

# COVSUMER REPORT

A photograph showing the backs of two women in a supermarket aisle. The woman on the left has long blonde hair and is wearing a black and white striped shirt. The woman on the right has blonde hair and is wearing a blue t-shirt. They are both looking at shelves filled with various products, likely dairy or refrigerated items, in a well-lit grocery store.

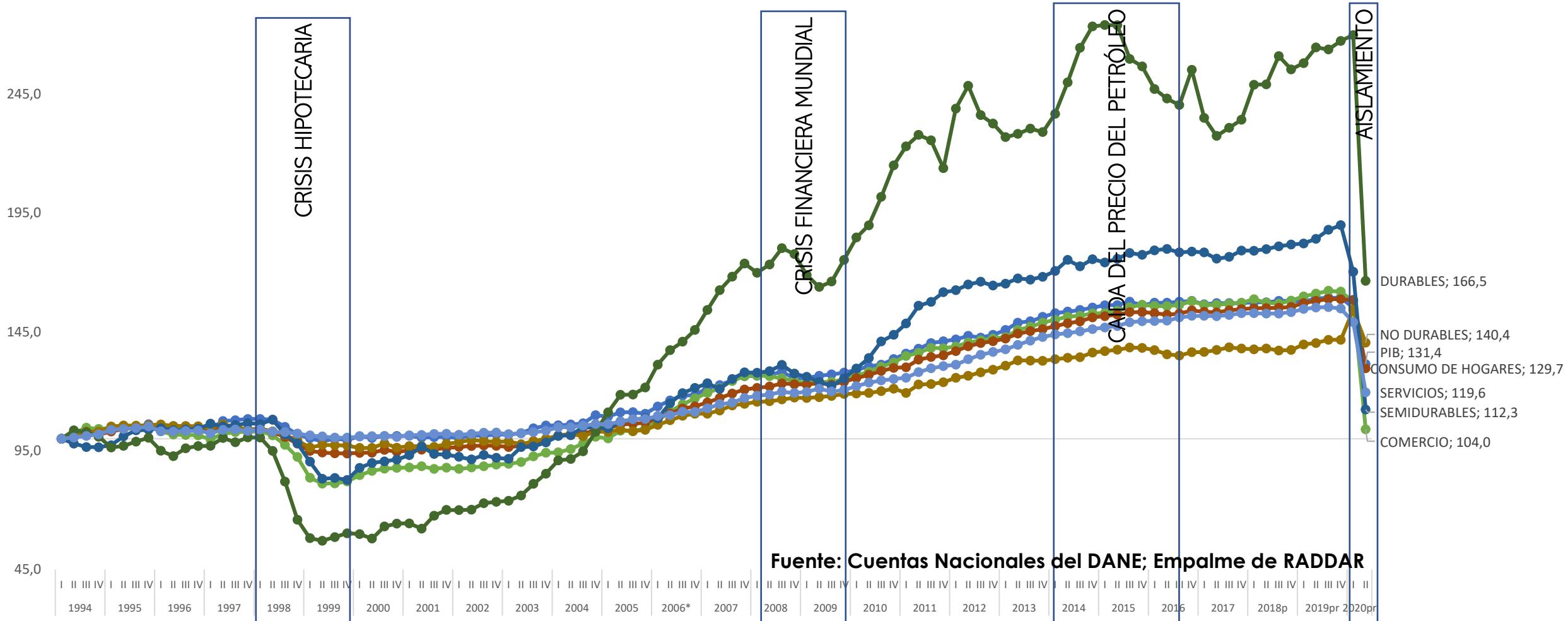
**La “nueva normalidad”  
no es tán “nueva”...**

**GASTO DE LOS HOGARES – SEPTIEMBRE DE 2020 – COLOMBIA**

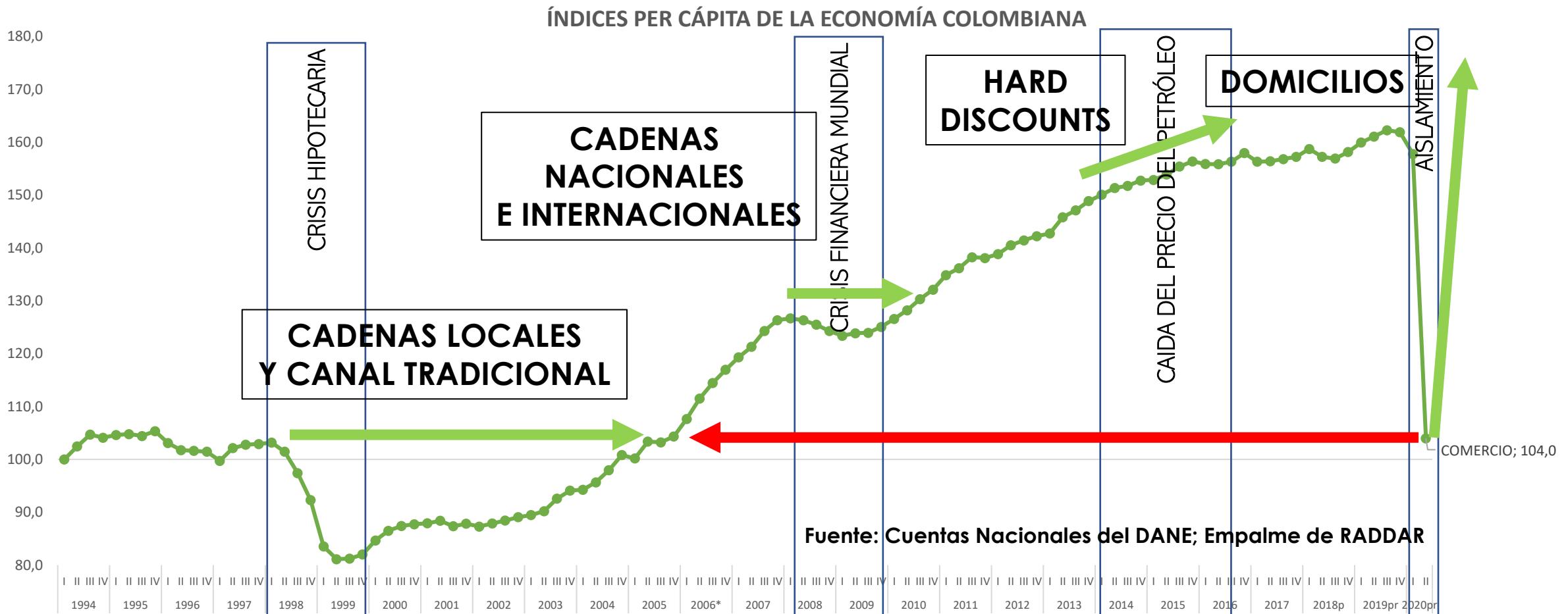
**RADDY** Consumer Knowledge Group

El gasto por persona, estimado desde la cuenta de consumo de hogares del PIB que calcula del DANE, deja ver cómo se ve la caída del gasto en bienes y servicios nuevos, donde el aislamiento, devuelve estos datos hasta 14 años atrás en algunos casos. El gasto en No Durables se mantiene, y por primera vez en un freno económico, el gasto en servicios cae.

ÍNDICES PER CÁPITA DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA

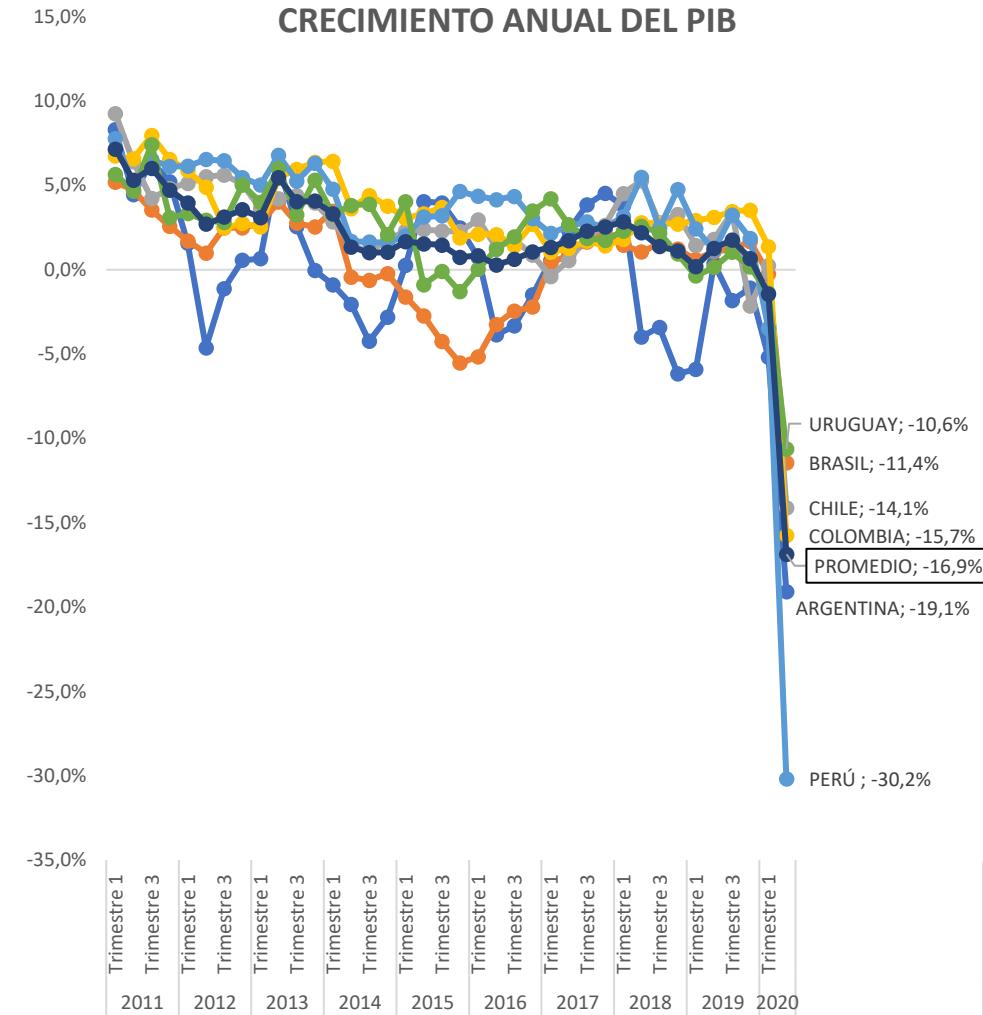


Revisando el dato del comercio por persona, tomado desde las cuentas nacionales del DANE, se puede apreciar como en cada momento de freno económico, el indicador se frena, sin embargo cada vez se recupera más rápidamente; en la crisis hipotecaria, las cadenas locales (que aún no eran tan nacionales), en unión a las tiendas de barrio, tuvieron un rol fundamental; en la crisis financiera mundial, ya las cadenas nacionales y las internacionales fueron un gran apoyo para los hogares. En la caída de los precios del petróleo y la devaluación que se dio, el ecosistema de precios bajos fue el soporte de las personas, y claramente en este aislamiento, se suman los sistemas de domicilios, como parte fundamental de la solución.

