



COVSUMER REPORT

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

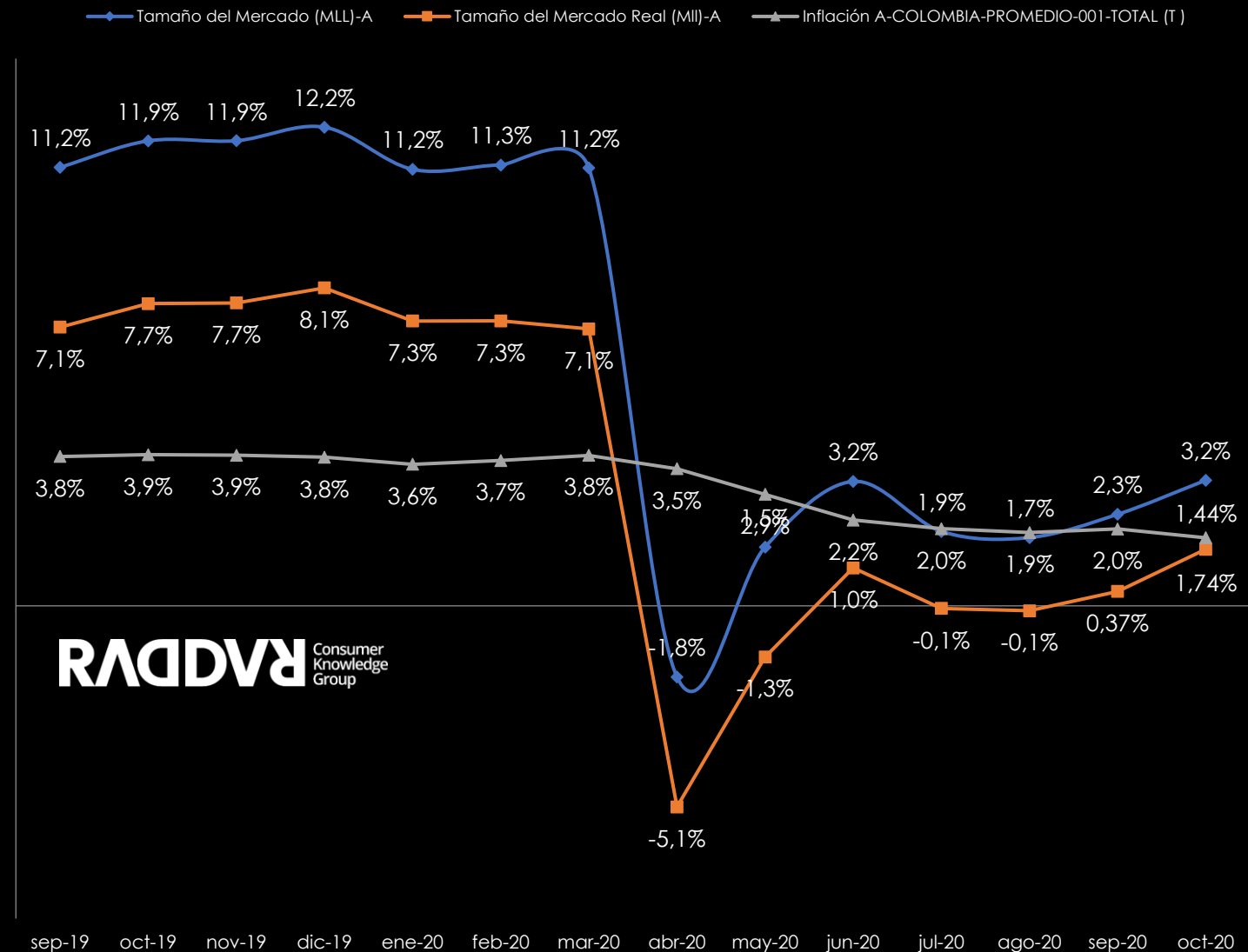
GASTO DE LOS HOGARES – OCTUBRE DE 2020 – COLOMBIA

RACDVR Consumer
Knowledge
Group

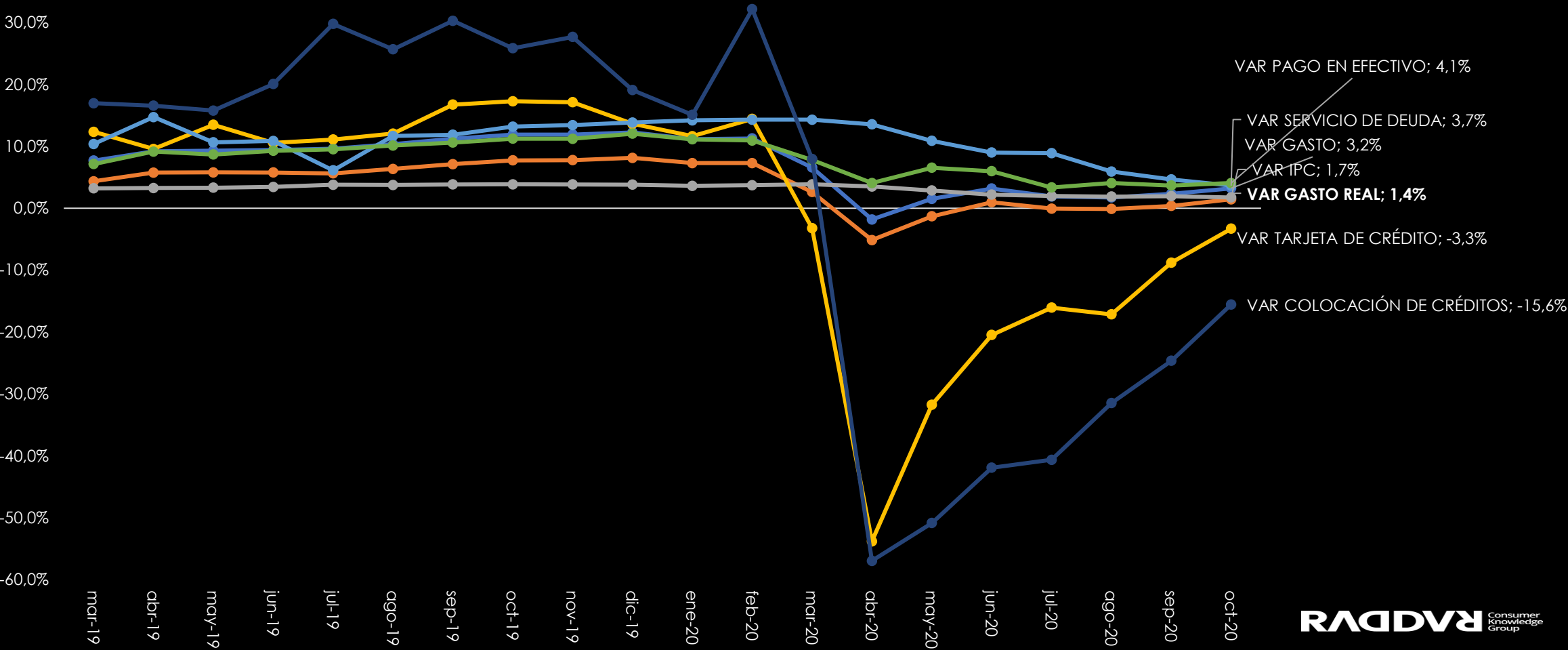
El gasto de los hogares en octubre de 2020, fue de \$61,5 billones de pesos, con un crecimiento de 3,18% frente al mes anterior en pesos y 3,25% en términos reales.

Frente al año pasado tuvo un crecimiento de 3,21% en pesos y de 1,44% en términos reales, mostrando una dinámica positiva frente al año pasado.

