

# COV SUM ER REP ORT

Abril 2020

En tiempos del Gran Confinamiento



BUENO... EN QUÉ  
estamos metidos?

# EL GASTO HASTA 2019 & 2020...

DINÁMICA DE GASTOMETRIA REAL  
(OBSERVADA, ESTIMADA Y PROYECTADA)



Fuente: RADDAR- ANÁLISIS RADDAR

RADDAR

El crecimiento del gasto de los hogares, crecía por encima del 3% en términos reales hasta 2015, impulsado por el crecimiento población, la baja penetración de algunas categorías de tecnología y vehículos y por dólar a \$2.000 pesos;

Entre 2015 y 2018, el gasto de los hogares hizo un ajuste importante debido a la subida del dólar a \$3.000, una inflación del 9% a mediados de 2016 y la implementación del IVA del 19% en 2017.

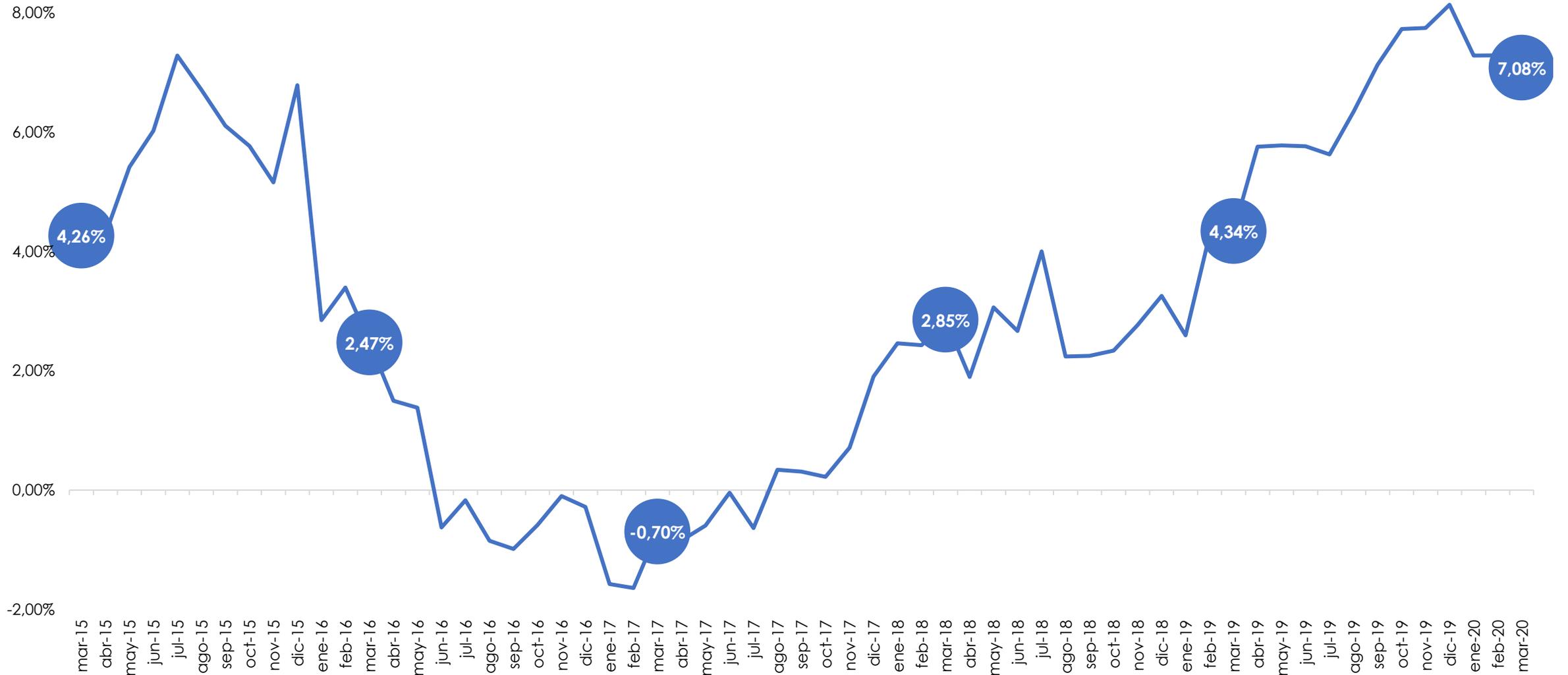
2019 es un año de buena dinámica, porque retoma la contención de compra de bienes semidurables y durables de 2016-2018, y gracias al aumento de la entrada de remesas y el aumento de la población por la migración venezolana.

**En 2020 se pueden esperar tres escenarios que dependen de tres variables fundamentales:**

**AJUSTE POR REFORMA TRIBUTARIA-  
DEVALUACIÓN DEL PESO-  
MIGRACIÓN DE VENEZOLANOS-**

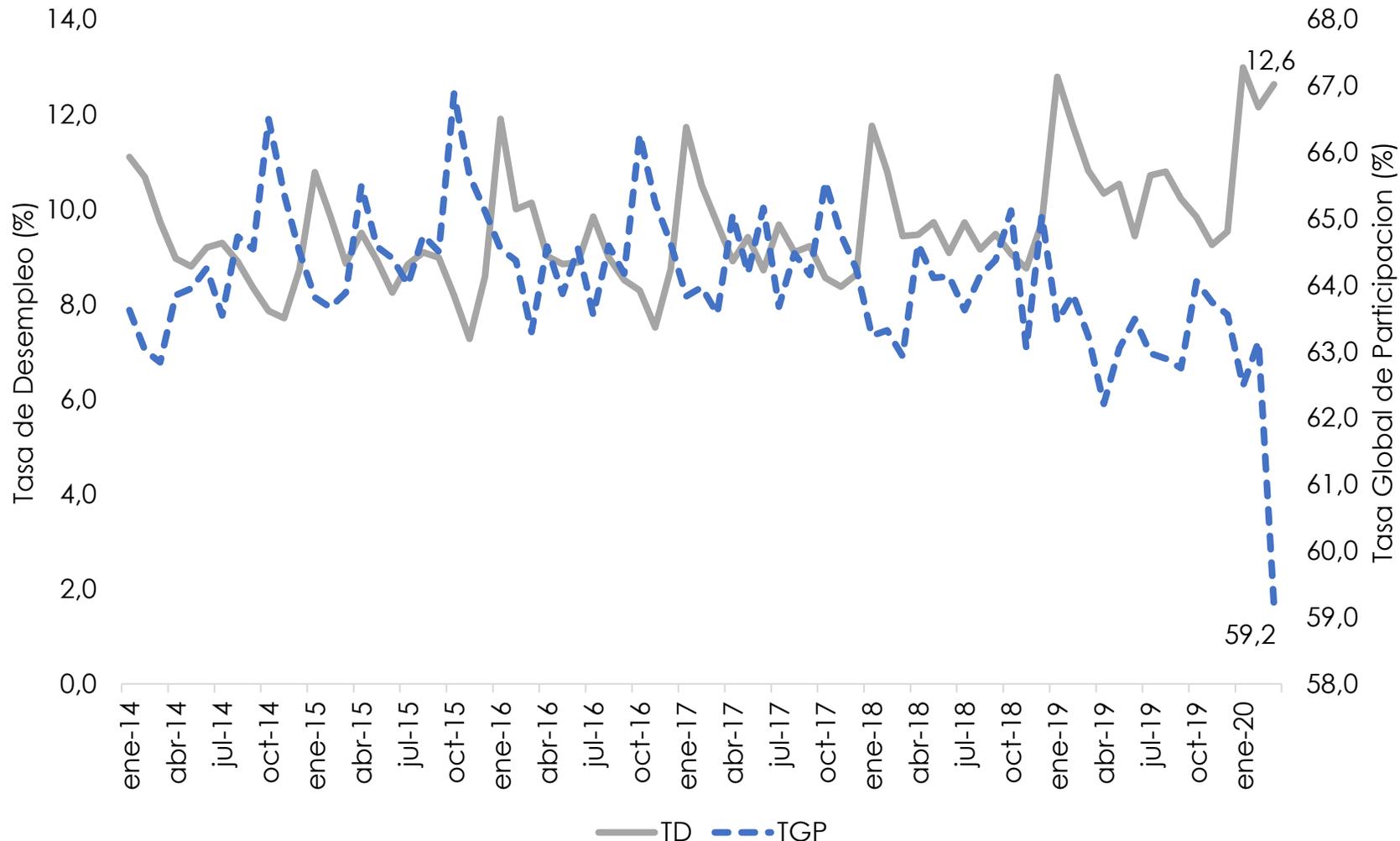
# Dinámica anual del gasto de los hogares

## MARZO 2020



# Dinámica del desempleo durante el aislamiento

Tasa Global de Participación y Tasa de Desempleo (%)

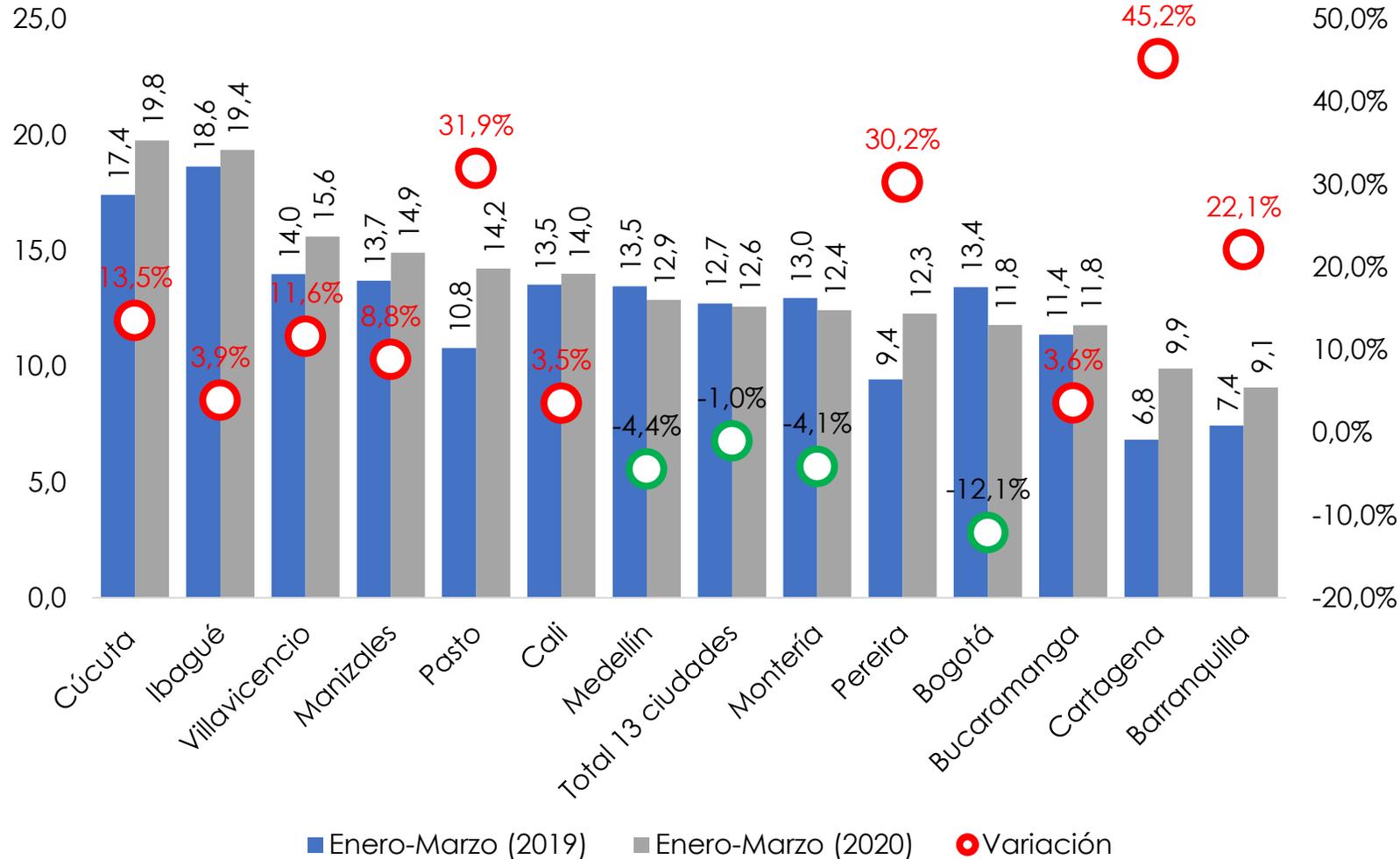


## Doble efecto del aislamiento sobre el desempleo

- Aumenta el desempleo por las medidas de aislamiento y su impacto en la economía. Hay destrucción de empleo.
- Cabe tener en cuenta que en marzo solo se observa parte del efecto de la cuarentena, ya que el aislamiento inició a finales del mes.
- El verdadero impacto del aislamiento sobre el mercado laboral se observa principalmente en el mes de abril.
- Disminuye la tasa de participación debido a que aumentan las personas inactivas. Es decir, que no están laborando o no buscando empleo en el mes de marzo.

# Dinámica del desempleo durante el aislamiento

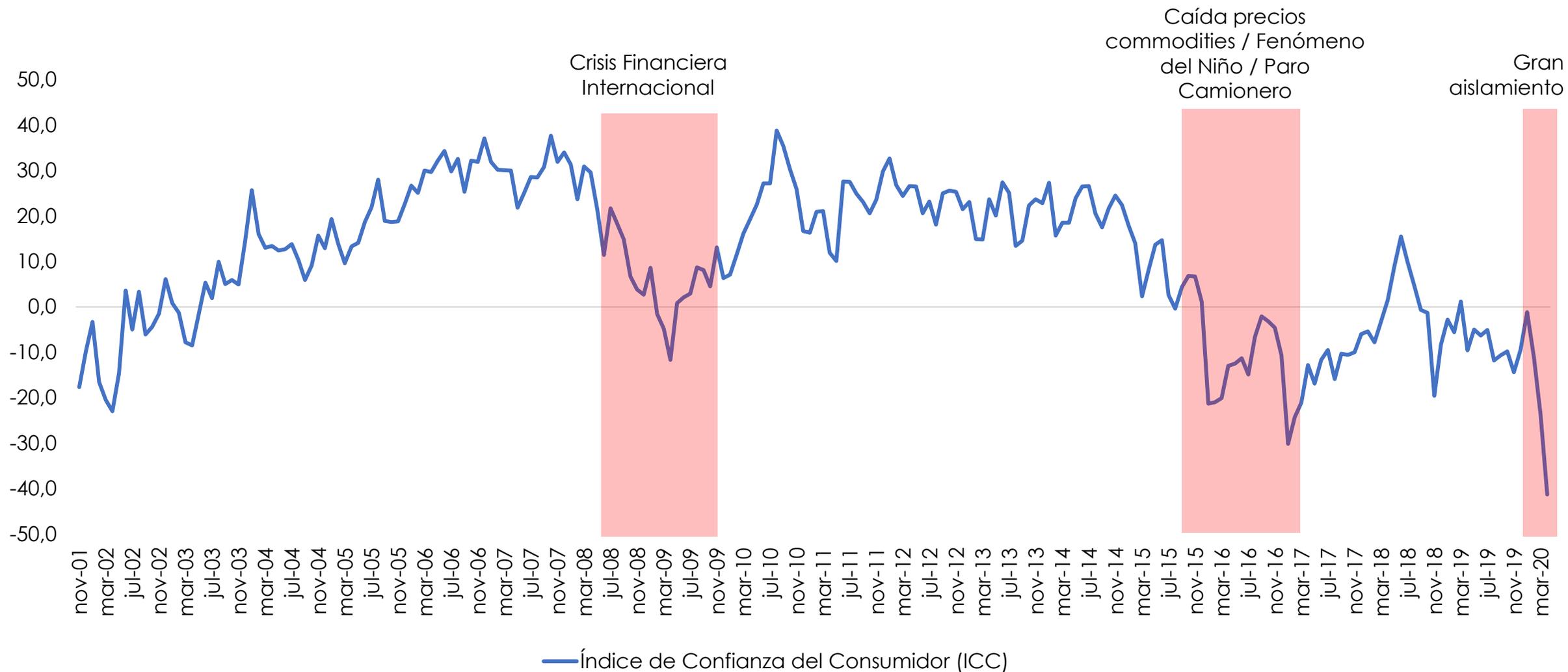
Tasa de Desempleo de las 13 ciudades principales



- Aumenta el desempleo de forma importante en las zonas de frontera como Pasto y Cúcuta.
- Zonas turísticas como el Eje Cafetero y la Costa Caribe del país sufren por cuenta de la caída del turismo.
- Las dos más grandes ciudades del país, Bogotá y Medellín tienen una menor destrucción de empleo por tener un sector formal más grande. Por lo tanto, el aumento de las personas inactivas impacta positivamente la tasa de desempleo.
- Una alta tasa de informalidad y una considerable proporción de trabajadores por cuenta propia son factores que impactan el mercado laboral en las principales ciudades.