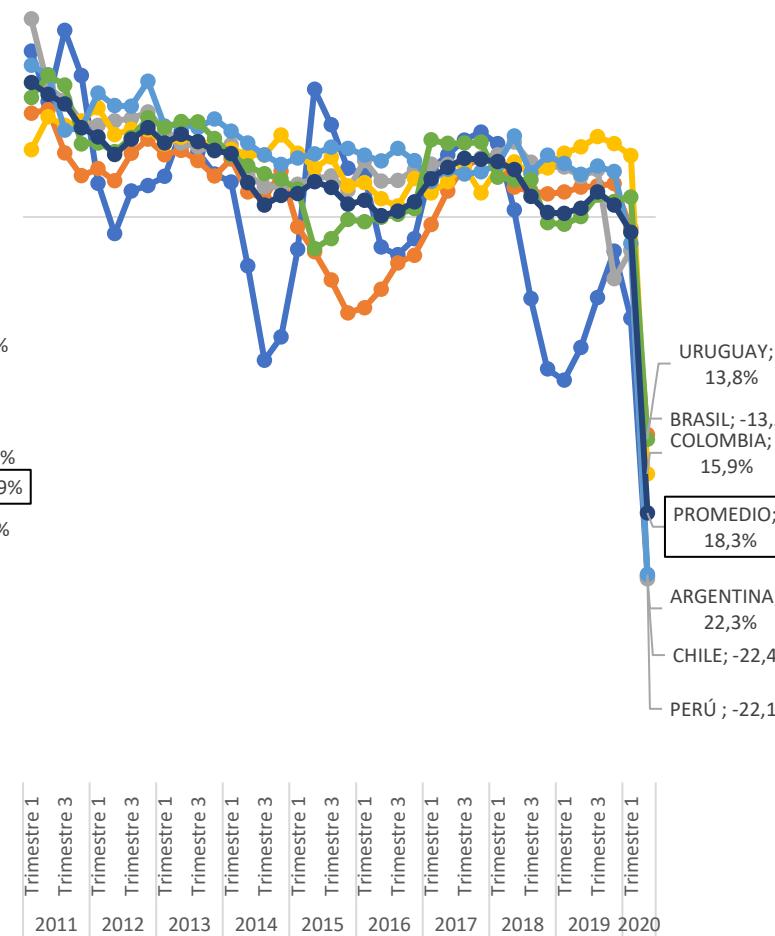


# IMPACTO DEL COVID19 Y EL AISLAMIENTO EN LOS MERCADOS DE LATINOAMERICA

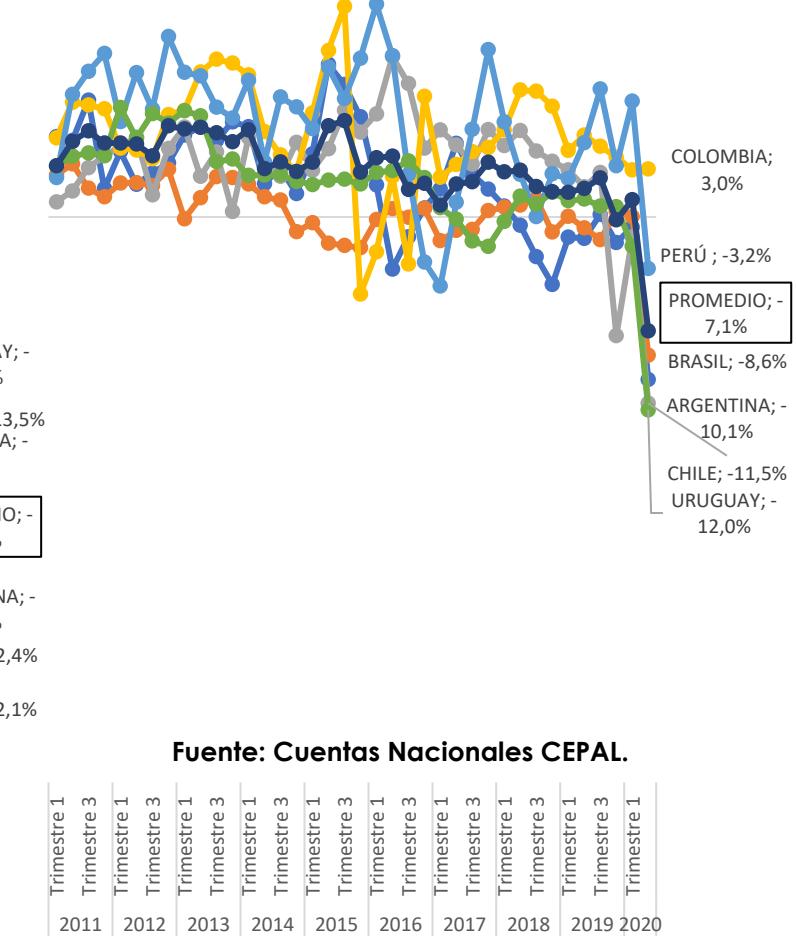
CRECIMIENTO ANUAL DEL PIB



VAR ANUAL CONSUMO DE HOGARES



VAR ANUAL GASTO PÚBLICO



Fuente: Cuentas Nacionales CEPAL.

El decrecimiento en los Productos Internos Brutos de los países de la región, según los datos de la CEPAL, muestran como esto tiene su origen en el freno del consumo de los hogares y del gasto público, donde Colombia sale bien en la comparación.

**CRECIMIENTO DEL GASTO, DEL CONSUMO DE HOGARES Y DEL PIB**  
**(Datos de PIB y CH para IIT de 2020 son estimados esperados por RADDAR)**



El dato del gasto de los hogares de RADDAR, muestra ya una tendencia positiva para el tercer trimestre de 2020, Lo cual será lo mismo que ocurre con el dato de la cuenta de consumo de hogares del PIB, que será publicado en unas semanas.

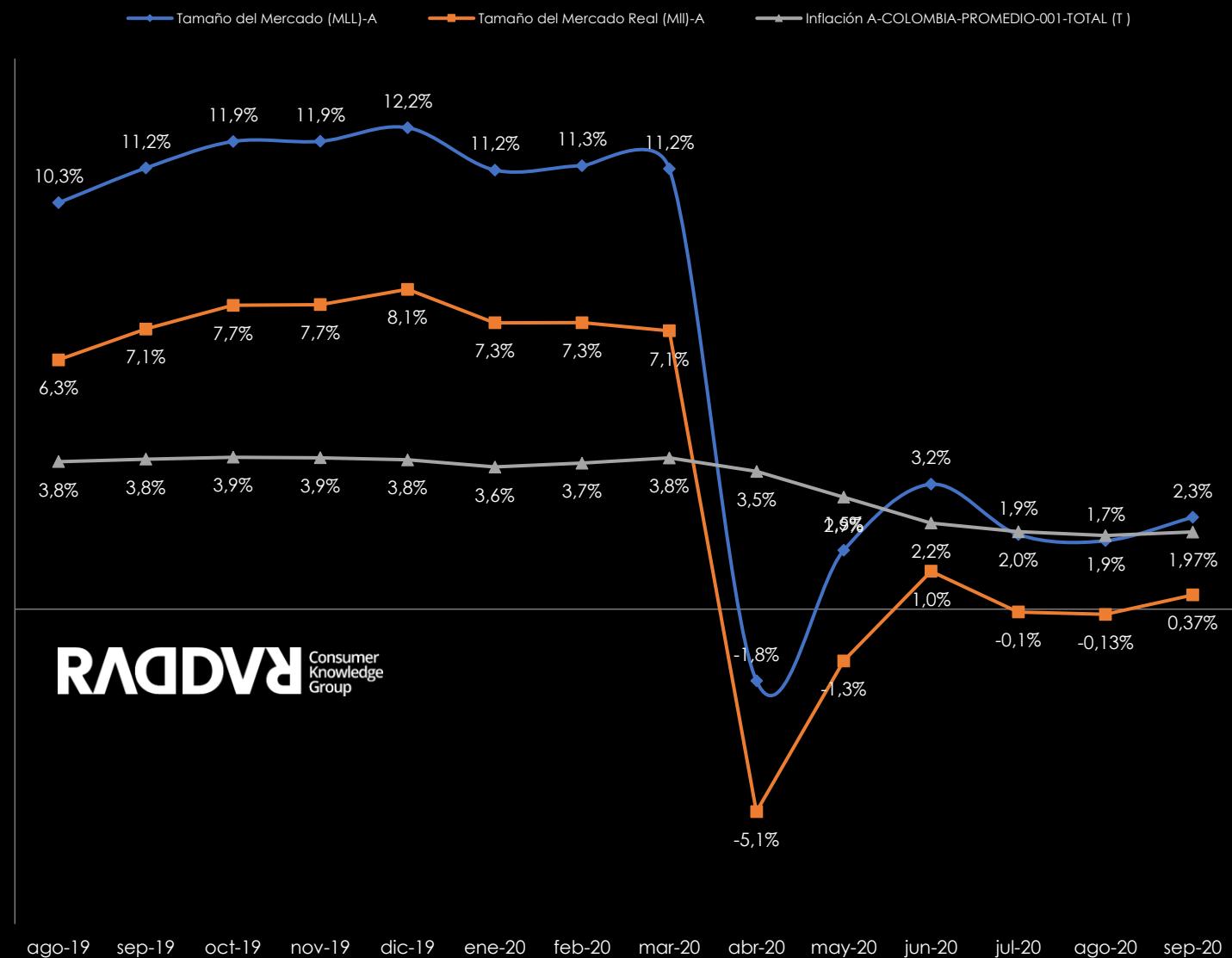
(Los datos de gasto de RADDAR, difieren de la cuenta de consumo de hogares, en la composición de la canasta)

El gasto de los hogares en septiembre de 2020 creció 2,34% en pesos frente a septiembre de 2019, y creció 0,37% en pesos constantes, siendo un gasto mensual de \$53,9 billones de pesos. Esto se debió a un crecimiento de 0,95% en pesos corrientes frente a agosto de 2020 y de 0,62% en pesos reales.

