



# COVSUMMER REPORT 2020

**El gasto de los hogares,  
en un año en el hogar.**

GASTO DE LOS HOGARES – DICIEMBRE Y CIERRE DE 2020 - PRELIMINAR

**RADVA** Consumer  
Knowledge  
Group

# COVSUMER REPORT 2020

## En una revisión preliminar

Este informe preliminar tiene como objetivo mostrar los datos totales del gasto de los hogares, para tener los indicadores necesarios para comenzar a comprender los impactos que tuvo el aislamiento y la pandemia del COVID19 en el gasto de los hogares y el comportamiento de los consumidores.

Seguramente tomará meses analizar toda la información que se ha presentado en las últimas semanas, como el dato de la confianza del consumidor, que afortunadamente está ya en mejores niveles que a finales de 2019.

Como un ejemplo de la complejidad de este análisis, podemos ver en el gráfico, que incluso la presentación de un dato final de gasto de los hogares no es sencillo, debido a la cantidad de opciones de análisis que se pueden tener, según las necesidades de la investigación y los indicadores que se usen.

### DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES



# COVSUMER REPORT 2020

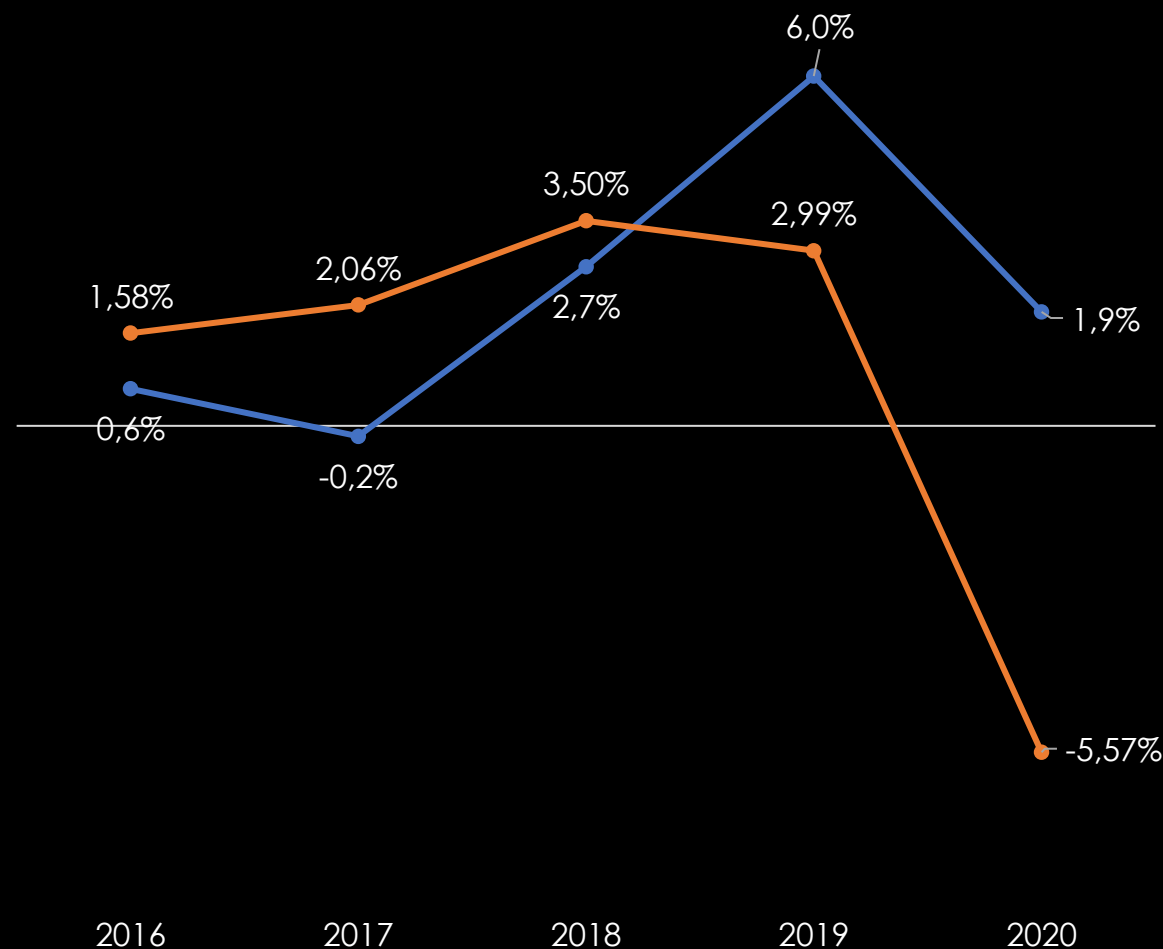
## En una revisión preliminar

La canasta de gasto que observa RADDAR en los hogares es diferente a la medición de la cuenta de Consumo de Hogares del PIB que realiza el DANE debido, no sólo a que son metodologías diferentes, sino a que en **el ejercicio de RADDAR, se miden los bienes nuevos y usados**, condición que no mide la cuenta del PIB, debido a que se focaliza en medir lo que pasó en el mismo año en que se produjo y por eso no debe contabilizar dos veces un mismo producto.

Situación que permite evidenciar dos fenómenos importantes: que durante 2020, muchos hogares tomaron la estrategia de comprar bienes usados (sobre todo en tecnología y vehículos), y que se compró mucho más en canales informales que formales, que son mayormente tiendas de reventa de productos producidos por la industria y revendidos a tenderos de barrio y similares.

## DINÁMICA DEL GASTO DEL GASTO DE LOS HOGARES EN DANE Y RADDAR

— Gasto de RADDAR — Consumo de Hogares del DANE (Esperado para 2020)





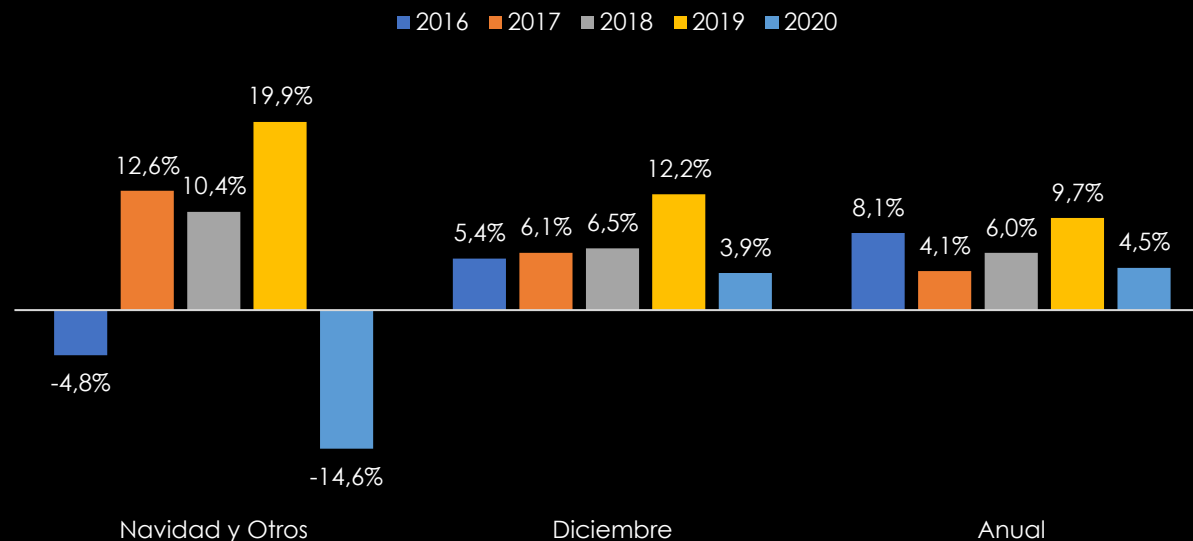
# COVSUMER REPORT 2020

## En una revisión preliminar

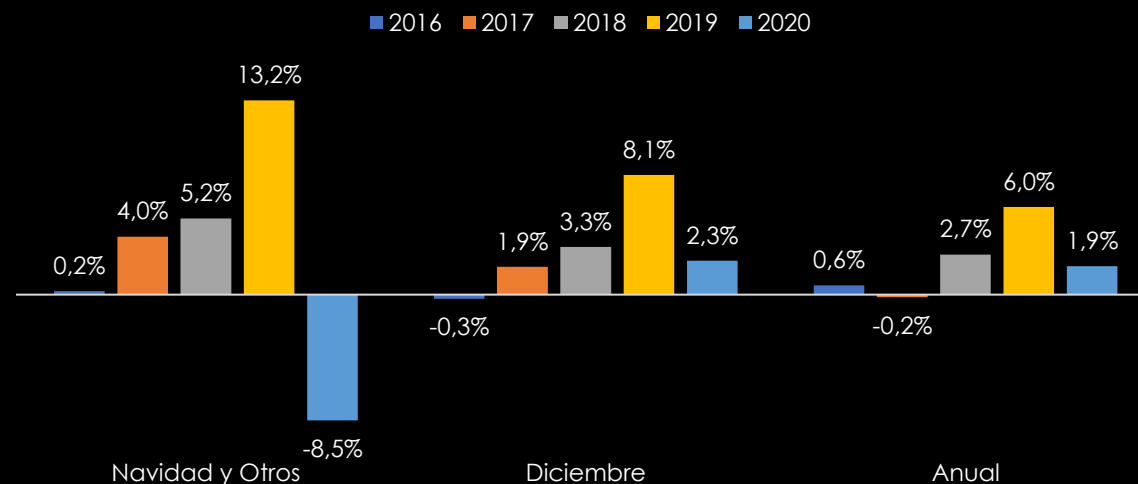
2020 fue el año en que los hogares estuvieron mayormente en casa, y esto afectó sus ingresos, su canasta de gasto, sus momentos de consumo y su bienestar, donde en promedio la cantidad de personas ocupadas paso de ser de **22'315,000 personas al mes en 2019 a 20'181,000 en 2020**, con una caída de -9%, perdiendo más de 2 millones de empleos en el mercado, y pasando de tener 11'02.000 de jefes de hogar ocupados en 2019 a 10'481.000 en 2020, que significa que – en promedio, **el 7% de los jefes de hogar no tuvieron empleo.**

Esto causó que el gran crecimiento del gasto que se había visto en 2018 y 2019, por el aumento de las colocaciones de crédito y la migración venezolana, se frenara más de 4 puntos porcentuales, siendo el freno más grande de la historia del gasto de los hogares, ligeramente compensado, por la inflación más baja reportada por el gobierno.

### CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO EN PESOS CORRIENTES



### CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO EN PESOS REALES



# COVSUMER REPORT 2020

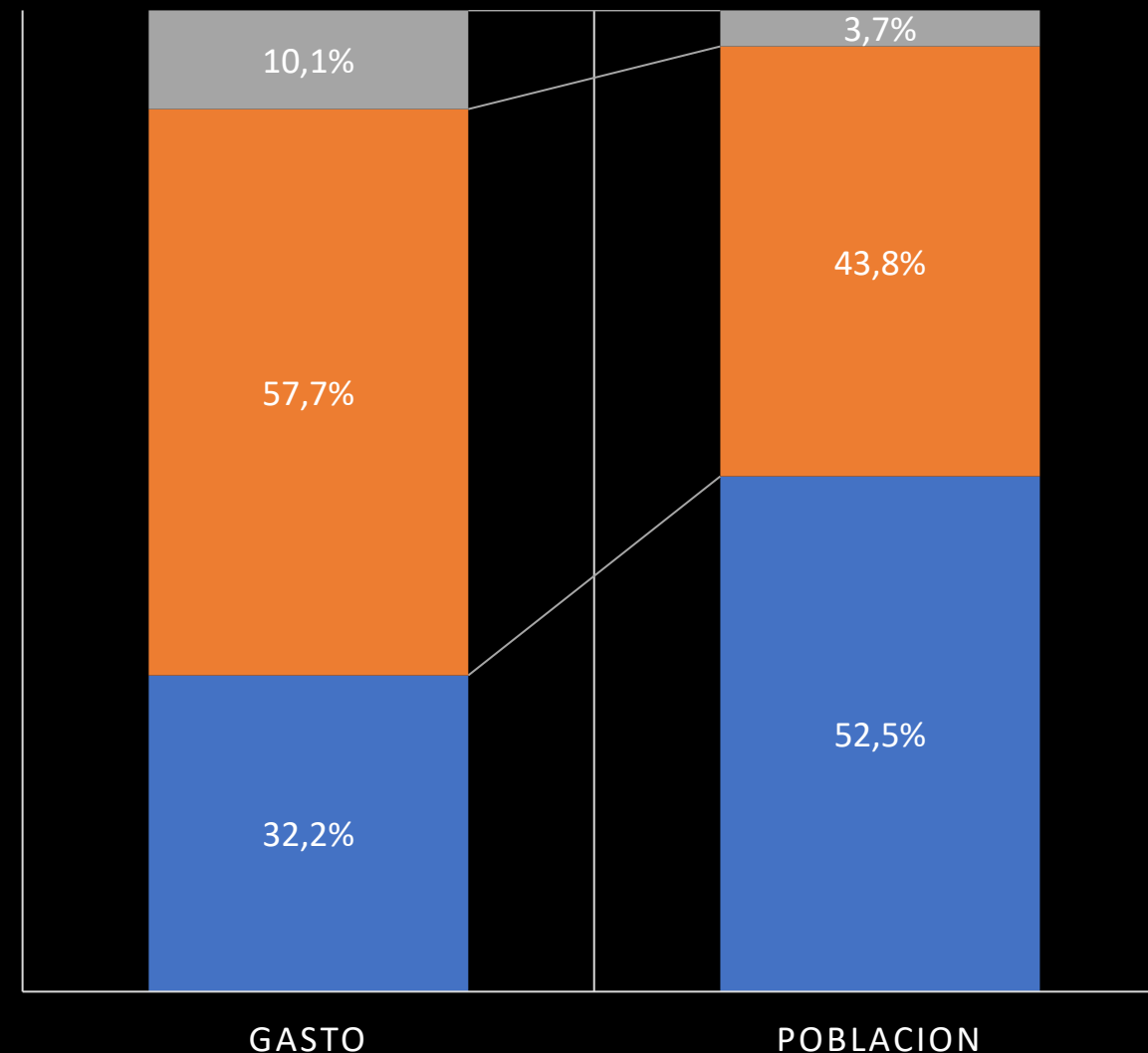
## En una revisión preliminar

Aunque este reporte es preliminar, es importante considerar que existe una enorme brecha en la capacidad de compra de los colombianos en 2019, **donde el 52,5% de la población hizo el 32,2% del gasto de los hogares**, dejando ver que el 47,4% de las personas hicieron el 67,8% del total, lo que explica porque el gasto observado por RADDAR y la Cuenta de Consumo de Hogares del DANE, no tiene la misma caída que el PIB, ya que la pérdida de empleos se concentra más en personas de ingresos bajos y medios, afectando la capacidad de compra de muchas personas y en menor medida al tamaño del mercado, sobre todo en bienes semidurables y durables.

Es por esto, que los gobiernos nacional, departamental y municipales se esforzaron tanto en enviar ayuda a la población más vulnerable.

### ESTRUCTURA DEL MERCADO 2019

■ 1. INGRESOS BAJOS ■ 2. INGRESOS MEDIOS ■ 3. INGRESOS ALTOS



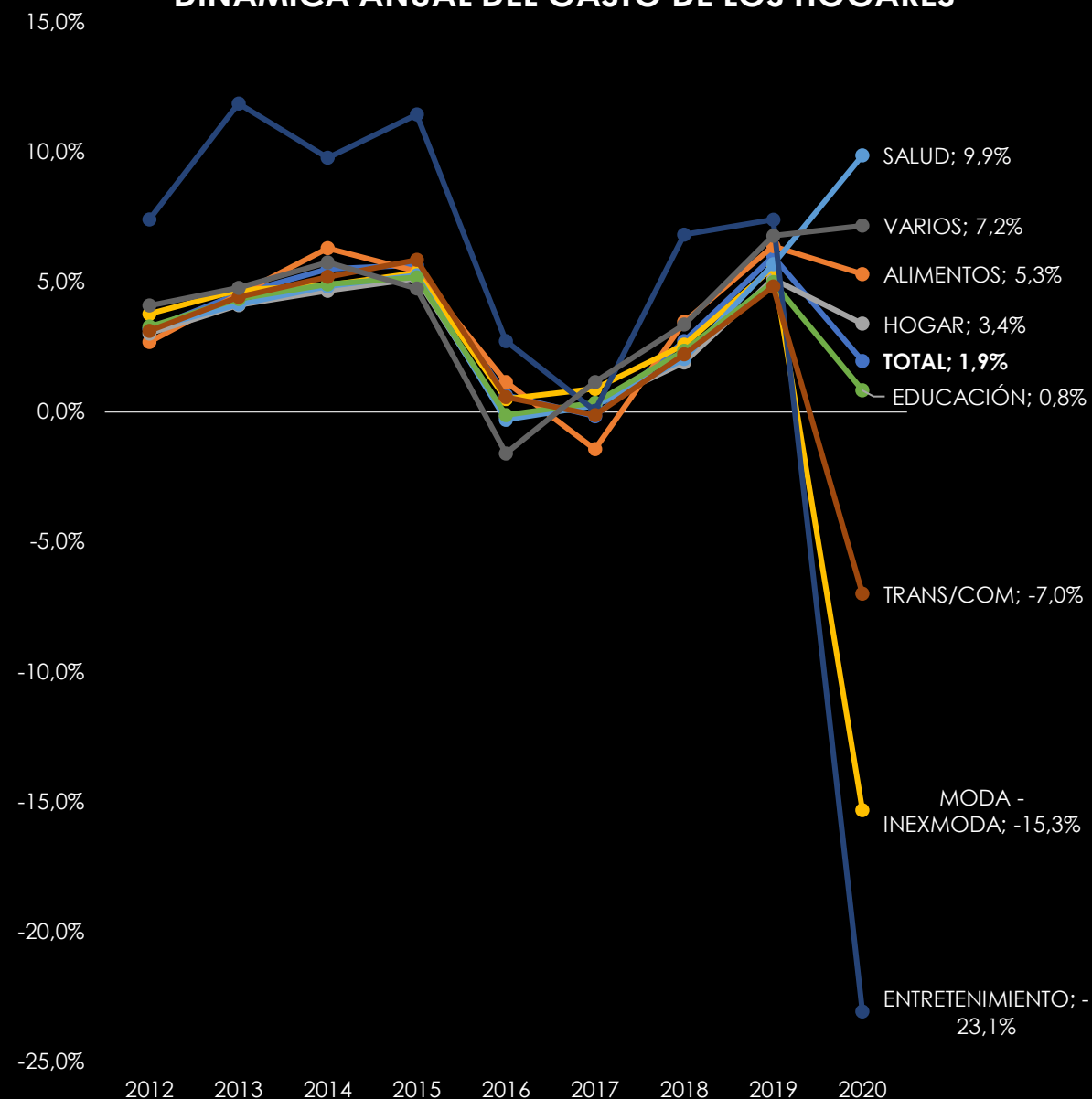
# COVSUMER REPORT 2020

## En una revisión preliminar

El crecimiento del 1,9% en términos reales del gasto de los hogares no es homogéneo por categorías, y su dinámica cuenta las decisiones de gasto que hicieron los hogares durante 2020, donde afortunadamente, el aislamiento afectó mayormente meses donde hay menos gasto.

La salud, los gastos varios o personales, los alimentos y la mantenimiento del hogar crecen frente al año pasado, mostrando la importancia del gasto en seguros de salud, medicamentos, alcohol, jabón de tocador, gel antibacterial, la comida en casa y el mayor pago en servicios públicos, afectando el gasto en educación, transporte y comunicaciones, moda y entretenimiento, donde los hogares gastaron menos debido a la imposibilidad de poder gastar en algunas categorías como los cinemas y el sacrificio de otras como en la ropa.

## DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES



# COVSUMER REPORT 2020

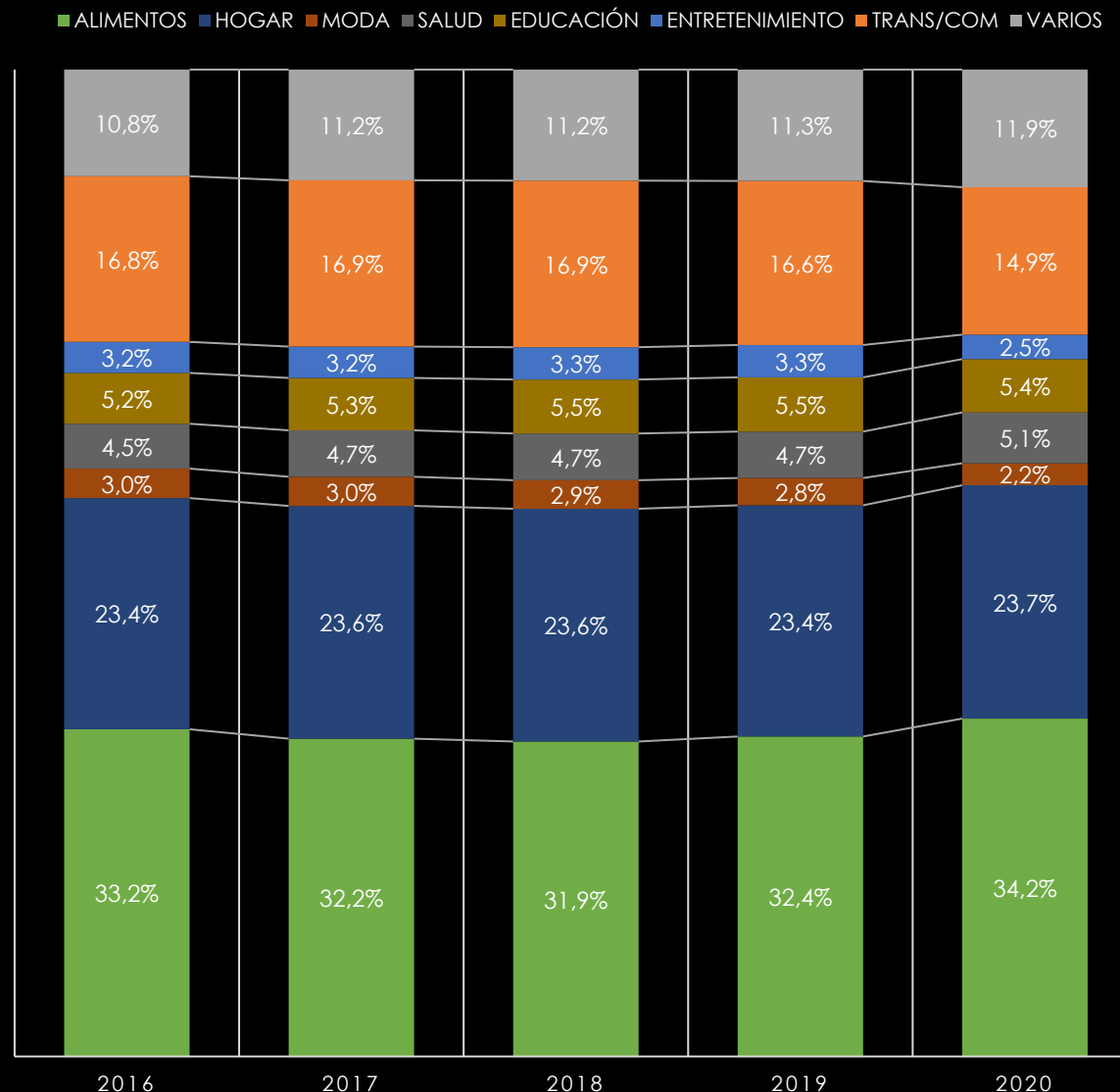
## En una revisión preliminar

La estructura de gasto de los hogares cambió durante 2020 de manera extraordinaria, debido a las decisiones que los hogares tomaron ante la contracción de su ingreso, la limitación de compra en algunas categorías y los cambios en las necesidades, como se noto al comprar menos bienes durables, no poder ir a cine y comprar mas jabones, desinfectantes y alcohol.