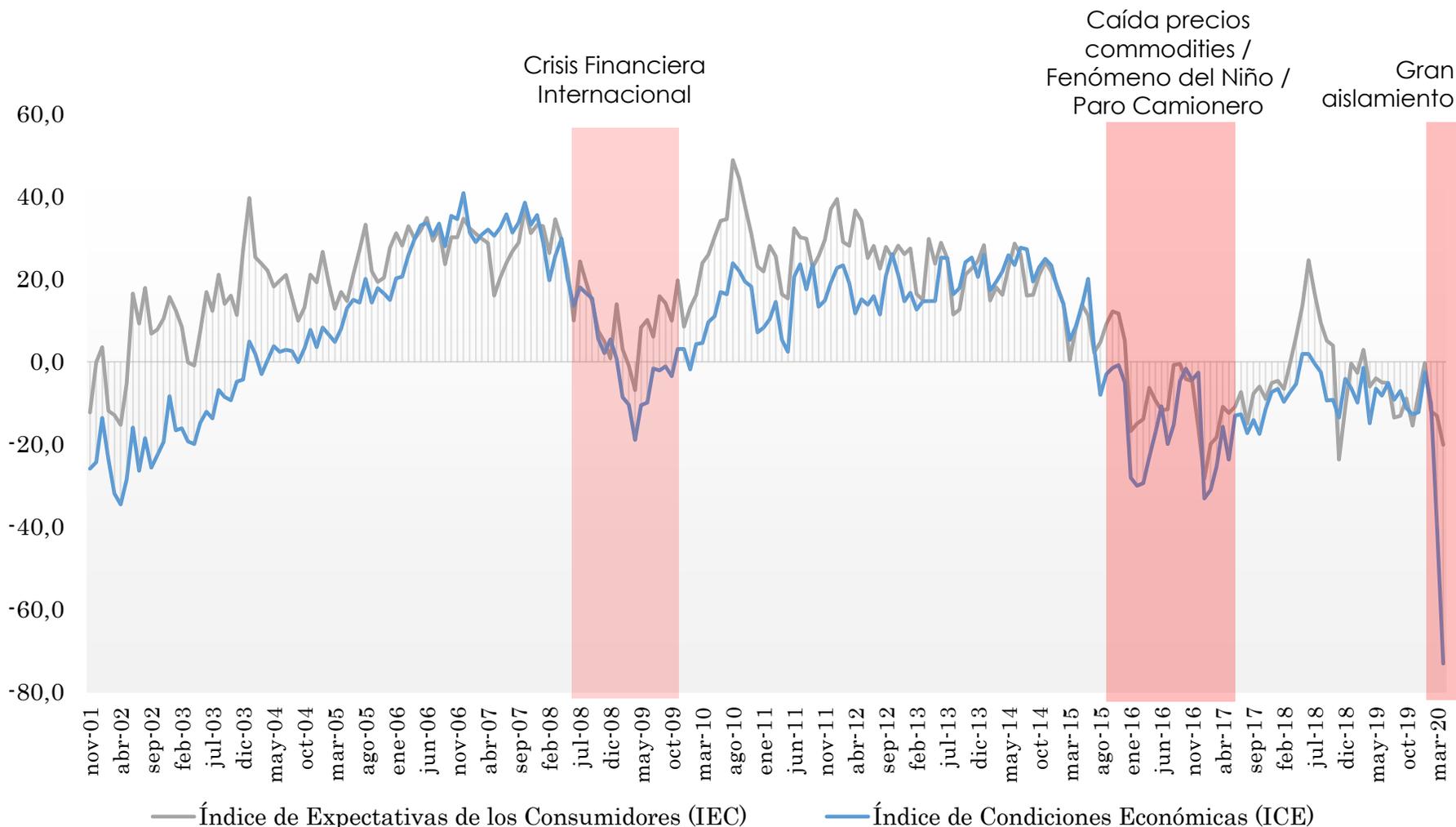
# ¿Cómo se ha visto afectada la confianza del consumidor?

## Índice de Confianza del Consumidor (ICC)



# ¿Cómo se ha visto afectada la confianza del consumidor?

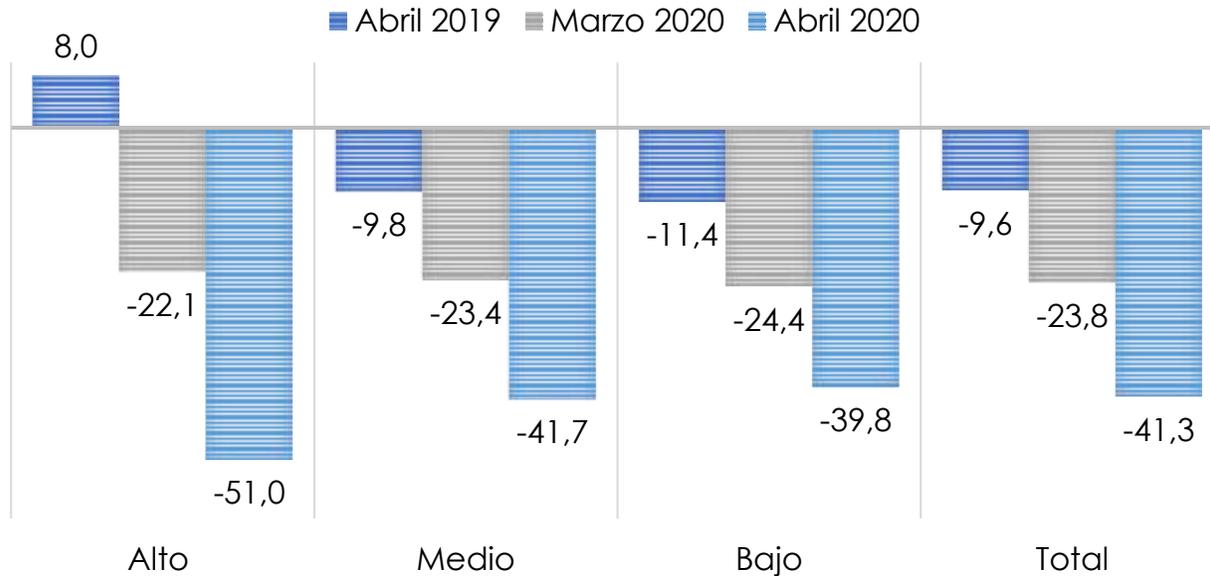
## Componentes del Índice de Confianza del Consumidor



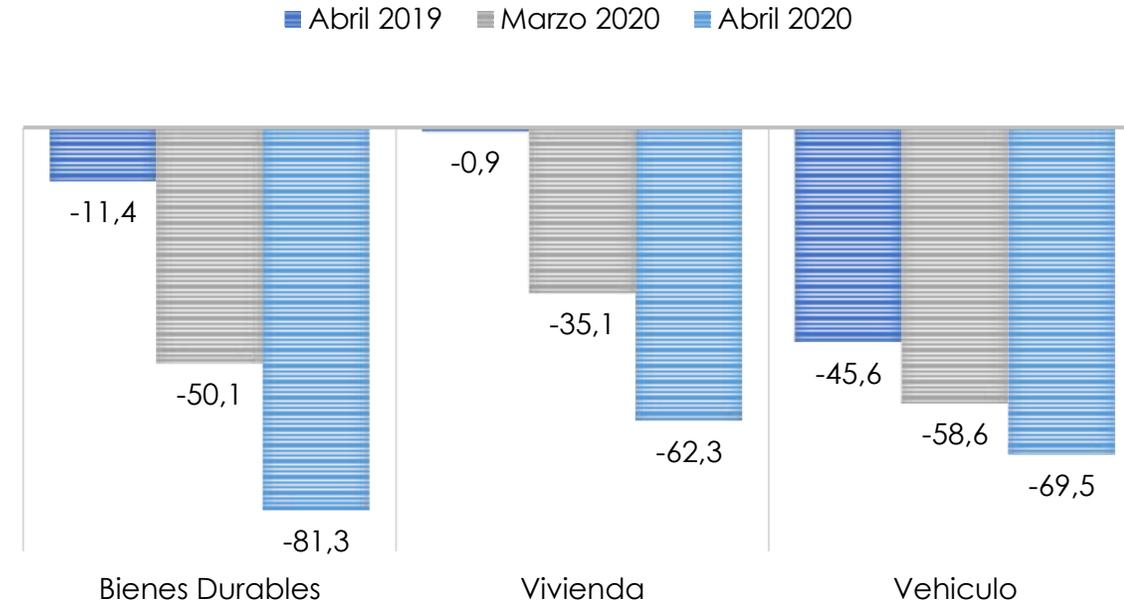
**LA PEOR CAÍDA DE LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS.**

- El deterioro de la confianza de los consumidores se ve impulsada por las bajas expectativas económicas.
- Los consumidores esperan que durante los próximos meses no vamos a tener buenos tiempos económicos.

## EVOLUCIÓN DEL ICC POR NIVEL SOCIOECONÓMICO



## DISPOSICIÓN A COMPRAR DURANTE LA CUARENTENA



Para este mes se puede notar que todos los niveles socioeconómicos continúan con un índice de confianza negativo siendo este menor que el de marzo. Este comportamiento puede verse influenciado por la incertidumbre que sufren actualmente los colombianos frente a sus empleos, sus negocios y sus ingresos, pues el aislamiento ha llevado a que una gran cantidad de personas que trabajan de manera informal no puedan salir a trabajar y qué empresas se queden sin caja y recurren a drásticas medidas como el recorte del personal, el cierre de locales e incluso el cierre total de su empresa.

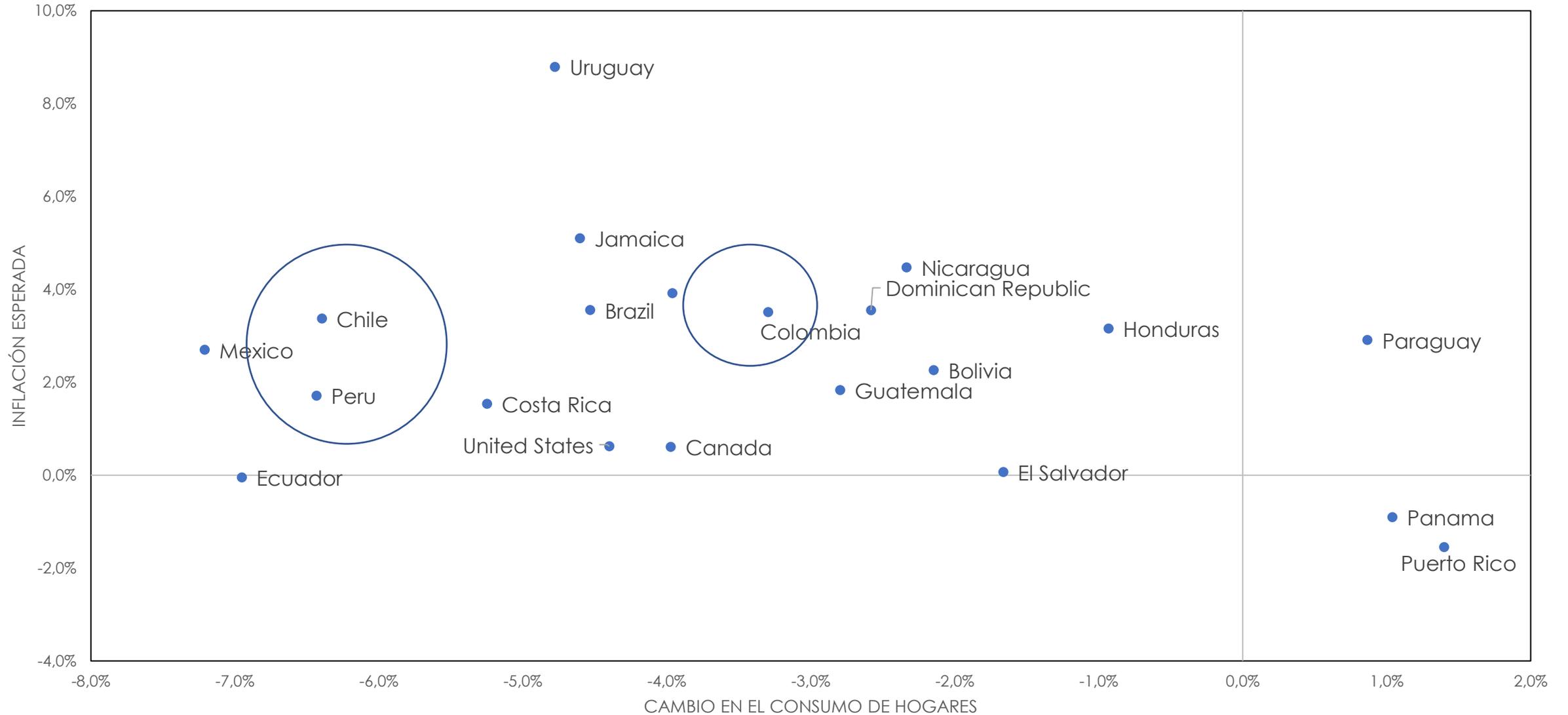
Lo anterior, puede llevar a que los hogares colombianos empiecen a ahorrar y a cuidar sus ingresos enfocándose en comprar únicamente productos de primera necesidad. Lo anterior se refleja en la disposición de los colombianos para comprar bienes durables, vivienda o vehículos al verse fuertemente afectada, pues no son productos de alto prioridad en este momento para los ciudadanos.



Y si NOS COMPARAMOS?