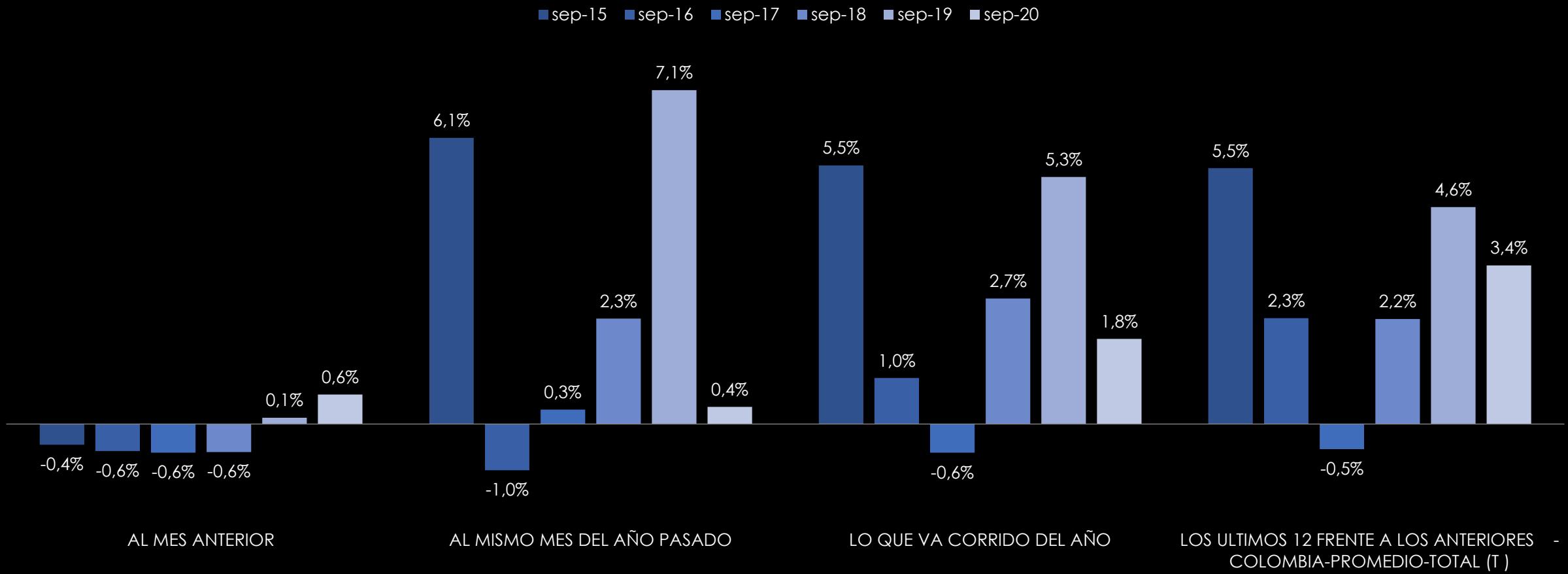
Este crecimiento frente al mes anterior, es más alto del promedio esperado, causando una buena dinámica para este mes, como consecuencia de una mayor generación de empleo y una mejor dinámica del crédito.

La colocación crediticia cayó -24.6% frente a septiembre del año pasado en pesos corrientes, con una caída de -8,8% de la colocación de tarjetas de crédito; más, en septiembre de 2019, la colocación de créditos crecía al 30,3%.

## Variación Anual de las Compras

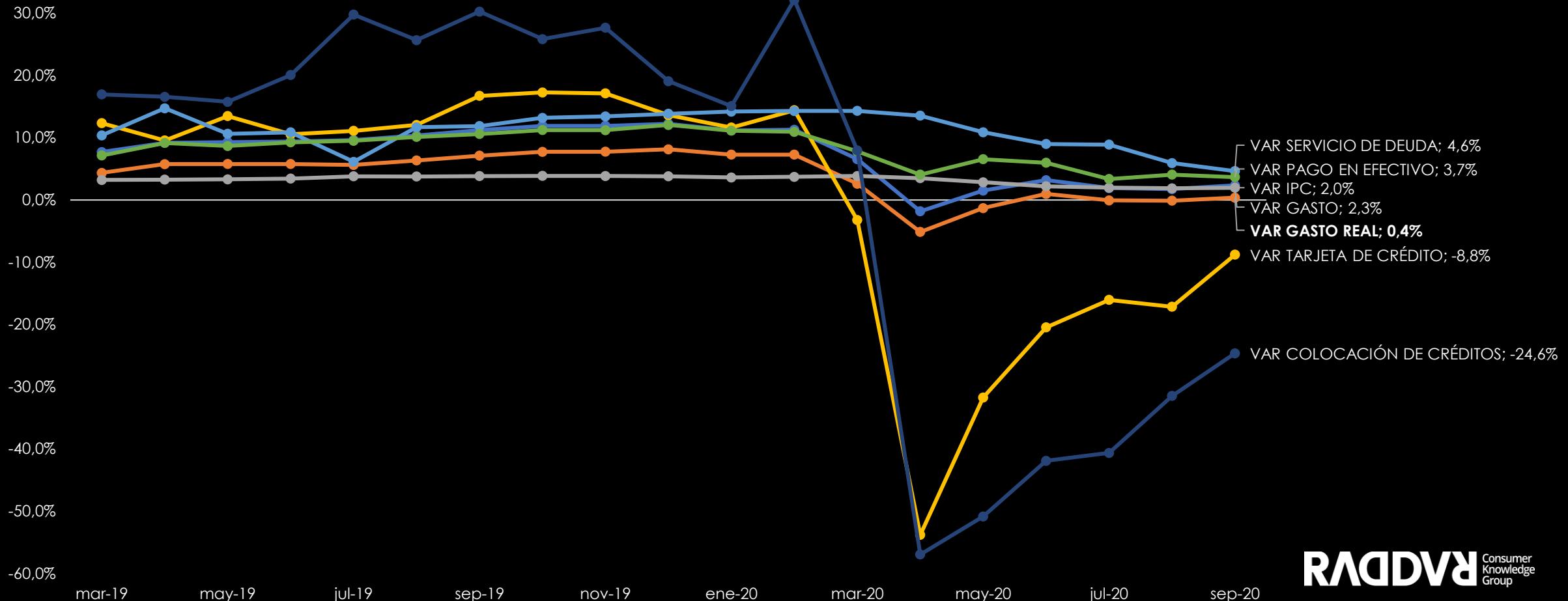


## DINAMICA DE LAS COMPRAS DE LOS HOGARES



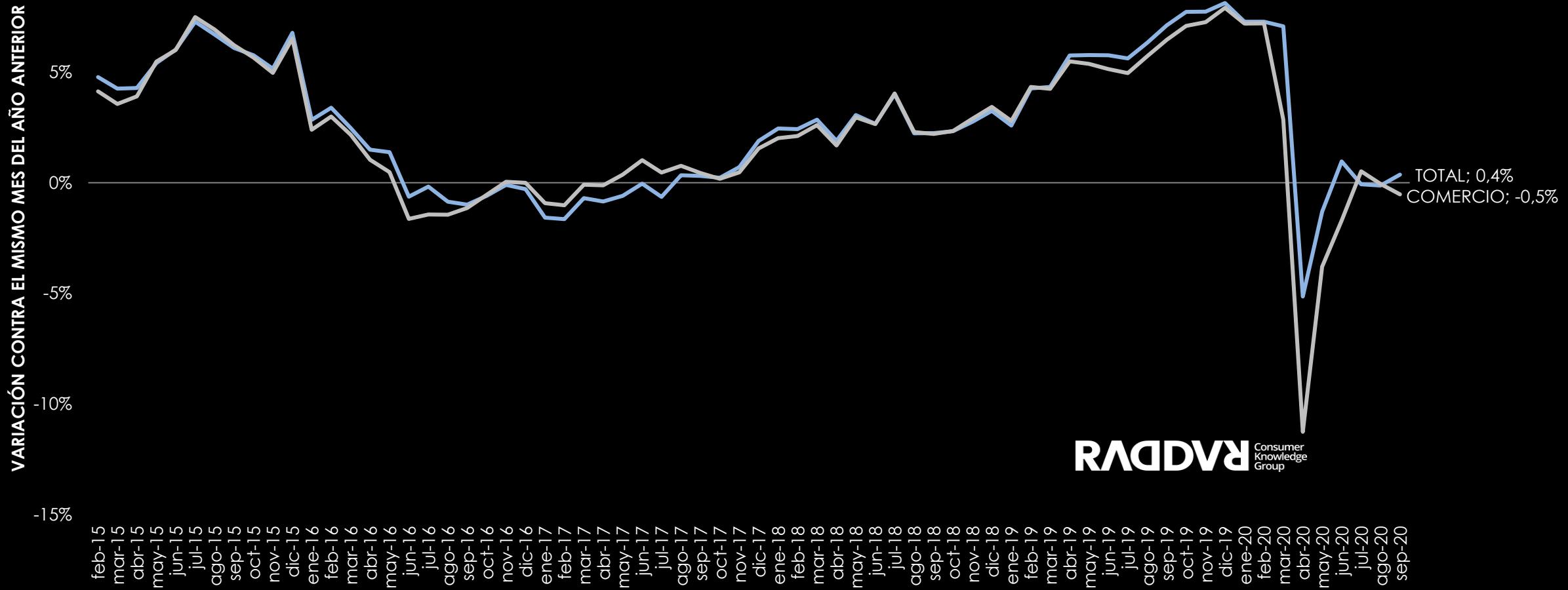
El crecimiento real de septiembre de 2020 frente a agosto del mismo año, muestra un comportamiento atípico, como consecuencia de la caída del gasto en los meses previos, que aún no es suficiente para revertir la tendencia de freno de gasto frente al año pasado, que sigue casi 7 puntos porcentuales por debajo.

## DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES, FUENTES Y USOS



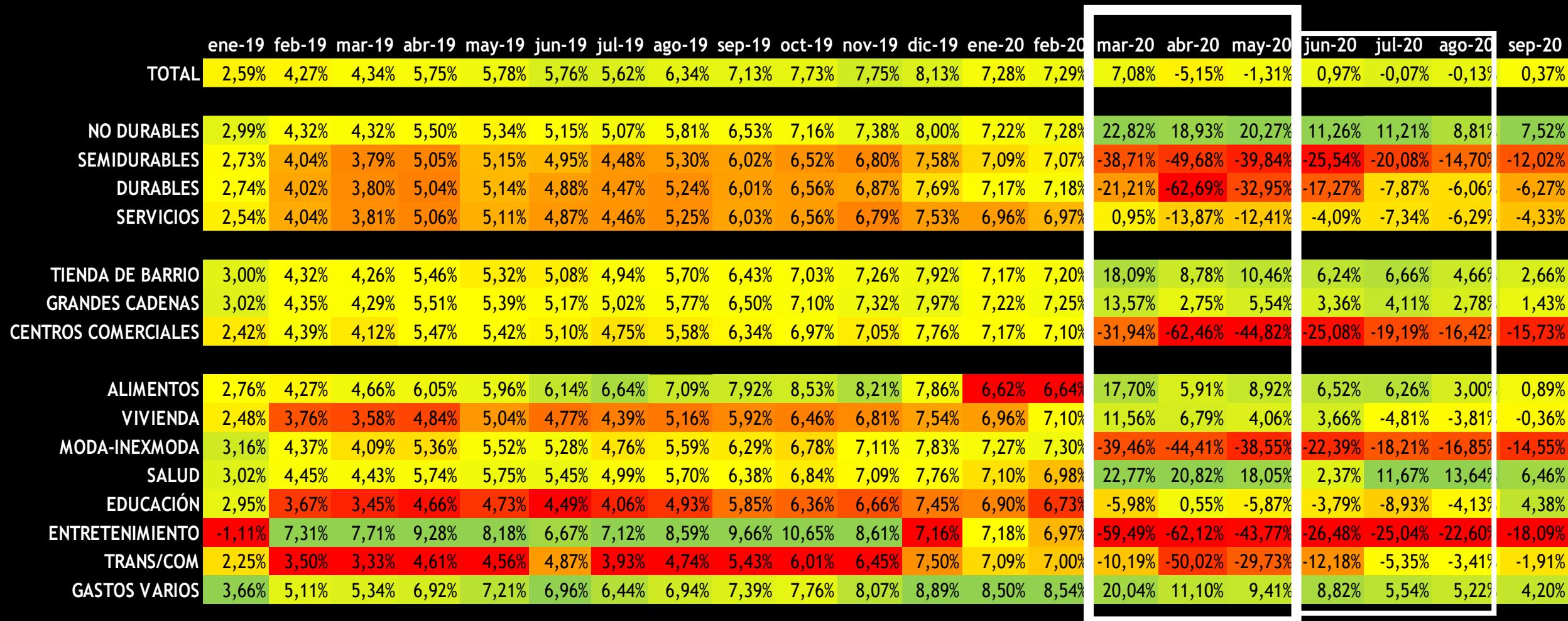
La colocación crediticia sigue en terreno negativo, pero con una tendencia positiva; esto va en línea con menor crecimiento de servicio de deuda, que es un ligero alivio en la estructura del gasto de los hogares, que también se ha visto beneficiada por una menor inflación y un aumento entre del 5% y 6% de los salarios; evidentemente, en muchos hogares (cerca del 35%), han tenido una caída de ingresos muy fuerte, y no se ven beneficiados por esto.

# CUÁNTO HAN CAMBIADO LAS COMPRAS DE LOS COLOMBIANOS FRENTE A ...



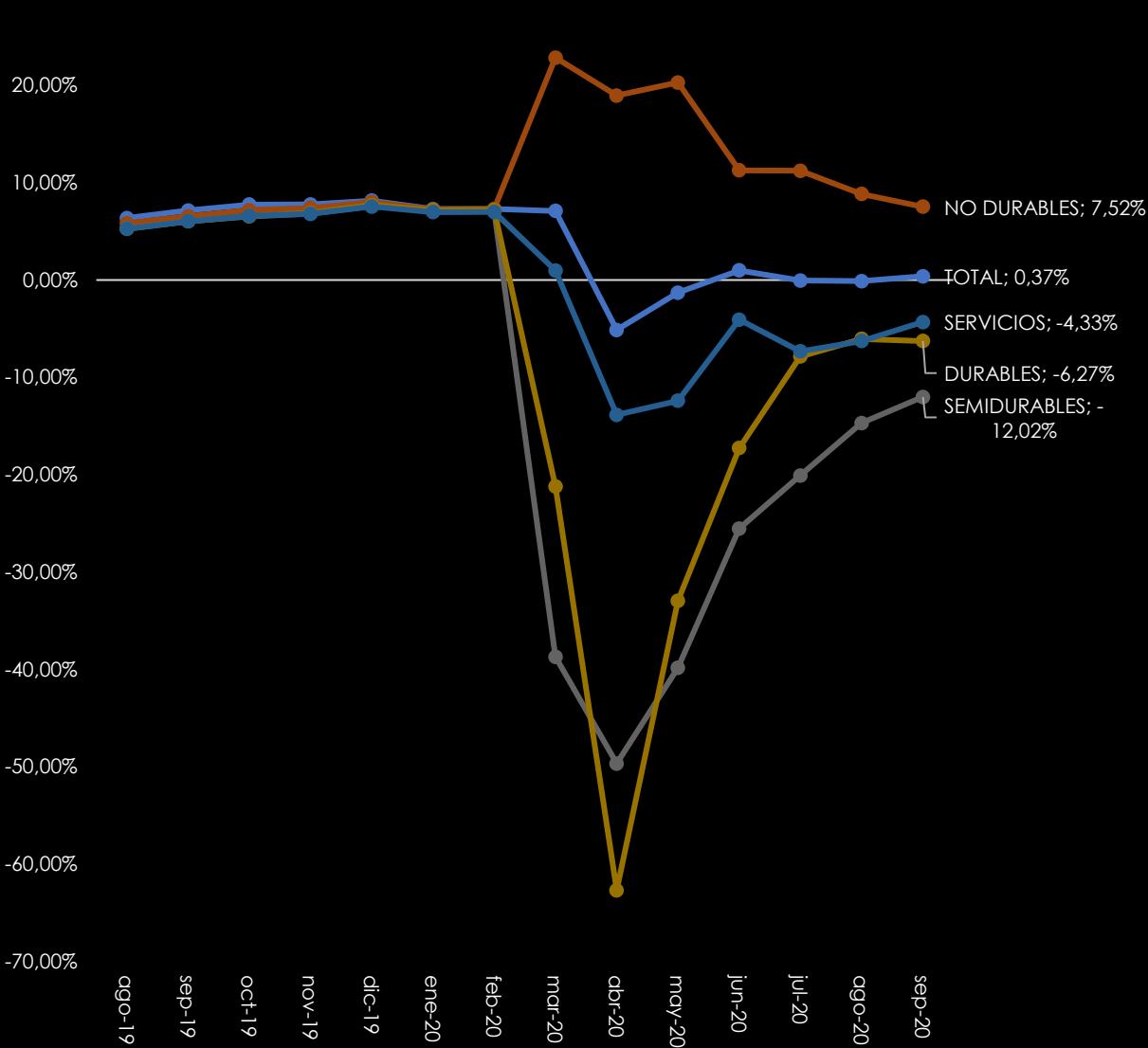
El comercio ha tenido una dinámica más aguda, debido a que ha recibido de manera directa el aislamiento, en particular los restaurantes y el mundo del entretenimiento, donde una buena parte del crecimiento se ha dado más en los canales informales.

## MAPA TÉRMICO DE CRECIMIENTOS ANUALES

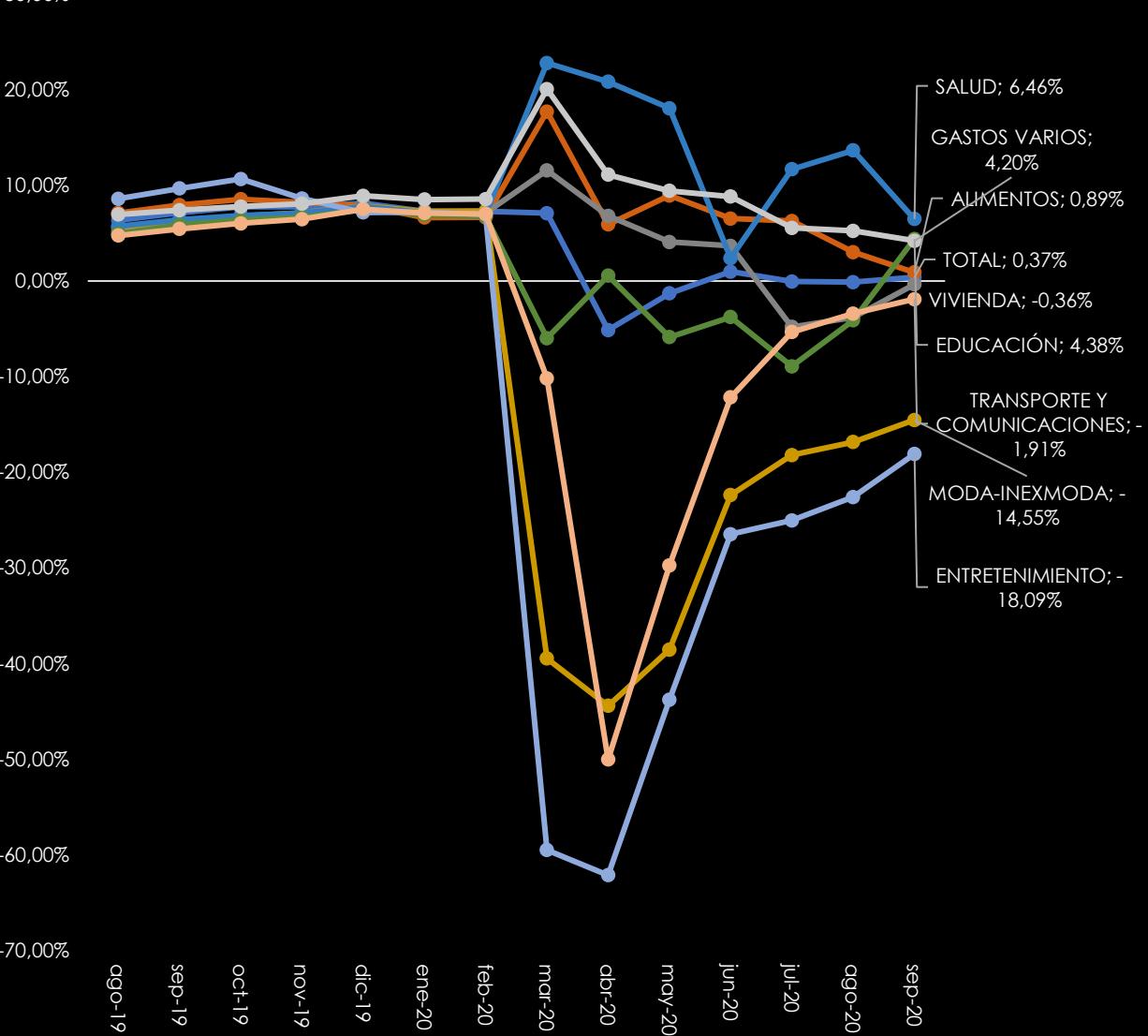


En las dos fases del aislamiento, se puede evidenciar la caída en el gasto de los hogares, concentrada en semidurables, durables, servicios, centros comerciales, moda, entretenimiento y transporte.

