nominal de 2005. Si se tiene en cuenta el valor del SMMLV de 2005 por valor nominal de COP 381 500, se determina, que a partir del tercer decil, se supera este monto, y el ingreso promedio del decil con mayor ingreso respecto del SMMLV es de entre 6 y 7. Finalmente, es de acotar, que para poder analizar el consumo de los hogares es necesario saber las fuentes, los niveles y las distribuciones de ingreso que poseen los hogares en Colombia.

4.2 Gasto de los hogares colombianos

Como ya se obtuvo una idea de la composición y los niveles de ingreso de los hogares colombianos, vamos a analizar de manera exclusiva los gastos de estos hogares (Figura 2).

Figura 2. Gasto total en millones de pesos y gasto promedio por hogar e individuo del dominio de estudio



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

En la encuesta ingresos y gastos 2006-2007, se divide el gasto en doce grandes clases, lo cual comprende la naturaleza de todos los bienes y servicios de consumo disponibles en la economía colombiana para los hogares. Tal como se vio, las barras muestran el gasto total anual de los hogares en esas clases, mientras que las líneas señalan el consumo promedio por hogares e individuos en esas doce clases de manera mensual.

Este análisis es fundamental para poder identificar los grupos de bienes en los que los hogares colombianos gastan más. Se puede determinar, sin duda, que el mayor gasto se da en Alojamiento, categoría en la cual se incluyen conceptos de arriendo, servicios públicos y mantenimiento de la vivienda; seguido de este, se encuentra el gasto en bienes y servicios diversos, en el cual se

incluye, entre otros, el consumo en artículos de aseo personal, servicios financieros y joyería. El consumo en ambos tipos de gasto no representa ninguna diferencia de lo esperado; sin embargo, se debería incluir en este top el consumo en alimentos y bebidas no alcohólicas que ocupa el tercer lugar, ligeramente superado por los bienes y servicios diversos.

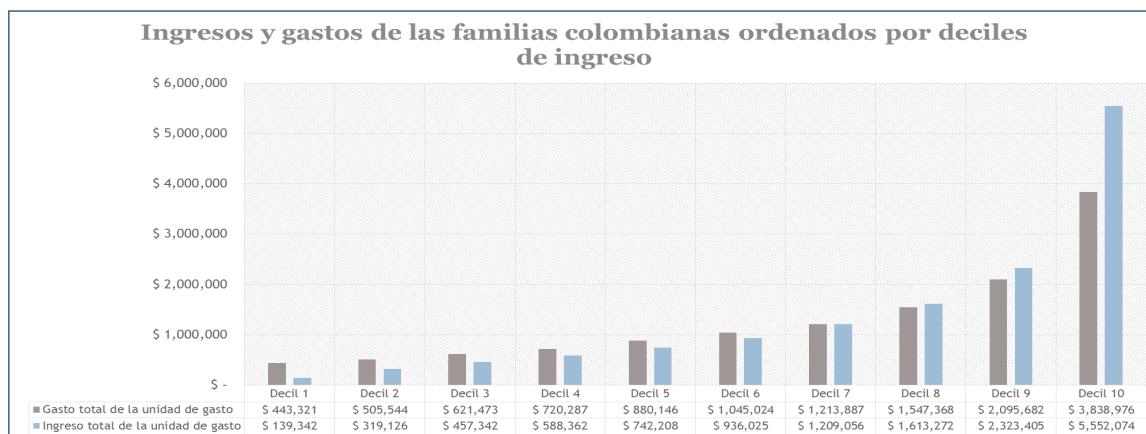
Finalmente, se determina que el gasto promedio de los hogares colombianos en 2005 fue de COP 1 543 656 y el gasto promedio de los individuos colombianos fue de COP 396.601, lo cual equivale a 4 SMMLV para los hogares y poco más de 1 SMMLV para los individuos.

4.3 Relación ingreso-gasto en los hogares colombianos

Ahora se expone la relación ingreso-gasto de los hogares colombianos para poder dar paso finalmente al análisis sobre el cambio en los patrones de consumo cuando cambia el ingreso. A continuación, se observa el punto de equilibrio en el que el ingreso

de los hogares colombianos supera el gasto, el cual justamente obedece al equilibrio del consumo promedio por hogar; sin embargo, este equilibrio se viene a dar en el octavo decil, es decir, que para 70 % de los hogares colombianos, sus ingresos no son suficientes para cubrir sus gastos (Figura 3).