---

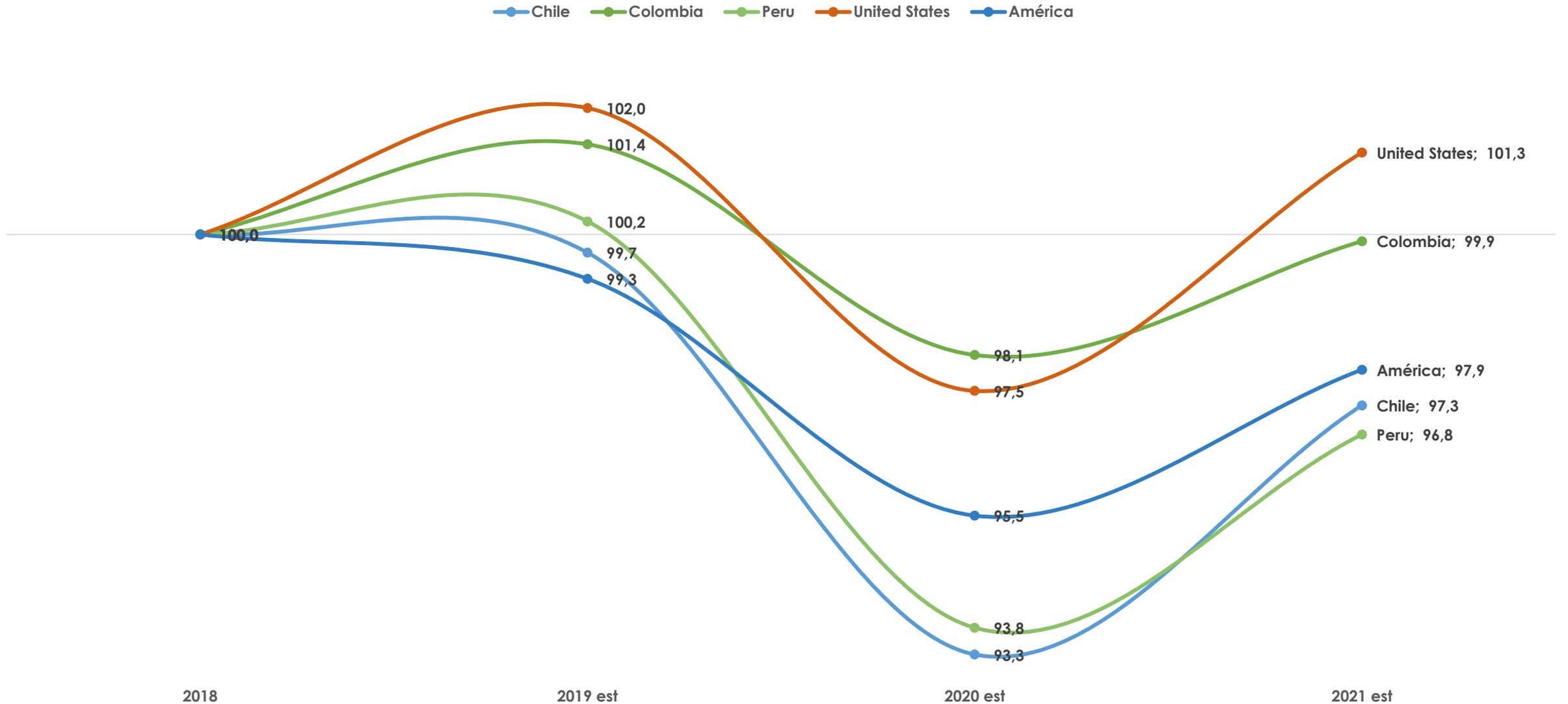
## CAMBIOS EN PRECIOS Y CONSUMO DE HOGARES EN 2020P - DESDE DATA FMI



# CONSUMO DE HOGARES PER CÁPITA - IMPACTO DEL CORONAVIRUS

## NIVEL DE CONSUMO PER CÁPITA OBERVADO Y ESPERADO

Chile Colombia Peru United States América



2018

2019 est

2020 est

2021 est

	CHILE feb-20	PERÚ feb-20	COLOMBIA feb-20
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	20,40%	26,9%	25,5%
BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO	5,64%	1,3%	4,0%
VESTUARIO Y CALZADO	2,35%	5,5%	2,8%
VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS	15,59%	8,5%	19,8%
EQUIPAMIENTO Y MANTENCIÓN DEL HOGAR	6,35%	5,1%	3,5%
SALUD	7,92%	3,2%	4,7%
TRANSPORTE	11,84%	12,2%	14,9%
COMUNICACIONES	4,12%	3,1%	1,7%
RECREACIÓN Y CULTURA	6,37%	4,8%	3,1%
EDUCACIÓN	7,24%	9,3%	5,7%
RESTAURANTES Y HOTELES	6,89%	13,6%	6,9%
BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	5,29%	6,4%	7,3%

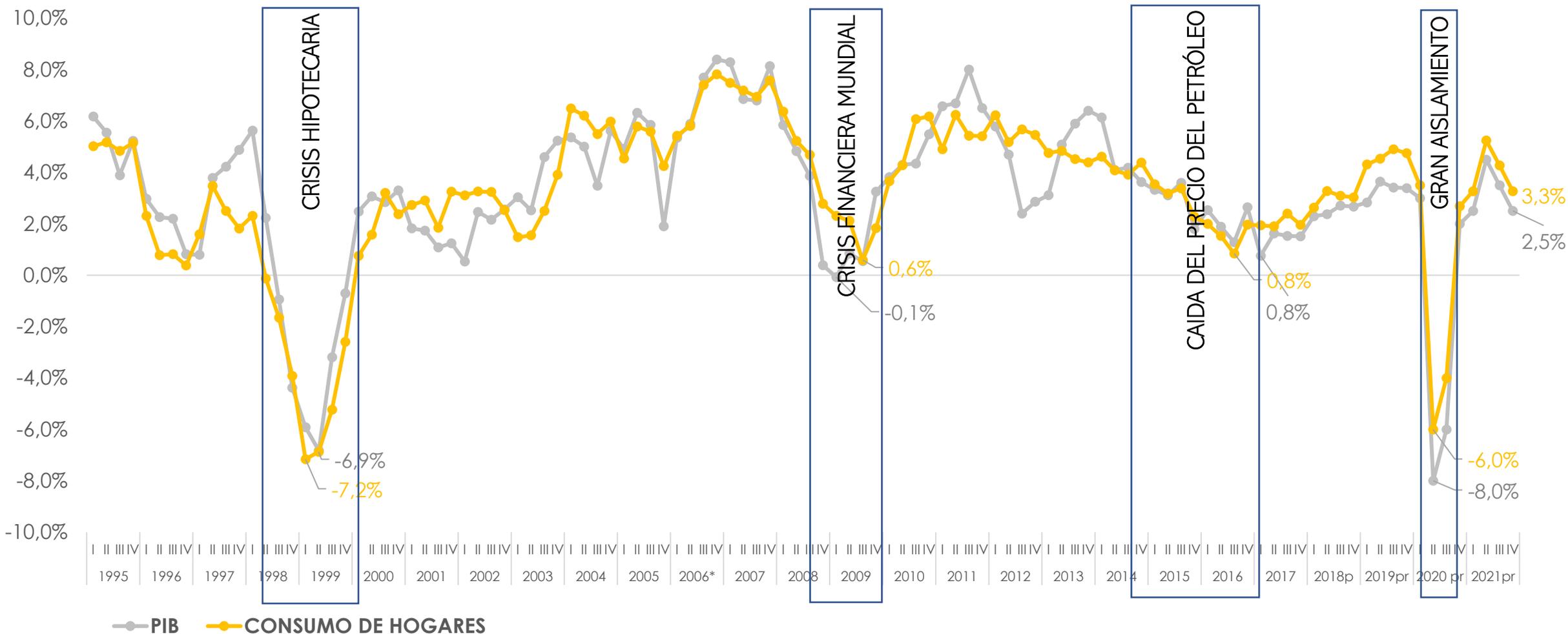


PERO ENTREMOS EN  
MATERIA...

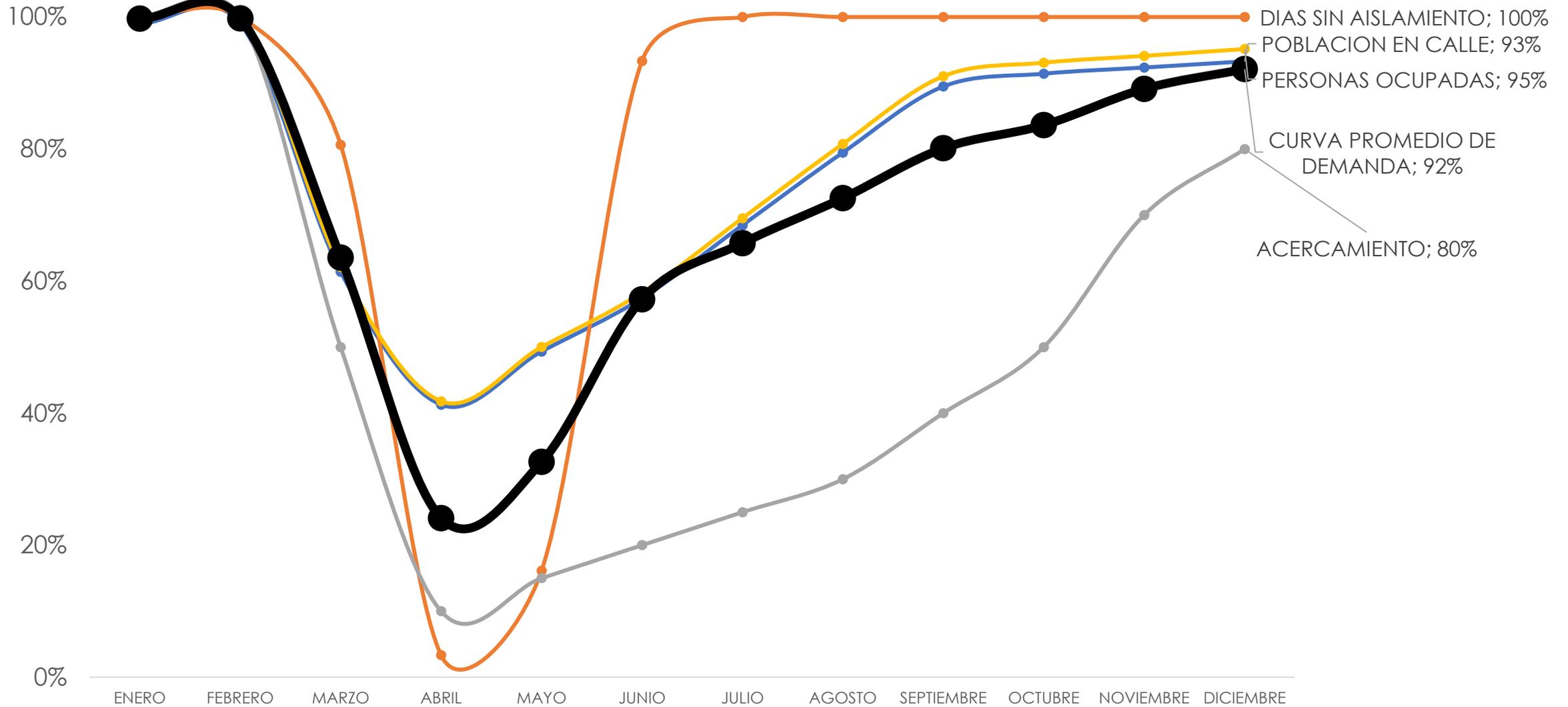


“El Gran Aislamiento” nos llevaría a una recesión económica, cercana a -2,4% del PIB en 2020. Este fenómeno es diferente a la **recesión de 1999**, debido a que en la segunda, por su duración profundidad y que en la segunda el Consumo de Hogares, será el mecanismo de recuperación de la economía colombiana, como ocurrió en la **Crisis Financiera Mundial** y la **Caída del Precio del Petróleo** de 2014-2016.

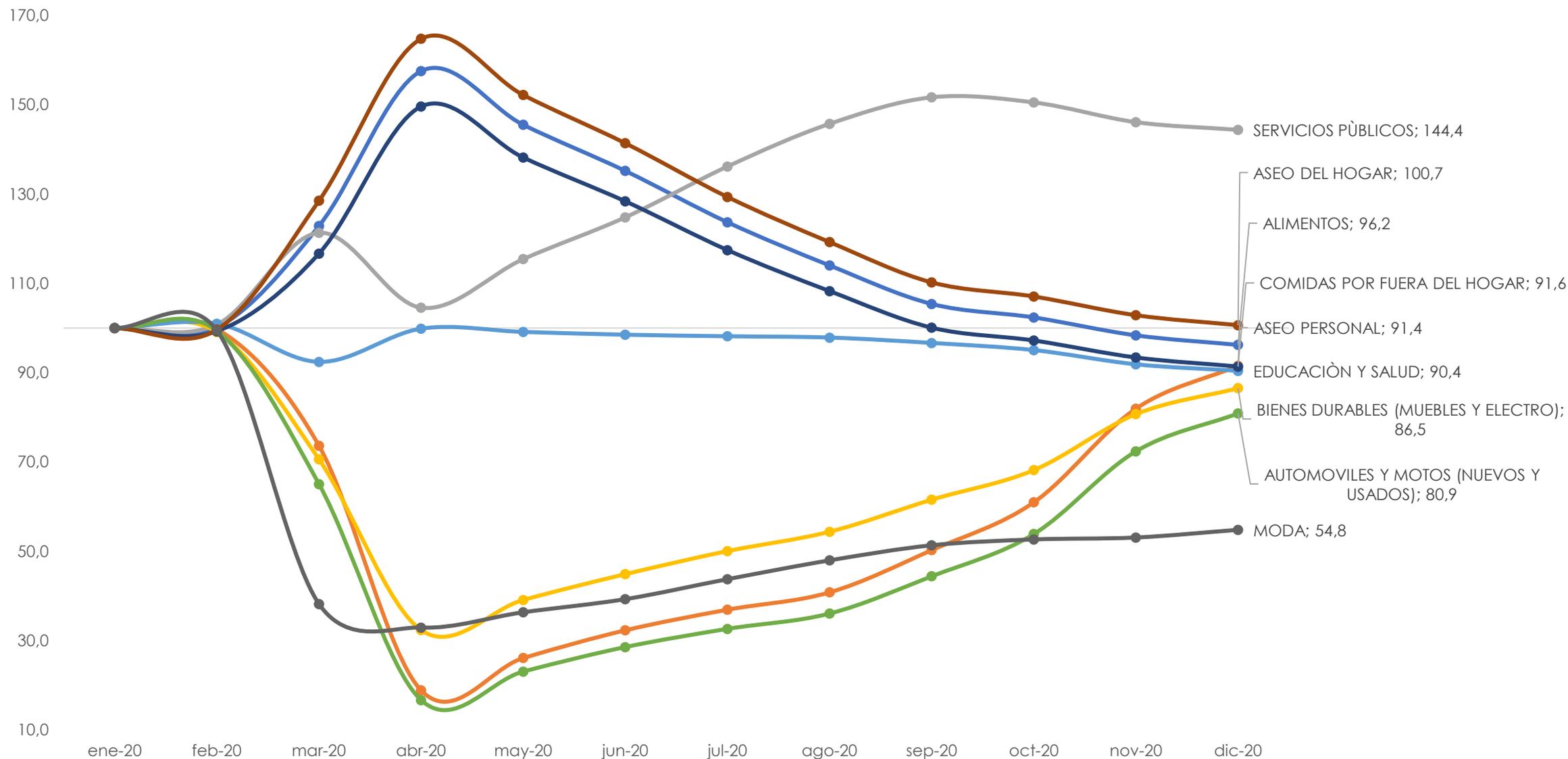
### CRECIMIENTO DEL PIB Y DEL GASTO DE HOGARES