Variación Anual del Gasto



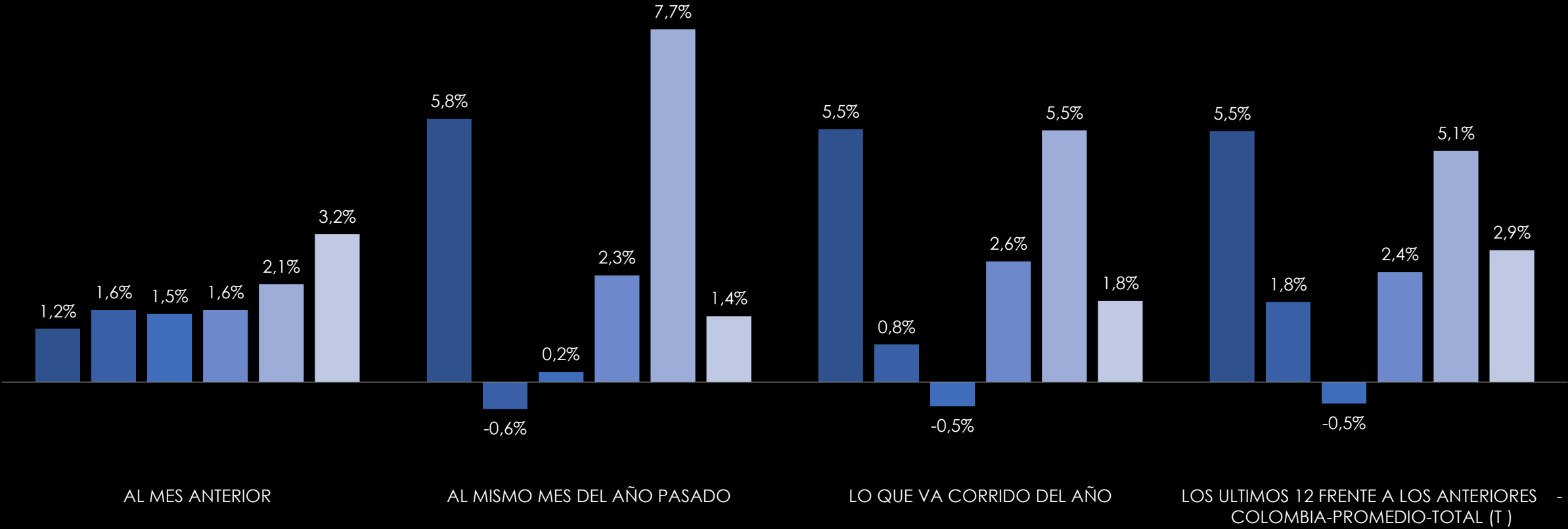
DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES, FUENTES Y USOS



La dinámica del gasto va en concordancia con el menor decrecimiento de la colocación crediticia y del mayor uso de efectivo en todos su medios.

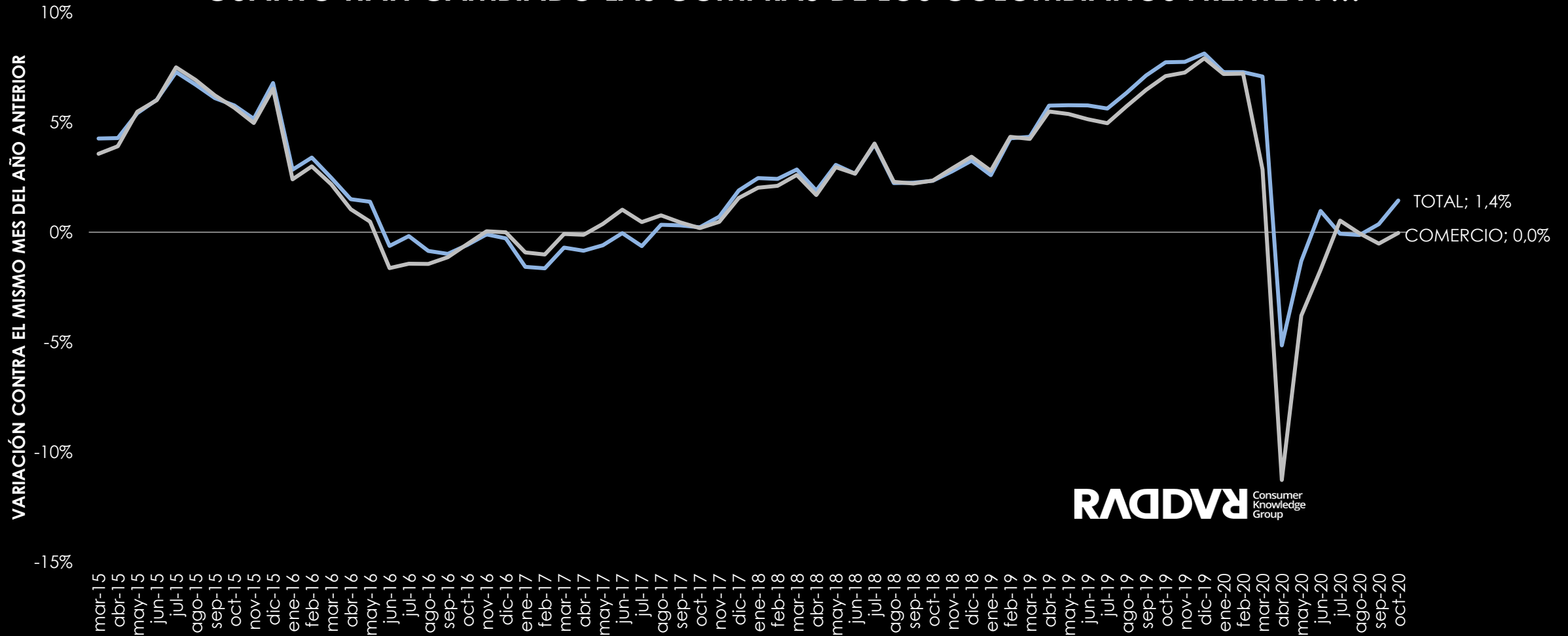
DINAMICA DE LAS COMPRAS DE LOS HOGARES

■ oct-15 ■ oct-16 ■ oct-17 ■ oct-18 ■ oct-19 ■ oct-20

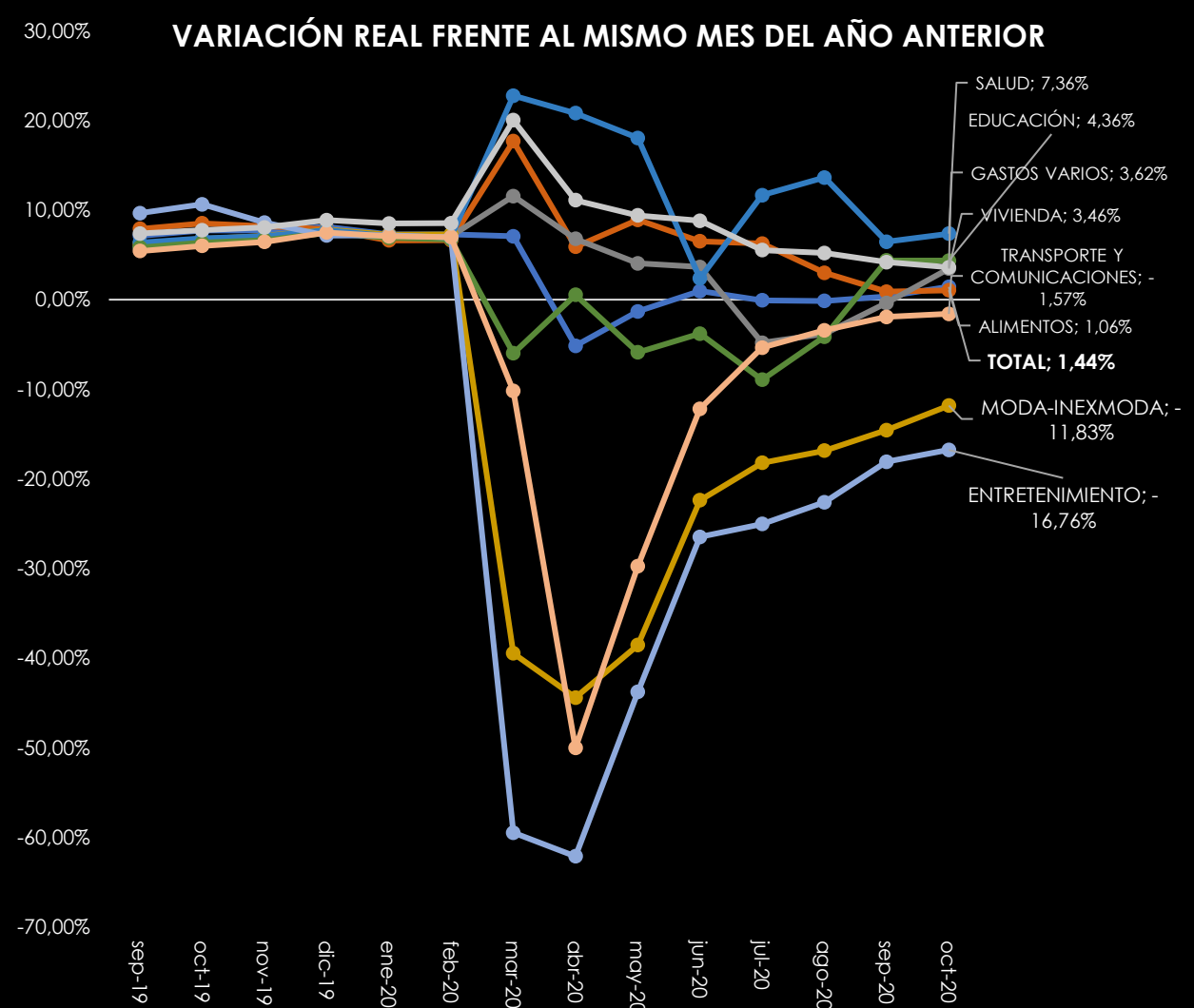
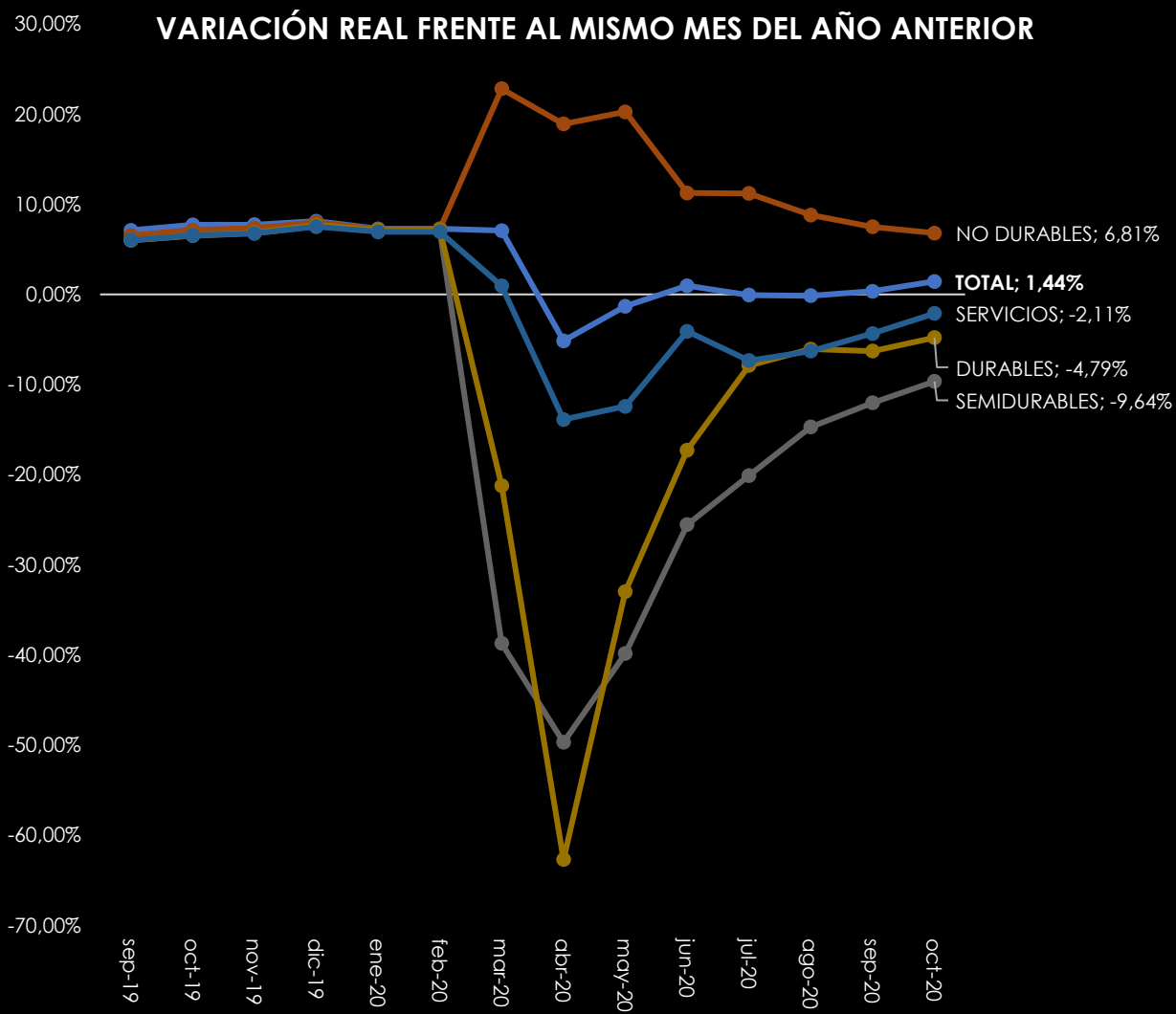


