

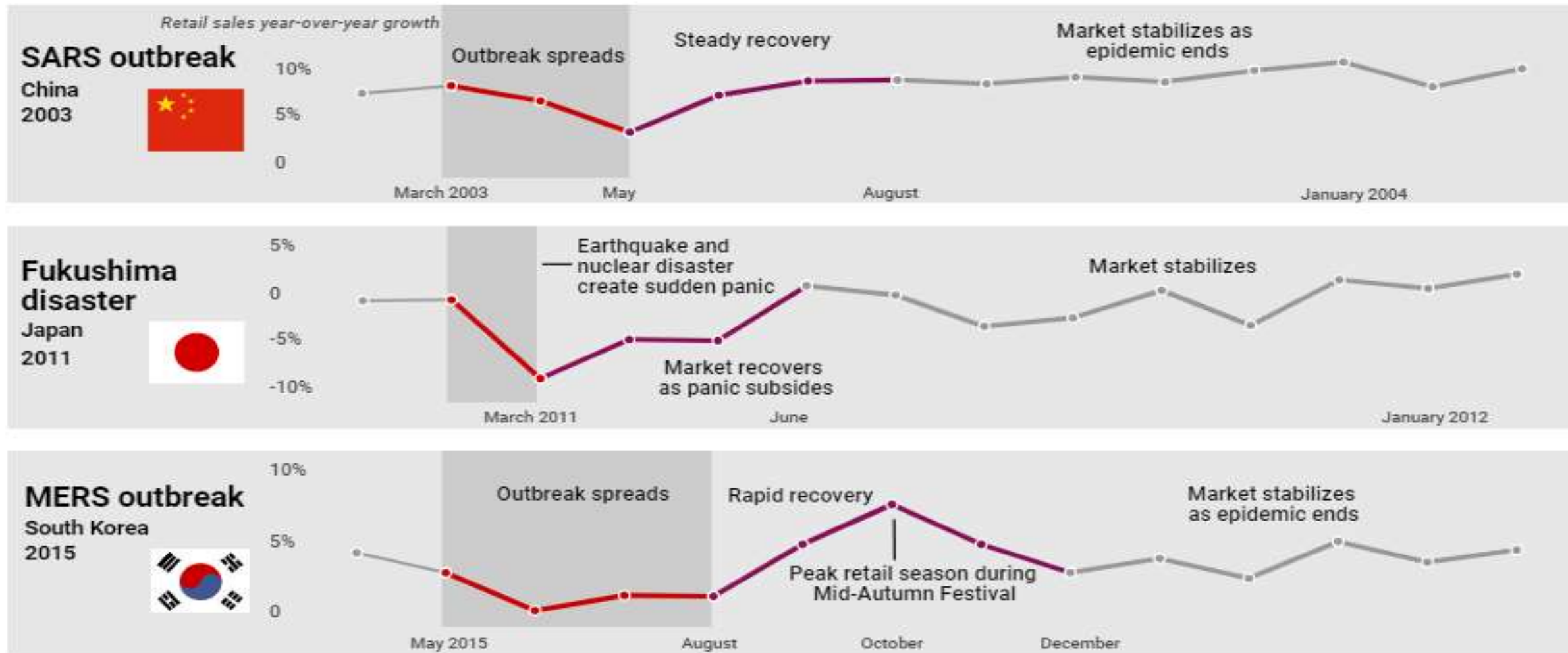


RADDV

Consumer
Knowledge
Group

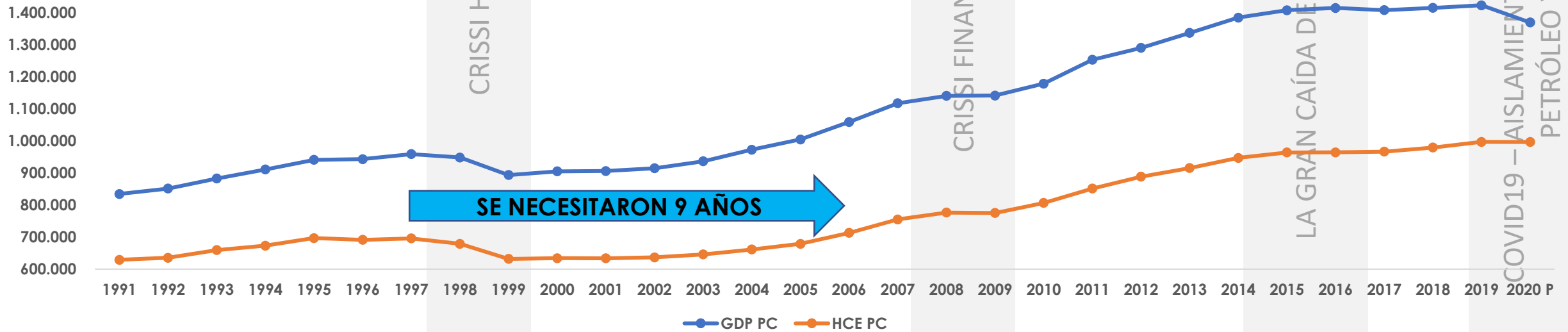
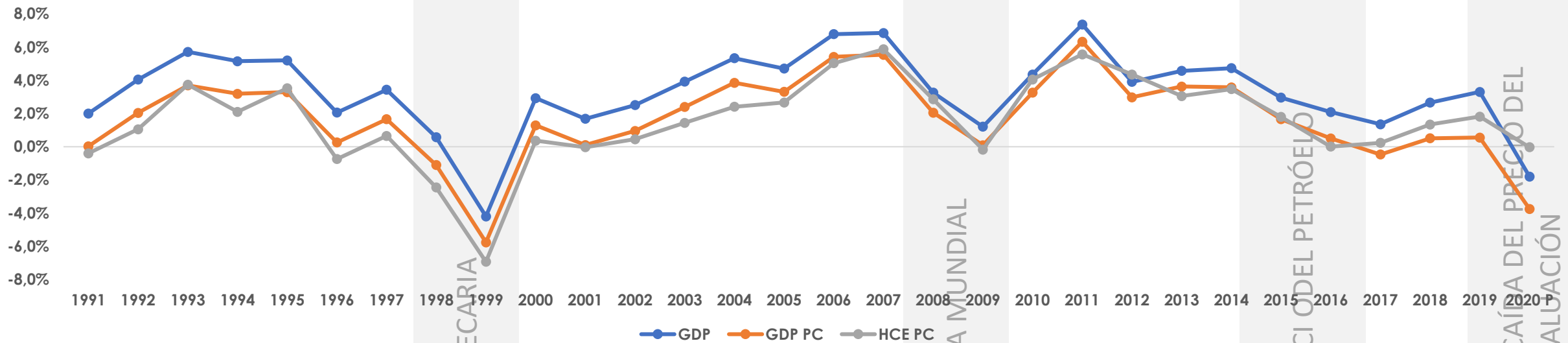
PANDEMIA Y GASTO:
Colombia en medio del
COVID - 19

Retail markets typically dip during a crisis, but eventually stabilize



Sources: China National Bureau of Statistics; Japan Ministry of Economy, Trade and Industry; South Korea government statistics

¿CÓMO HA CRECIDO LA ECONOMÍA COLOMBIANA VS COMO HA CRECIDO PER CÁPITA?





COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University ...



Total Confirmed

3.977

Confirmed Cases by Country/Region/Sovereignty

- 5.482 Malaysia
- 4.964 Dominican Republic
- 4.658 Panama
- 4.014 Finland
- 3.977 Colombia**
- 3.558 Luxembourg
- 3.382 Bangladesh
- 3.333 Egypt
- 3.300 South Africa
- 3.186 Morocco

Admin0

Last Updated at (M/D/YYYY)
4/21/2020 9:38:38 a. m.



