Blog BanRep: ¿Cómo las tiendas hard-discount han transformado a las economías locales?

Fecha de publicación Martes, 12 de agosto de 2025

Las tiendas de descuento de bajo costo son una innovación comercial que ha generado cambios importantes en el segmento minorista del país. Se trata de lo que en inglés se denomina tiendas de *hard-discount*, que en Colombia operan bajo conocidas marcas, como D1, Ara y otras. Son establecimientos con una superficie mayor que una tienda de barrio, pero más pequeños que un supermercado tradicional, y ofrecen una variedad limitada de productos, que suelen ser de marca propia y con precios comparativamente más bajos. Además de competir con los supermercados tradicionales, también compiten con las tiendas de barrio, ya que su modelo de operación les permite expandirse rápidamente en vecindarios residenciales y poblaciones urbanas que no cuentan con grandes almacenes de cadena.

Los beneficios de estas tiendas para los bolsillos de los consumidores son claros, por la relación calidad-precio de los productos que ofrecen. Sin embargo, hay una discusión respecto al impacto de la expansión de estas cadenas de tiendas sobre el comercio minorista local y sobre los mercados de trabajo. En particular, se teme que la entrada de estas tiendas desplace otros negocios locales y ocasione caídas en el empleo en las zonas donde operan.

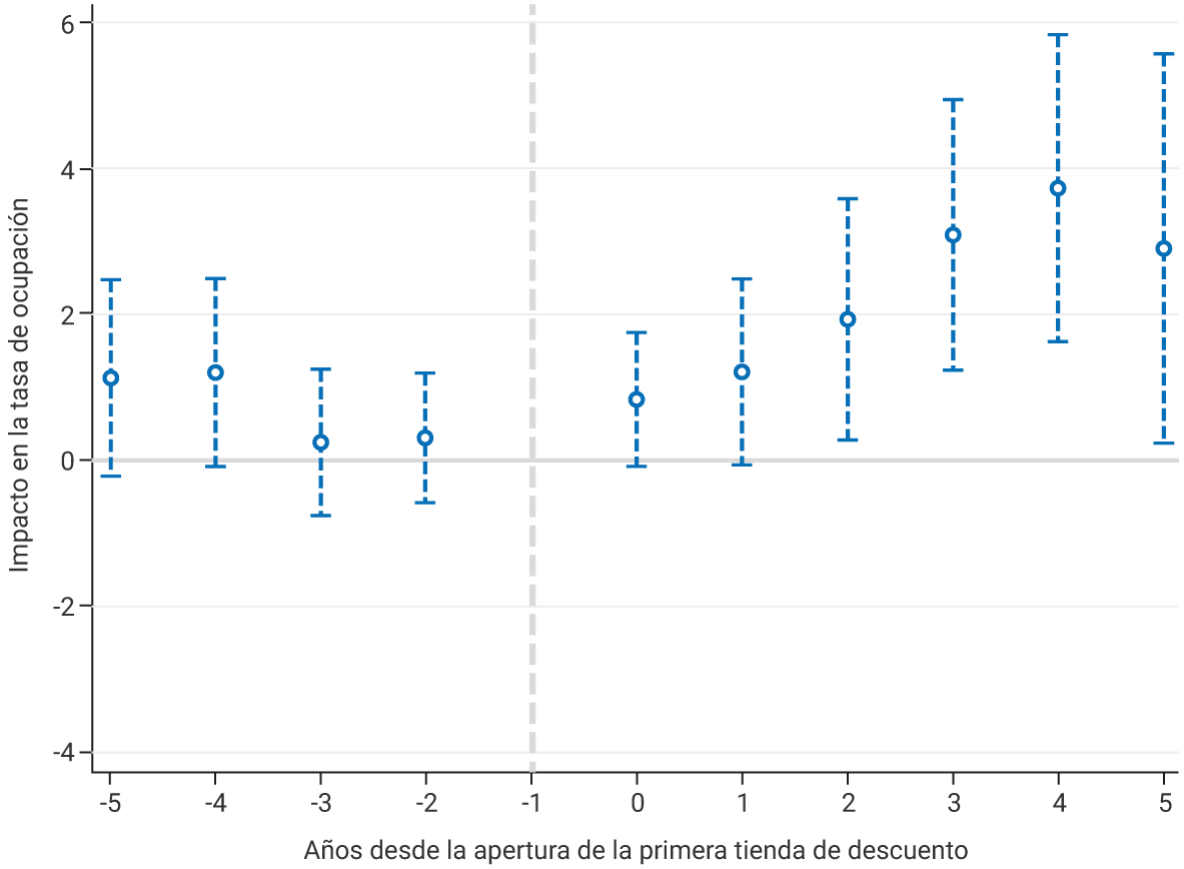
Un documento de investigación reciente publicado en la serie Documentos de Trabajo sobre Economía Regional y Urbana del Banco de la República, en cuya elaboración participó la investigadora del Banco, Andrea Otero, analiza este problema con datos detallados para el caso colombiano. El documento mide el impacto de la entrada de estas tiendas en los municipios de tamaño intermedio sobre el empleo formal e informal y la actividad económica. En particular, se usan técnicas econométricas para comparar la evolución de estas variables en sitios donde se abre una nueva tienda, en relación con sitios donde también se abren tiendas en momentos posteriores. Este análisis cuasi-experimental se basa en el supuesto de que el orden de apertura de tiendas no depende de variables distintas a las observadas.