## VARIACIÓN REAL FREnte AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

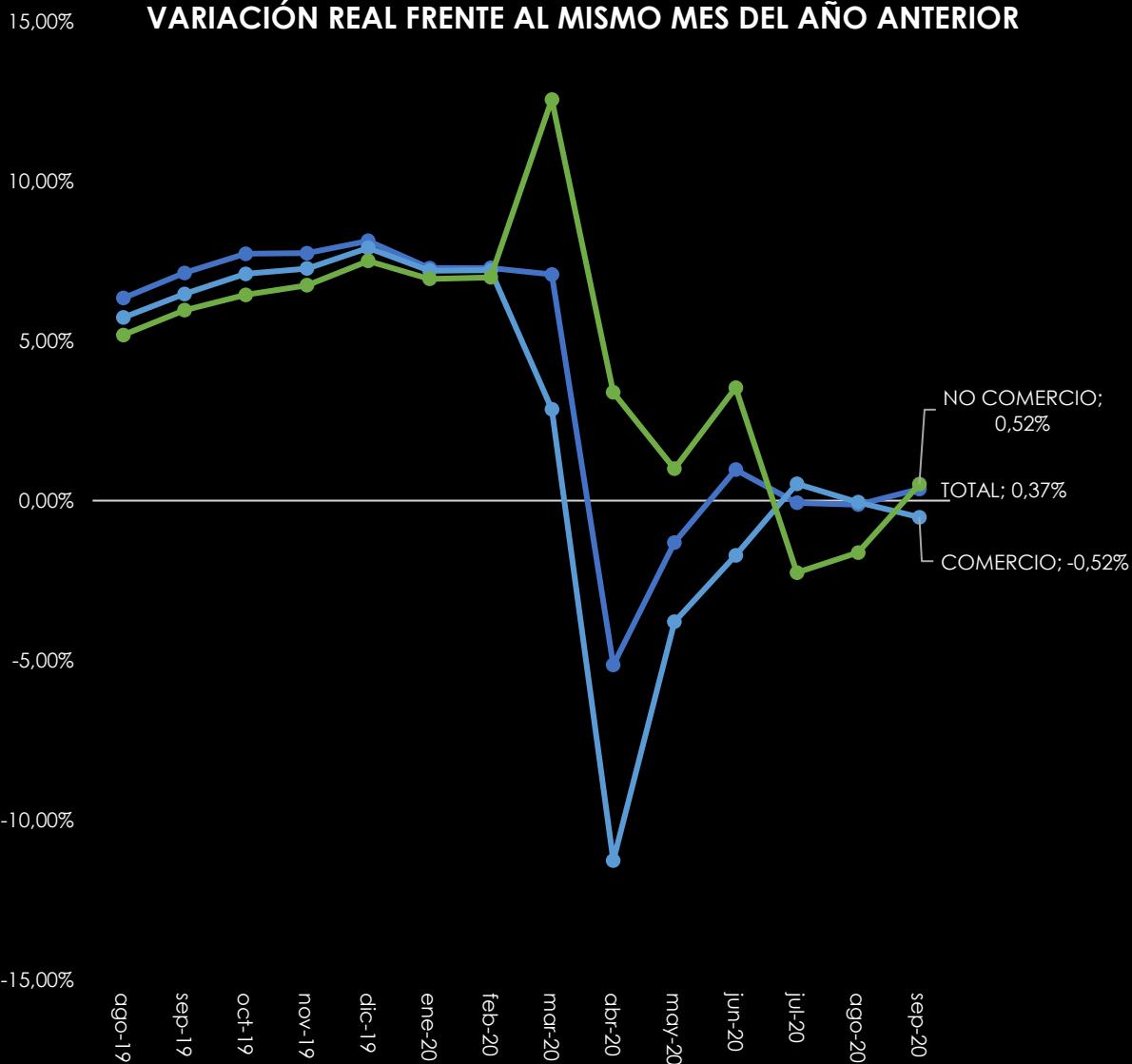


## VARIACIÓN REAL FREnte AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

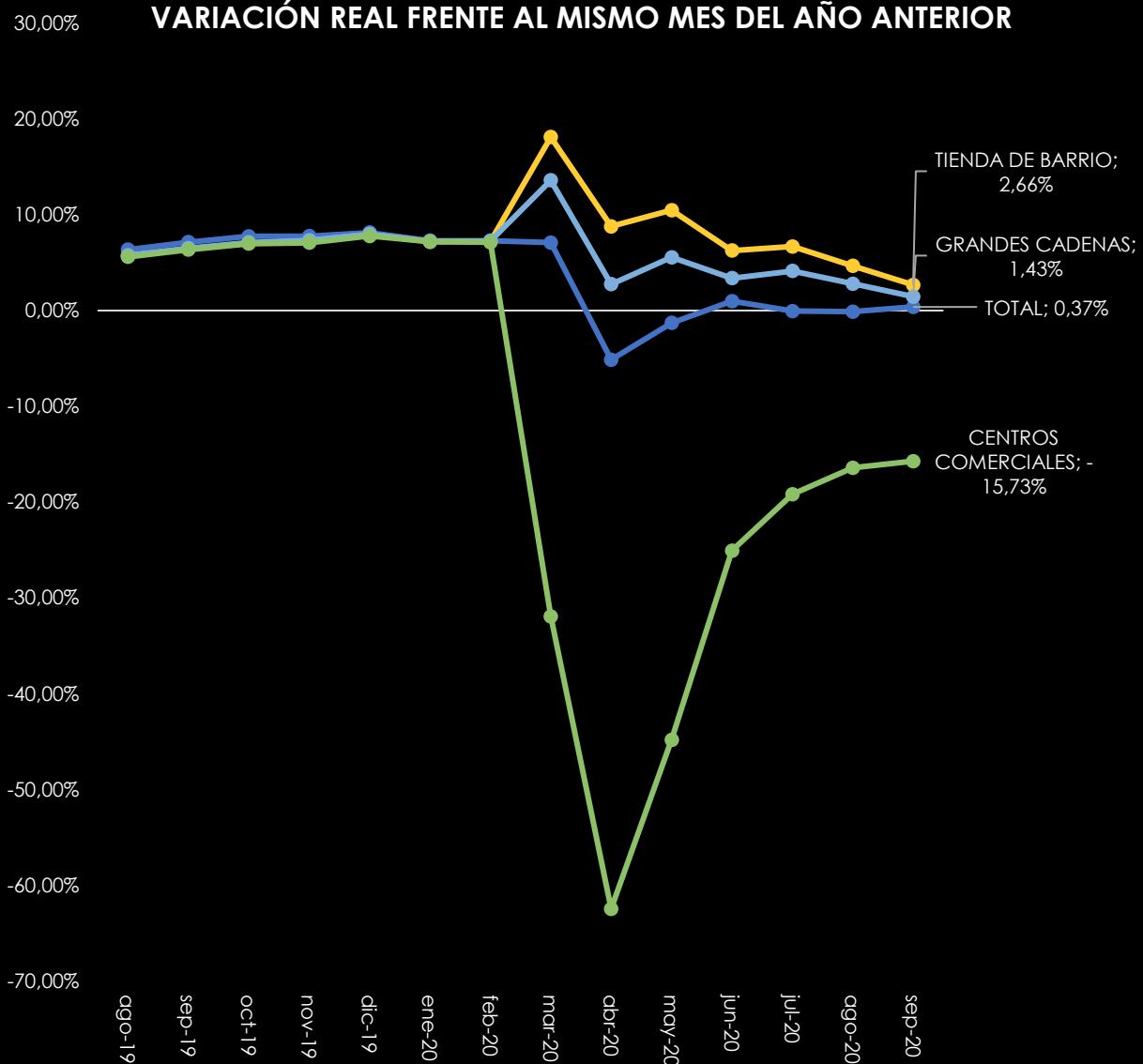


En las dos fases del aislamiento, se puede evidenciar la caída en el gasto de los hogares, concentrada en semidurables, durables, servicios, centros comerciales, moda, entretenimiento y transporte.