El gasto de los hogares en la medición de RADDAR llegó a los \$760 billones de pesos, donde un cambio en el pocketshare de sólo 0,1% puntos, son \$760 mil millones de pesos.

La mayor asignación de gasto en alimentos, mantenimiento del hogar, salud y gastos varios, capturan un 6% adicional del bolsillo de los hogares en un año, situación que no se había presentado antes.

## ¿CÓMO GASTAMOS LOS COLOMBIANOS \$100? POCKETSHARE



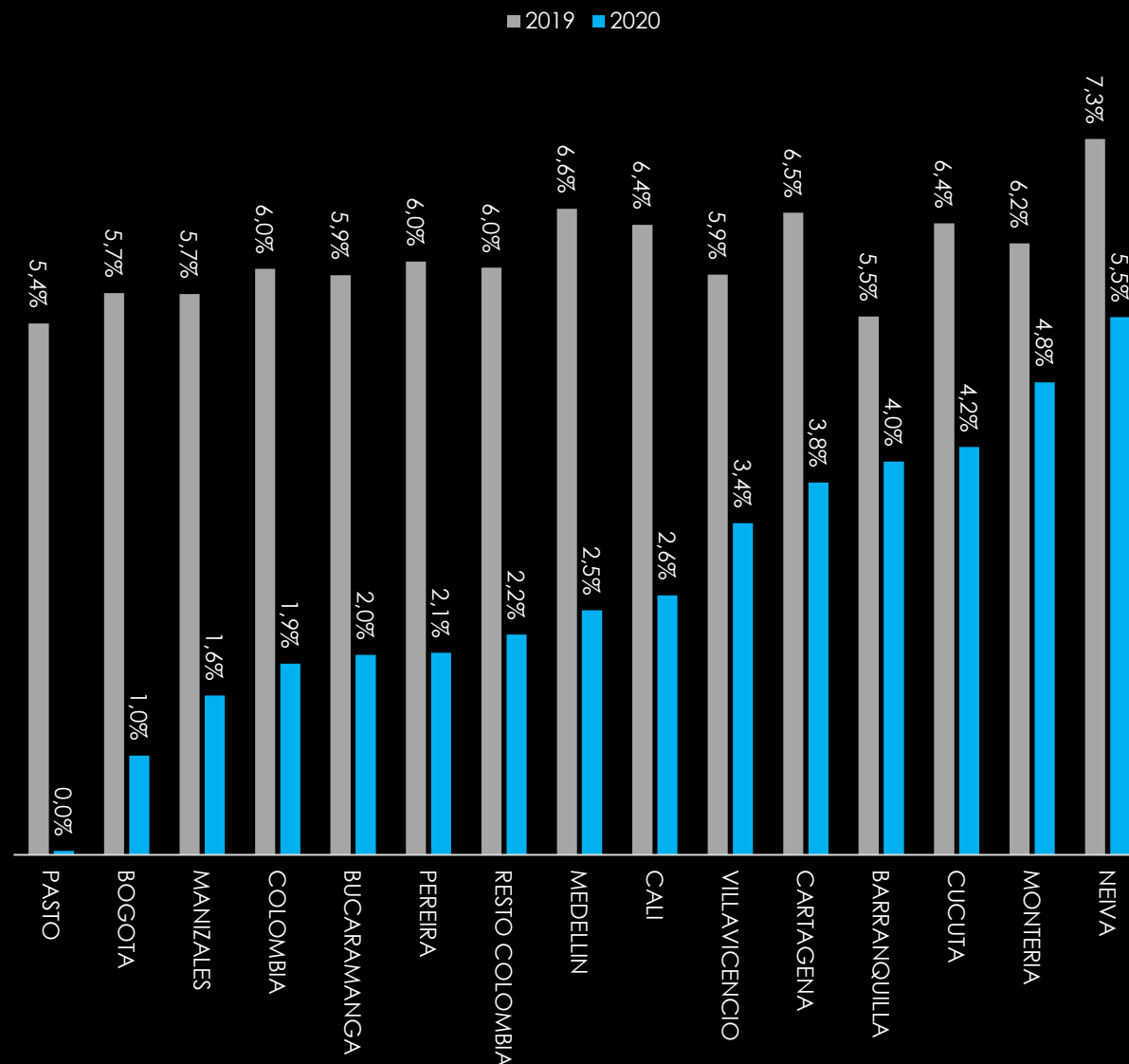
# COVSUMER REPORT 2020

## En una revisión preliminar

El crecimiento del 1,9% en términos reales del gasto de los hogares no es homogéneo por ciudades y regiones, debido a que cada ciudad tiene una estructura de gasto y de canales de compra diferentes, a su clima, su cultura y nivel de mercado laboral, lo que hace que el comportamiento sea similar por las tendencias generales y particular por sus propias condiciones.

Como se puede evidenciar algunas de las ciudades con mayor crecimiento real del gasto son de clima cálido y de ingreso medios bajos, lo que deja ver que el mayor peso en bienes básicos y la menor participación en bienes semidurables y durables, causó un menor impacto en el gasto; lo contrario a ciudades más grandes, donde el impacto mayor.

## DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES POR CIUDAD EN TÉRMINOS REALES

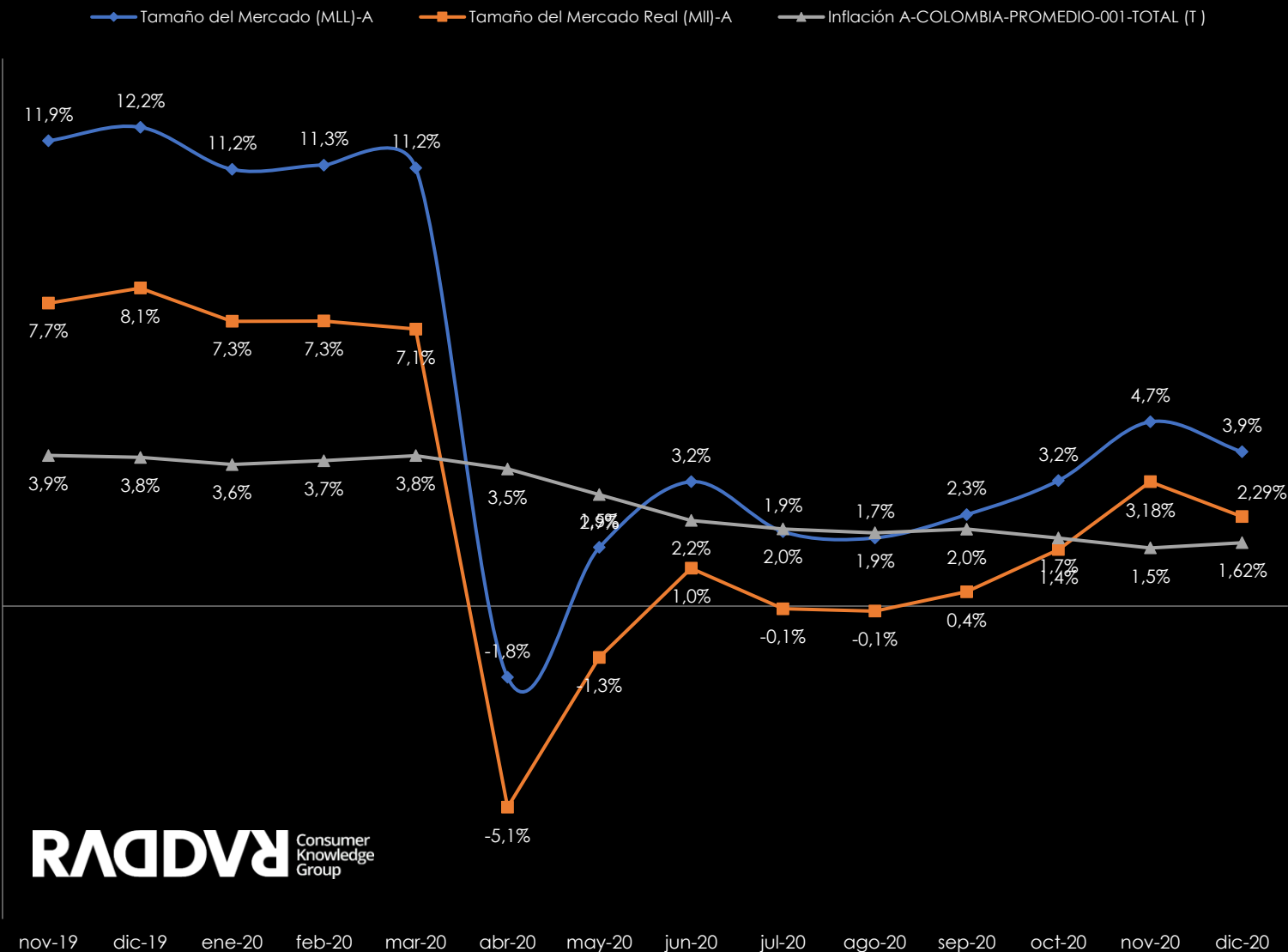




El gasto de los hogares en diciembre de 2020, llegó a los \$83,1 billones de pesos, con un crecimiento del 3,9% en pesos corrientes y de 2,29% en pesos reales, debido a una inflación de 1,62%, lo que permitió una buena dinámica en el mercado, pero con un menor comportamiento que en noviembre, debido a que este mes se dio un día sin IVA y se anticiparon los pagos de algunas primas.

Diciembre de 2019 tuvo un crecimiento muy alto, lo cual también hace que la variación para ese mes sea menor, como ocurrió en casi todos los meses del años.