El gasto en octubre frente a septiembre del mismo año, tiene un crecimiento atípico de 3,2%, debido al cambio del ciclo de gasto de los hogares.

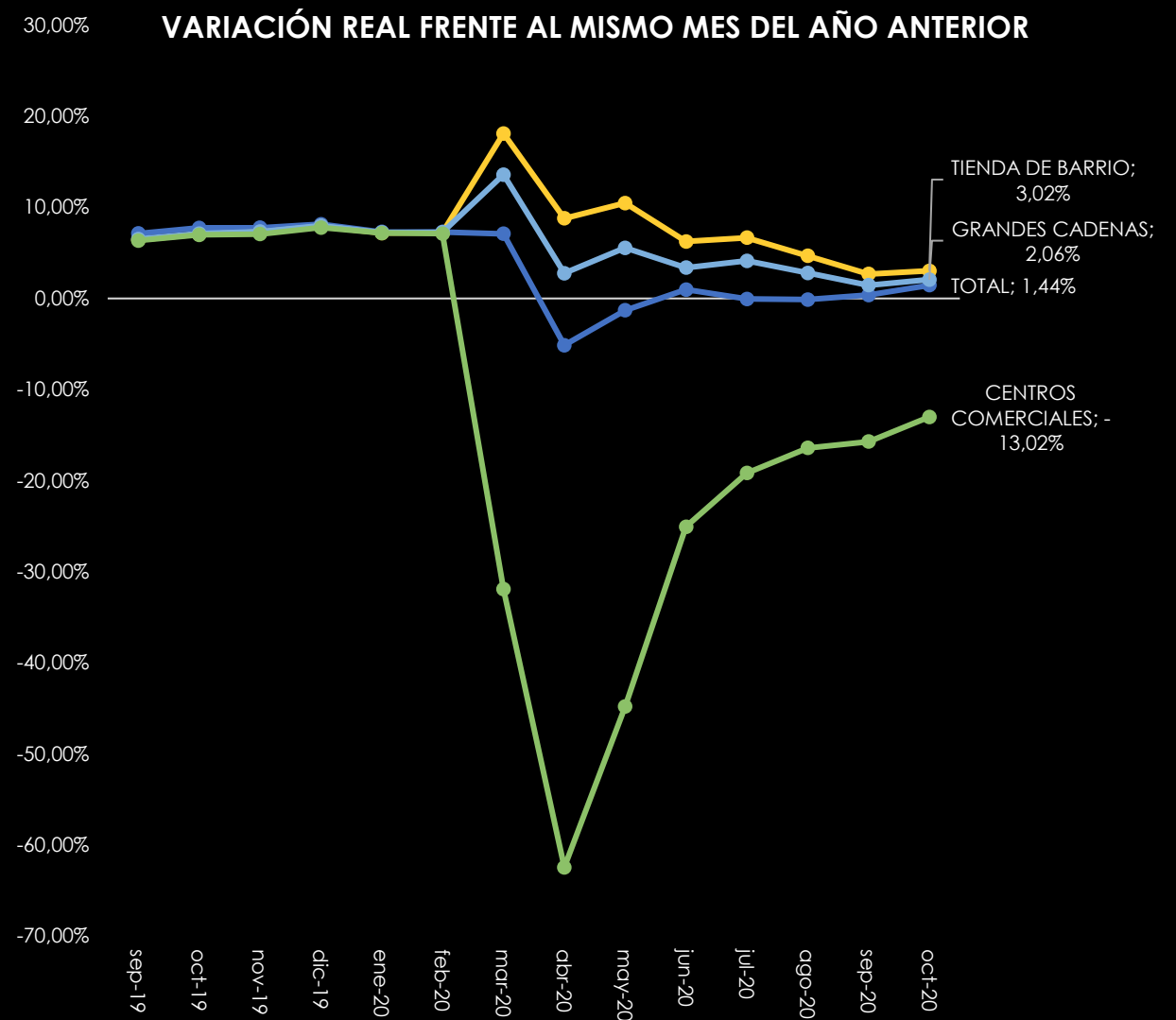
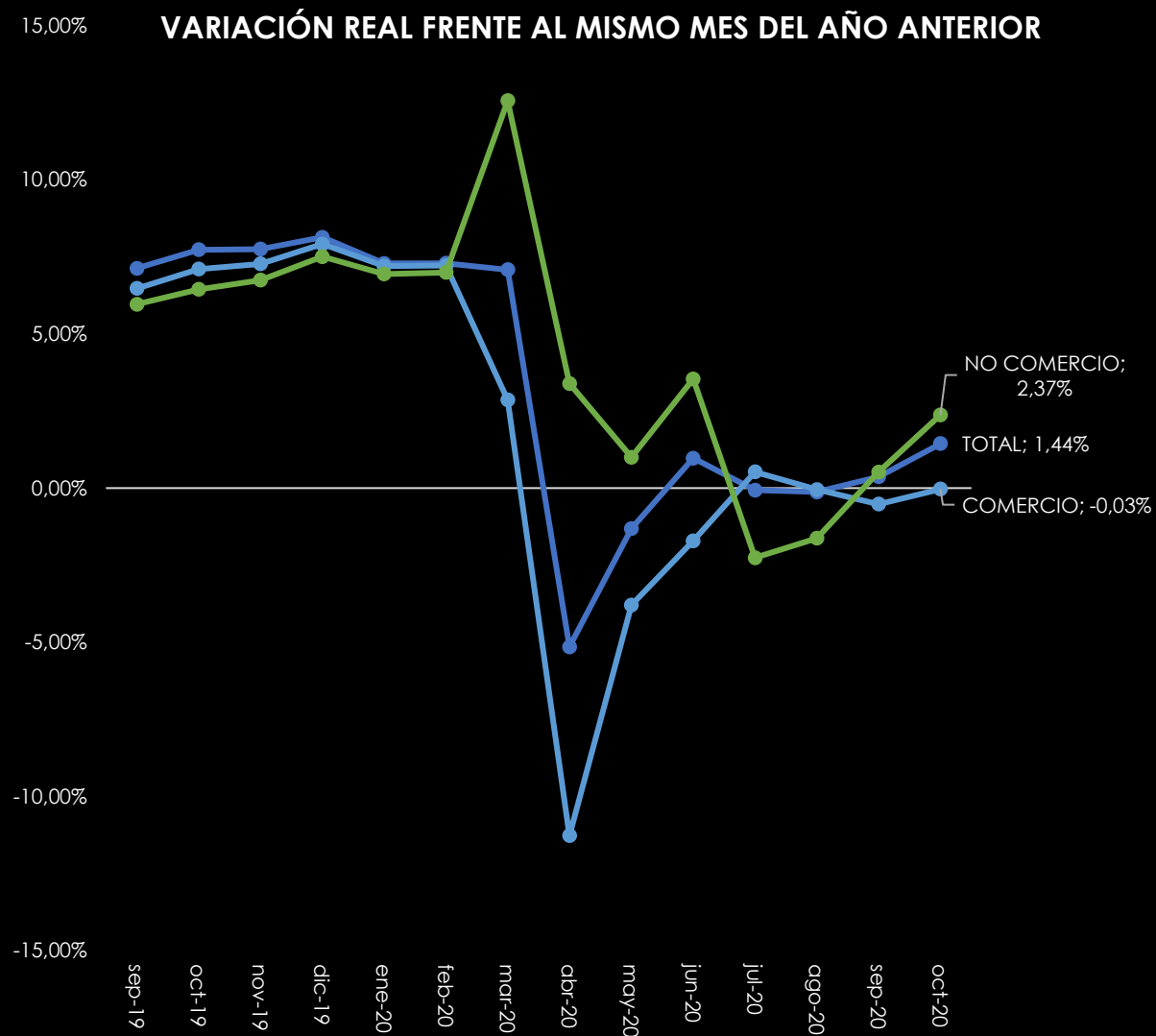
CUÁNTO HAN CAMBIADO LAS COMPRAS DE LOS COLOMBIANOS FRENTE A ...