El Gráfico 1 muestra uno de los resultados de este análisis con respecto a la tasa de empleo en los mercados locales. Para este ejercicio, se utiliza información proveniente de la Gran Encuesta Integrada de Hogares. Específicamente, el gráfico muestra la diferencia en la tasa de empleo en cada mercado respecto a su grupo de comparación, antes y después de la entrada de la primera tienda, lo cual se indica con la línea vertical. Las líneas alrededor de cada punto indican el intervalo de confianza estadística.

Como puede verse, tras la entrada de la primera tienda en un municipio, la tasa de ocupación municipal aumenta de forma paulatina y el aumento se hace estadísticamente significativo tras tres años. La estimación implica que, en promedio, cinco años después de abierta la primera tienda de cadena de bajo costo en un municipio, la tasa de empleo es alrededor de 4 puntos porcentuales mayor en esos municipios comparados con aquellos en donde aún no hay operación de este tipo de tiendas. Los autores también obtienen resultados positivos para indicadores de empleo formal y de recolección de impuestos, lo que sugiere un impulso de la formalidad en esos municipios. Por el contrario, no hay efectos negativos claros sobre el empleo informal, segmento en el que se concentran los dueños de las tiendas de barrio.

Gráfico 1. Estudio de evento del efecto en la tasa de ocupación luego de la llegada de la primera tienda de

descuento a un municipio.



La persistencia de los impactos estimados sobre las economías locales sugiere que la entrada de este tipo novedoso de tiendas en municipios intermedios genera beneficios económicos a través de encadenamientos con el aparato productivo local. De hecho, los autores del documento muestran evidencia de que los beneficios se concentran en los sectores agrícola y manufacturero, los cuales crecen para atender la demanda adicional de los productos que venden las nuevas tiendas.

About our Blog

Consulte toda la colección

En cada publicación usted encuentra artículos de fácil lectura, relacionados con la economía colombiana y mundial, y con la gestión del Banco de la República.



Jorge Toro
Editor
blog@banrep.gov.co



Juan Esteban Carranza
Editor
blog@banrep.gov.co

Los trabajos son de carácter informativo, las opiniones y posibles errores son de responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen al Banco de la República ni a su Junta Directiva.

¡Suscríbase!

Regístrese y reciba de primera mano los blogs de opinión económica.

SUSCRIBIRME

Conozca las políticas y lineamientos generales de protección de datos personales.

RSS 2.0

Fuente: https://d1b4gd4m8561gs.cloudfront.net/es/blog/como-tiendas-hard-discount-han-transformado-economias-locales