Variación Anual de las Compras



RADDVA Consumer Knowledge Group

COVSUMER REPORT – DICIEMBRE 2020

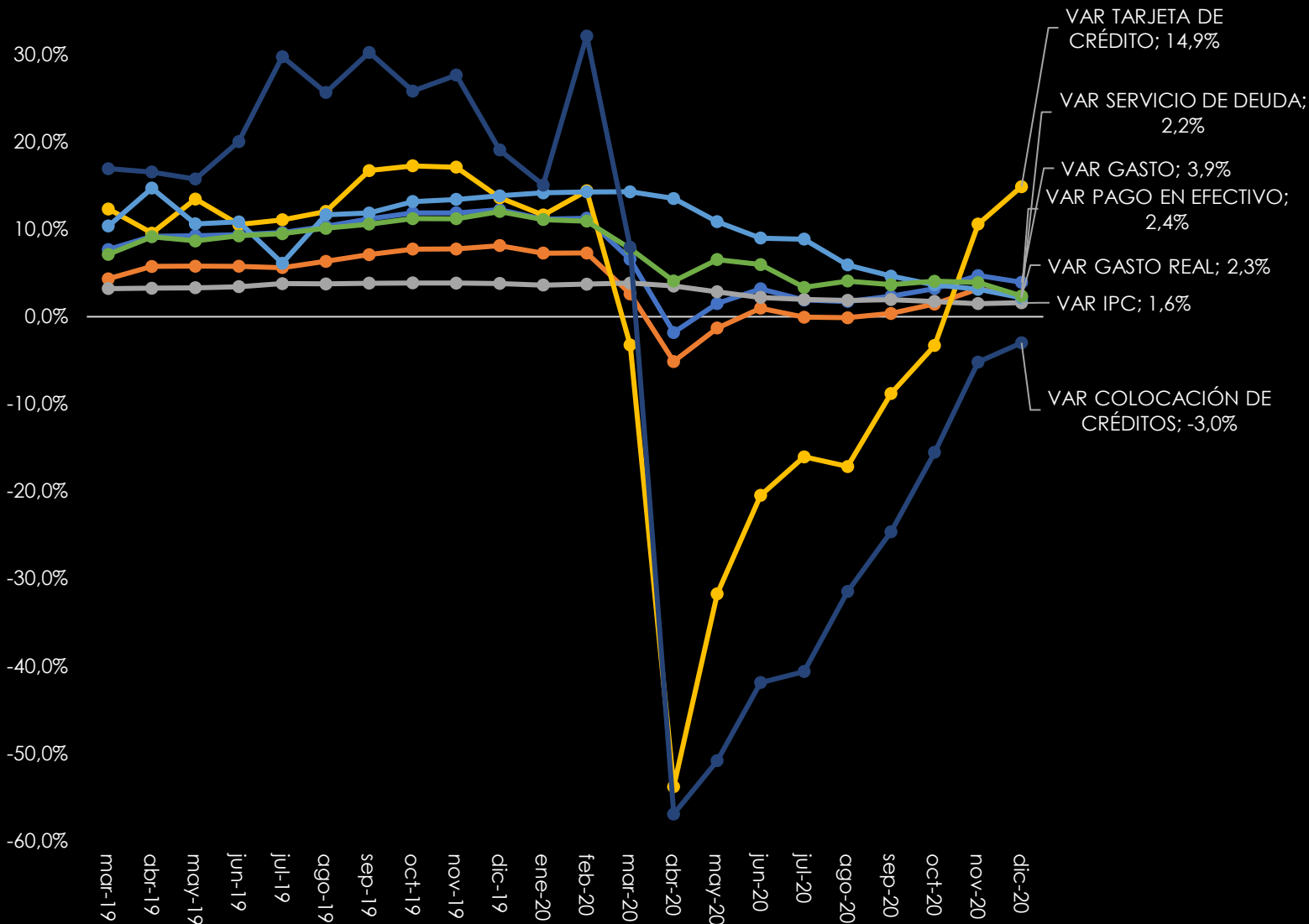
El gasto de los hogares colombianos en diciembre de 2020, fue **de \$83,1 billones** de pesos, con un crecimiento de 3,94% frente al mismo mes del año pasado, que en términos reales fue de 2,3%.

El gasto de los hogares colombianos en el cuarto trimestre de 2020, fue de **\$208,1 billones** de pesos, con un crecimiento de 4% frente al mismo trimestre del año pasado, que en términos reales fue de 2,3%.

El gasto de los hogares colombianos en 2020, fue de **\$760 billones de pesos**, con un crecimiento de 4,5% frente al año pasado, que en términos reales fue de 1,9%.

La colocación crediticia en los hogares por parte de sector financiero en tarjetas de crédito, consumo e hipotecarios decreció en diciembre -3%, frente al mismo mes del año pasado, y del -17,3% en todo el año; el valor de las transacciones con tarjetas de crédito creció un 14,9% de diciembre, frente al mismo mes del año pasado, y decreció -7,7% en todo el año.

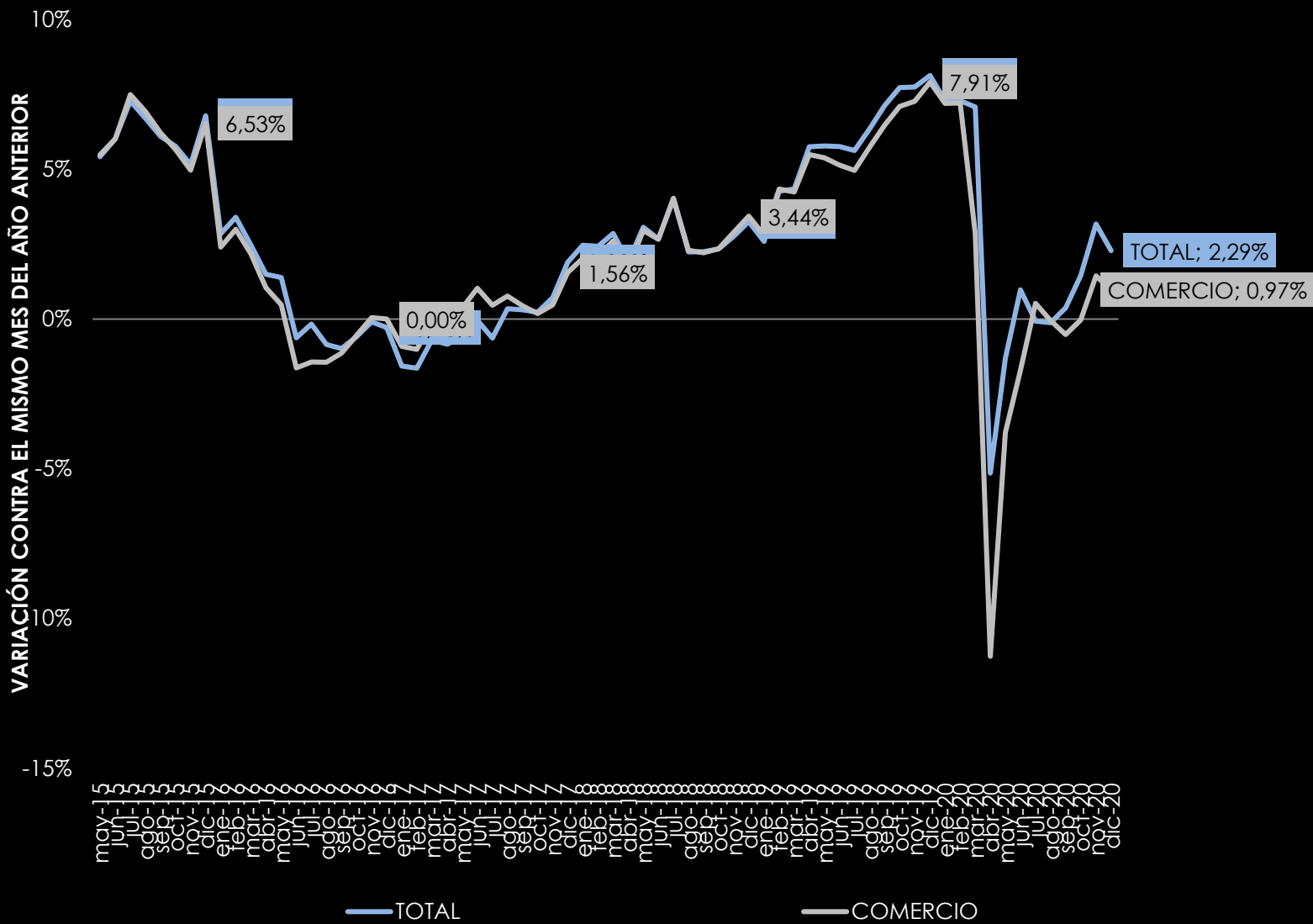
DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES, FUENTES Y USOS



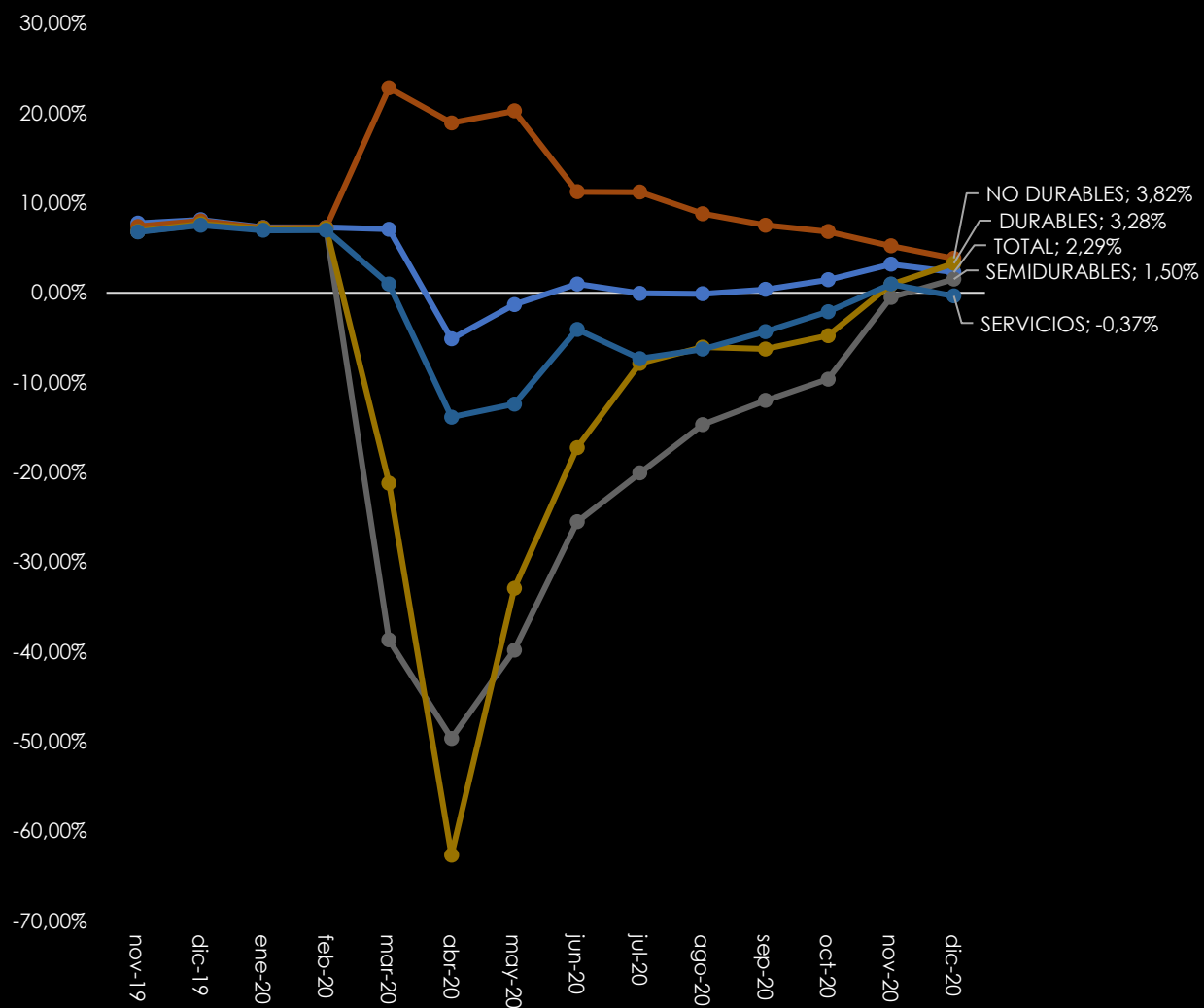
El gasto de los hogares esta compuesto por dos grandes canastas de gasto: lo que se compra en el comercio y lo que se paga por fuera de él, como los servicios públicos, los arriendos, las pensiones y los gastos en seguros.

La dinámica del comercio en diciembre en términos reales (sin el efecto de la inflación), fue tan sólo del 0,97%, mostrando el efecto de las medidas contra el contagio, los gastos anticipados en noviembre y el menor empleo frente al año pasado.