## "CURVAS" DE DEMANDA ACTIVA EN EL MERCADO



## NIVELES DE DEMANDA POR ALGUNOS GRUPOS



# CÓMO SE GASTARÍAN UN MILLÓN DE PESOS LOS HOGARES COLOMBIANOS ANTE EL AISLAMIENTO

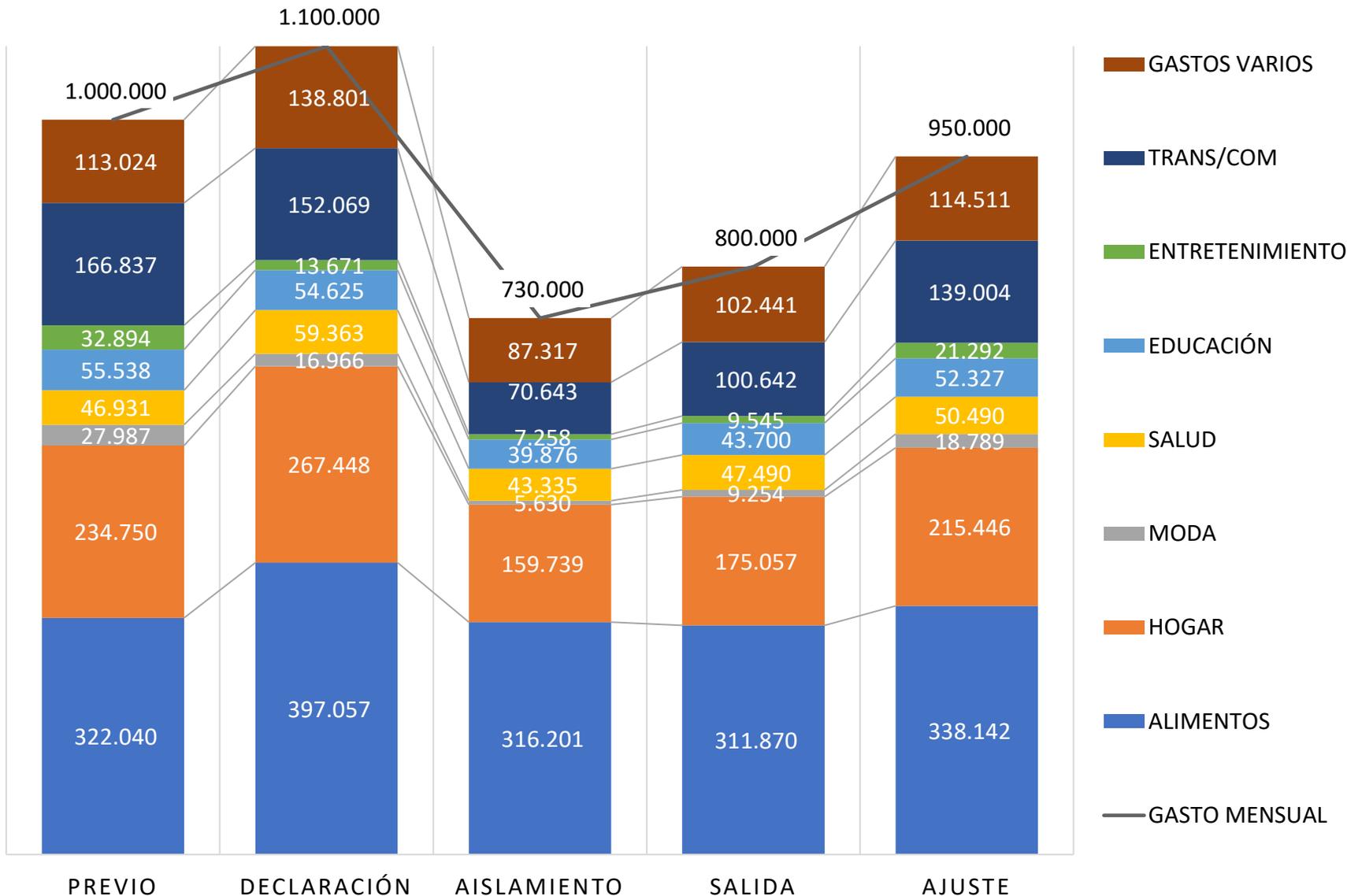
Ante la necesidad de quedarnos en casa, el gasto de los hogares se debe ajustar de manera importante; por esto analizamos cuáles serían cambios esperados mas probables:

(1) En el momento de la Declaración del aislamiento, los hogares compran mas elementos de aseo personal y para el hogar, mercado de alimentos y medicamentos; reducen sus gastos en entretenimiento, restaurantes y transporte, y mantienen los gasto en salud y educación. **(110%)**

(2) En aislamiento, gasto en entretenimiento se reduce de manera importante, las comidas por fuera del hogar se transforman mayormente en domicilios, se defienden los gastos en servicios públicos, salud y educación, con una contracción del tamaño el gasto del mercado mensual. **(73%)**

(3) En la salida, la dinámica de gasto será moderada, ya que muchos gastos serán limitados como ir a cine o viajar. **(80%)**

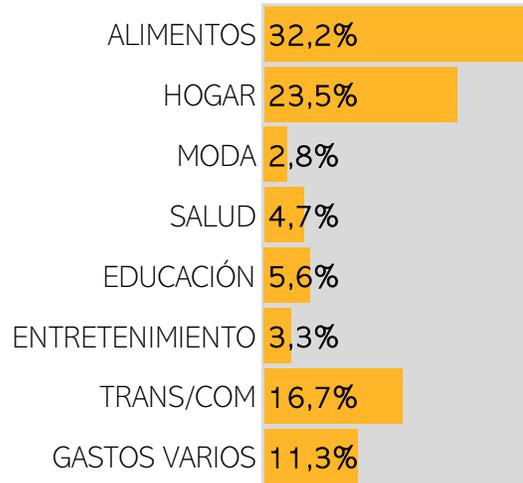
(4) Finalmente, se espera que el gasto por hogar se contraiga un 5% frente al comienzo del proceso. **(95%)**



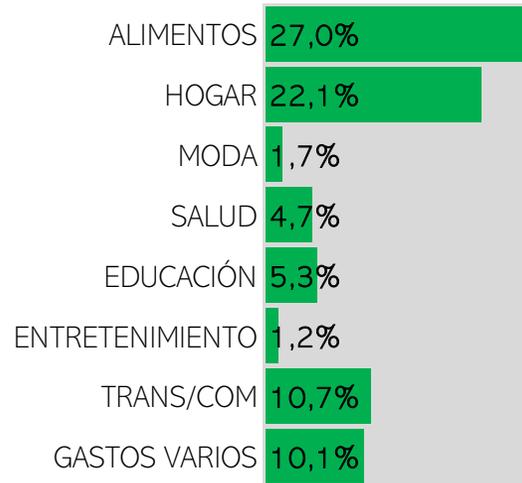
# ESCENARIOS DEL "GOLPE" A LOS HOGARES, SEGÚN SUS CONDICIONES DE INGRESO, EMPLEO Y AHORRO

# ESCENARIOS DEL "GOLPE" A LOS HOGARES, SEGÚN SUS CONDICIONES DE INGRESO, EMPLEO Y AHORRO

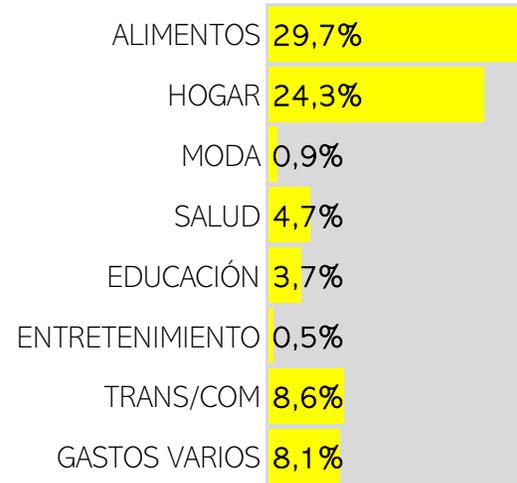
"NORMAL"