Figura 3. Ingreso y gasto de los hogares colombianos ordenados por deciles de ingreso



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

La afirmación anterior es cuestionada en la encuesta ingresos y gastos 2006-2007, por lo que ellos realizan una pregunta de percepción del ingreso, es decir, les preguntaron a los hogares si consideraban que el ingreso que reciben era suficiente para cubrir sus gastos. El 77.3 % de los hogares colombianos respondió que no eran suficientes para cubrir sus gastos. Lo interesante de este estudio es que, planteando el punto de equilibrio en el octavo decil, todavía un muy alto porcentaje de personas contestó que no es suficiente para cubrir sus gastos, es decir que 56.5 % de 30 % con mayor ingreso en el país considera que su ingreso no es suficiente para cubrir sus gastos

Por el contrario, si se analiza de manera simultánea el registro de ingresos y gastos por deciles de los hogares colombianos, el resultado es diferente, debido a que aproximadamente solo 21 % de los hogares gasta más que el ingreso que recibe, siendo

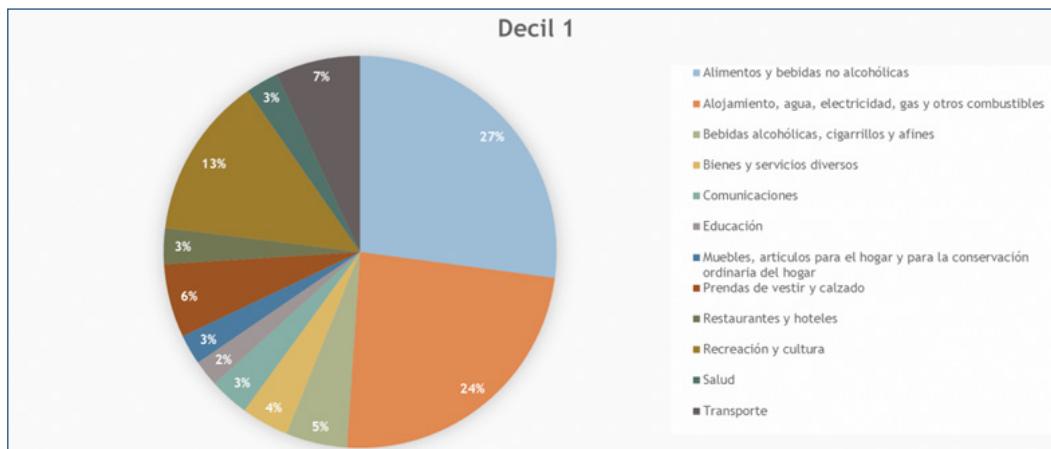
los hogares que ganan menos de 1 SMMLV los que concentran el mayor porcentaje —40 %—. Por tanto, aproximadamente 60 % de los hogares colombianos gasta menos que el ingreso que obtienen y solo 19 % iguala sus ingresos y sus gastos.

Finalmente, se logra determinar de esta relación que los deseos de consumo de los hogares colombianos son mayores a su capacidad adquisitiva. Esto se explica debido a la discordancia entre la percepción del ingreso/gasto y los datos disponibles. Además, que cuando el promedio de gasto se supera por el ingreso, el gasto se incrementa a una tasa muchísimo mayor que antes llegando hasta el punto de que en el cambio del noveno al décimo decil el gasto casi que se dobla —incrementa 90 %—.