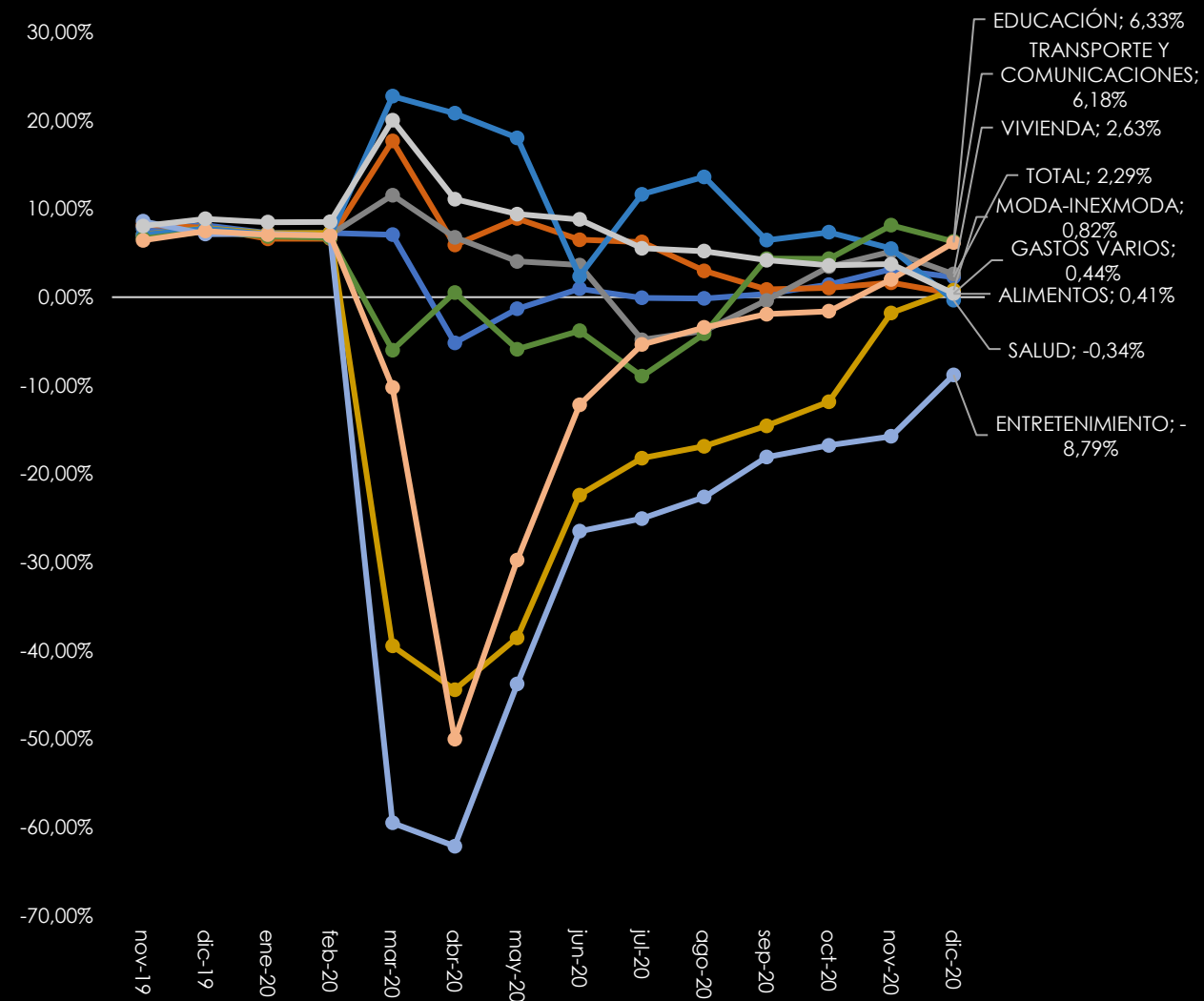
CUÁNTO HAN CAMBIADO LAS COMPRAS DE LOS COLOMBIANOS FRENTE A ...



## VARIACIÓN REAL FRENTE AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR



## VARIACIÓN REAL FRENTE AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR



Durante 2020, el gasto de los hogares no tuvo un comportamiento homogéneo, y como se pueden apreciar en ambas gráficas, de crecimiento anual del gasto real, el periodo de aislamiento tuvo impactos diferenciados por grupo de gasto.

# MAPA TÉRMICO DE CRECIMIENTOS ANUALES

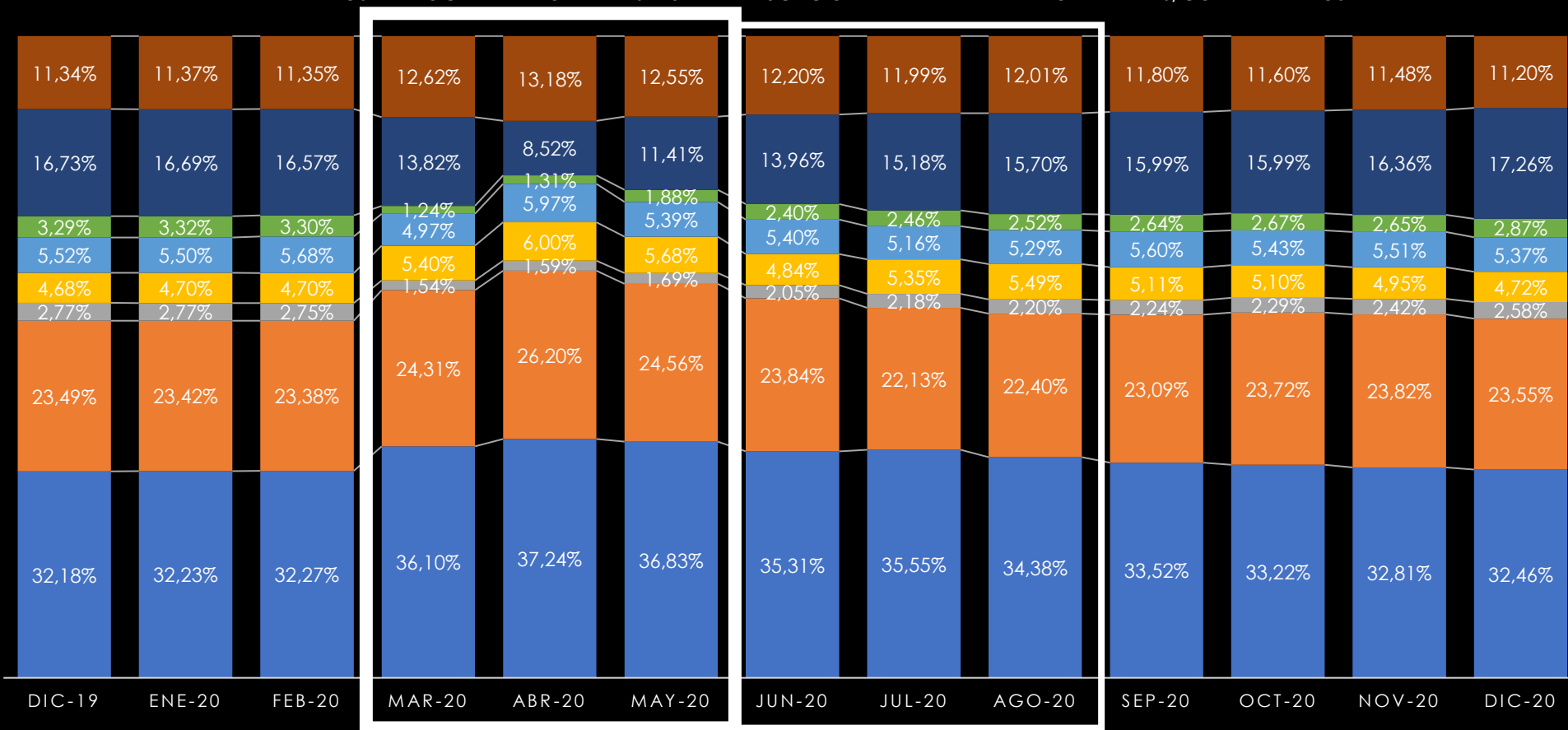
	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21	
TOTAL	8,1%	7,3%	7,3%	7,1%	-5,1%	-1,3%	1,0%	-0,1%	-0,1%	0,4%	1,4%	3,2%	2,3%	
COMERCIO	7,9%	7,2%	7,2%	2,9%	-11,3%	-3,8%	-1,7%	0,5%	0,0%	-0,5%	0,0%	1,4%	1,0%	
NO COMERCIO	7,5%	6,9%	7,0%	12,6%	3,4%	1,0%	3,5%	-2,3%	-1,6%	0,5%	2,4%	4,3%	2,5%	
IVA	7,4%	6,8%	6,8%	-2,8%	-21,3%	-18,1%	-9,6%	-7,5%	-6,4%	-7,0%	-5,6%	-2,5%	-4,2%	
NO DURABLES	8,0%	7,2%	7,3%	22,8%	18,9%	20,3%	11,3%	11,2%	8,8%	7,5%	6,8%	5,2%	3,8%	
SEMIDURABLES	7,6%	7,1%	7,1%	-38,7%	-49,7%	-39,8%	-25,5%	-20,1%	-14,7%	-12,0%	-9,6%	-0,5%	1,5%	
DURABLES	7,7%	7,2%	7,2%	-21,2%	-62,7%	-33,0%	-17,3%	-7,9%	-6,1%	-6,3%	-4,8%	0,9%	3,3%	
SERVICIOS	7,5%	7,0%	7,0%	1,0%	-13,9%	-12,4%	-4,1%	-7,3%	-6,3%	-4,3%	-2,1%	1,0%	-0,4%	
TIENDA DE BARRIO	7,9%	7,2%	7,2%	18,1%	8,8%	10,5%	6,2%	6,7%	4,7%	2,7%	3,0%	3,2%	0,9%	
GRANDES CADENAS	8,0%	7,2%	7,3%	13,6%	2,7%	5,5%	3,4%	4,1%	2,8%	1,4%	2,1%	2,9%	0,9%	
CENTROS COMERCIALES	7,8%	7,2%	7,1%	-31,9%	-62,5%	-44,8%	-25,1%	-19,2%	-16,4%	-15,7%	-13,0%	-5,5%	-4,5%	
ALIMENTOS	7,9%	6,6%	6,6%	17,7%	5,9%	8,9%	6,5%	6,3%	3,0%	0,9%	1,1%	1,6%	0,4%	
VIVIENDA	7,5%	7,0%	7,1%	11,6%	6,8%	4,1%	3,7%	-4,8%	-3,8%	-0,4%	3,5%	5,2%	2,6%	
MODA-INEXMODA	7,8%	7,3%	7,3%	-39,5%	-44,4%	-38,5%	-22,4%	-18,2%	-16,9%	-14,6%	-11,8%	-1,8%	0,8%	
SALUD	7,8%	7,1%	7,0%	22,8%	20,8%	18,0%	2,4%	11,7%	13,6%	6,5%	7,4%	5,5%	-0,3%	
EDUCACIÓN	7,4%	6,9%	6,7%	-6,0%	0,5%	-5,9%	-3,8%	-8,9%	-4,1%	4,4%	4,4%	8,2%	6,3%	
ENTRETENIMIENTO	7,2%	7,2%	7,0%	-59,5%	-62,1%	-43,8%	-26,5%	-25,0%	-22,6%	-18,1%	-16,8%	-15,7%	-8,8%	
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	7,5%	7,1%	7,0%	-10,2%	-50,0%	-29,7%	-12,2%	-5,4%	-3,4%	-1,9%	-1,6%	2,0%	6,2%	
GASTOS VARIOS	8,9%	8,5%	8,5%	20,0%	11,1%	9,4%	8,8%	5,5%	5,2%	4,2%	3,6%	3,8%	0,4%	

La dinámica del gasto de los hogares en la fase de aislamiento fuerte, mostró un freno en casi todos los grupos de consumo, menos los no durables; en la fase de aislamiento inteligente, las caídas se moderan; desde septiembre hasta diciembre, las tendencias cambia, y se frenan los gastos en alimentos, tiendas de barrio y grandes cadenas.