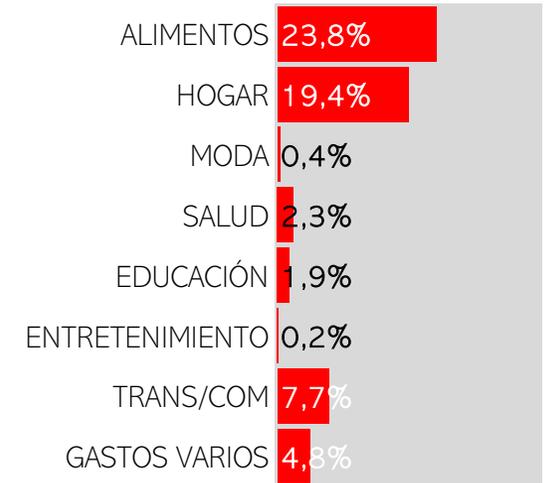
AISLAMIENTO CON INGRESO Y AHORRO



AISLAMIENTO SIN INGRESO FIJO



AISLAMIENTO SIN INGRESO FIJO SIN AHORRO



"AHORRO"/NO GASTO 0,0%

"AHORRO"/NO GASTO 17,2%

"AHORRO"/NO GASTO 19,6%

"AHORRO"/NO GASTO 39,4%

% DE LA POBLACIÓN 30%

% DE LA POBLACIÓN 45%

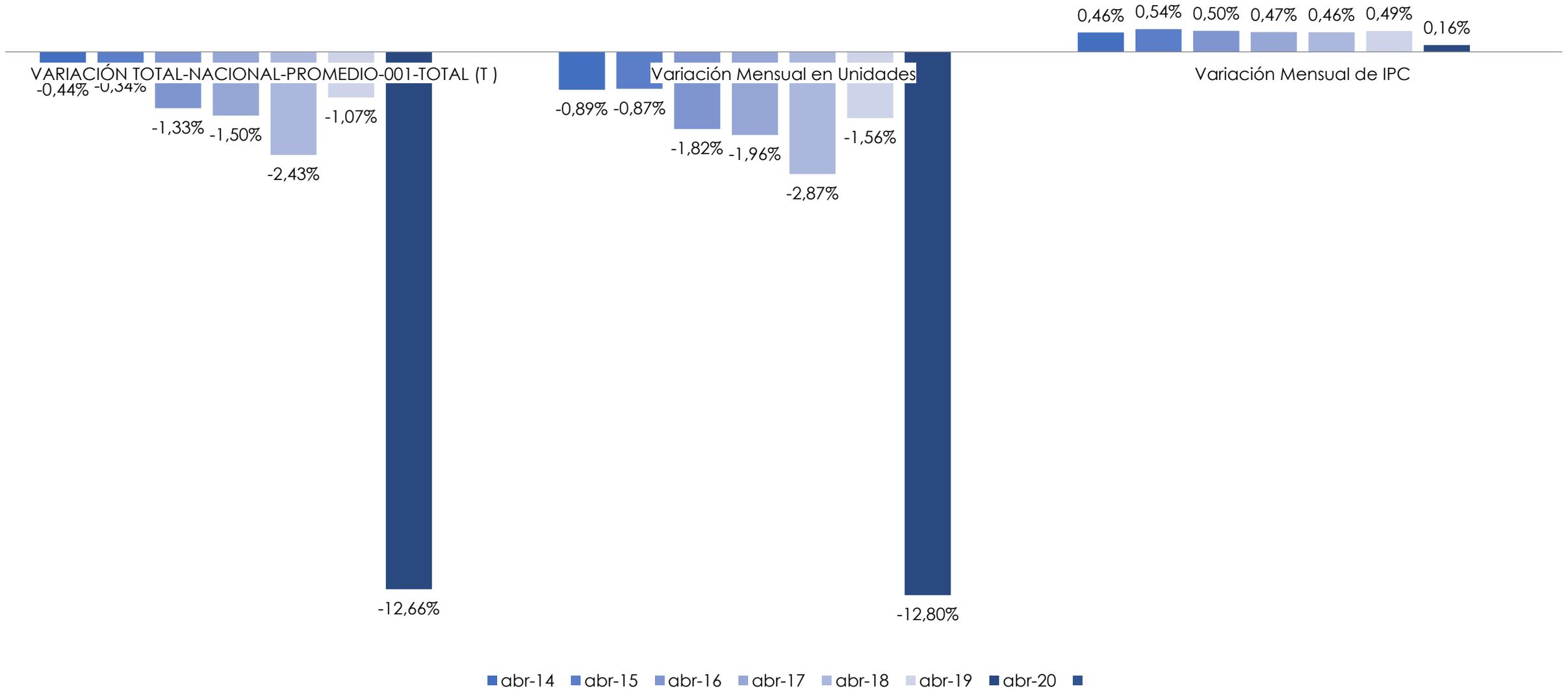
% DE LA POBLACIÓN 25%



# QUÉ PASÓ EN ABRIL?

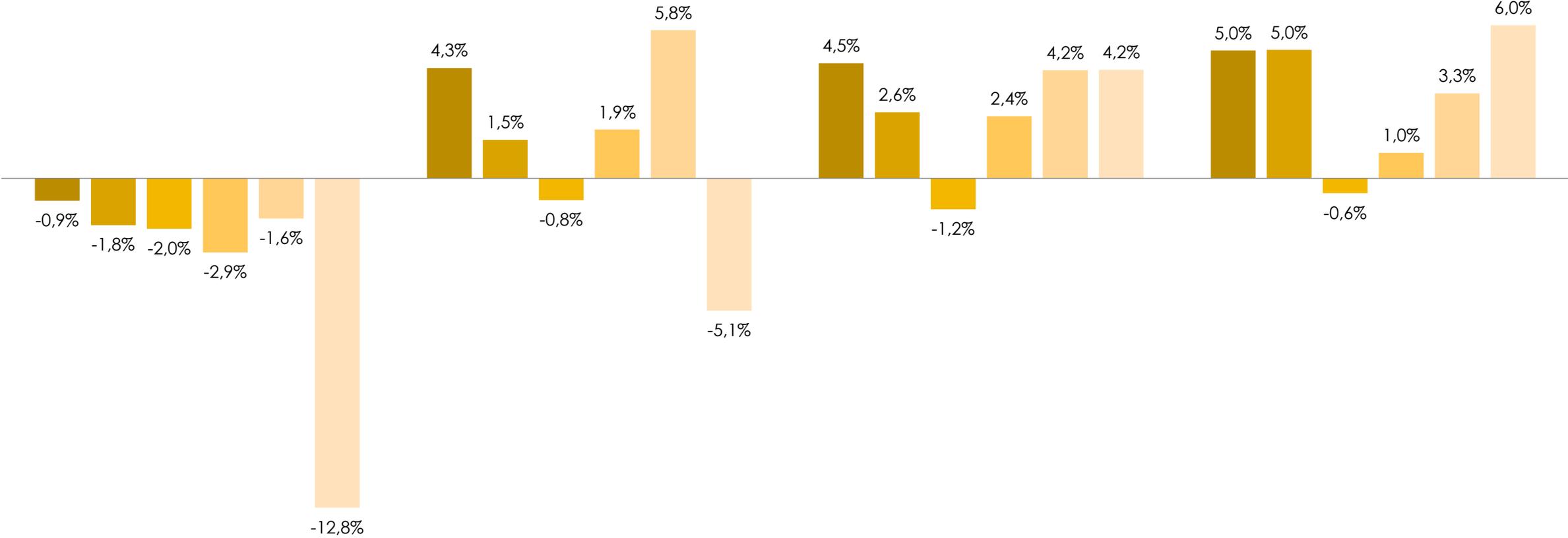
---

# VARIACIÓN MENSUAL DEL MERCADO POR MES



# DINAMICA DE LAS COMPRAS DE LOS HOGARES

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



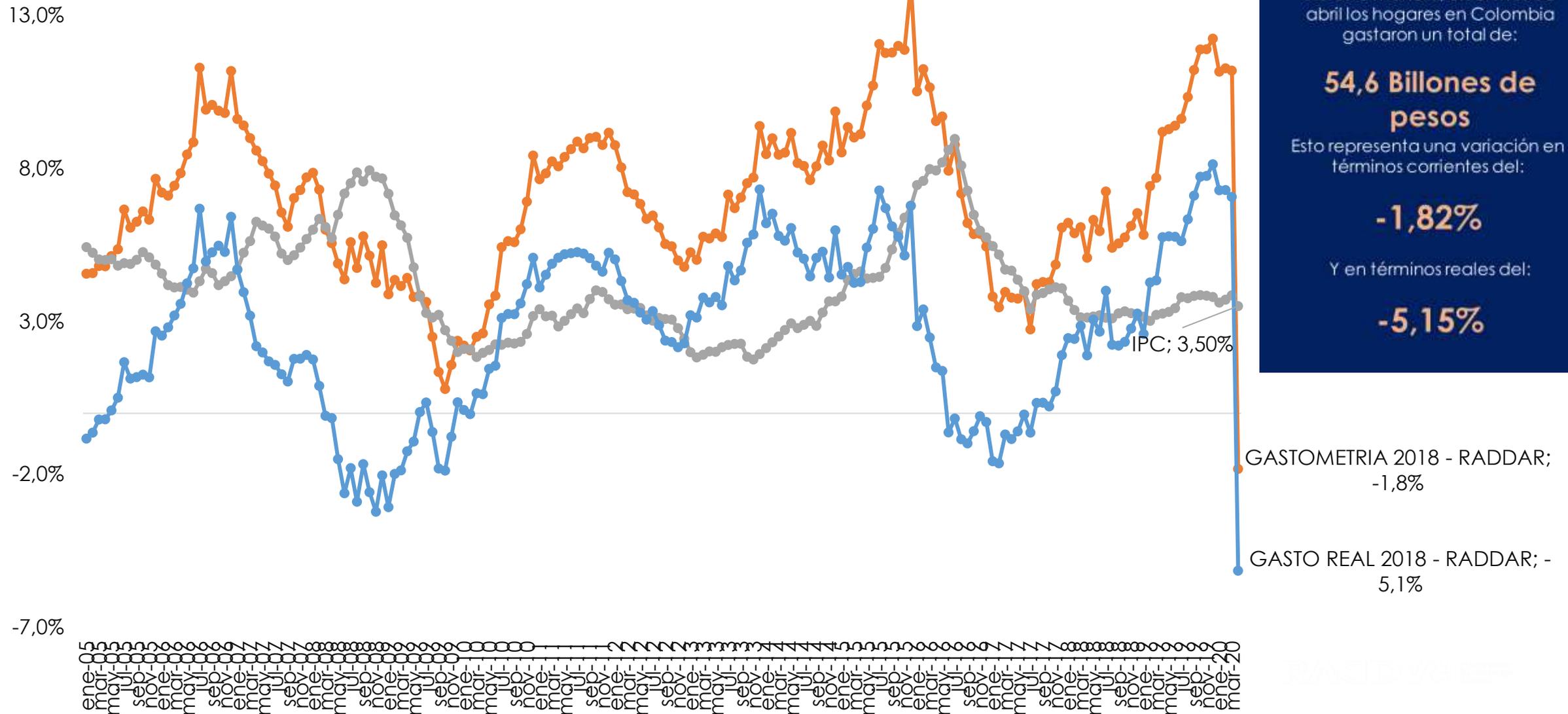
AL MES ANTERIOR

AL MISMO MES DEL AÑO PASADO

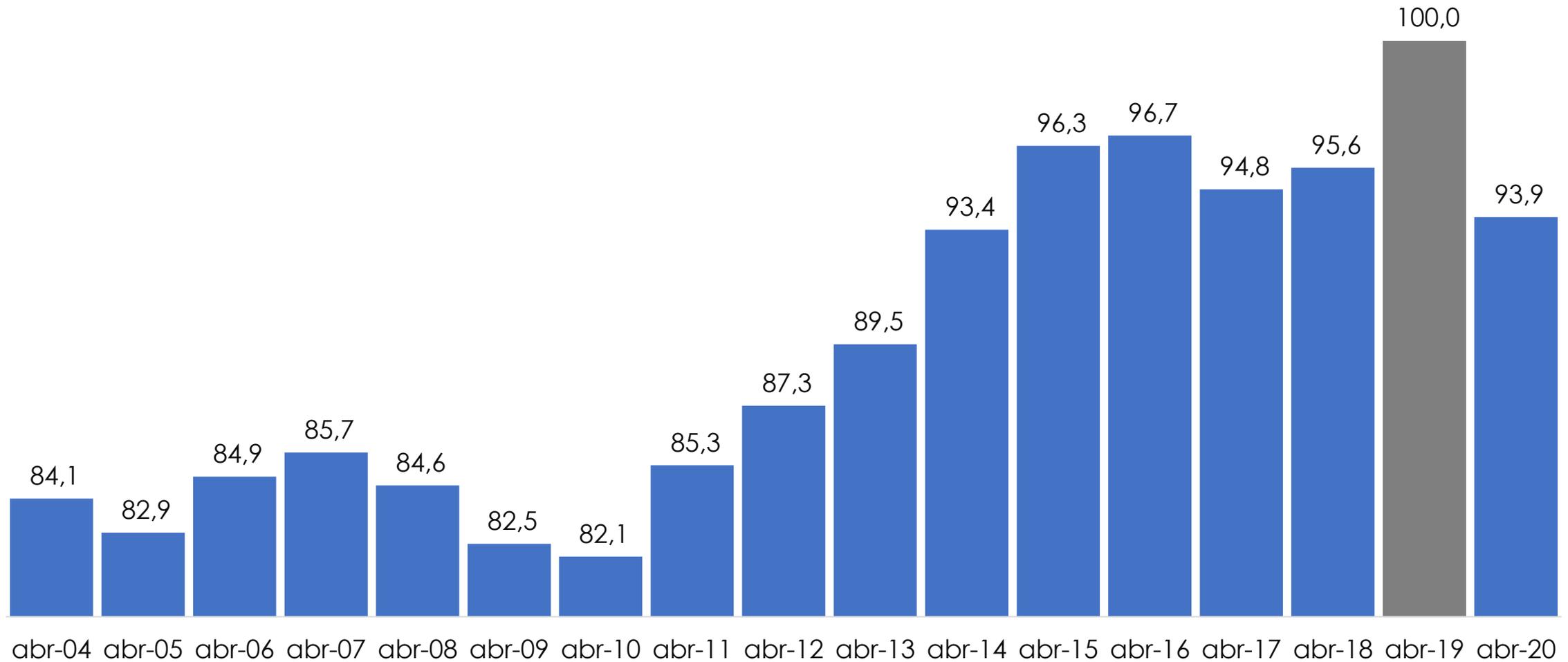
LO QUE VA CORRIDO DEL AÑO

LOS ULTIMOS 12 FRENTE A LOS ANTERIORES - NACIONAL-PROMEDIO-TOTAL (T)

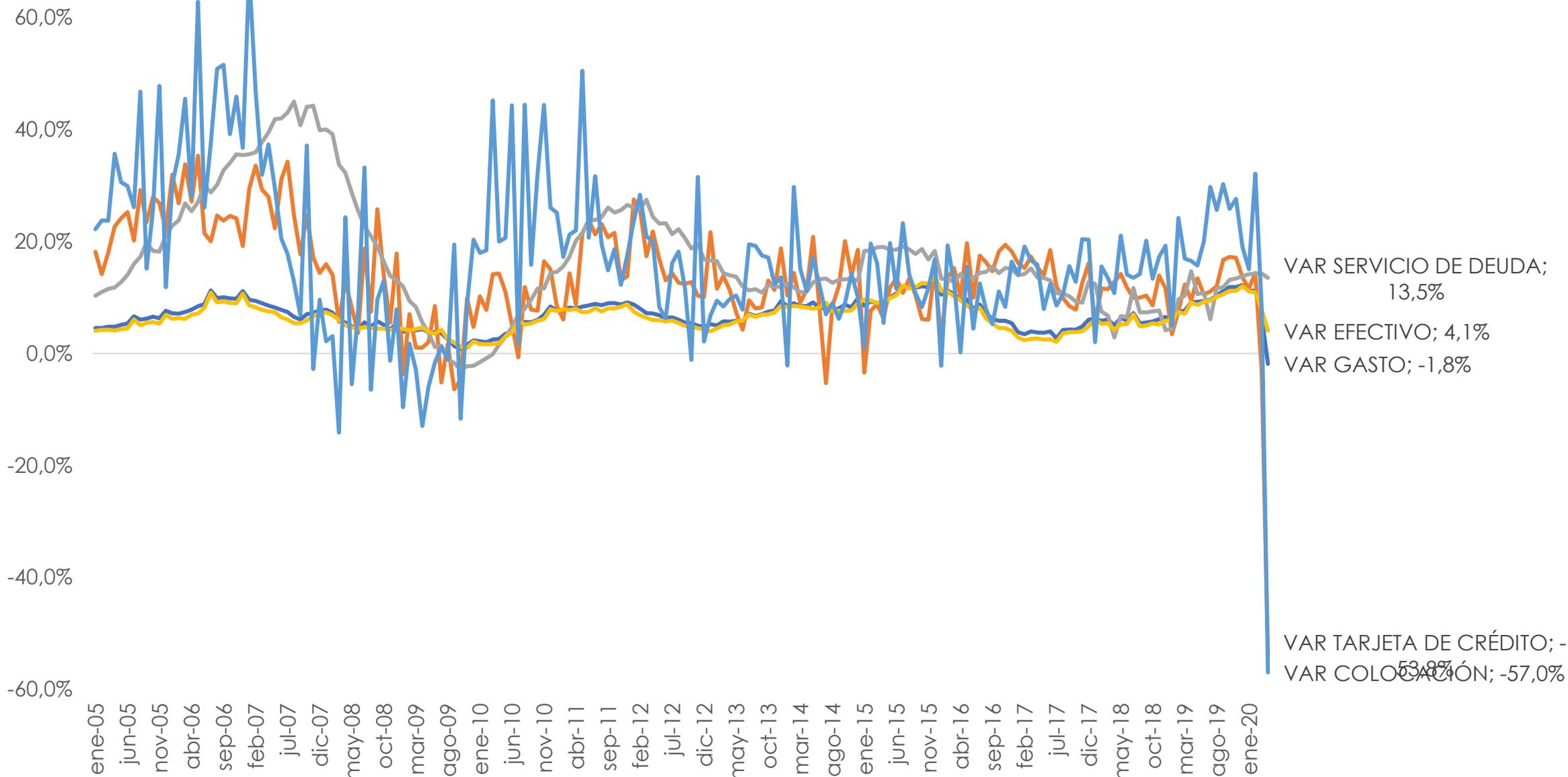
## CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES (FRENTE AL MES DEL AÑO ANTERIOR EN COLOMBIA SEGÚN RADDAR)



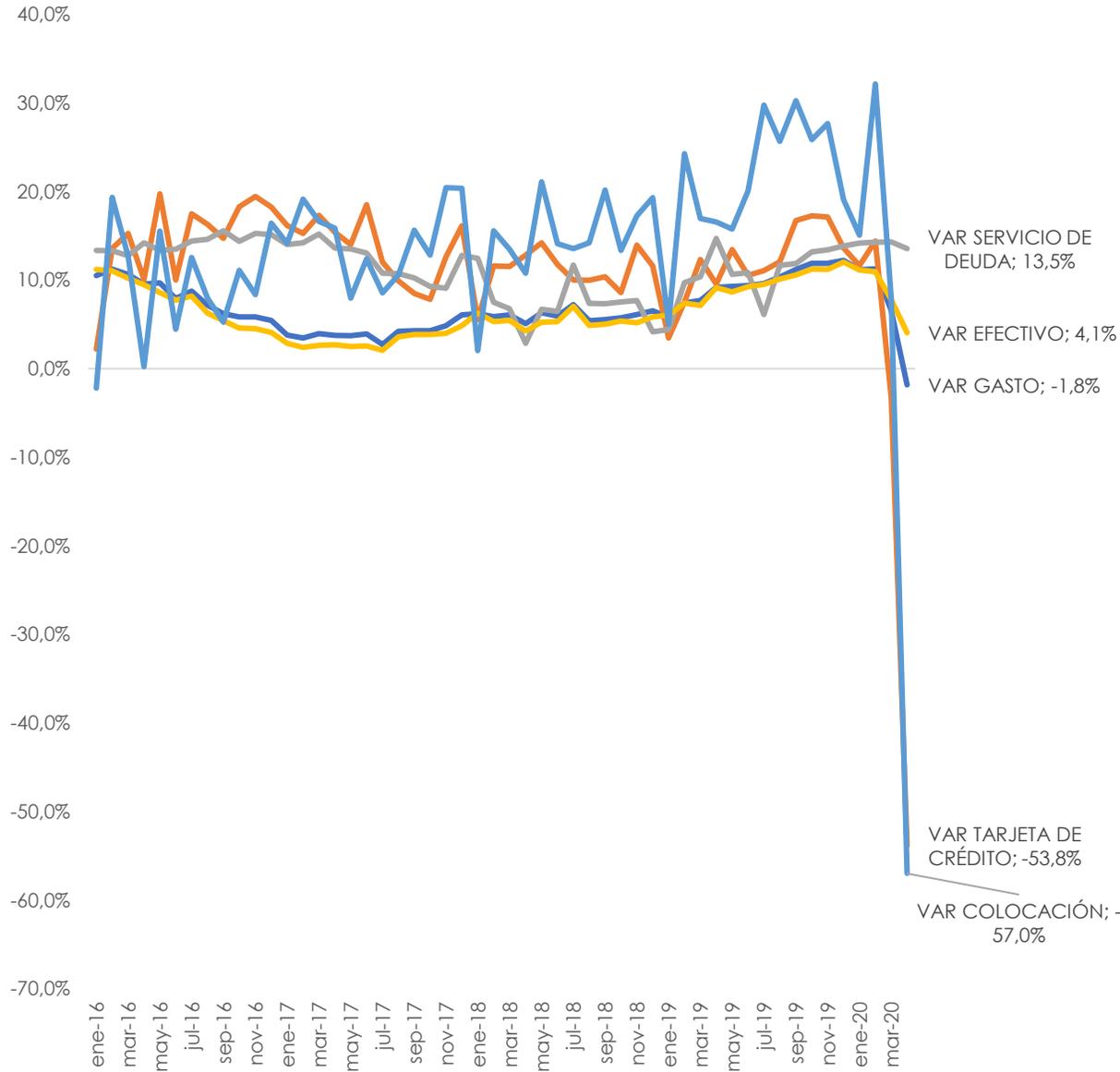
SI EN ABRIL DE 2020, UNA PERSONA EN COLOMBIA COMPRÓ 100 COSAS,  
¿CUANTO COMPRÓ ESTE MES?