El gasto en el comercio tiene un crecimiento de 0%, en términos reales frente al año pasado, retornando a una dinámica positiva.

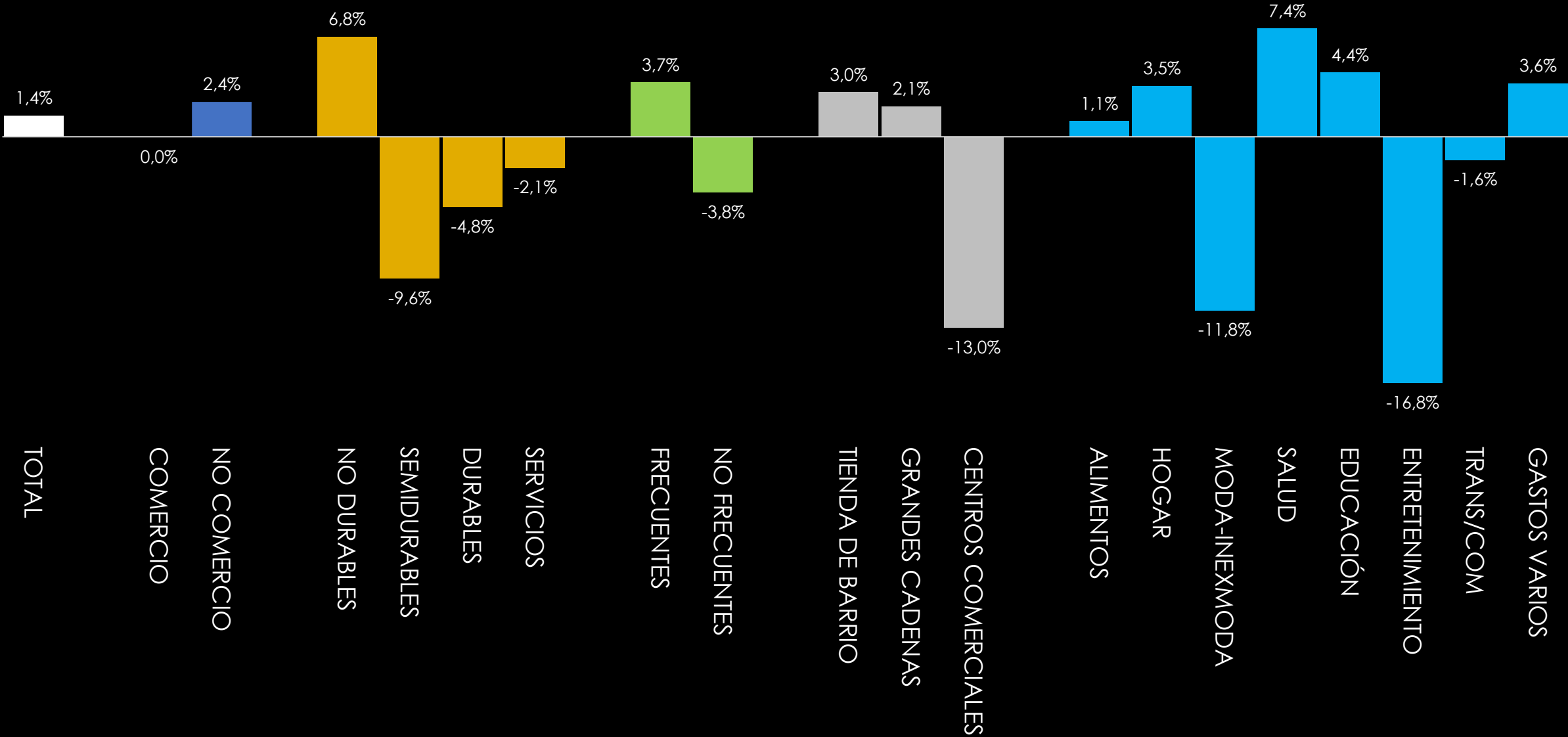


8 de los grupos principales de gasto de los hogares ya están creciendo en términos reales con respecto a octubre de 2019.



Esta dinámica del comercio, deja ver un freno en el crecimiento de las tiendas de barrio y las grandes cadenas, con una menor caída en las compras en centros comerciales. El gasto por fuera del comercio tiene una dinámica mayor.