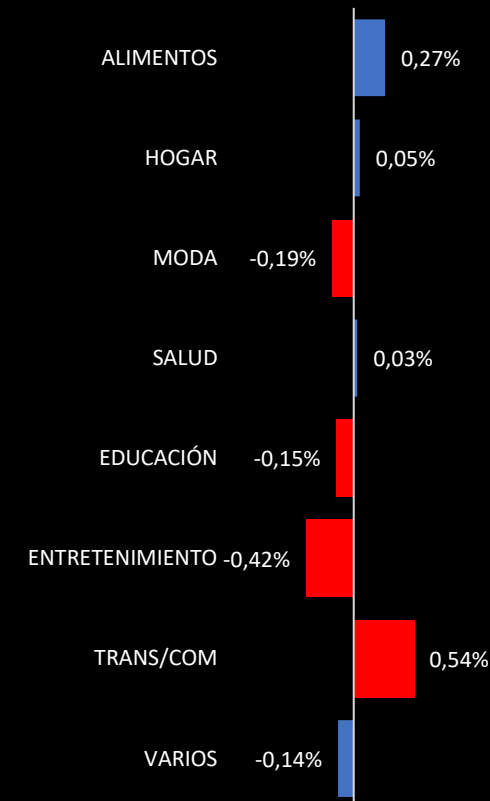


# ¿CÓMO CAMBIÓ EL BOLSILLO DE LOS COLOMBIANOS?

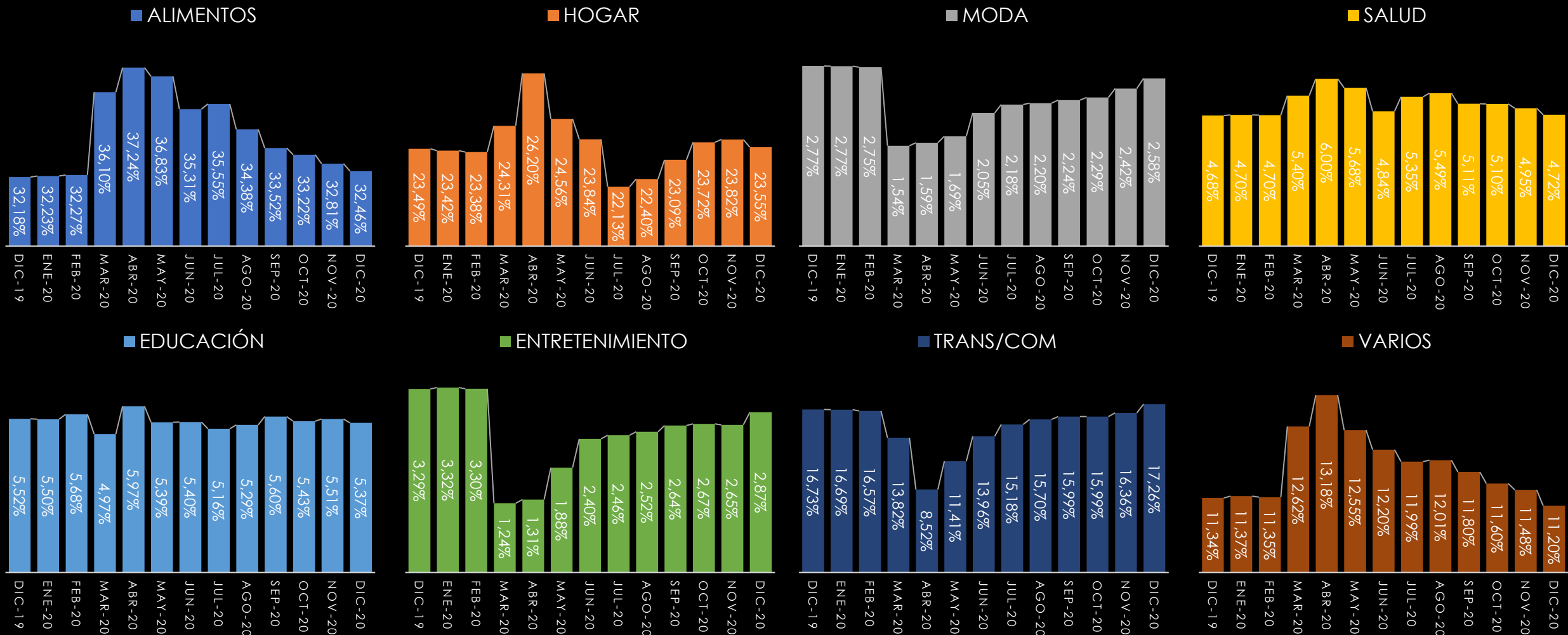
■ ALIMENTOS ■ HOGAR ■ MODA ■ SALUD ■ EDUCACIÓN ■ ENTRETENIMIENTO ■ TRANS/COM ■ VARIOS



DIF DIC 20 - DIC 19

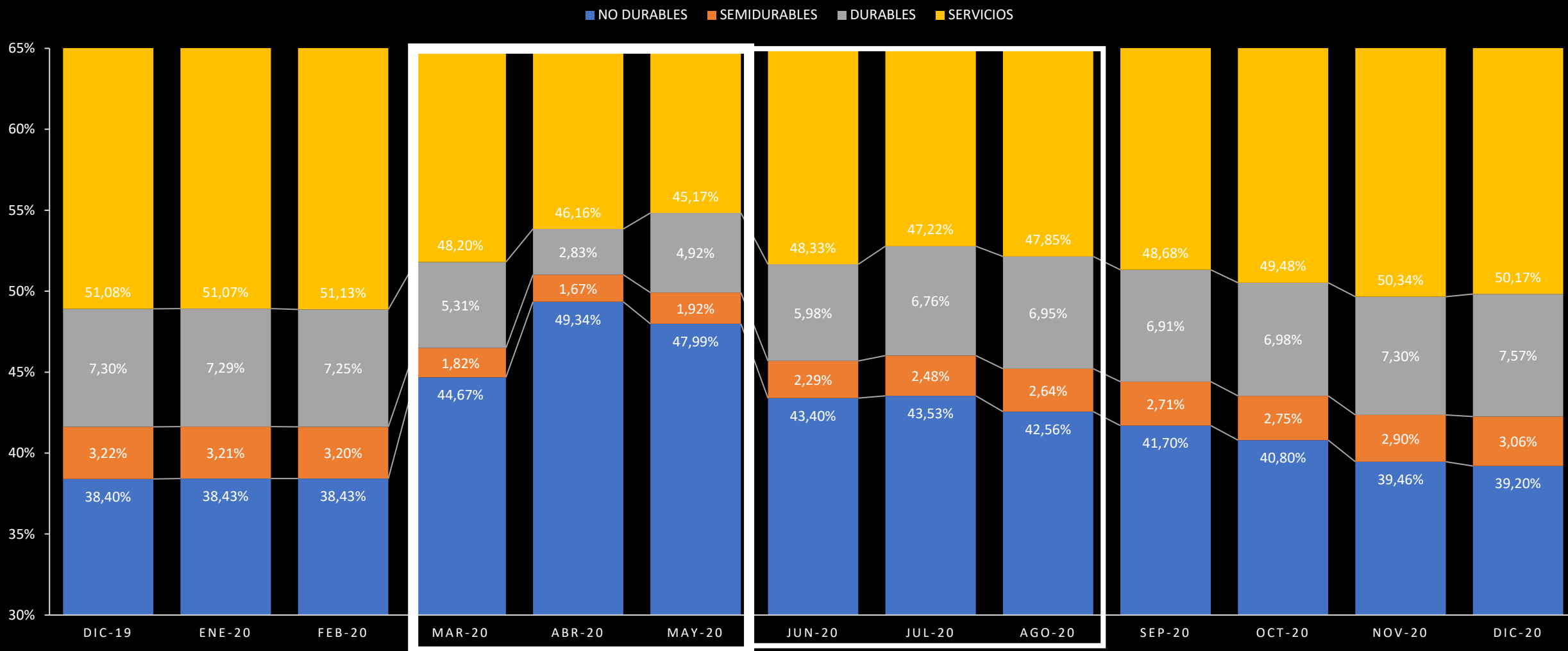


En esta gráfica puede apreciar como la composición del gasto de los hogares, se vio afectado durante las fases de aislamiento, dándole mayor peso a los alimentos, hogar y gastos varios; más, esta tendencia se ha revertido en los últimos meses con las aperturas y reactivación, mostrando que es posible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



En esta gráfica 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.

## ¿COMO REPARTIMOS EL BOLSILLO? - POCKETSHARE EN PESOS



En el mismo sentido, del gasto por grupos, en la clasificación de bienes por durabilidad, el fenómeno es el mismo, dejando ver que por un tiempo los hogares, redujeron de manera importante, su gasto en servicios, lo cual es históricamente extraordinario.

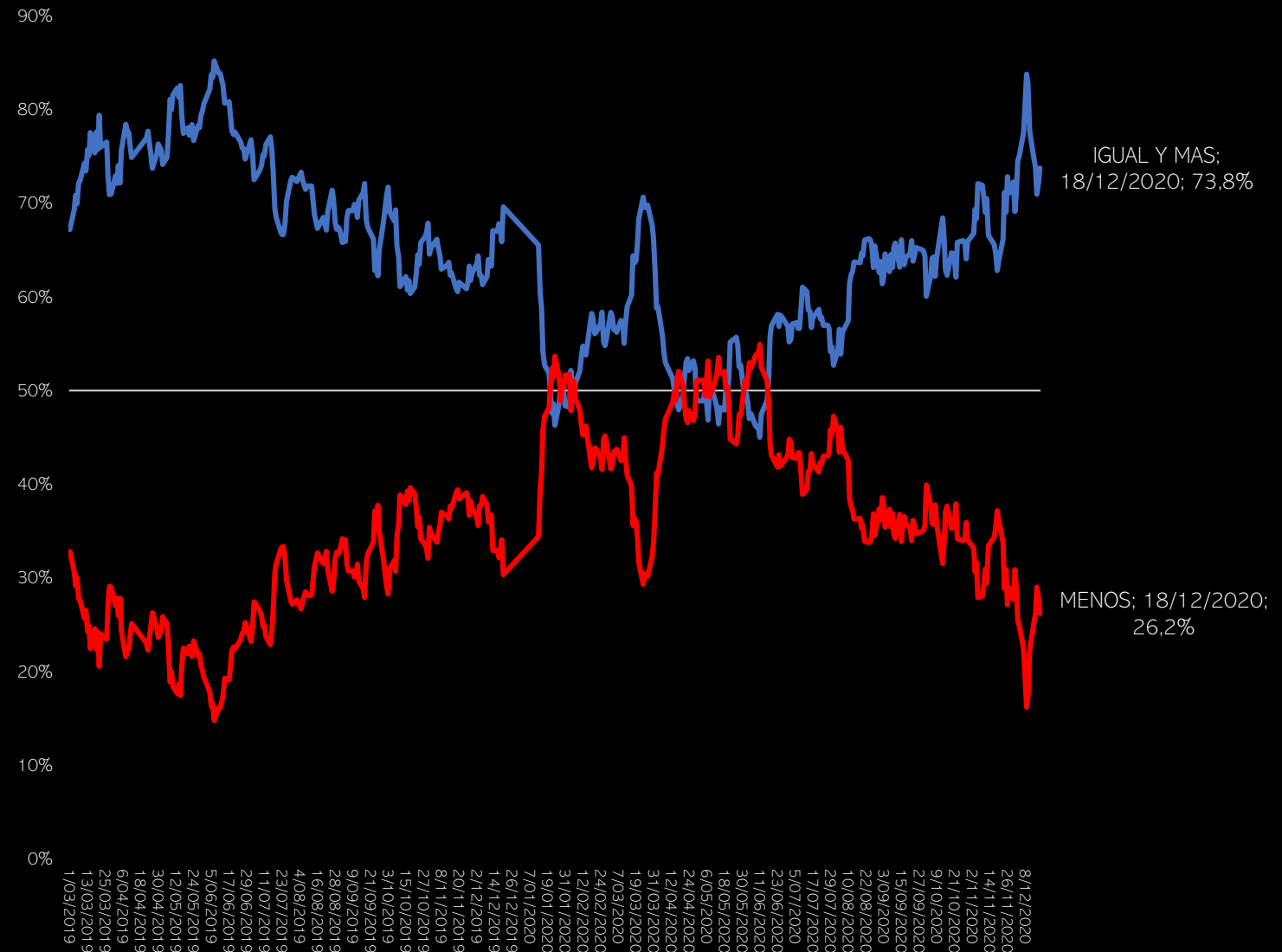
## COVSUMER REPORT DIARIO

Los hogares mostraron en sus dinámicas de gasto como sintieron el aislamiento en tres momentos principales:

- (1) antes del aislamiento de abril, donde hicieron una importante cantidad de compras para prepararse para el aislamiento inicial,
- (2) Durante el aislamiento duro, donde se limitó el acceso a muchos productos como el entretenimiento fuera de casa y la movilidad.
- (3) La tendencia creciente ante la salida de los aislamientos.