## VARIACIÓN REAL FREnte AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

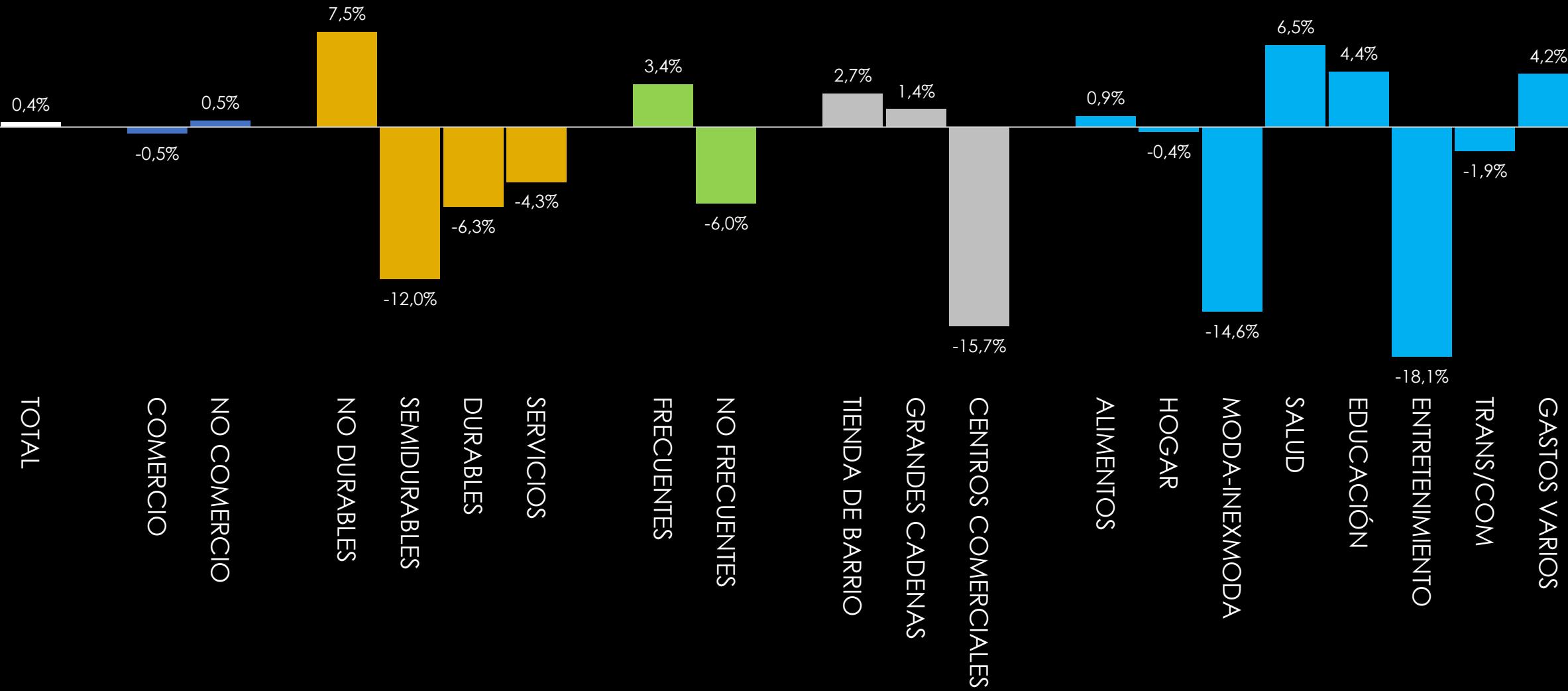


## VARIACIÓN REAL FREnte AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR



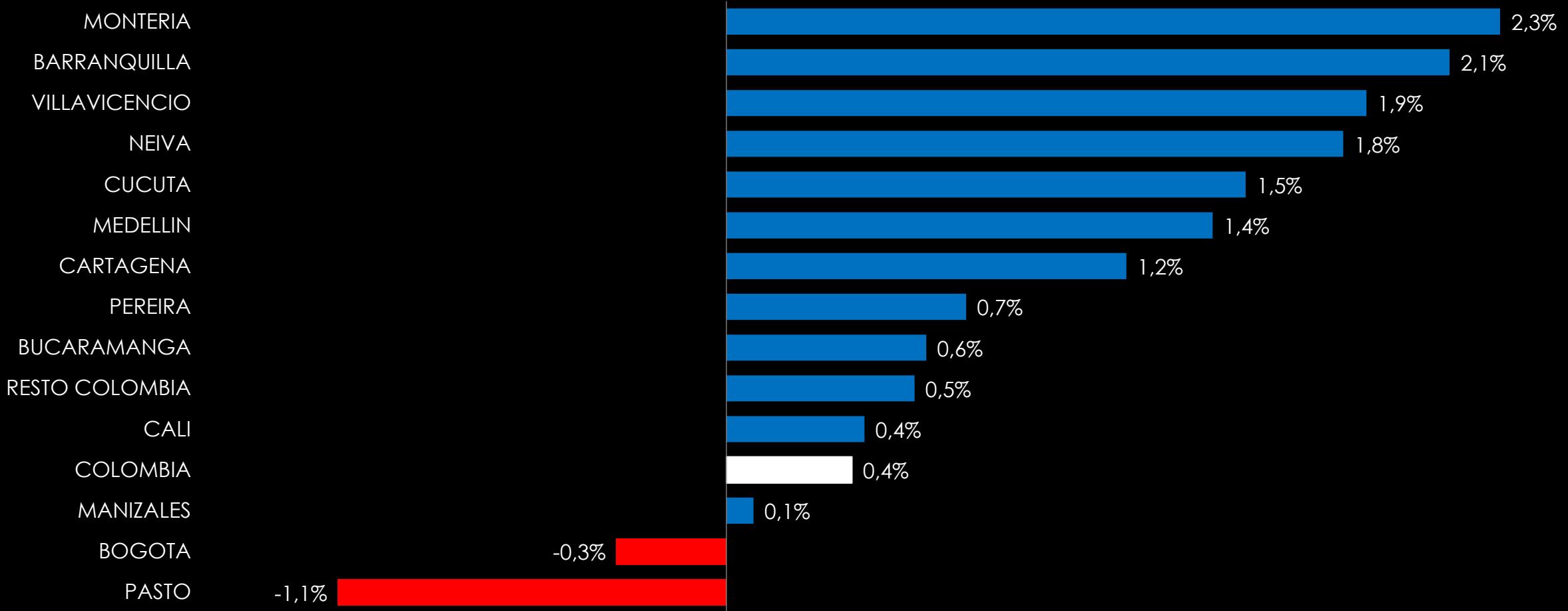
En las dos fases del aislamiento, se puede evidenciar la caída en el gasto de los hogares, concentrada en semidurables, durables, servicios, centros comerciales, moda, entretenimiento y transporte.

# CRECIMIENTO ANUAL EN TÉRMINOS REALES POR DIVERSAS CANASTAS



En las dos fases del aislamiento, se puede evidenciar la caída en el gasto de los hogares, concentrada en semidurables, durables, servicios, centros comerciales, moda, entretenimiento y transporte.

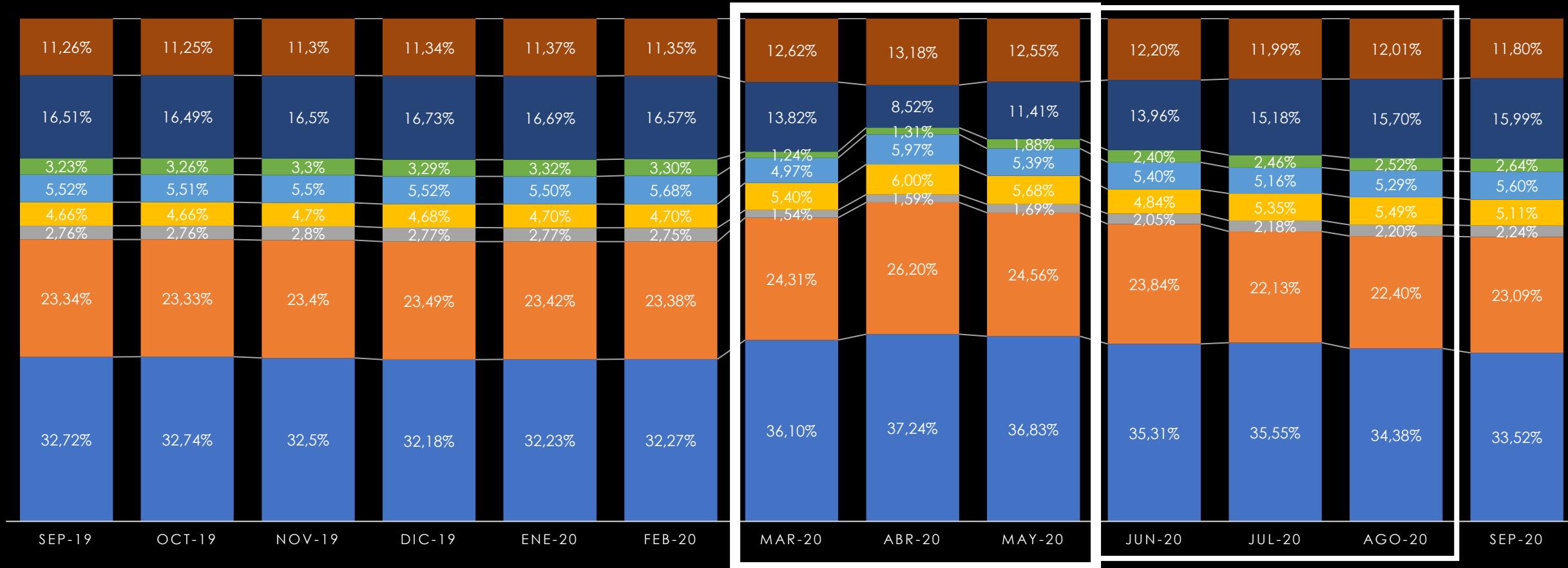
## Variación Anual Real del Mercado



El crecimiento del gasto por ciudades se va homogenizando lentamente; sin embargo Bogotá y Pasto, debido a la composición de sus canastas, su clima, sus canales formales y el mercado laboral, aún están en terreno negativo.

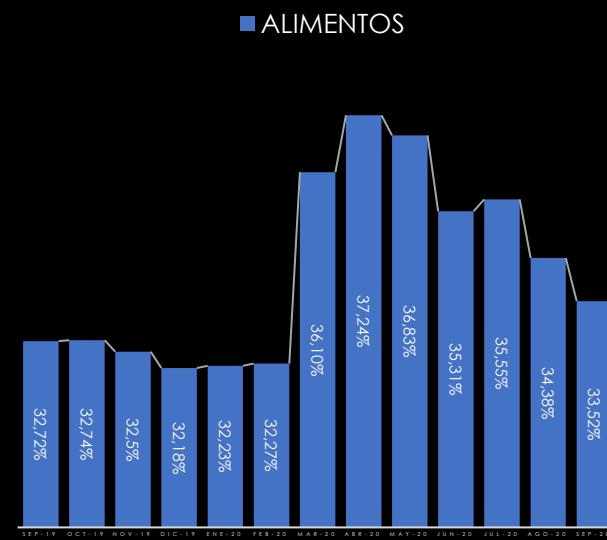
# ¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ ALIMENTOS ■ HOGAR ■ MODA ■ SALUD ■ EDUCACIÓN ■ ENTRETENIMIENTO ■ TRANS/COM ■ VARIOS



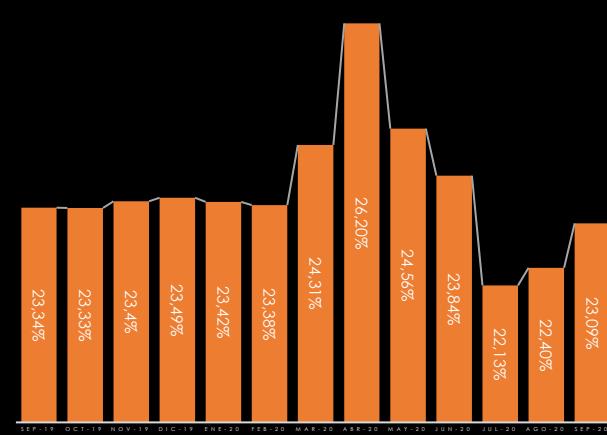
En esta diapositiva, se puede apreciar como la composición del gasto de los hogares, se vio afectado durante las fases de aislamiento, dándole mayor peso a los alimentos, hogar y gastos varios; más, esta tendencia se ha revertido en los últimos meses con las aperturas y reactivación, mostrando que es posible que el bolsillo de los hogares, no tenga grandes cambios, en su composición.

¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?



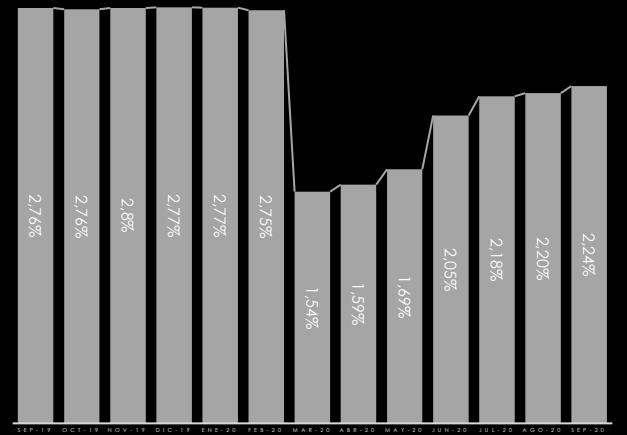
¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ HOGAR



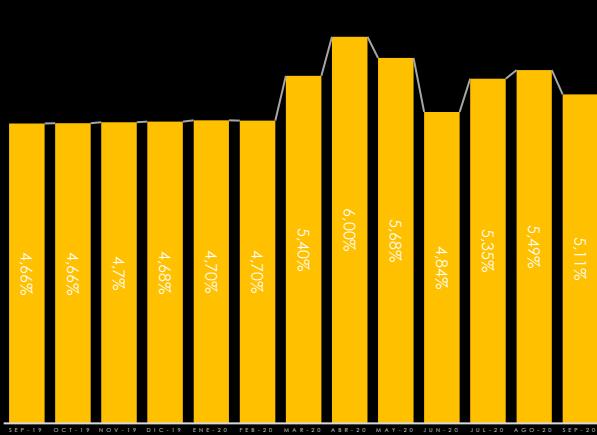
¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ MODA