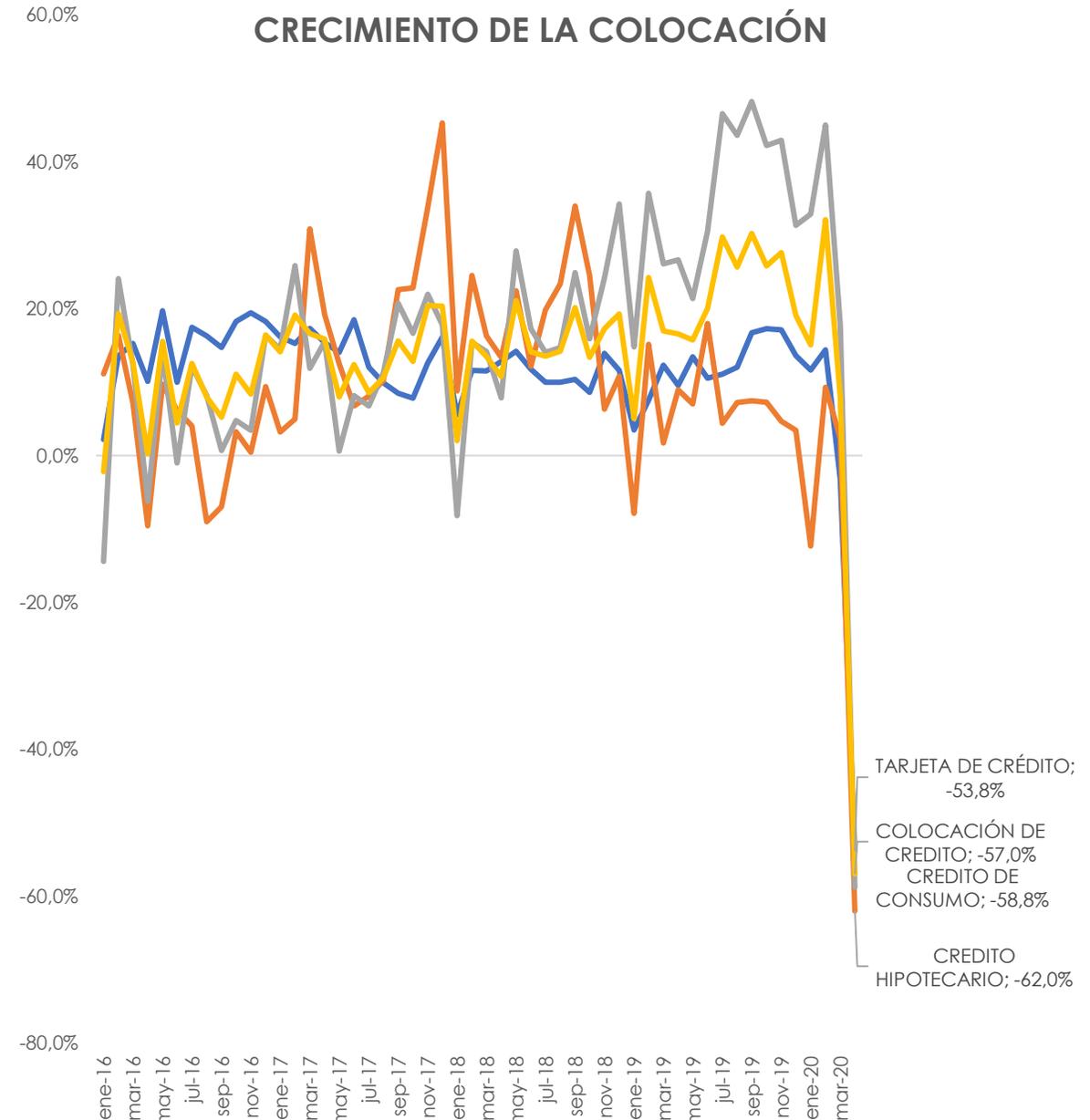
## DINÁMICA DE LOS MEDIOS DE PAGO EN EL GASTO DE LOS HOGARES



## CRECIMIENTO DE MEDIOS DE PAGO



## CRECIMIENTO DE LA COLOCACIÓN



**Canastas con mayor crecimiento**



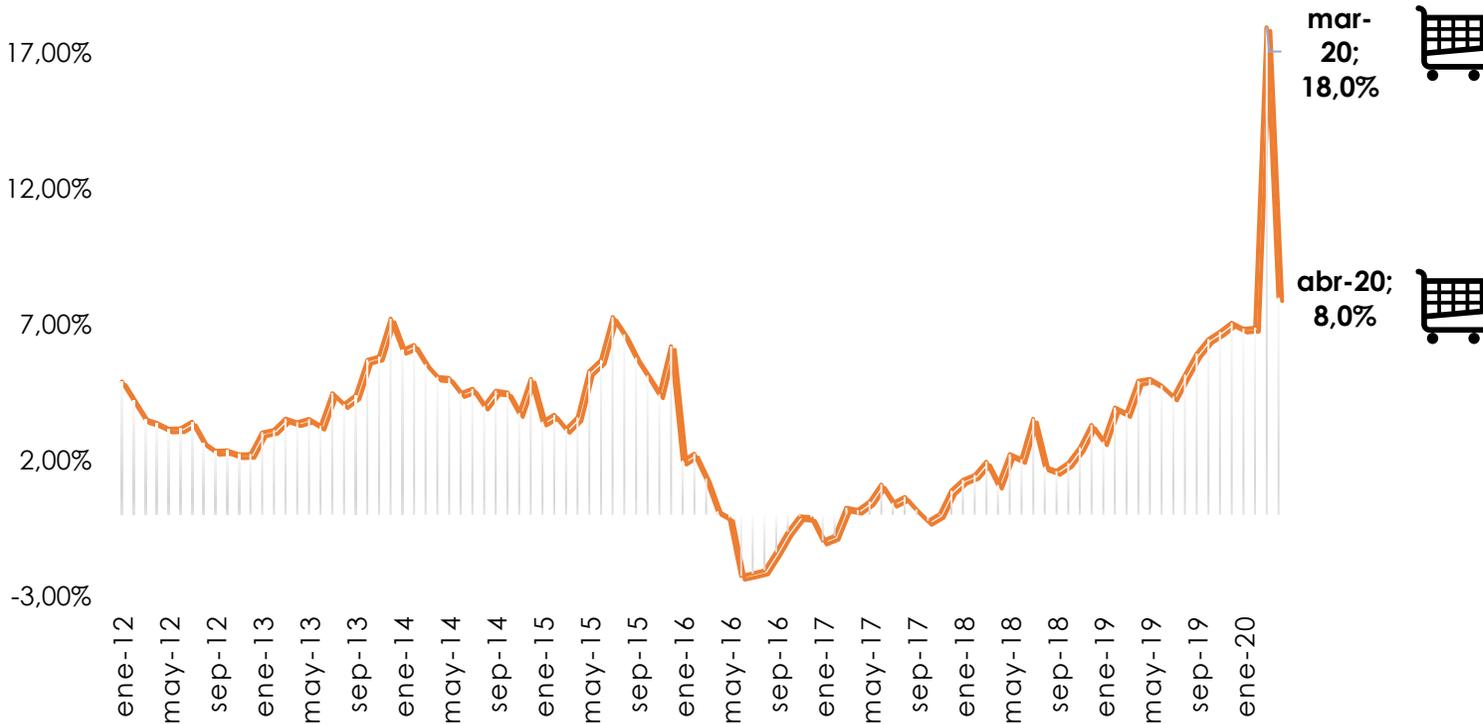
**Crecimiento anual del gasto real de las canastas de consumo RADDAR - ABRIL**

**Canastas con menor crecimiento**



# El carrito de mercado y las compras que frecuentemente hacemos...

Crecimiento anual del gasto real en compras frecuentes



Pese a que el 72% del gasto que realizan los hogares se hacen en productos de compra frecuente, un 4% más que en el mes de marzo, y un 16% más que hace un año. Con respecto al mes anterior el gasto en esta clase de productos es menor, consecuencia del aumento de los precios en muchos de los artículos que componen los frecuentes.

**Los artículos de compras frecuentes que más crecieron en el mes de abril en gasto real fueron:**

- Papeles de cocina, jabones, insecticidas, detergentes y blanqueadores, gas, limpiadores y desinfectantes, pañales y otros, energía eléctrica y acueducto, alcantarillado y aseo.

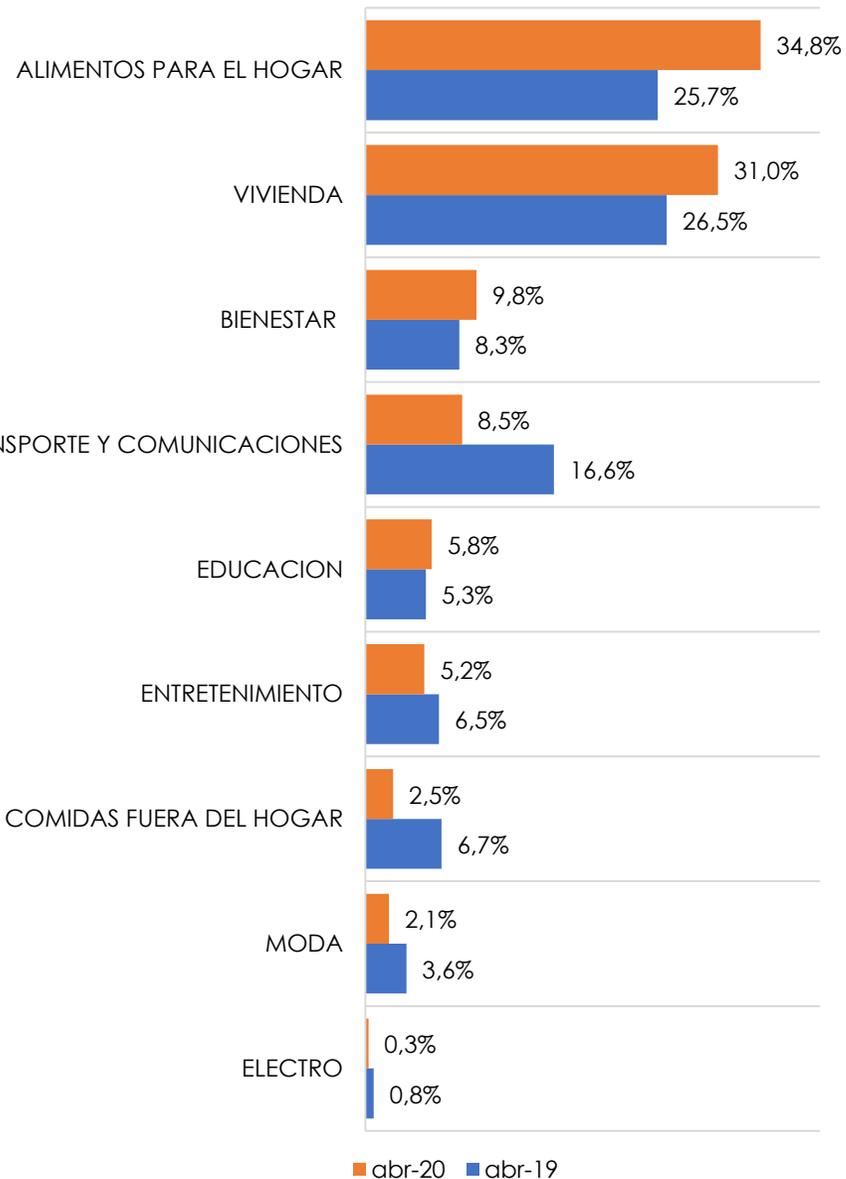
**Por otro lado, los artículos de compras frecuentes que decrecieron en el mes de abril en gasto real fueron:**

- Taxi, gastos de cafetería, almuerzo, combustible, periódicos, buseta, bus, otros medios transporte urbano y servicio doméstico.

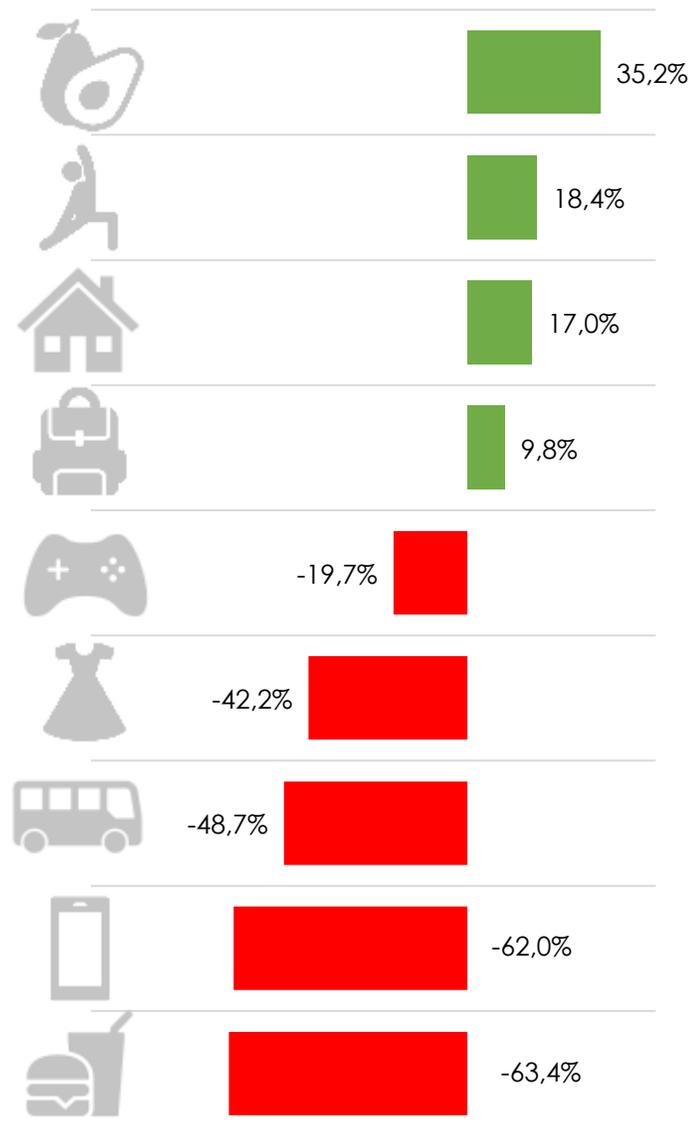
Participación de las compras frecuentes en el gasto de los hogares



## Pocket Share según canastas



## Variación anual del pocket Share según canastas



RADDAR - Documento Confidencial - Prohibida su reproducción

# ¿Cómo están asignando el gasto los hogares?

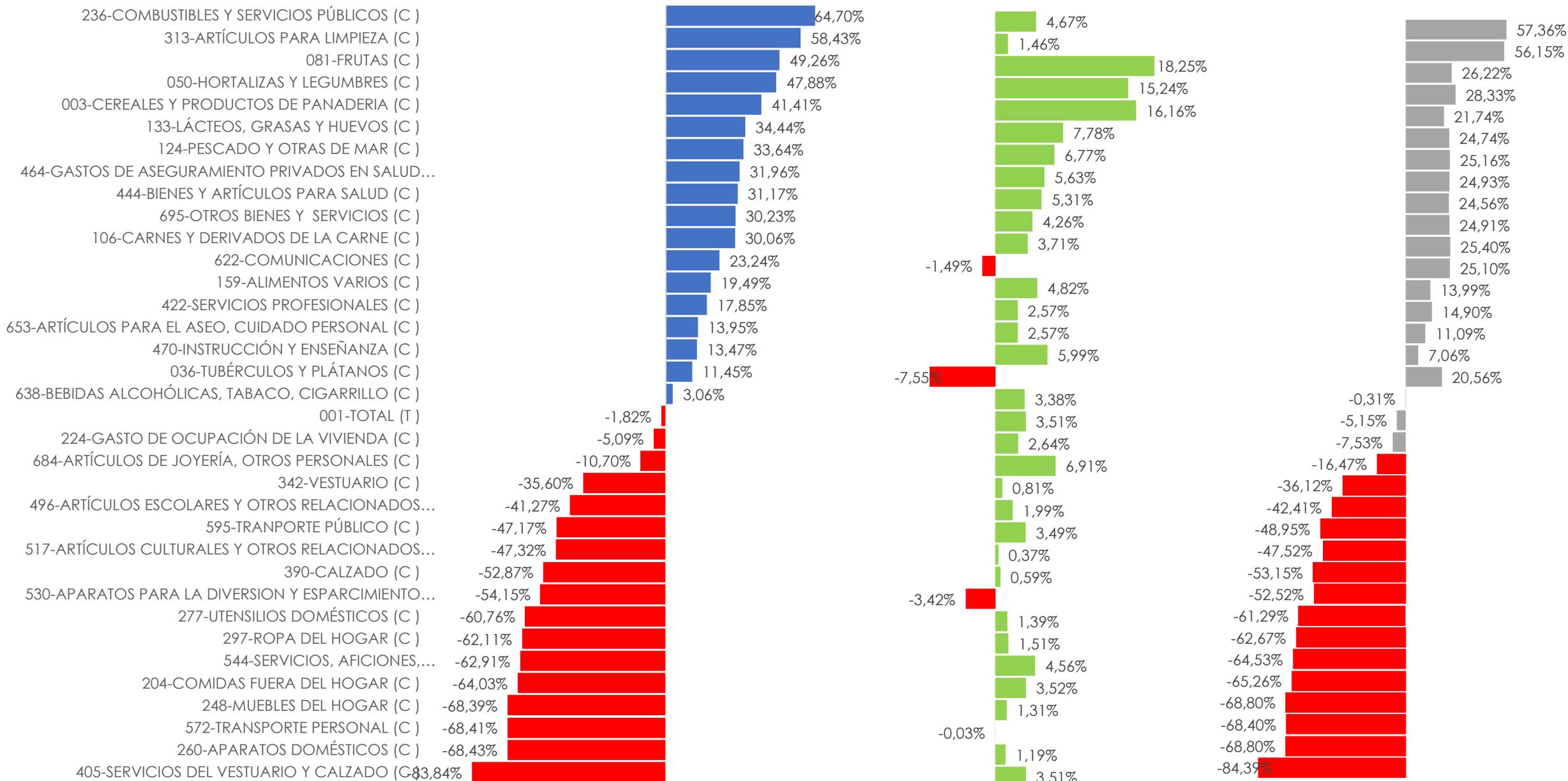
En el mes de abril, los hogares colombianos destinan de su bolsillo principalmente a las canastas de alimentos para el hogar, vivienda y bienestar. Esto se debe por los efectos que tiene la coyuntura actual en la población, donde los bienes de primera necesidad son las más buscados, además el confinamiento ha incentivado el deporte en casa y el mayor consumo de medicamentos que aumenten las defensas, adicionalmente, abril es una temporada donde la gripe es muy común en la población.