CRECIMIENTO ANUAL EN TÉRMINOS REALES POR DIVERSAS CANASTAS



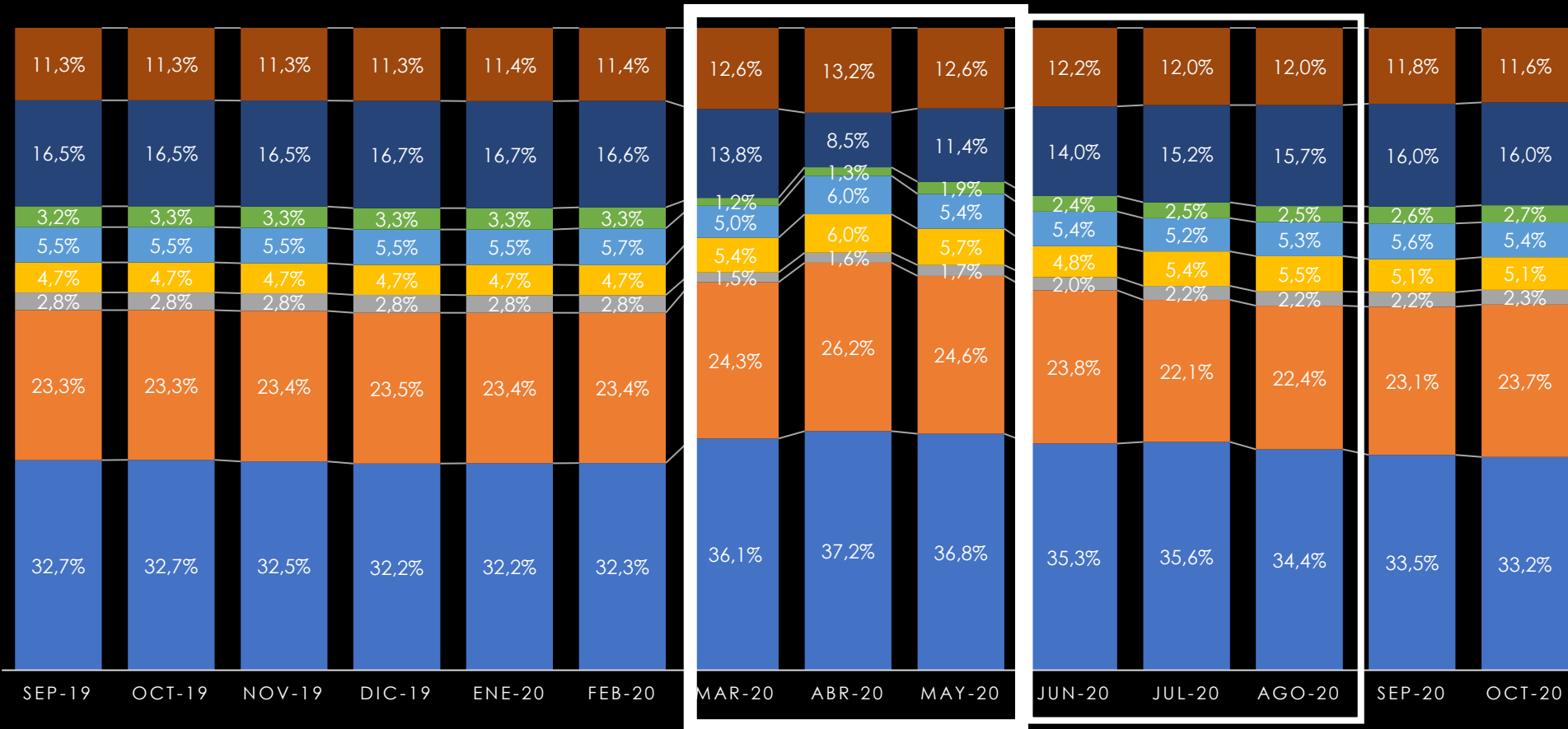
MAPA TÉRMICO DE CRECIMIENTOS ANUALES

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	sep-20	
TOTAL	2,59%	4,27%	4,34%	5,75%	5,78%	5,76%	5,62%	6,34%	7,13%	7,73%	7,75%	8,13%	7,28%	7,29%	7,08%	-5,15%	-1,31%	0,97%	-0,07%	-0,13%	0,37%	1,44%	
NO DURABLES	2,99%	4,32%	4,32%	5,50%	5,34%	5,15%	5,07%	5,81%	6,53%	7,16%	7,38%	8,00%	7,22%	7,28%	22,82%	18,93%	20,27%	11,26%	11,21%	8,81%	7,52%	6,81%	
SEMIDURABLES	2,73%	4,04%	3,79%	5,05%	5,15%	4,95%	4,48%	5,30%	6,02%	6,52%	6,80%	7,58%	7,09%	7,07%	-38,71%	-49,68%	-39,84%	-25,54%	-20,08%	-14,70%	-12,02%	-9,64%	
DURABLES	2,74%	4,02%	3,80%	5,04%	5,14%	4,88%	4,47%	5,24%	6,01%	6,56%	6,87%	7,69%	7,17%	7,18%	-21,21%	-62,69%	-32,95%	-17,27%	-7,87%	-6,06%	-6,27%	-4,79%	
SERVICIOS	2,54%	4,04%	3,81%	5,06%	5,11%	4,87%	4,46%	5,25%	6,03%	6,56%	6,79%	7,53%	6,96%	6,97%	0,95%	-13,87%	-12,41%	-4,09%	-7,34%	-6,29%	-4,33%	-2,11%	
TIENDA DE BARRIO	3,00%	4,32%	4,26%	5,46%	5,32%	5,08%	4,94%	5,70%	6,43%	7,03%	7,26%	7,92%	7,17%	7,20%	18,09%	8,78%	10,46%	6,24%	6,66%	4,66%	2,66%	3,02%	
GRANDES CADENAS	3,02%	4,35%	4,29%	5,51%	5,39%	5,17%	5,02%	5,77%	6,50%	7,10%	7,32%	7,97%	7,22%	7,25%	13,57%	2,75%	5,54%	3,36%	4,11%	2,78%	1,43%	2,06%	
CENTROS COMERCIALES	2,42%	4,39%	4,12%	5,47%	5,42%	5,10%	4,75%	5,58%	6,34%	6,97%	7,05%	7,76%	7,17%	7,10%	-31,94%	-62,46%	-44,82%	-25,08%	-19,19%	-16,42%	-15,73%	-13,02%	
ALIMENTOS	2,76%	4,27%	4,66%	6,05%	5,96%	6,14%	6,64%	7,09%	7,92%	8,53%	8,21%	7,86%	6,62%	6,64%	17,70%	5,91%	8,92%	6,52%	6,26%	3,00%	0,89%	1,06%	
VIVIENDA	2,48%	3,76%	3,58%	4,84%	5,04%	4,77%	4,39%	5,16%	5,92%	6,46%	6,81%	7,54%	6,96%	7,10%	11,56%	6,79%	4,06%	3,66%	-4,81%	-3,81%	-0,36%	3,46%	
MODA-INEXMODA	3,16%	4,37%	4,09%	5,36%	5,52%	5,28%	4,76%	5,59%	6,29%	6,78%	7,11%	7,83%	7,27%	7,30%	-39,46%	-44,41%	-38,55%	-22,39%	-18,21%	-16,85%	-14,55%	-11,83%	
SALUD	3,02%	4,45%	4,43%	5,74%	5,75%	5,45%	4,99%	5,70%	6,38%	6,84%	7,09%	7,76%	7,10%	6,98%	22,77%	20,82%	18,05%	2,37%	11,67%	13,64%	6,46%	7,36%	
EDUCACIÓN	2,95%	3,67%	3,45%	4,66%	4,73%	4,49%	4,06%	4,93%	5,85%	6,36%	6,66%	7,45%	6,90%	6,73%	-5,98%	0,55%	-5,87%	-3,79%	-8,93%	-4,13%	4,38%	4,36%	
ENTRETENIMIENTO	-1,11%	7,31%	7,71%	9,28%	8,18%	6,67%	7,12%	8,59%	9,66%	10,65%	8,61%	7,16%	7,18%	6,97%	-59,49%	-62,12%	-43,77%	-26,48%	-25,04%	-22,60%	-18,09%	-16,76%	
TRANS/COM	2,25%	3,50%	3,33%	4,61%	4,56%	4,87%	3,93%	4,74%	5,43%	6,01%	6,45%	7,50%	7,09%	7,00%	-10,19%	-50,02%	-29,73%	-12,18%	-5,35%	-3,41%	-1,91%	-1,57%	
GASTOS VARIOS	3,66%	5,11%	5,34%	6,92%	7,21%	6,96%	6,44%	6,94%	7,39%	7,76%	8,07%	8,89%	8,50%	8,54%	20,04%	11,10%	9,41%	8,82%	5,54%	5,22%	4,20%	3,62%	

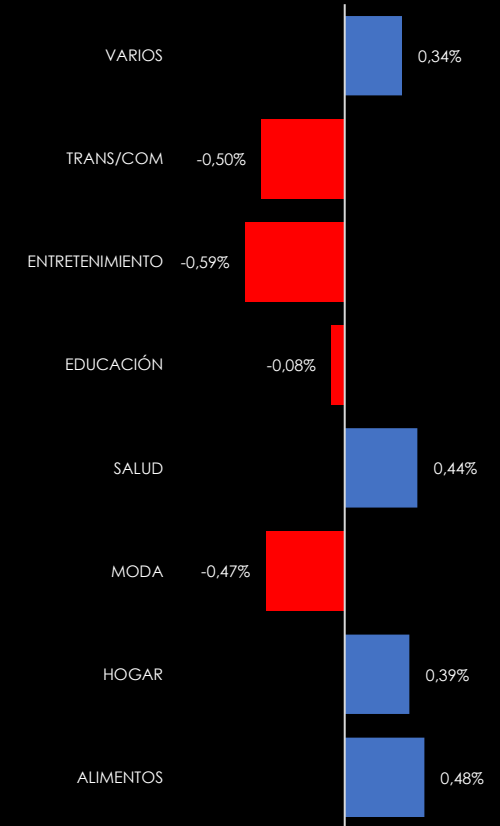
En las dos fases del aislamiento, se puede evidenciar la caída en el gasto de los hogares, concentrada en semidurables, durables, servicios, centros comerciales, moda, entretenimiento y transporte.

¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

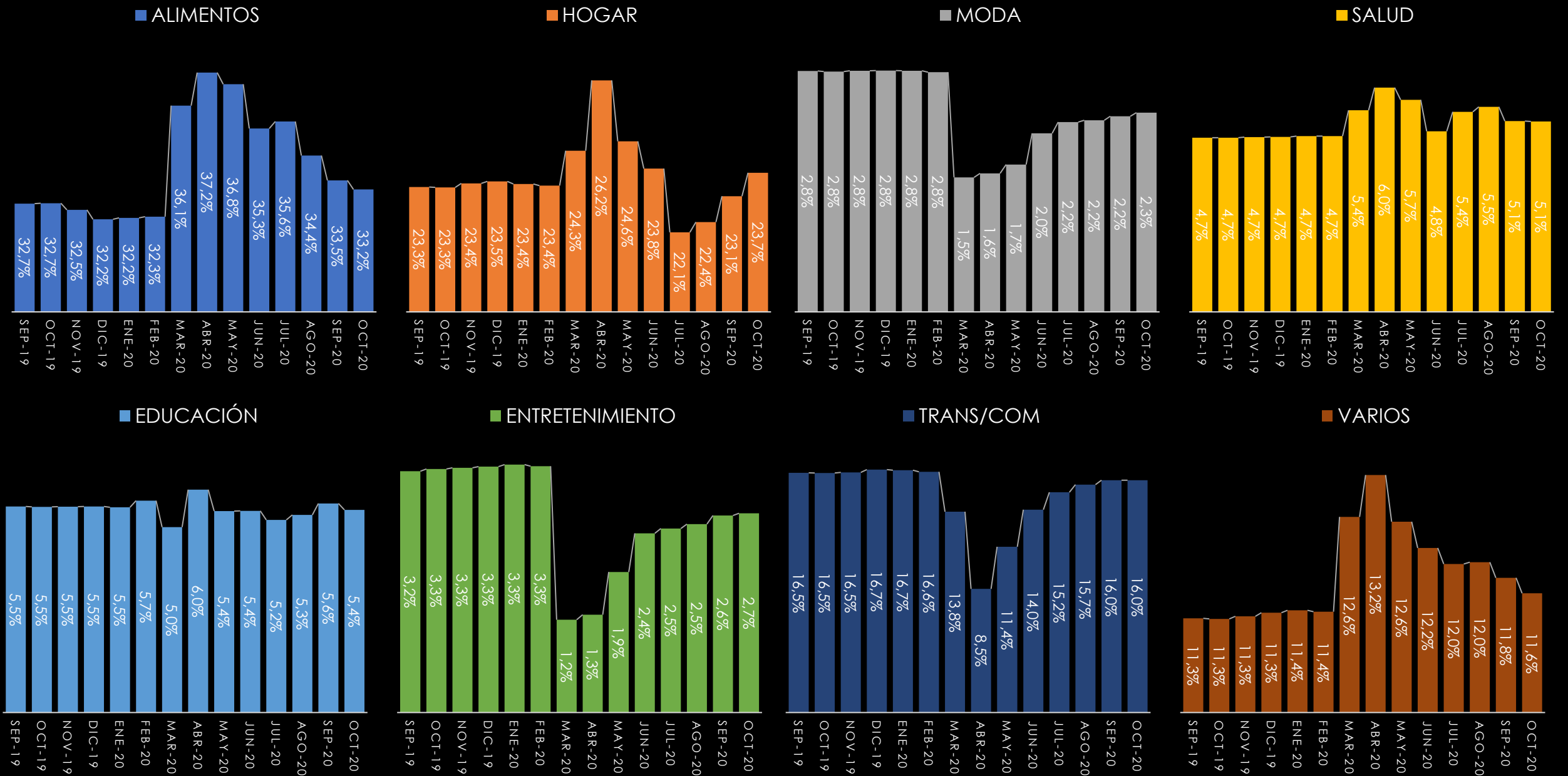
■ ALIMENTOS ■ HOGAR ■ MODA ■ SALUD ■ EDUCACIÓN ■ ENTRETENIMIENTO ■ TRANS/COM ■ VARIOS



DIF OCT 20 - OCT19

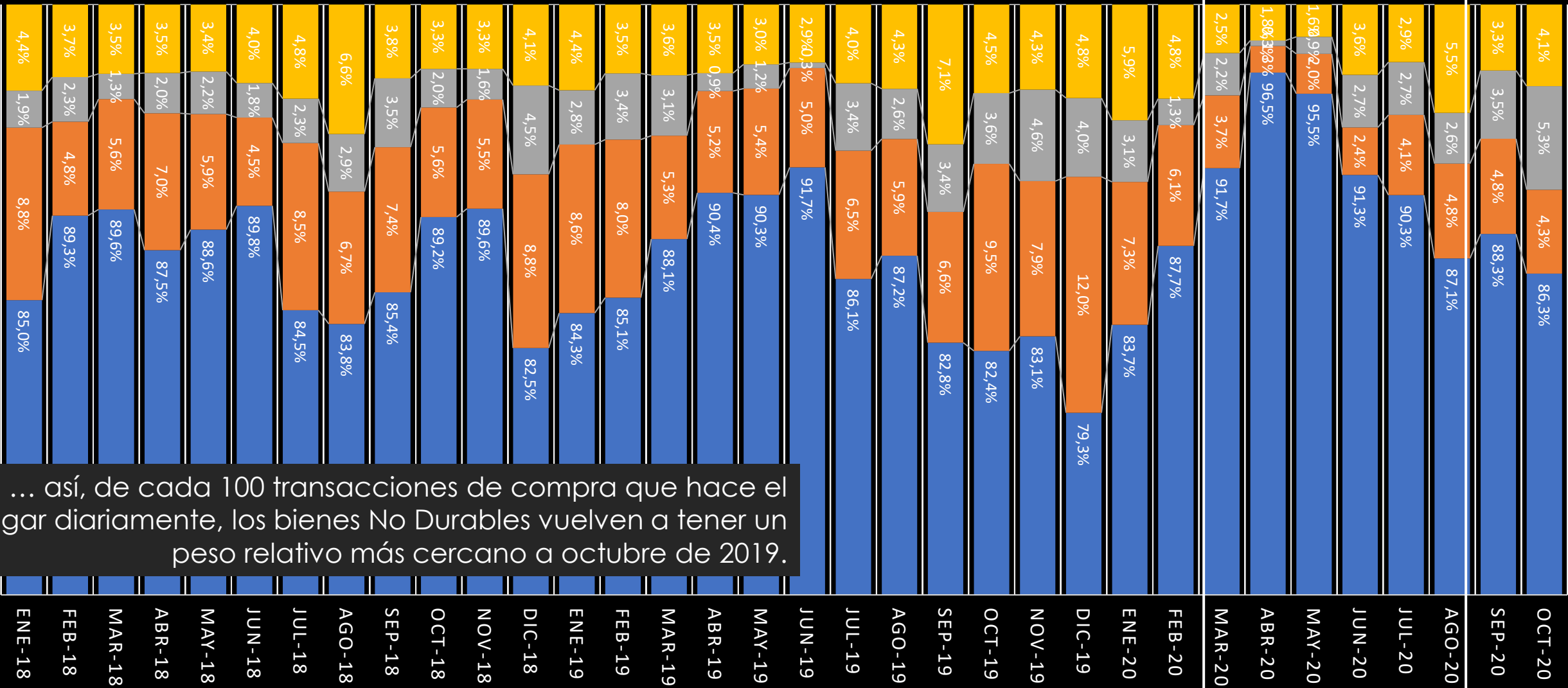


En esta diapositiva, se puede apreciar como la composición del gasto de los hogares, se vio afectado durante las fases de aislamiento, dándole mayor peso a los alimentos, hogar y gastos varios; más, esta tendencia se ha revertido en los últimos meses con las aperturas y reactivación, mostrando que es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