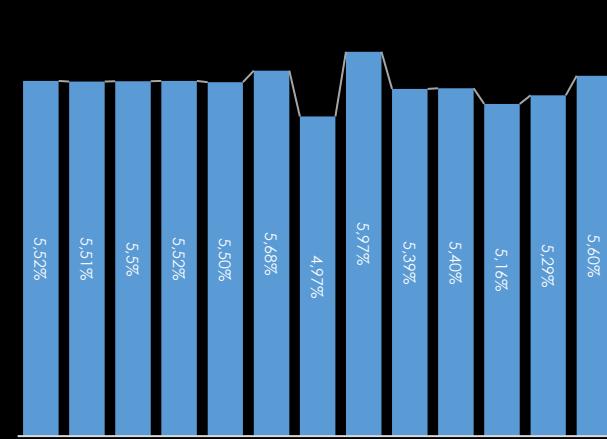
¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ SALUD



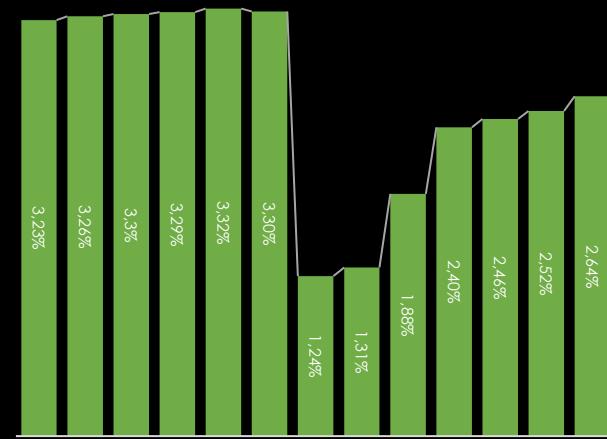
¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ EDUCACIÓN



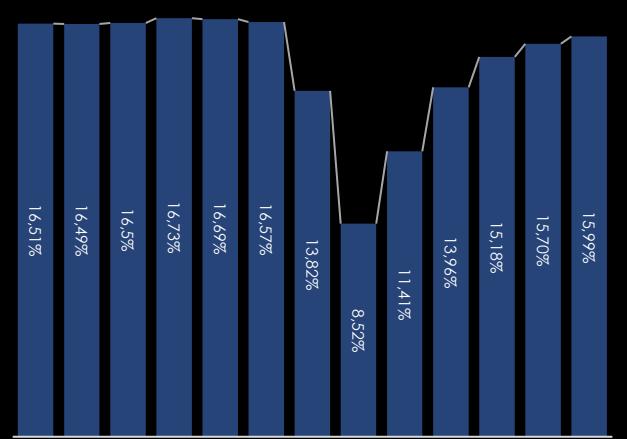
¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ ENTRETENIMIENTO



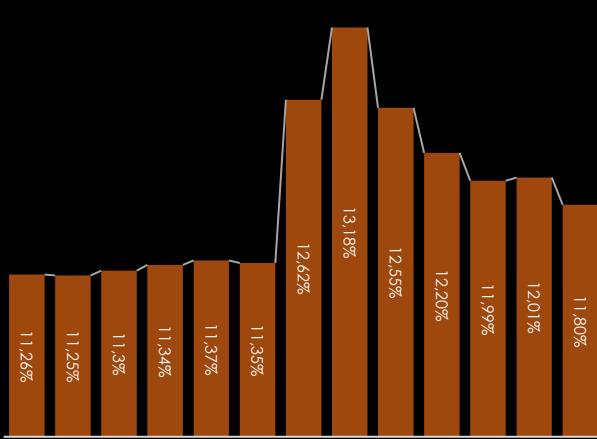
¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ TRANS/COM



¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

■ VARIOS



USTED SIENTE QUE COMPRÓ MÁS, MENOS O IGUAL COSAS QUE EL MES PASADO. (ConsumerTRACK - RADDAR)

90%

85%

80%

75%

70%

65%

60%

55%

50%

45%

40%

En el indicador diario, se puede apreciar la reactivación de la sensación de hacer más compras...



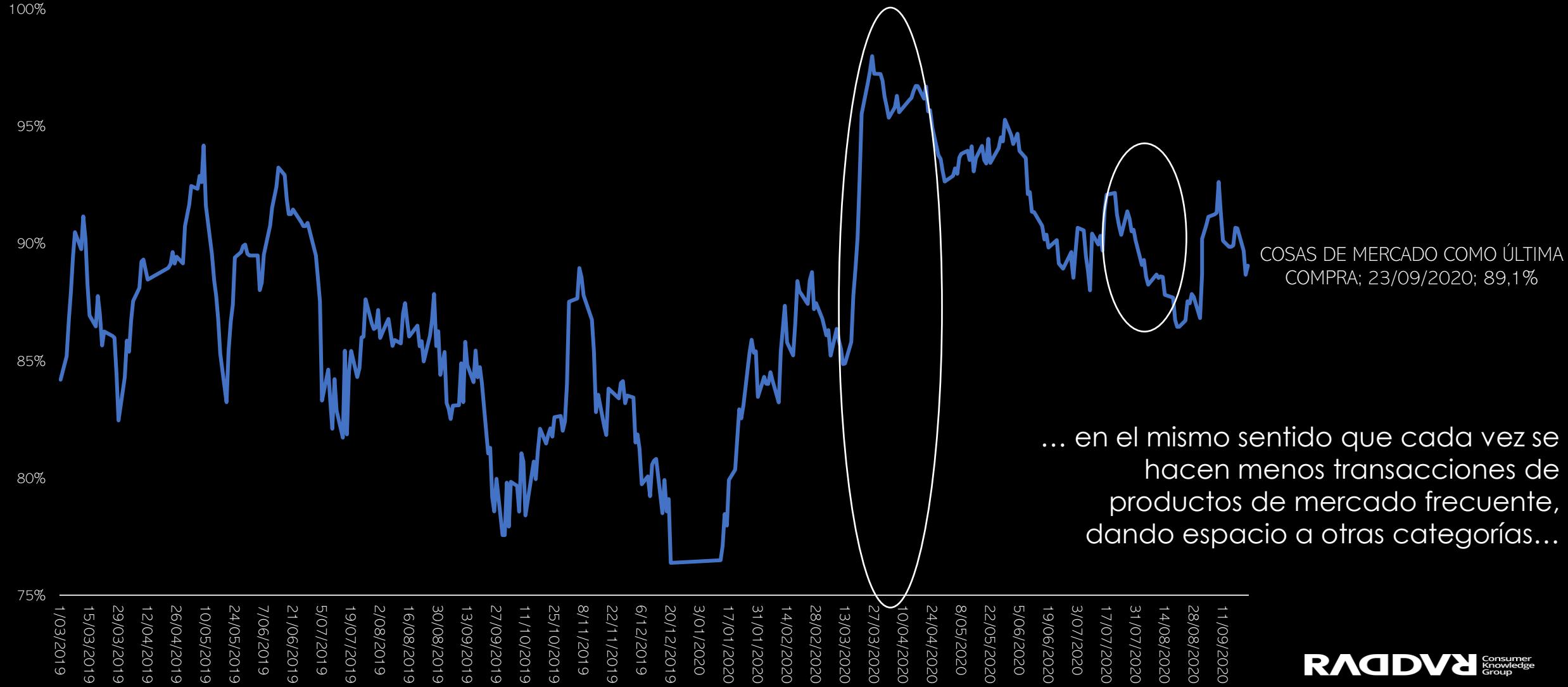
**RADDAR** Consumer Knowledge Group

**CONSUMERTRACK DIARIO (4 CIUDADES)**

**RADDAR** Consumer Knowledge Group

# DE CADA 100 TRANSACCIONES DE COMPRA, CUÁNTAS FUERON POR GRUPO DE GASTO

## COSAS DE MERCADO COMO ÚLTIMA COMPRA

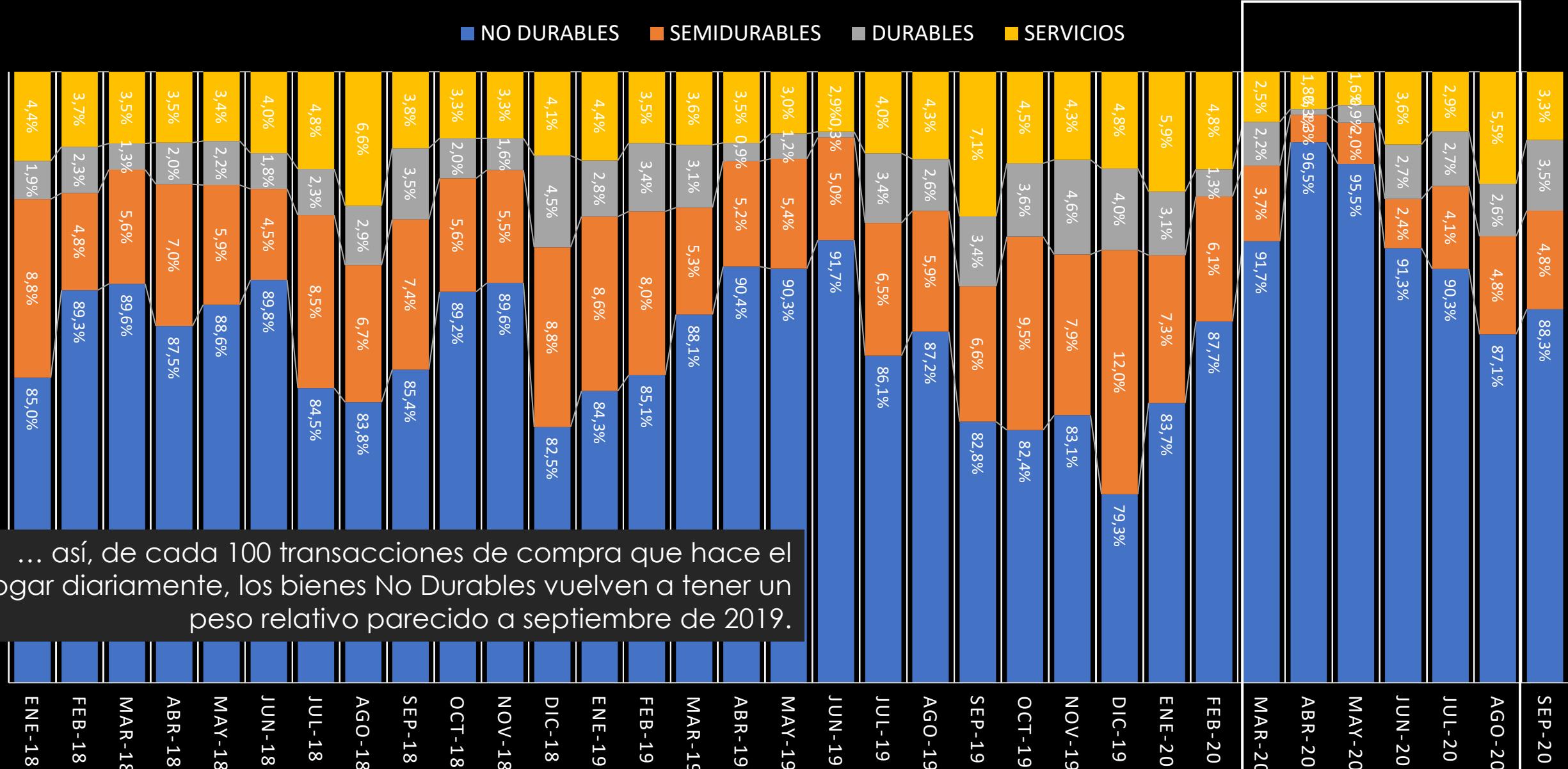


CONSUMERTRACK DIARIO (4 CIUDADES)