4.4 Relación ingreso-gasto en los diferentes niveles de ingreso

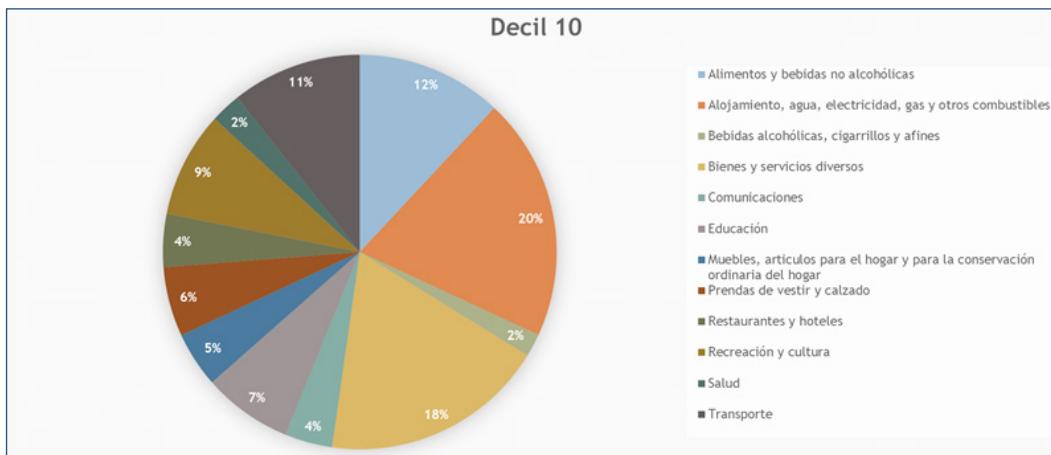
El comportamiento de los gastos de los colombianos presenta cambios graduales a medida que se avanza en los diferentes deciles de niveles de ingreso, por lo cual, para objeto de este estudio, se muestran los bienes en los cuales gastan los colombianos comprendidos en el decil 1 —con menores ingresos— y el decil 10 —con mayores ingresos— (Figuras 4 y 5).

Figura 4. Gastos por grupo de bienes ordenado por deciles de ingreso (decil 1)



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

Figura 5. Gastos por grupo de bienes ordenado por deciles de ingreso —decil 10—



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

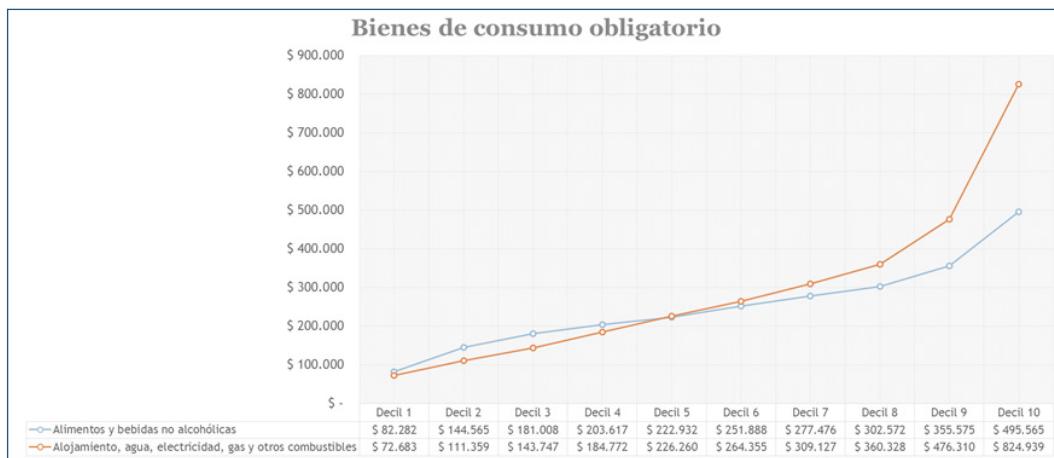
El grupo de bienes que presenta mayor cambio es el de alimentos y bebidas no alcohólicas, al pasar de representar 27 % del gasto de las familias pertenecientes al decil 1 a 12 % del gasto de las familias pertenecientes al decil 10. Este cambio se explica debido a que, si bien las familias de más bajos ingresos tienden a comprar alimentos y bebidas no alcohólicas de baja calidad, a medida que aumenta el ingreso, empiezan a comparar alimentos de mejor calidad hasta un límite al cual llegan estos productos. Se entiende, entonces, que la proporción del gasto total de las familias en alimentos y bebidas no alcohólicas aumenta al pasar del decil 1 al decil 2 y de este en adelante tiende a reducirse, debido a que el gasto en estos productos presenta mayor estabilidad y se reduce su representación en el gasto total.