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

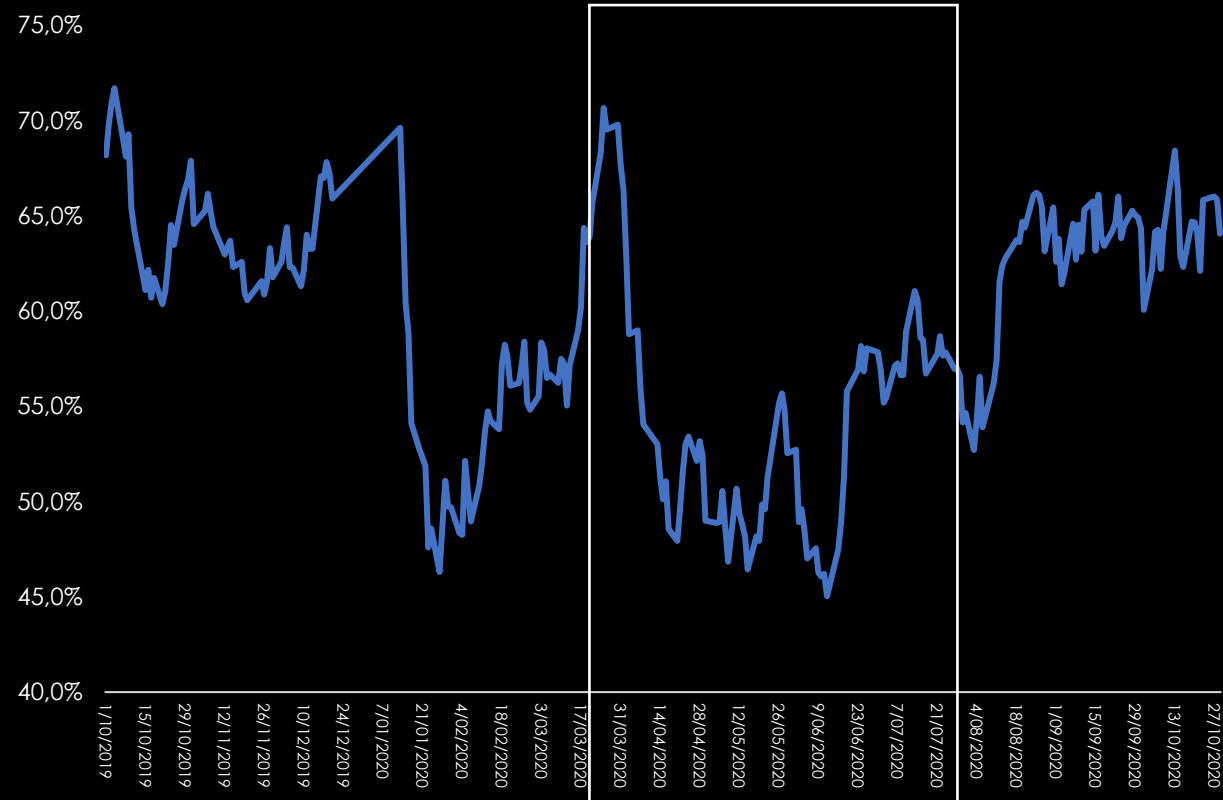
■ NO DURABLES ■ SEMIDURABLES ■ DURABLES ■ SERVICIOS



... así, de cada 100 transacciones de compra que hace el hogar diariamente, los bienes No Durables vuelven a tener un peso relativo más cercano a octubre de 2019.

INDICADORES LÍDERES DE GASTO DIARIO

— GASTO MAS O IGUAL



En la medición diaria de percepción de compra, desde el 19 de agosto se mantiene en una declaración positiva para más del 60% de los hogares encuestados.

INDICADORES LÍDERES DE GASTO DIARIO

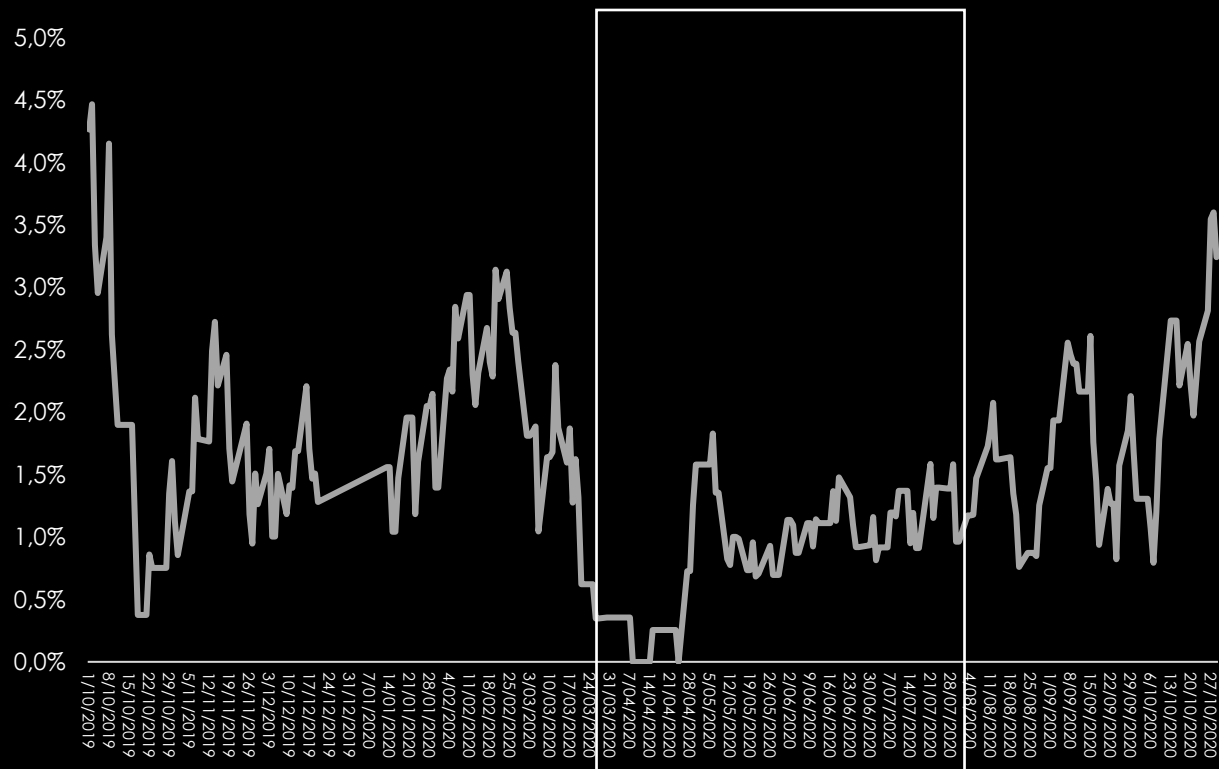
— MERCADO COMO ÚLTIMA COMPRA



De las compras diarias de los hogares, a finales de octubre, el dato estaba cerca del 85% de la mismas, después de haber llegado al 97% en 31 de marzo de 2020.

INDICADORES LÍDERES DE GASTO DIARIO

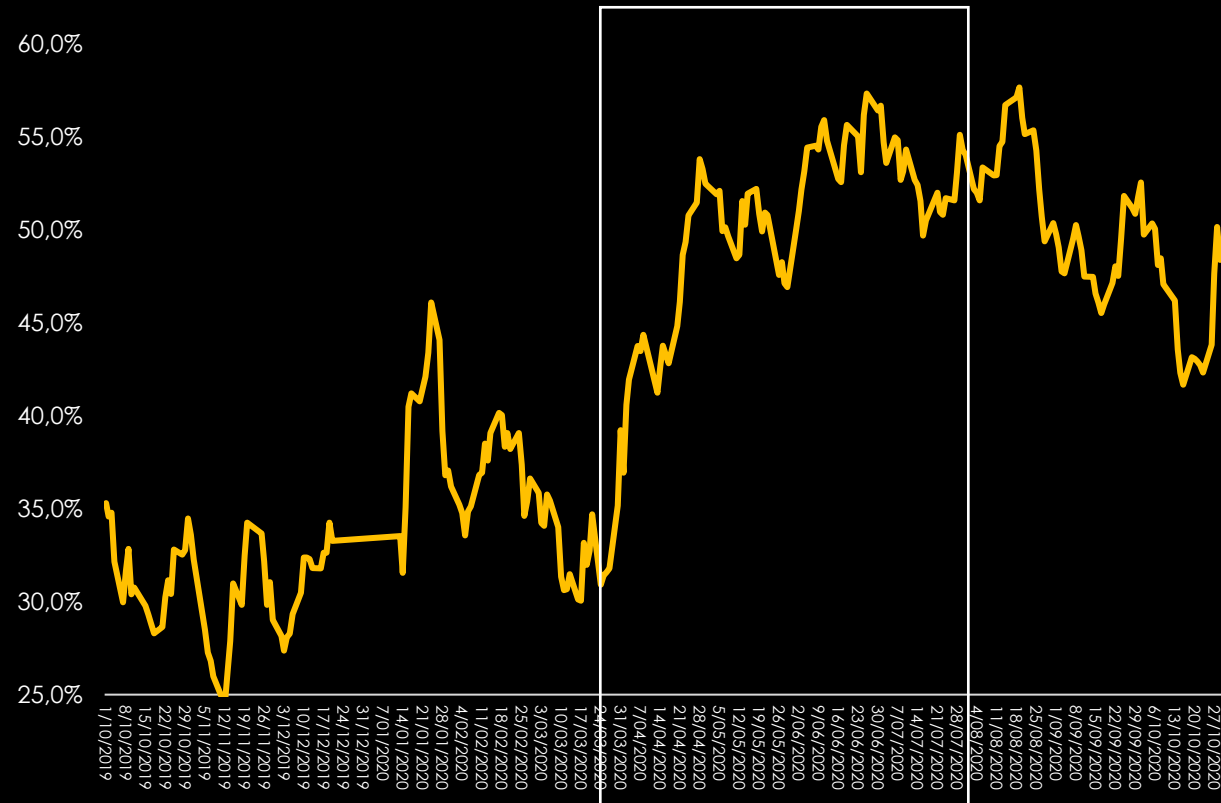
— PESO DE LAS COMIDAS POR FUERA DEL HOGAR EN LAS TRANSACCIONES DE LOS HOGARES



Las transacciones de comidas por fuera del hogar, cayeron a su punto más bajo, en abril, pero comenzaron desde marzo. Ya en octubre se ve una dinámica positiva.