La reestructuración evidencia que canastas como electro, moda, comidas fuera del hogar, entretenimiento y educación son las más afectadas, puesto que la situación económica y social de la población imposibilitan el consumo en estas canastas respecto al año anterior, en donde, para la época se realizaban eventos, viajes y compras por la temporada de semana santa.

## CAMBIO EN PESOS

## CAMBIO EN PRECIOS

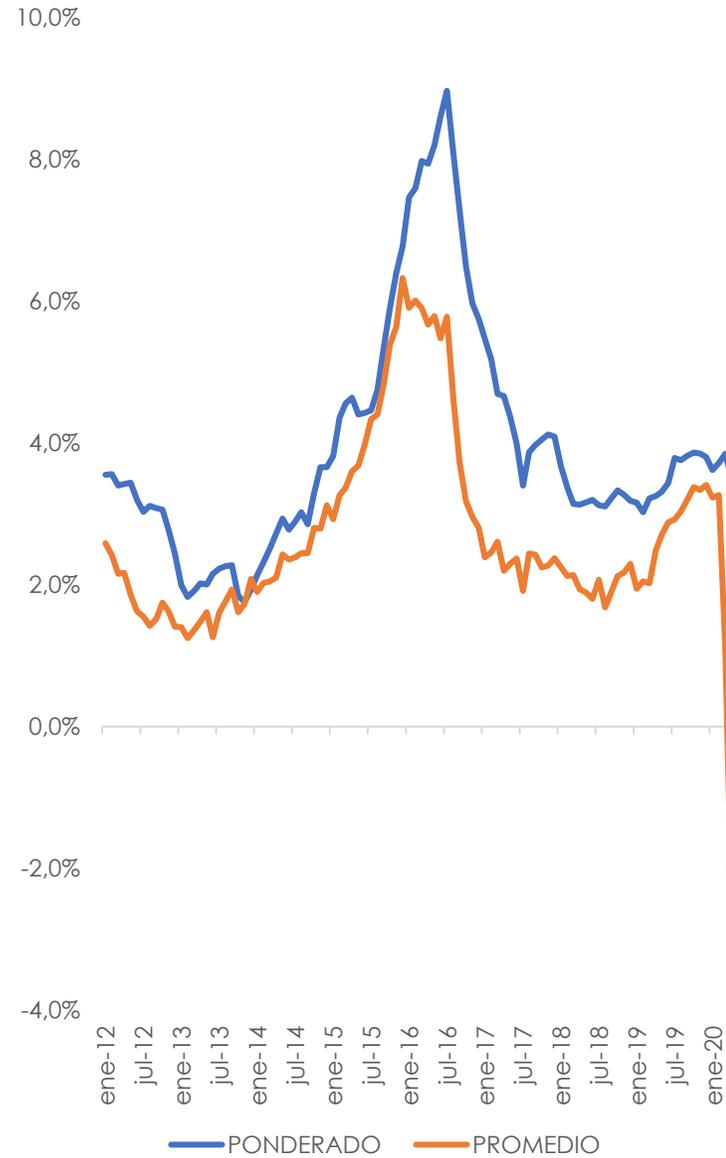
## CAMBIO EN VOLÚMENES



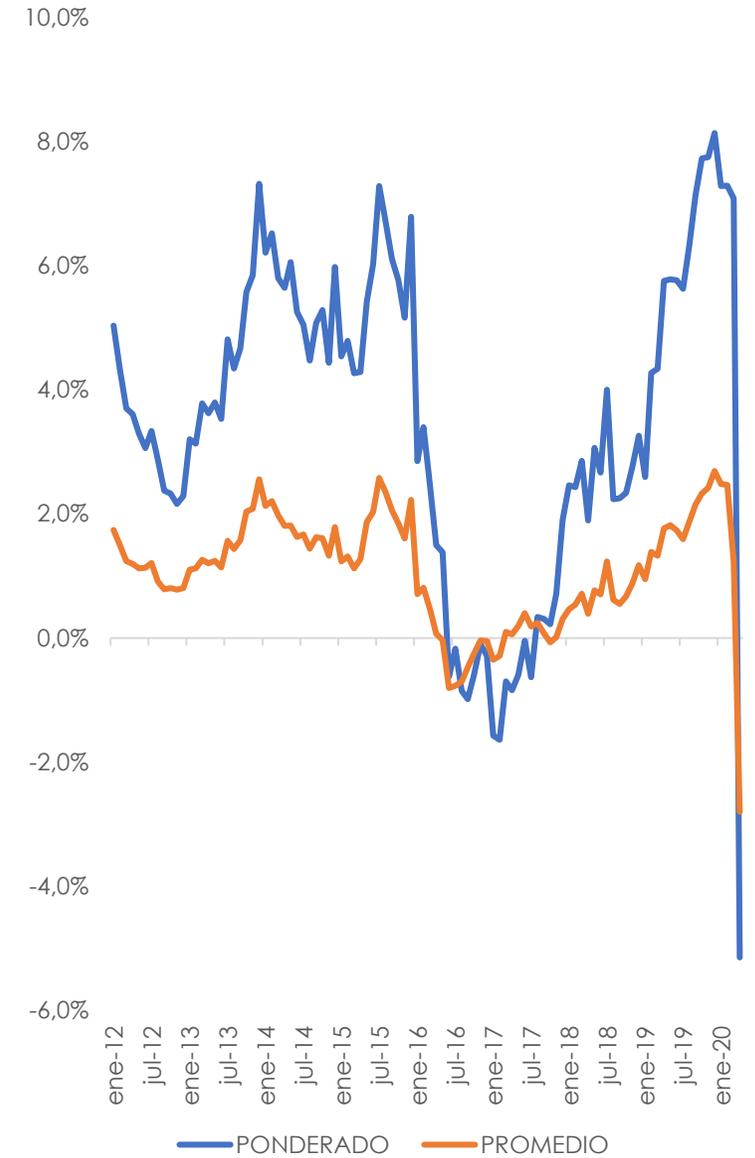
### VAR GASTO



### INFLACIÓN



### VAR GASTO REAL



# DINÁMICA DEL GASTO EN LAS CIUDADES PRINCIPALES



**0,05%**  
Var anual del gasto real

**BARRANQUILLA**

Tamaño de mercado: 2,11 billones de pesos  
Gasto per cápita: 1,7 millones de pesos.  
Variación anual gasto per cápita: 4,8%  
Variación gasto per cápita (antes de cuarentena): -10,2%



**-3,43%**  
Var anual del gasto real

**CALI**

Tamaño de mercado: 3,78 billones de pesos  
Gasto per cápita: 1,4 millones de pesos.  
Variación anual gasto per cápita: -0,4%  
Variación gasto per cápita (antes de cuarentena): -14,5%



**-4,74%**  
Var anual del gasto real

**MEDELLÍN**

Tamaño de mercado: 5,21 billones de pesos  
Gasto per cápita: 1,3 millones de pesos.  
Variación anual gasto per cápita: -1,8%  
Variación gasto per cápita (antes de cuarentena): -15,3%



**-5,18%**  
Var anual del gasto real

**BUCARAMANGA**

Tamaño de mercado: 1,02 billones de pesos  
Gasto per cápita: 1,09 millones de pesos.  
Variación anual gasto per cápita: -1,8%  
Variación gasto per cápita (antes de cuarentena): -15,1%

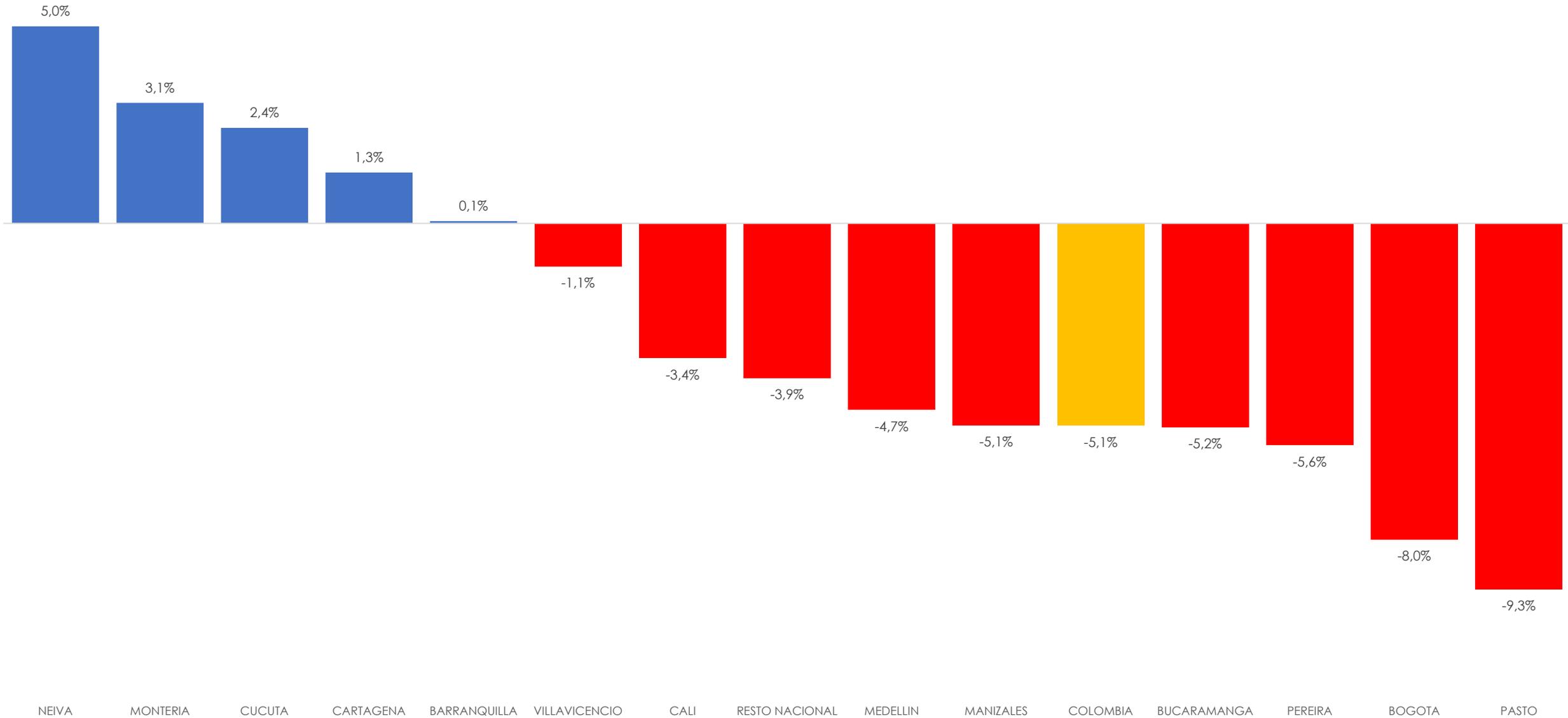


**-8,03%**  
Var anual del gasto real

**BOGOTÁ**

Tamaño de mercado: 19,78 billones de pesos  
Gasto per cápita: 2,30 millones de pesos.  
Variación anual gasto per cápita: -6,1%  
Variación gasto per cápita (antes de cuarentena): -17,8%

## CRECIMIENTO DEL GASTO DE LOS HOGARES EN ABRIL DE 2020 FRENTE A ABRIL DEL AÑO ANTERIOR

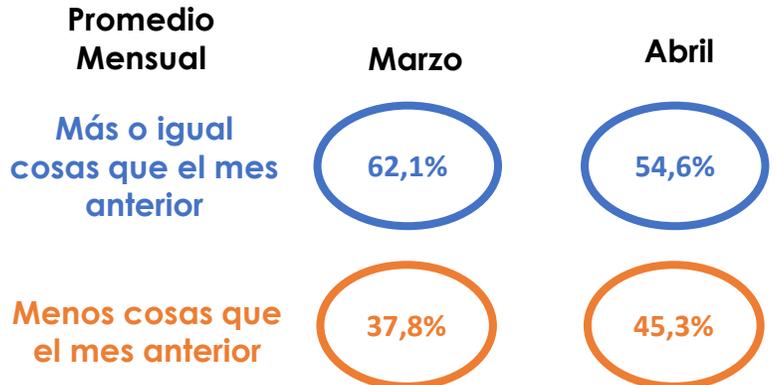




# Y QUÉ HAN HECHO LOS hogares?

---

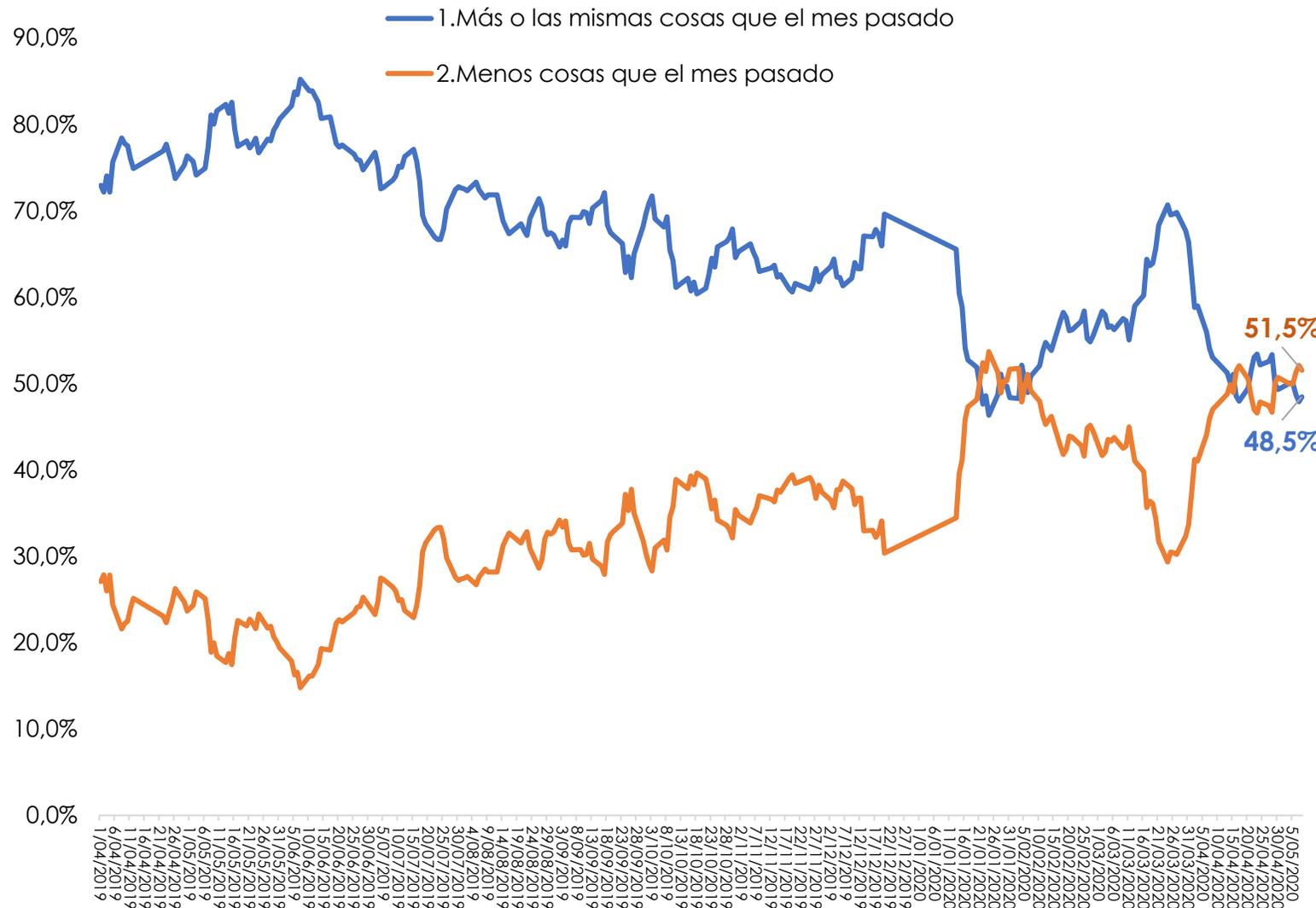
# ¿Cómo esta la percepción de compra de los hogares?