Cabe anotar que a final del año, el 26,2% de los encuestados afirmaban que habían comprado menos que el mes pasado.

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



## COVSUMER REPORT DIARIO

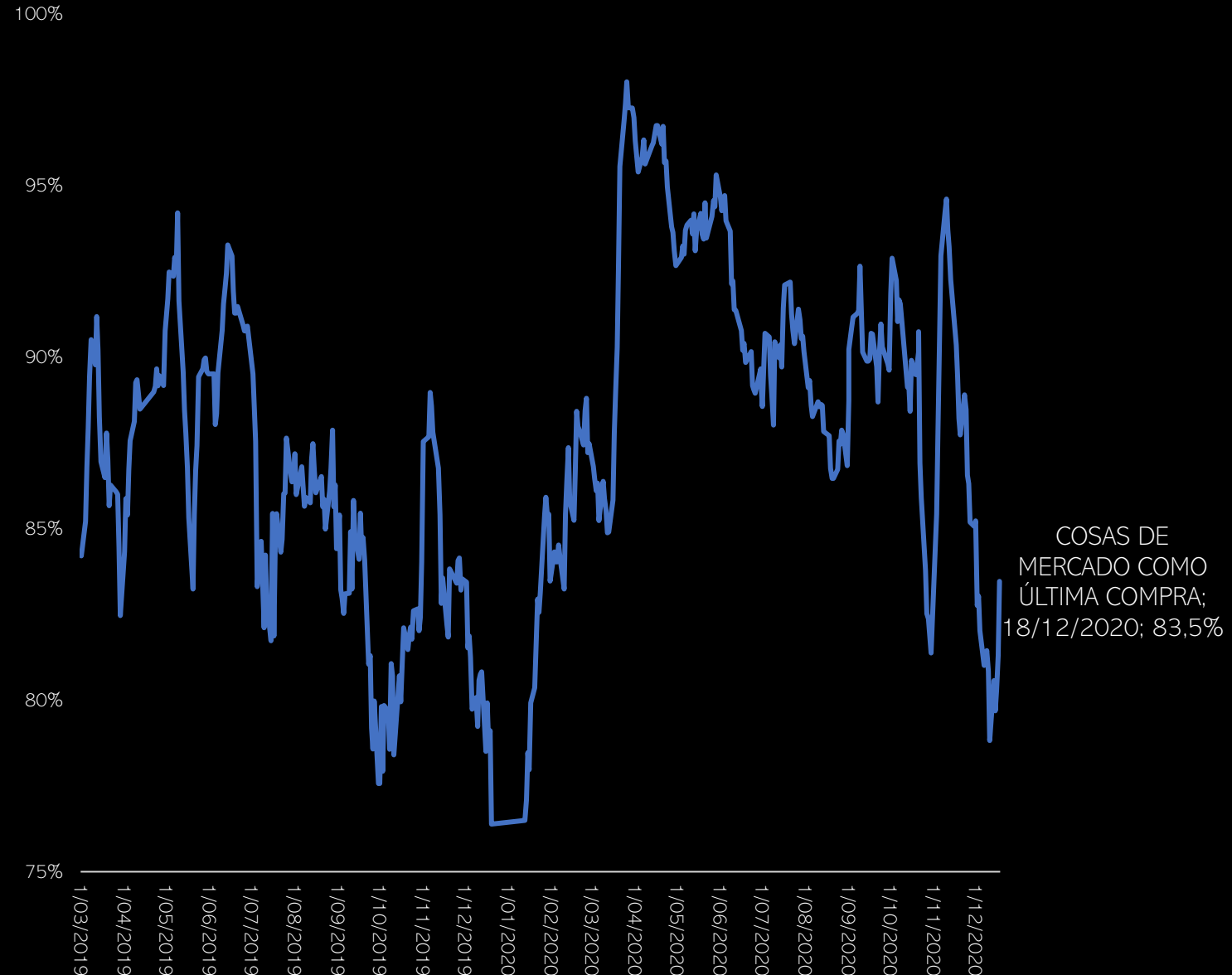
Durante 2020 se puede evidenciar, como los hogares aumentaron sus transacciones a productos propios del mercado mensual frecuente como alimentos, aseo personal, aseo del hogar, alcohol, desinfectantes y medicamentos.

Redujeron de manera significativa sus compras en bienes como ropa, entretenimiento, vehículos, gasto en transporte y gasolina.

Esta dinámica tiene su origen en las dos grande fuerzas que afectaron el mercado:

- (1) La caída del ingreso de los hogares.
- (2) La limitación en la libertad de compra.

## COSAS DE MERCADO COMO ÚLTIMA COMPRA



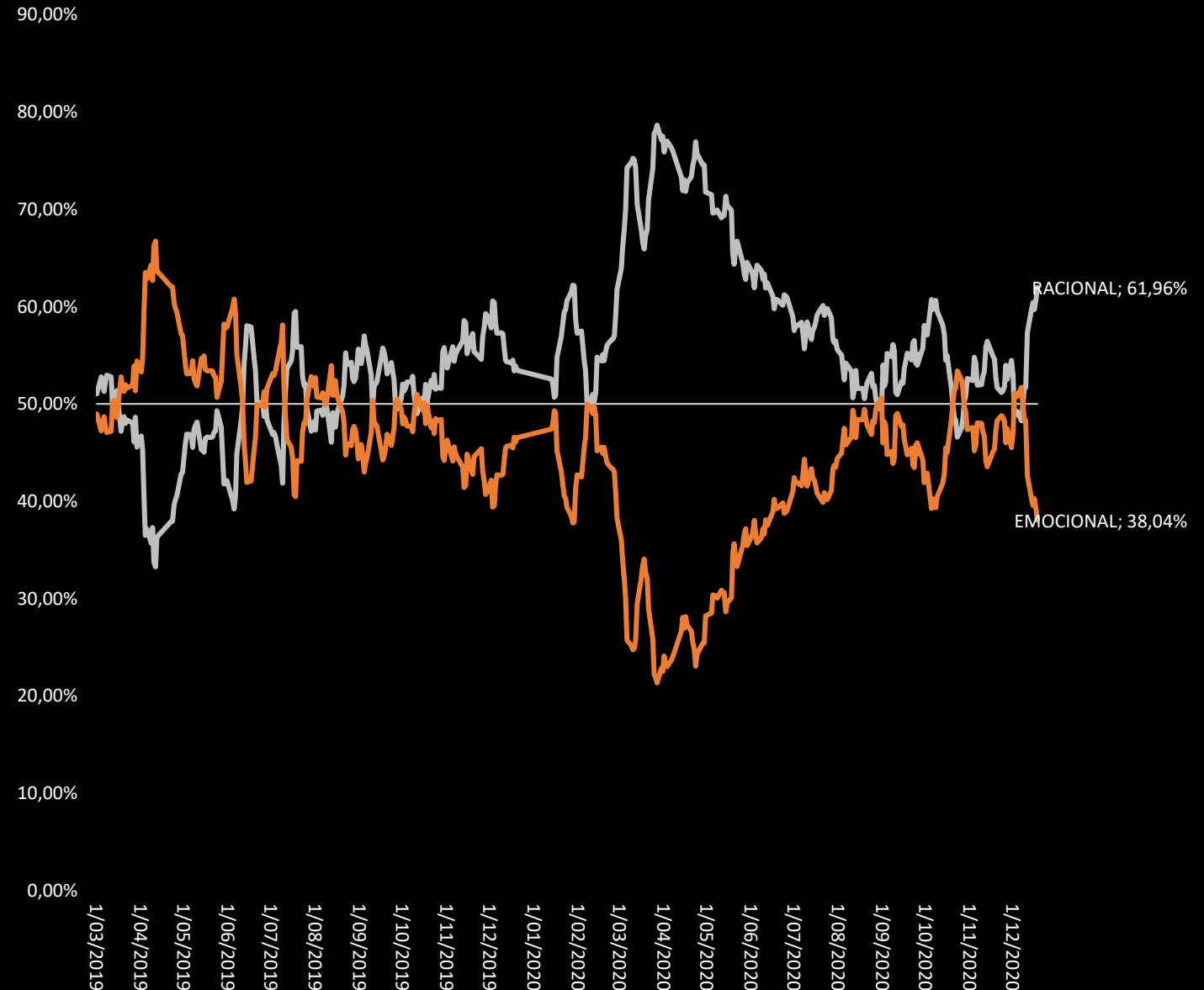


## COVSUMER REPORT DIARIO

Al cambiar la composición de la canasta de gasto, a una estructura más básica de cosas de mercado, las razones de compra también cambiaron, causando que el comprador que vimos durante una buena parte del año, estuviese enfocado mas a compras por razones racionales, como precio, promoción, necesidad y costumbre, que a razones emocionales como gusto, moda, antojo o actualización.

Esta condición es temporal, ya que se refiere a la canasta de compra fue la que cambio y no las razones de compra de las categorías, con algunas excepciones como el alcohol, que cambio su rol en la cotidianidad de los hogares, de pasar de ser un elemento de botiquín de uso ocasional, a ser un elemento de desinfección frecuente.

## ¿POR QUÉ COMPRÓ LO ÚLTIMO QUE COMPRÓ?



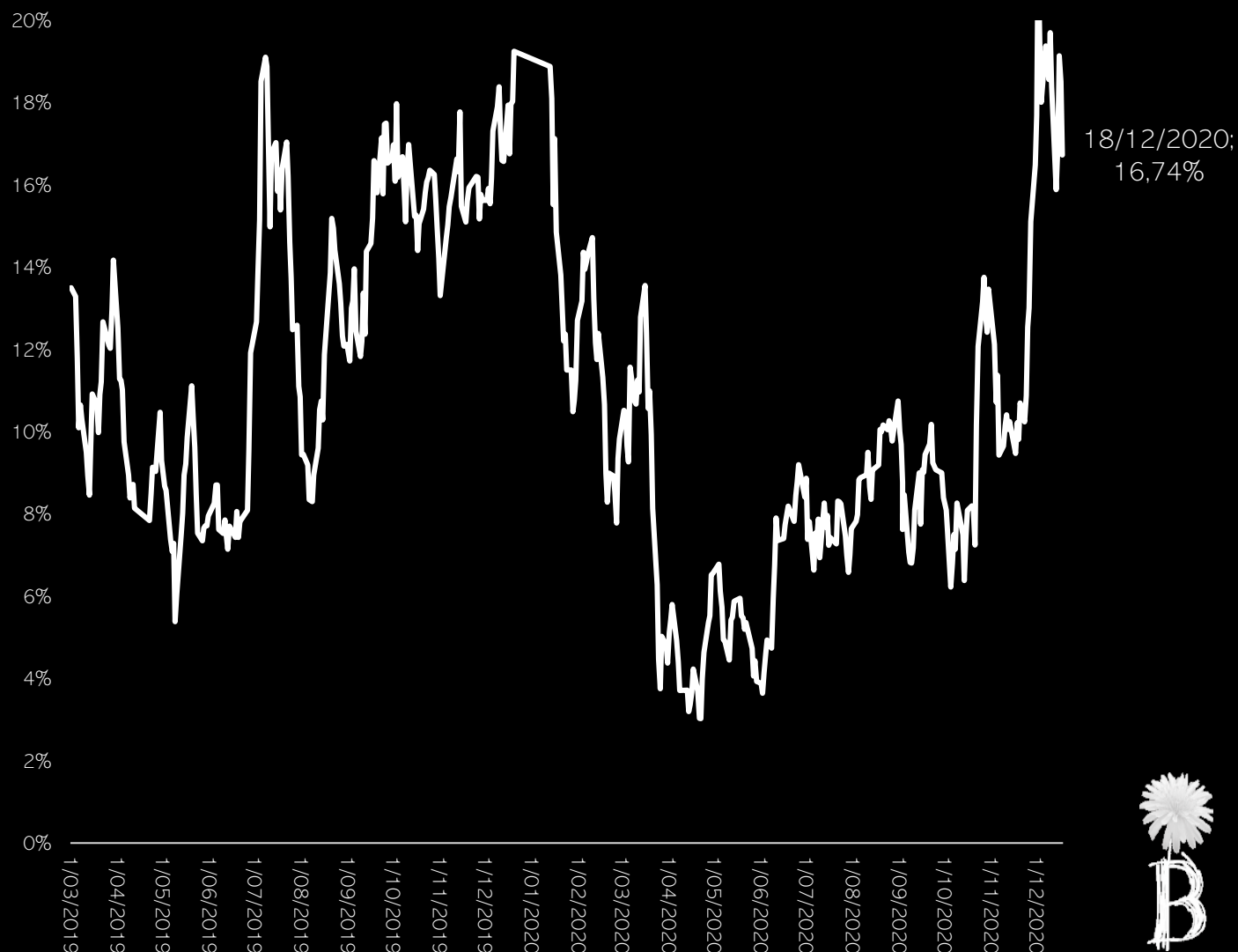
## COVSUMER REPORT DIARIO

Esta restructuración temporal de la canasta de gasto, redujo de manera significativa el bienestar percibido de los hogares, ya que debían comprar más las cosas que necesitaban que las que querían comprar.