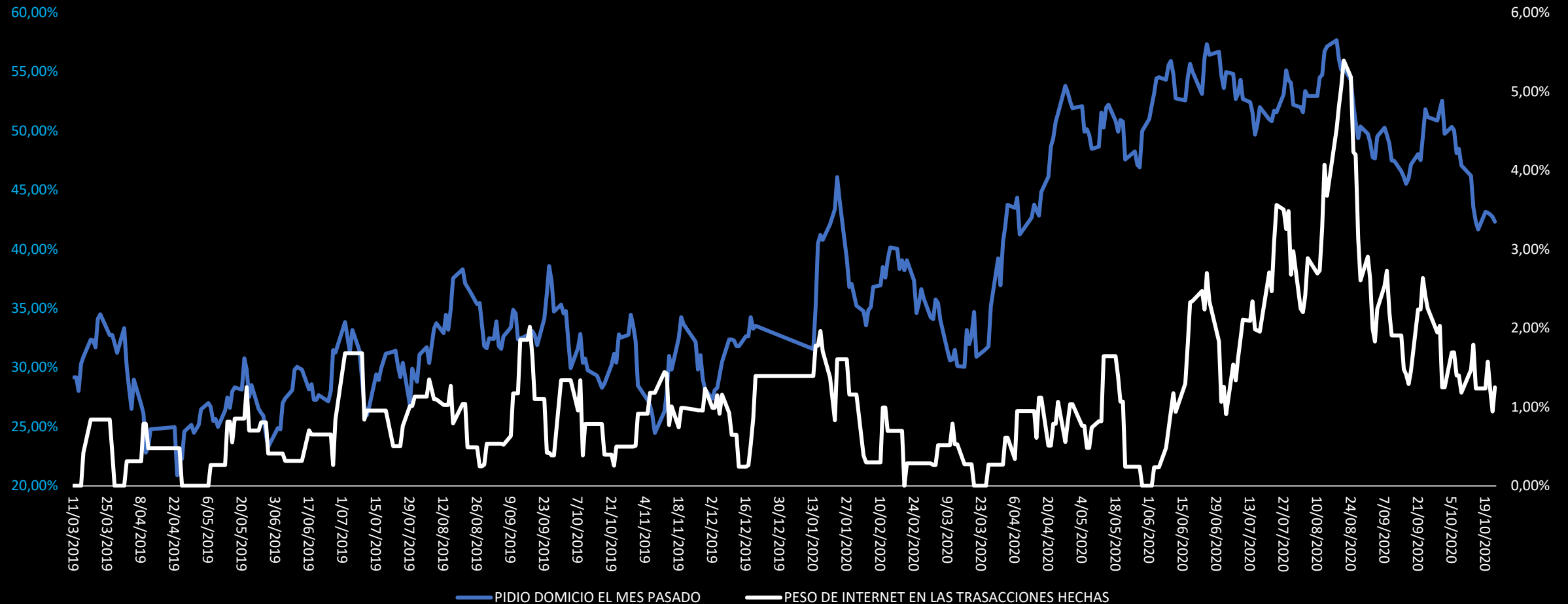
INDICADORES LÍDERES DE GASTO DIARIO

— HOGARES QUE PIDEN DOMICILIOS



La penetración de los domicilios, de todo tipo productos, aumenta de manera importante durante la fase de aislamiento, y comienza a perder fuerza lentamente.

¿CÓMO VA EL TEMA DE LOS DOMICILIOS Y LAS COMPRAS POR INTERNET?

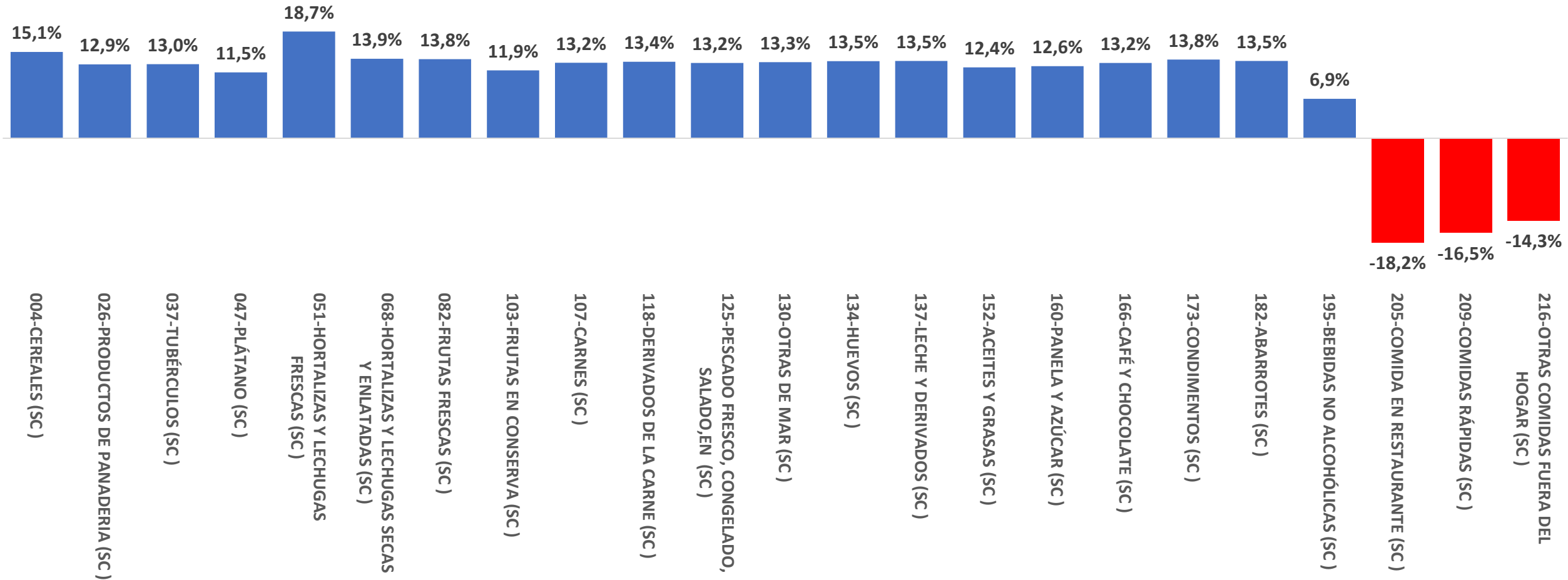


Este ajuste o retorno a las situaciones previas al aislamiento, deja un aumento en los domicilios y las compras en internet, que comienza a frenarse, buscando un punto medio, debido en buena parte al valor de los domicilios.

[illegible]

Al revisar los crecimientos reales anuales del gasto de los hogares, se hace evidente que hay un buen momento para los productos y un duro escenario para los restaurantes, como se puede apreciar en la parte derecha de este mapa térmico; qué también nos muestra como en 2016, por el fenómeno de El Niño, la situación fue inversa.

TASA DE CRECIMIENTO REAL PROMEDIO DE 12 MESES



El fuerte crecimiento del gasto de los hogares en alimentos tiene mucho que ver con el aislamiento, ya que se debió aumentar la cantidad de comida que se compra en la casa, porque no comemos almuerzos ejecutivos o en el colegio, lo que hace que la demanda haya crecido; más, ha decrecido en los restaurantes y otras instituciones como los centros educativos.

**!NO
SE LO
PIERDA!**

RADDVR

FORECAST 2020 - 2021

Esta es una
invitación
para ver a través
de los ojos del
consumidor
los retos que nos depara
el 2021.

Un espacio de
construcción conjunta
en donde como siempre, plantearemos un
pasado educador,
un presente lleno de
oportunidades
y un futuro capaz de invitarnos a
solucionar retos.

*Bienvenidos como siempre a compartir
lo que el consumidor nos enseña.*

19 de noviembre
de 2020
2:30 pm.

Zoom
YouTube
Live



RADDVR Consumer
Knowledge
Group

A manera de resumen:

- 1. El gasto de los hogares continua con una buena dinámica, creciente al 1,44% frente al año pasado.**
- 2. Aún el gasto por persona y por hogar comienza a crecer.**
- 3. La estructura de gasto de octubre de 2020, ya es muy parecida a la de 2019, lo que muestra que “la nueva normalidad”, es muy parecida a la anterior, como se vió desde septiembre.**

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.**



**POST
LOCKDOWN,**



**NO
POST
COVID**

(EL COVID LLEGO PARA QUEDARSE ☹)