Cumulative Confirmed Cases

Esri, FAO, NOAA

Total Deaths

189

189 deaths
Colombia

No data available in this place

No data available in this place

Deaths

Recovered

US Tested



Confirmed

Logarithmic

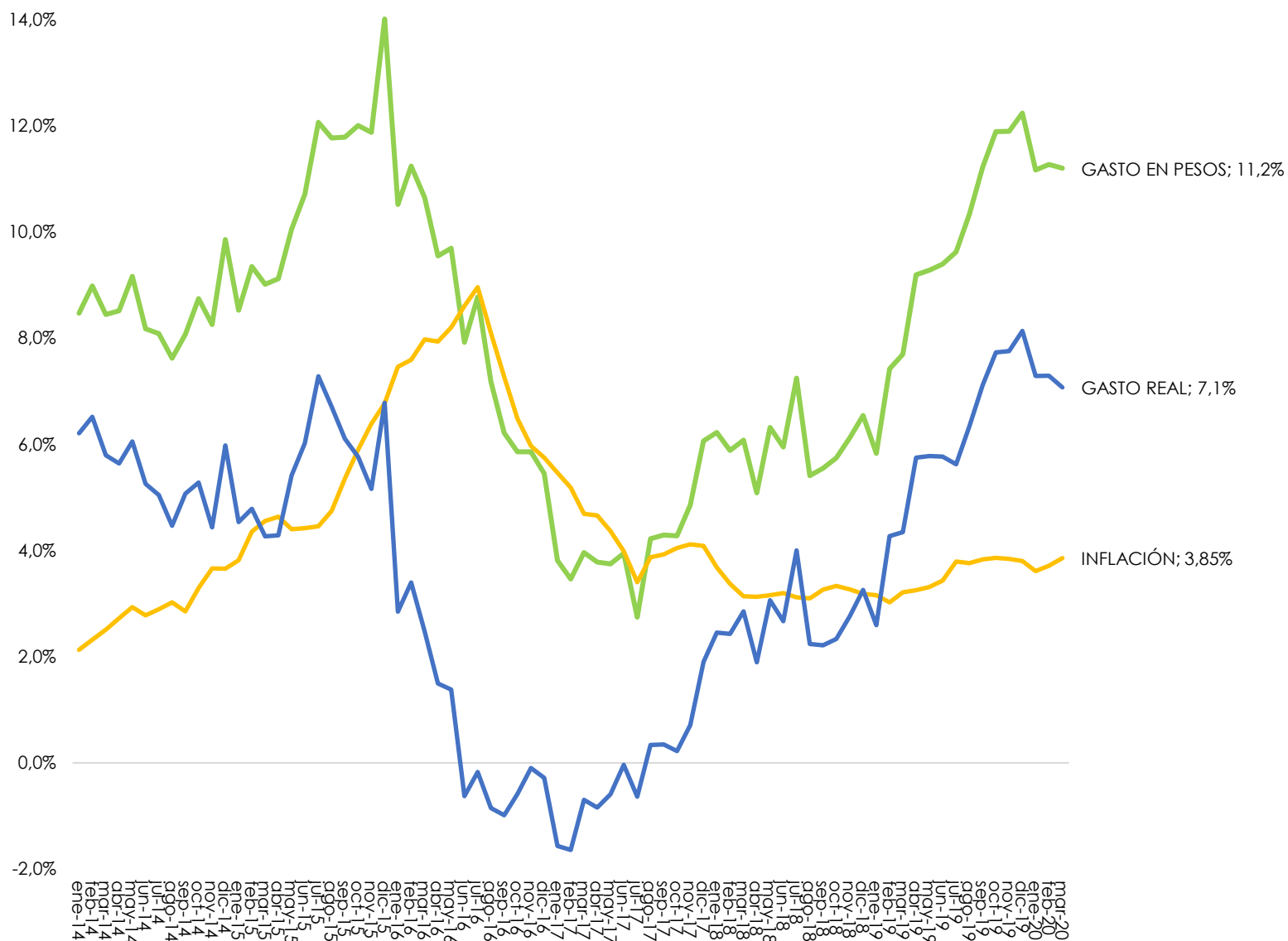
Daily Cases

185

countries/regions

Lancet Inf Dis Article: [Here](#). Mobile Version: [Here](#).
Lead by JHU CSSE. Automation Support: [Esri Living Atlas team](#) and [JHU APL](#). [Contact US](#). [FAQ](#).

**DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES EN COLOMBIA
(FRENTE AL MES DEL AÑO ANTERIOR EN COLOMBIA SEGÚN RADDAR)**