**RADDV** Consumer Knowledge Group

**RADDV** Consumer Knowledge Group

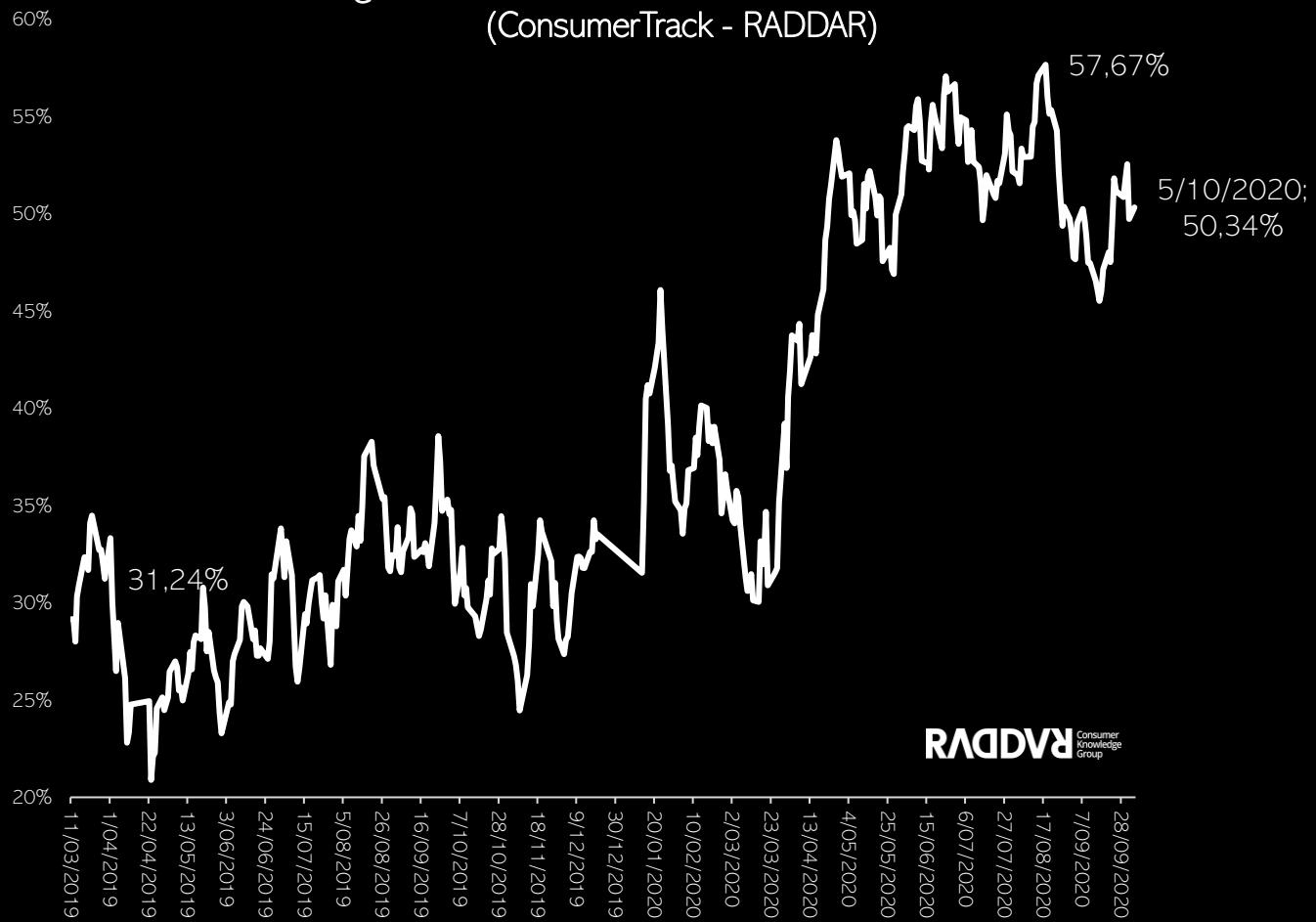
## DE CADA 100 TRANSACCIONES QUE HACEMOS, ¿CÓMO LAS REPARTIMOS?



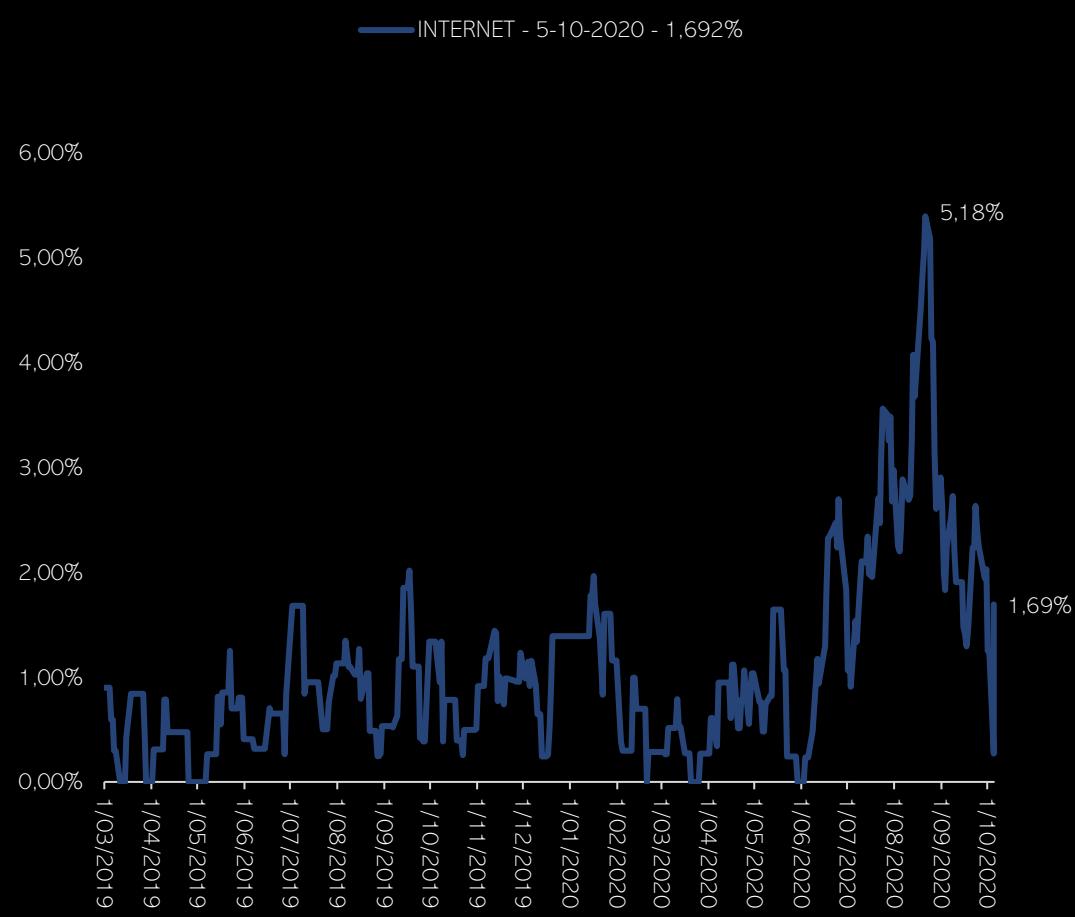
**CONSUMERTRACK DIARIO (4 CIUDADES)**

**RADDVY**  
Consumer  
Knowledge  
Group

¿HA PEDIDO ALGÚN DOMICILIO EN EL MES?  
(ConsumerTrack - RADDAR)



¿DÓNDE COMPRÓ LO ÚLTIMO QUE COMPRÓ?



Este ajuste o retorno a las situaciones previas al aislamiento, deja un aumento en los domicilios y las compras en internet, que comienza a frenarse, buscando un punto medio, debido en buena parte al valor de los domicilios.

# POSIBLE DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES

2019 - 2020

(Datos estimados en agosto de 2020, que se revisan y ajustan cada mes)

	2019	2020 esp	
<b>TOTAL</b>	<b>5,76%</b>	<b>0,97%</b>	
NO DURABLES	5,15%	11,26%	
SEMDURABLES	4,95%	-25,54%	
DURABLES	4,88%	-17,27%	
SERVICIOS	4,87%	-4,09%	
TIENDA DE BARRIO	5,08%	6,24%	
GRANDES CADENAS	5,17%	3,36%	
CENTROS COMERCIALES	5,10%	-25,08%	
ALIMENTOS	6,14%	6,52%	
VIVIENDA	4,77%	3,66%	
MODA-INEXMODA	5,28%	-22,39%	
SALUD	5,45%	2,37%	
EDUCACIÓN	4,49%	-3,79%	
ENTRETENIMIENTO	6,67%	-26,48%	
TRANS/COM	4,87%	-12,18%	
GASTOS VARIOS	6,96%	8,82%	

## **A manera de resumen:**

- 1. El gasto de los hogares continua con una buena dinámica, creciente al 0,37% frente al año pasado.**
- 2. Aún el gasto por persona y por hogar continua decreciendo.**
- 3. La estructura de gasto de septiembre de 2020, ya es muy parecida a la de 2019, lo que muestra que “la nueva normalidad”, es muy parecida a la anterior.**
- 4. Los hogares ajustan al alza su gasto en elementos de aseo y en domicilios de una manera moderada.**

## **A tener en cuenta:**

- a. En 2019 tuvimos un gran gasto en navidad y será difícil crecer sobre eso.**
- b. Si se da un nuevo aislamiento, podría caer en los meses de noviembre y diciembre, con un impacto mucho más alto en industria y comercio, por la temporada de navidad.**
- c. La llegada del fenómeno de La Niña causa lluvias, inundaciones y derrumbes, que afectaran la logística , los precios y aumentará las enfermedades respiratorias, al mismo tiempo que el Covid19.**

# COVSUMER REPORT

A photograph showing the backs of two women in a supermarket aisle. The woman on the left has long blonde hair and is wearing a black and white striped shirt. The woman on the right has blonde hair and is wearing a blue t-shirt. They are both looking at shelves filled with various products, likely dairy or refrigerated items, in a well-lit grocery store.

**La “nueva normalidad”  
no es tán “nueva”...**

**GASTO DE LOS HOGARES – SEPTIEMBRE DE 2020 – COLOMBIA**

**RADDY** Consumer Knowledge Group