El segundo grupo de bienes que presenta mayor cambio es el de bienes y servicios diversos, al pasar de 4 % del gasto de las familias pertenecientes al decil 1 a 18 % del gasto de las familias pertenecientes al decil 10. Dentro de este grupo de bienes, encontramos que los que concentran el mayor gasto promedio por hogar son cuotas de manejo de tarjetas de crédito o débito, seguros de responsabilidad civil por lesiones o daños a terceros o a su propiedad, seguro funerario y similares; collares, cadenas, gargantillas, pulseras y manillas en oro y plata; salones de peluquería y establecimientos de

cuidados personales. Estos productos tienden a ser comprendidos como suntuarios, o bienes de lujo, y al encontrar que este es el sector de bienes que más crece en los gastos de los colombianos al avanzar entre deciles de ingresos, se permite establecer una relación directa entre el incremento del ingreso y sus efectos en el aumento del gasto en dichos bienes, considerados no necesarios.

El resto de grupos de bienes que consumen los hogares colombianos presentan variaciones leves al cambiar del decil de menores ingresos al de mayores ingresos. El grupo correspondiente a educación logra incrementarse de 2 a 7 % de los gastos de los hogares, lo cual evidencia la inversión que hacen las familias y la importancia que cobra dentro de los presupuestos de los hogares al acceder a mayores niveles de educación, esto como herramienta de desarrollo que permite mantener y aumentar la calidad de vida de las familias. El bien al cual más recursos destinan los hogares colombianos es a la inscripción y matrícula en posgrados —especialización, maestría, doctorado—, seguido de la inscripción y matrícula en carreras universitarias —no incluye posgrado—, con lo cual se observa que el incremento de los ingresos percibidos por las familias va destinado, en gran medida, a la educación superior (Figura 6).

Figura 6. Incremento nominal en el gasto mensual por grupo de bienes —bienes de consumo obligatorio—.



Fuente. Elaboración propia según DANE (2007).

Dentro de los bienes de consumo obligatorio, en términos nominales, encontramos que alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles presentan un incremento significativo en su consumo a partir del decil 8. Por su parte, los alimentos y las bebidas no alcohólicas aumentan con cautela, salvo el cambio del decil 9 al decil 10. El primer tipo de bienes corresponde a servicios, que responden a la tenencia de bienes materiales como automóviles y diversos aparatos tecnológicos, que propician el gasto creciente en este grupo. El segundo grupo considerado presenta, como se expuso, unos límites de calidad que explican el suave crecimiento al pasar por los diferentes deciles (Figura 7).

Figura 7. Incremento nominal en el gasto mensual por grupo de bienes —bienes no necesarios—.



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

Para los bienes no necesarios, el consumo de los hogares colombianos presenta un fuerte incremento en las comunicaciones al pasar del decil 9 al decil 10. Mientras que el gasto en bebidas alcohólicas, cigarrillos y afines tiende a ser más constante, con un crecimiento igualmente importante a partir del decil 8, el mayor consumo se presenta en whisky, brandy, vodka, ginebra, coñac, tequila y similares, seguido del consumo de ron y aguardiente. En el grupo de comunicaciones, el rubro que mayor representación tiene es el de pago de servicio de teléfono celular pospago, seguido de teléfono residencial —local y larga distancia— (Figura 8).



Figura 8. Incremento nominal en el gasto mensual por grupo de bienes —bienes de segunda necesidad—.



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

Los bienes de segunda necesidad presentan consumos bastante estables, a excepción del paso del decil 9 al decil 10, en el cual el incremento es significativo en los tres grupos de bienes considerados. La composición del grupo de transporte presenta grandes gastos en adquisición de automotores, combustibles, reparaciones y pago de papeles necesarios para su rodamiento; sin embargo, el rubro dedicado al transporte público sigue siendo importante. La salud comprende tanto el gasto en todo tipo de medicamentos como la adquisición de bienes de la salud, como prótesis, sillas de ruedas, zapatos u otros elementos ortopédicos, terapias, etc. En materia de educación, como se mencionó, los mayores gastos se presentan en educación superior, que de por sí es la educación más costosa en el país (Figura 9).



Figura 9. Incremento nominal en el gasto mensual por grupo de bienes —bienes de lujo—.



Fuente. Elaboración propia según DANE, (2007).