La autodeclaración de los hogares en lo corrido del año nos muestra cómo a principio del año derivado del pago de deudas y algunos gastos derivados de temporada escolar, la sensación de compra disminuye. Pese a ello esto, la percepción sobre sus gastos mejora, pero como era de esperarse con el confinamiento, nuevamente se observa una caída gradual, factores que tienen impacto dentro de este comportamiento:

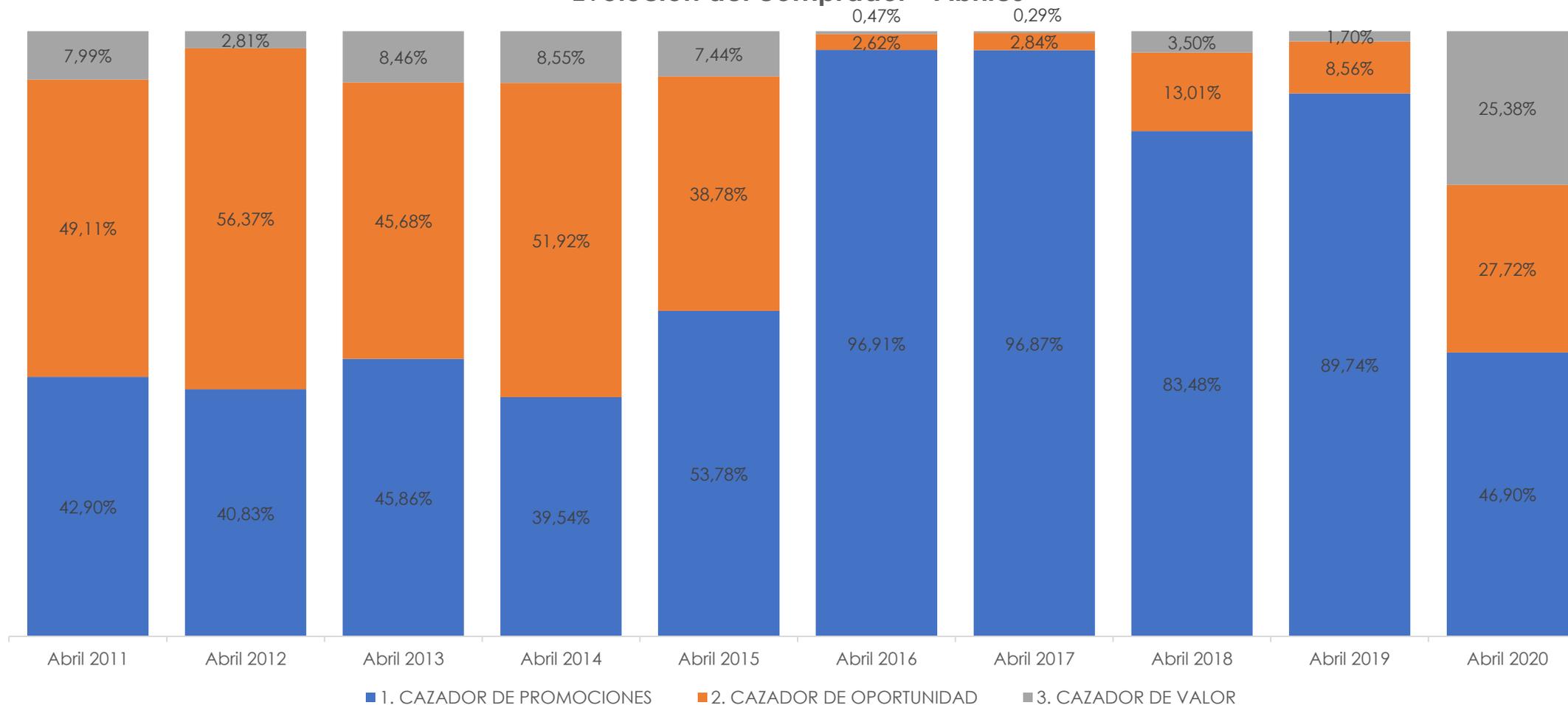
- Cierre de comercios, lo cual limita las compras y ventas de ciertos productos
- Sobreabastecimiento cercano a la fecha de inicio de cuarentena, lo cual hace que gradualmente tengan que comprar menos en ciertos productos

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



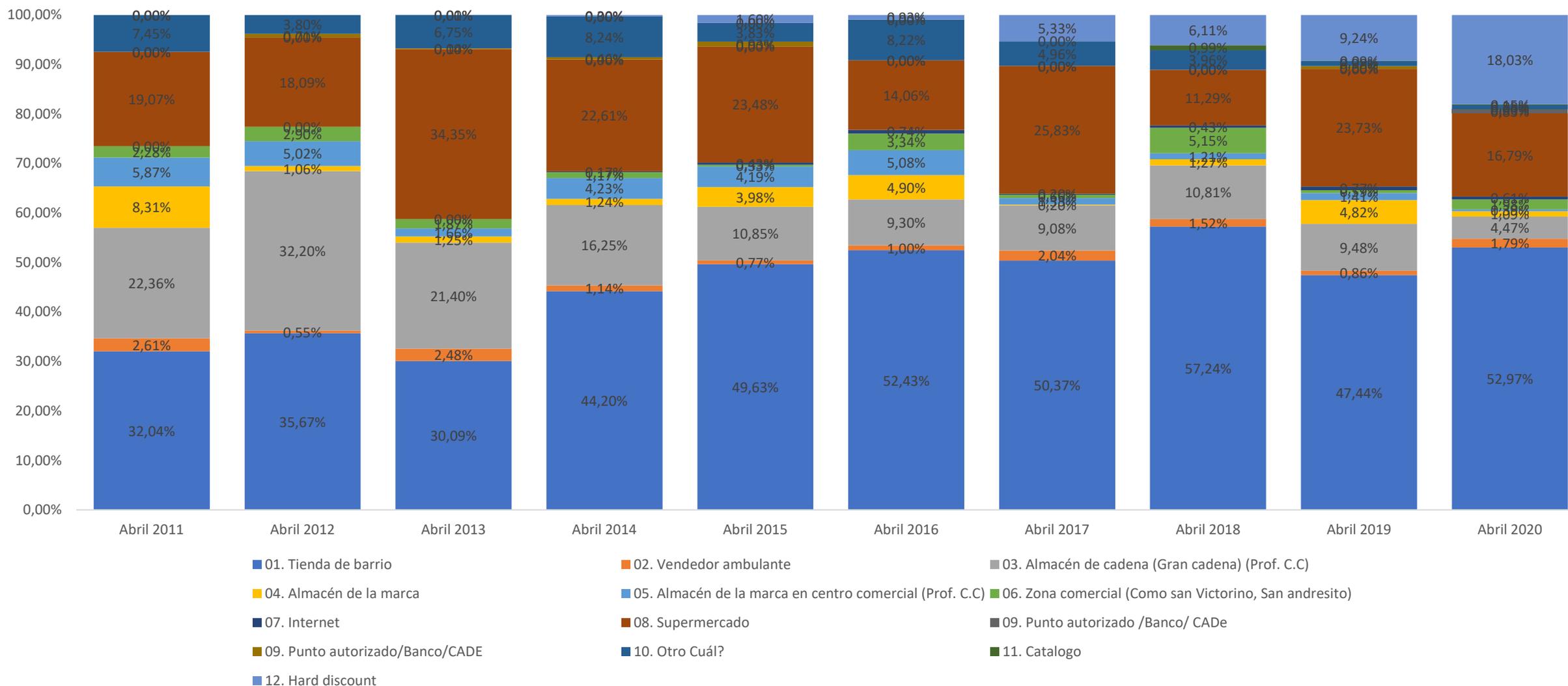
# Evolución del tipo de comprador

Evolución del comprador - Abries



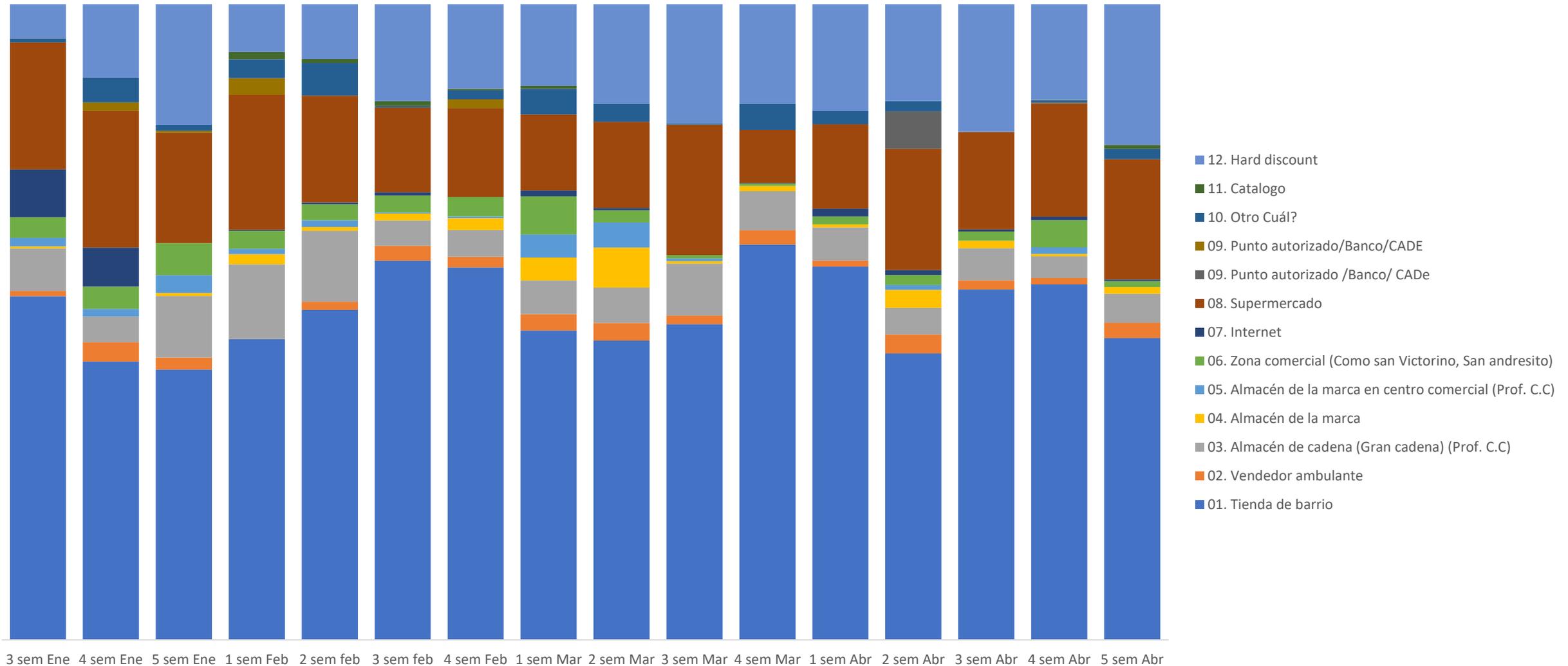
# Canales de Compra

Canales de compra - Abriles



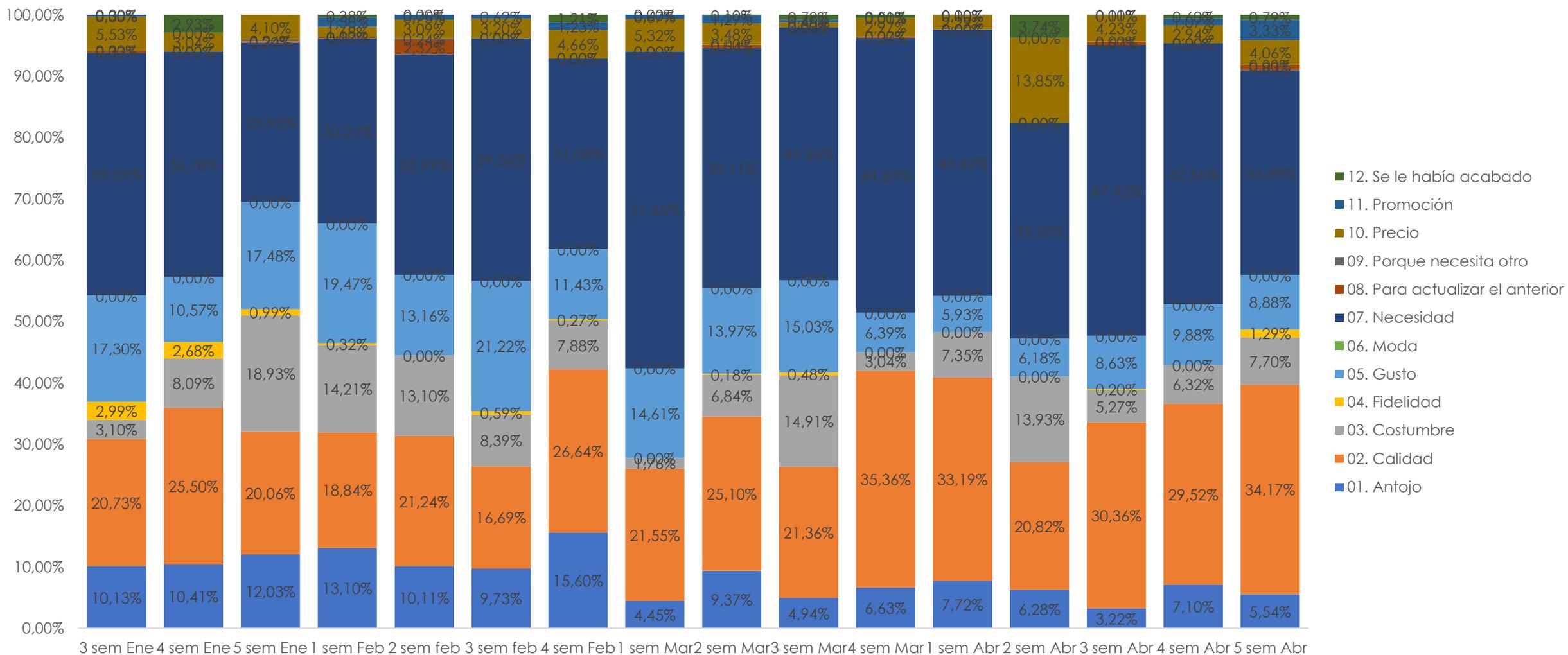
# Canales de Compra

Canales de compra - Semanal



# Razón de Compra

Razones de compra - Semanal



# COV SUM ER REP ORT



Abril 2020



Muchas Gracias