Al acabar los aislamientos, se aprecia como los hogares, retornan a su estructura frecuente de gasto, aumentando sus transacciones a bienes que desean comprar que no son considerados como necesarios por la mayoría, pero si para cada una de las personas, como puede ser la compra de ropa, juegos, música e incluso el turismo.

Esta elasticidad de los hogares, de contraerse para no comprar y volver a hacerlo cuando se les permite y les es posible, muestra una fuerte resiliencia en el mercado.

DE CADA 100 TRANSACCIONES, CUÁNTAS HACE POR GUSTO  
(INDICE DE BIENESTAR PERCIBIDO EN TRASACCIONES - DE RADDAR PARA CORPORACIÓN BIENESTAR)



## COVSUMER REPORT DIARIO

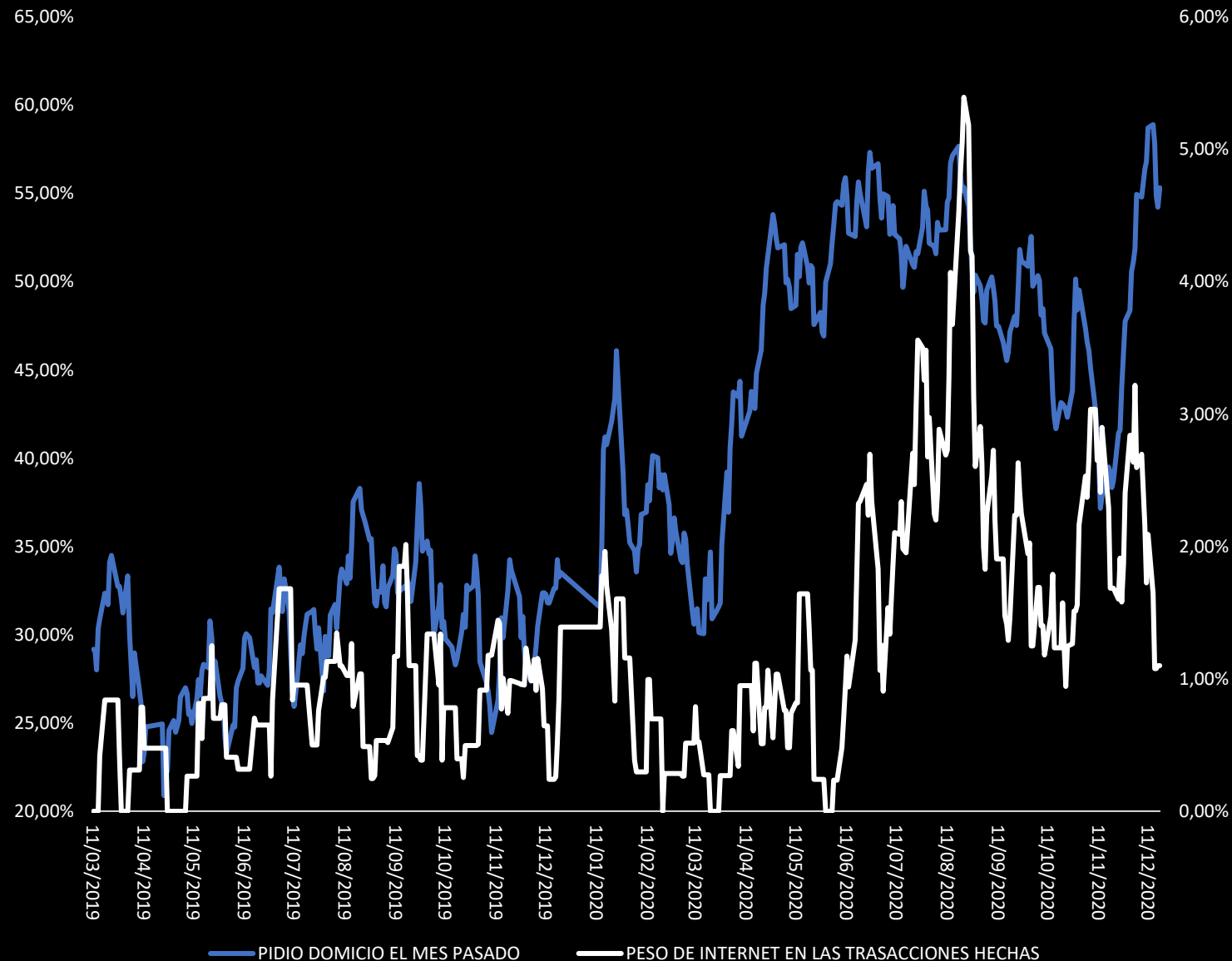
### ¿CÓMO VA EL TEMA DE LOS DOMICILIOS Y LAS COMPRAS POR INTERNET?

Una de las dinámicas más notorias en los cambios de gasto y consumo de las hogares fueron las compras de domicilio, que no solo se refieren a comidas preparadas, sino también a medicamentos, mercados y regalos.

Como se puede ver en los datos reportados por los encuestados, este fenómeno tiene dos momentos y dos dimensiones diferentes.

El primer momento es el periodo de aislamiento, donde los hogares aumentaron sus frecuencias de compras por internet y solicitud de domicilios, seguido de un segundo momento de freno al acabar los aislamientos.

En diciembre el comportamiento de ambos fenómenos fue inverso, quizá por la temporada de fin de año.



# COVSUMER REPORT 2020

## A manera de resumen:

En 2020 el gasto de los hogares tuvo una menor dinámica y unos ajustes temporales en función de los aislamientos decretados para evitar la expansión del COVID19.

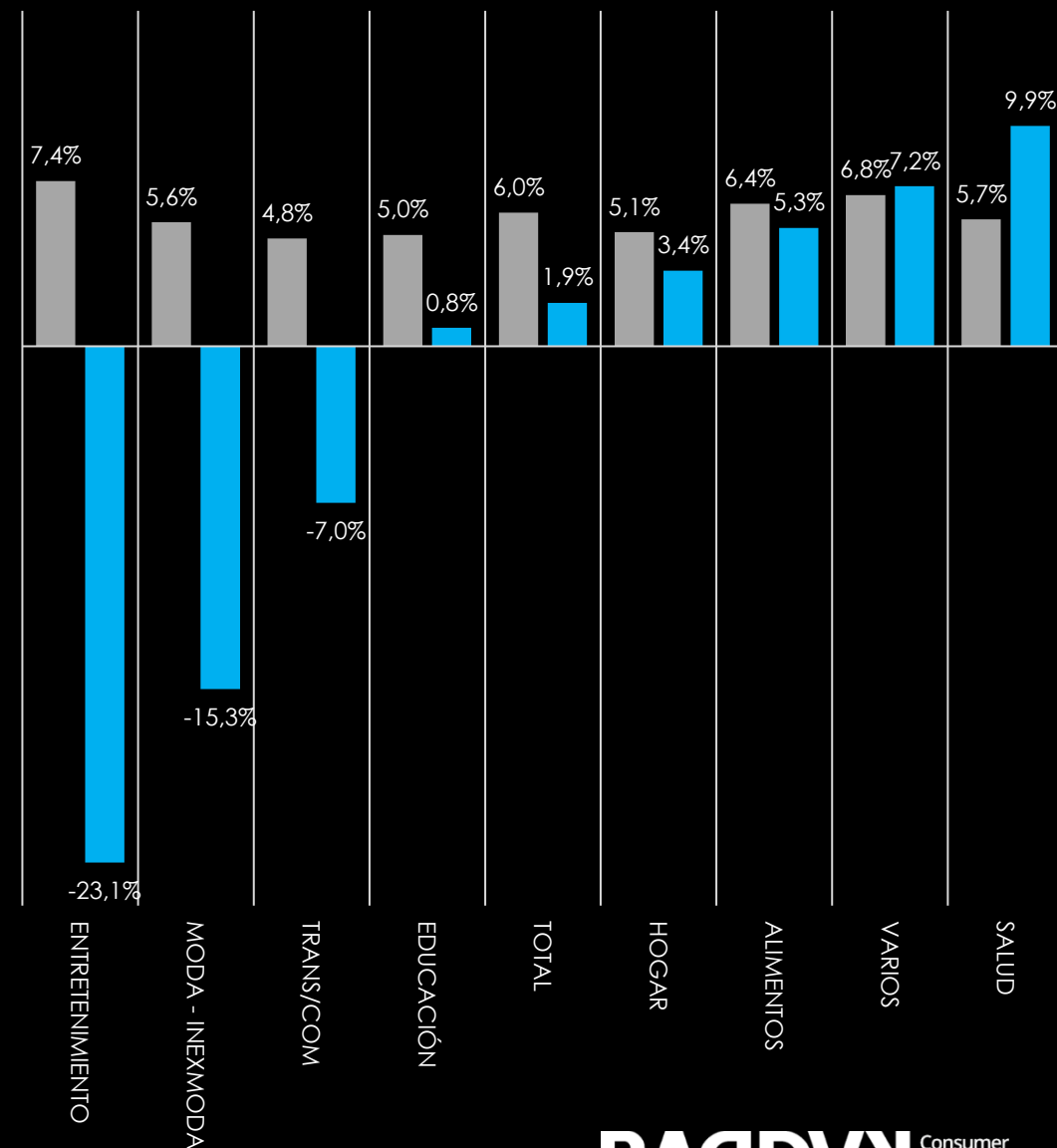
La colocación de créditos en los hogares fue -17,3% menor que en 2019, y la cantidad de personas ocupadas se redujo en un 9%, causando un menor ingreso y gasto en los hogares, que fue compensado con una menor inflación y las ayudas de los gobiernos al empleo y a la población vulnerable.

Este gasto de los hogares colombianos en 2020, fue de \$760 billones de pesos, con un crecimiento de 4,5% frente al año pasado, que en términos reales fue de 1,9%.

El grupo de gasto que más creció fue salud (9,9%), lo cual muestra importancia de este gasto durante el año, y el que más se vio impactado fue el entretenimiento (-23,1%) debido a los aislamientos, siendo estos grupos claro ejemplo de lo ocurrió.

## DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES

■ 2019 ■ 2020





A photograph of a woman with blonde hair wearing a bright blue t-shirt and a young child with long brown hair wearing a black and white striped shirt. They are standing in a grocery store aisle, looking at shelves stocked with various products. The woman is reaching up to touch a product on a higher shelf, and the child is also looking at the shelves. The background is slightly blurred, focusing attention on the shoppers.

# COVSUMMER REPORT 2020

**El gasto de los hogares,  
en un año en el hogar.**

**GASTO DE LOS HOGARES – DICIEMBRE Y CIERRE DE 2020 - PRELIMINAR**

**RADVA** Consumer  
Knowledge  
Group