Finalmente, los bienes de lujo presentan un comportamiento estable, con crecimientos ligeramente marcados a partir del decil 8; sin embargo, el grupo de bienes y servicios diversos presenta un marcado incremento en el paso al último decil. Los bienes de lujo, en general, presentan incrementos en las capas más adineradas de la sociedad colombiana, mientras que en las medias y bajas las variaciones son las más estables en comparación con el resto de tipos de bienes.

5. Conclusión

Los resultados obtenidos sobre las tendencias de gasto de los hogares colombianos permiten evidenciar que el consumo entre diferentes segmentos de ingresos tiende a ser estable y encuentra los mayores crecimientos en el paso al último decil. Lo anterior puede ser entendido en función de la concentración de la riqueza, debido a que 20 % de la población más rica percibe la mayor cantidad de ingresos totales, con lo cual su nivel de consumo es significativamente mayor del resto de la población.

El sector de consumo que mayor incremento presenta, entre el decil 1 y el decil 10, es el de bienes y servicios diversos, compuesto por diversidad de bienes considerados suntuosos. En esta lógica, se puede establecer que, a medida que aumentan los ingresos de los hogares colombianos, el gasto en bienes y servicios no necesarios se hace cada vez más marcado, lo cual evidencia la prioridad que presentan estos productos en el consumo colombiano. Así mismo, los gastos en automóviles, y todo lo necesario para su aprovechamiento, alojamiento y mejoras a las propiedades, son rubros con alta representación, con lo cual vuelven aún más marcada la tendencia del gasto de los colombianos hacia bienes no necesarios y de lujo.

En conclusión, se observa que, con el incremento de los ingresos, los hogares colombianos tienden a aumentar su gasto en bienes no necesarios y de lujo. Sin embargo, debido a la concentración de los ingresos en la capa más adinerada de la sociedad, se establece que los incrementos en estos productos presentan un aumento constante hasta el decil 8, a partir del cual los crecimientos son mucho más marcados. Es decir, la relación que existe entre el nivel de ingresos y su consumo en bienes de lujos y no necesarios es muy pronunciado, y deja en un segundo plano el gasto en bienes necesarios y bienes de segunda necesidad.

Referencias

- Ángel, A. (2012). La función consumo: síntesis y perspectivas. *Revista Universidad EAFIT*, 35(115), 41-55.
- Bauer, M. A., Wilkie, J. E., Kim, J. K. y Bodenhausen, G. V. (2012). Cuing consumerism: Situational materialism undermines personal and social well-being. *Psychological Science*, 23(5), 517-523.
- Bershadsky, R. (2013). *Sociología de los mercados y sus implicancias para la calidad de vida*. Trabajo presentado en V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XX Jornadas de Investigación Noveno Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Carosio, A. (2008). El consumo en la encrucijada ética. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 13-45.
- Cortés, D. y Pérez, J. E. (2010). El consumo de los hogares colombianos, 2006-2007: estimación de sistemas de demanda. *Desarrollo y Sociedad*, 66, 7-44.
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) (2007). *Encuesta ingresos y gastos 2006-2007*. Bogotá: DANE.
- Figueras, A. J. y Morero, H. A. (2013). La teoría del consumo y de los ciclos en Thorstein Veblen. *Revista de Economía Institucional*, 15(28), 159-182.
- Friedman, M. (1957). *Theory of the Consumption Function*. Princeton: Princeton University Press.
- Iglesias, L. G. (2012). ¿Qué psicología para la cultura de consumo? *Teoría Y Crítica de la Psicología*, 2, 103-112.
- Kasser, T., Rosenblum, K. L., Sameroff, A. J., Deci, E. L., Niemiec, C. P., Ryan, R. M., ... y Hawks, S. (2014). Changes in materialism, changes in psychological well-being: Evidence from three longitudinal studies and an intervention experiment. *Motivation and Emotion*, 38(1), 1-22.
- Moulian, T. (1998). *El consumo me consume*. Santiago de Chile: LOM.
- Muñoz C., M. (2004). Determinantes del ingreso y del gasto corriente de los hogares. *Revista de Economía Institucional*, 6(10), 183-199.
- Narotzky, S. (2007). El lado oculto del consumo. *Cuadernos de Antropología Social*, 26, 21-39.