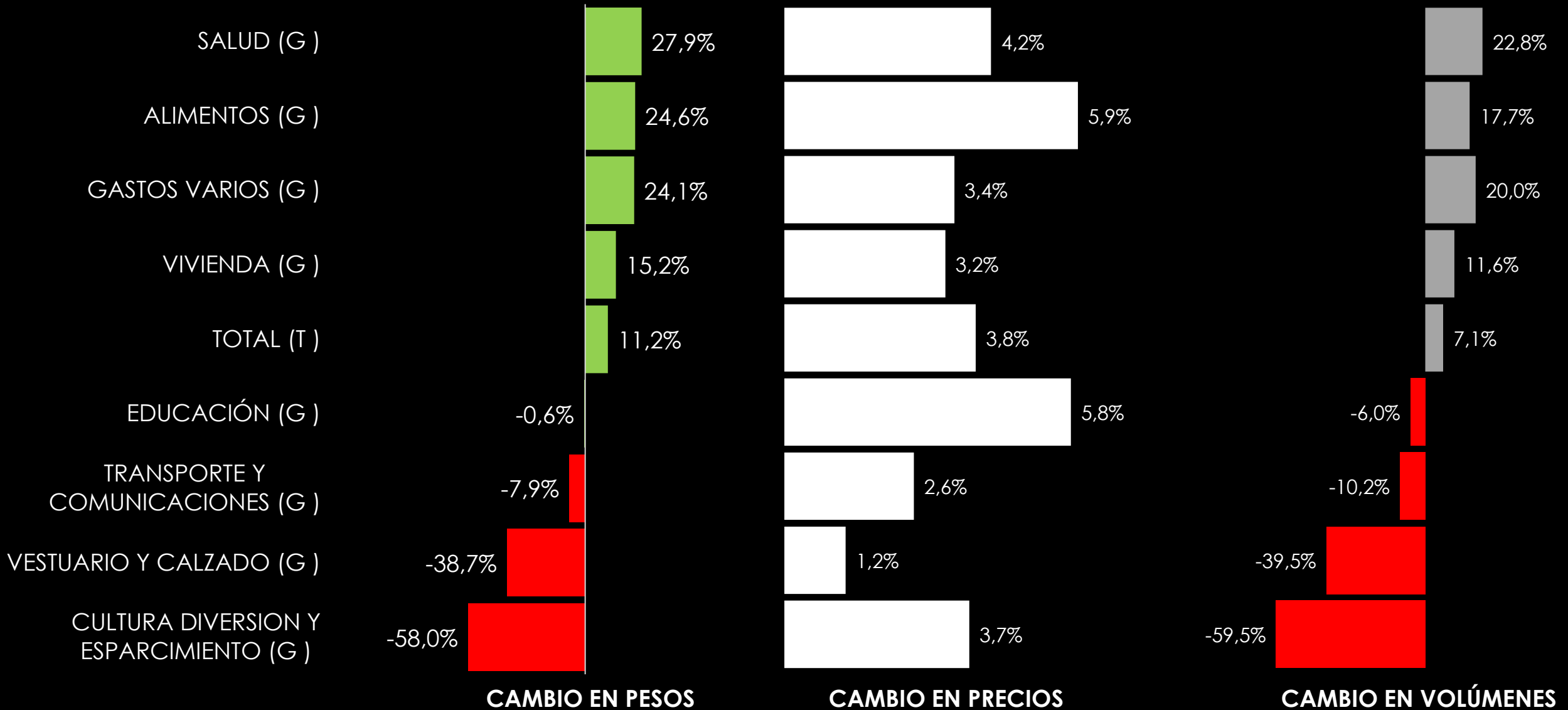


¿Por qué el gasto de los hogares CRECIÓ en marzo de 2020, si estábamos en aislamiento?

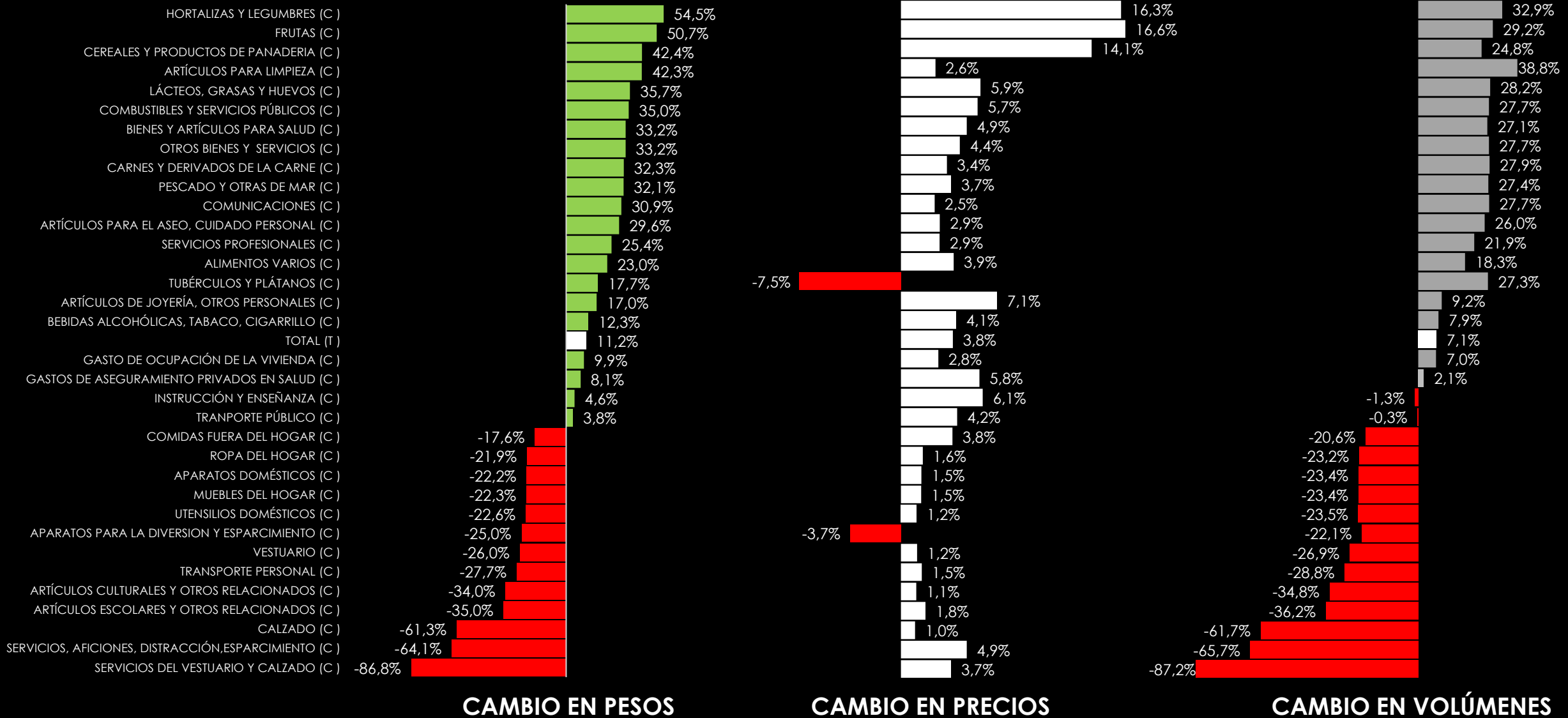
Aunque suena completamente distinto de lo esperado, el gasto de los hogares creció en marzo, ya que se dieron tres fenómenos al mismo tiempo:

1. El aislamiento comenzó el 25 de marzo de 2020, por lo tanto, solo fueron 6 días los afectados; en Bogotá, el simulacro comenzó el 20 de marzo.
2. Se estima que en marzo, el gobierno hizo giros directos a algunos hogares cercanos los \$1,4 billones de pesos.
3. La desaceleración del gasto comenzó en enero de 2020 y la tendencia continuó.

**EL GASTO EN MARZO CRECIÓ UN 11,2% EN PESOS, CON UNA INFLACIÓN 3,8% Y 7,1% EN VOLUMENES;
SIN EMBARGO, 3 DE 8 GRUPOS DECRECEN DE MANERA IMPORTANTE.**

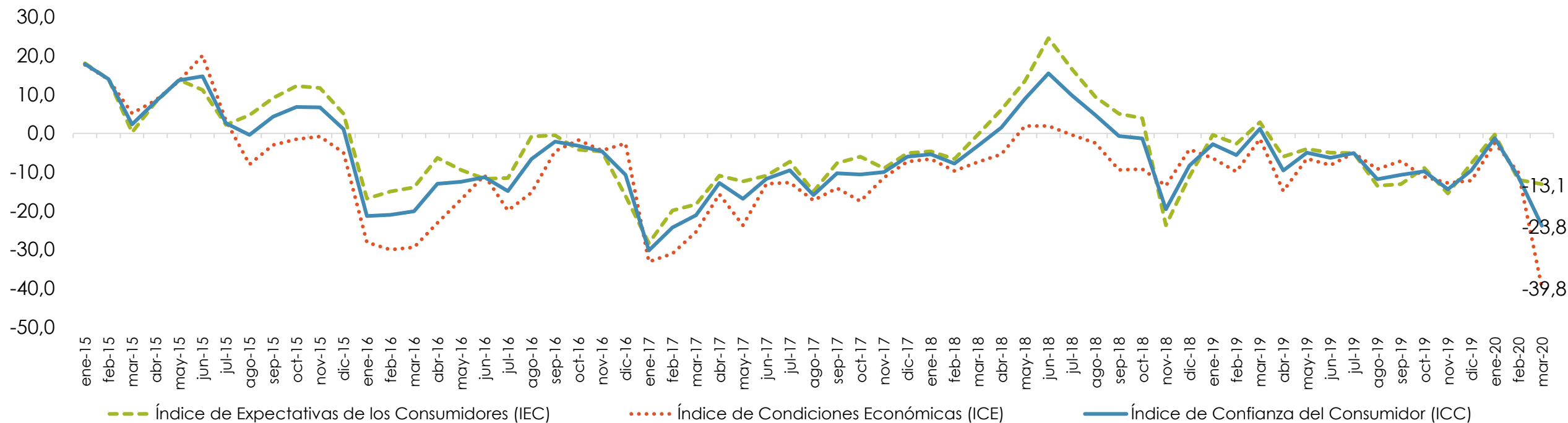


EL GASTO EN MARZO CRECIÓ UN 11,2% EN PESOS, CON UNA INFLACIÓN 3,8% Y 7,1% EN VOLUMENES; SIN EMBARGO, 13 DE 34 CATEGORÍAS DECRECEN DE MANERA IMPORTANTE.



¿QUÉ PASÓ CON LA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES EN MARZO?

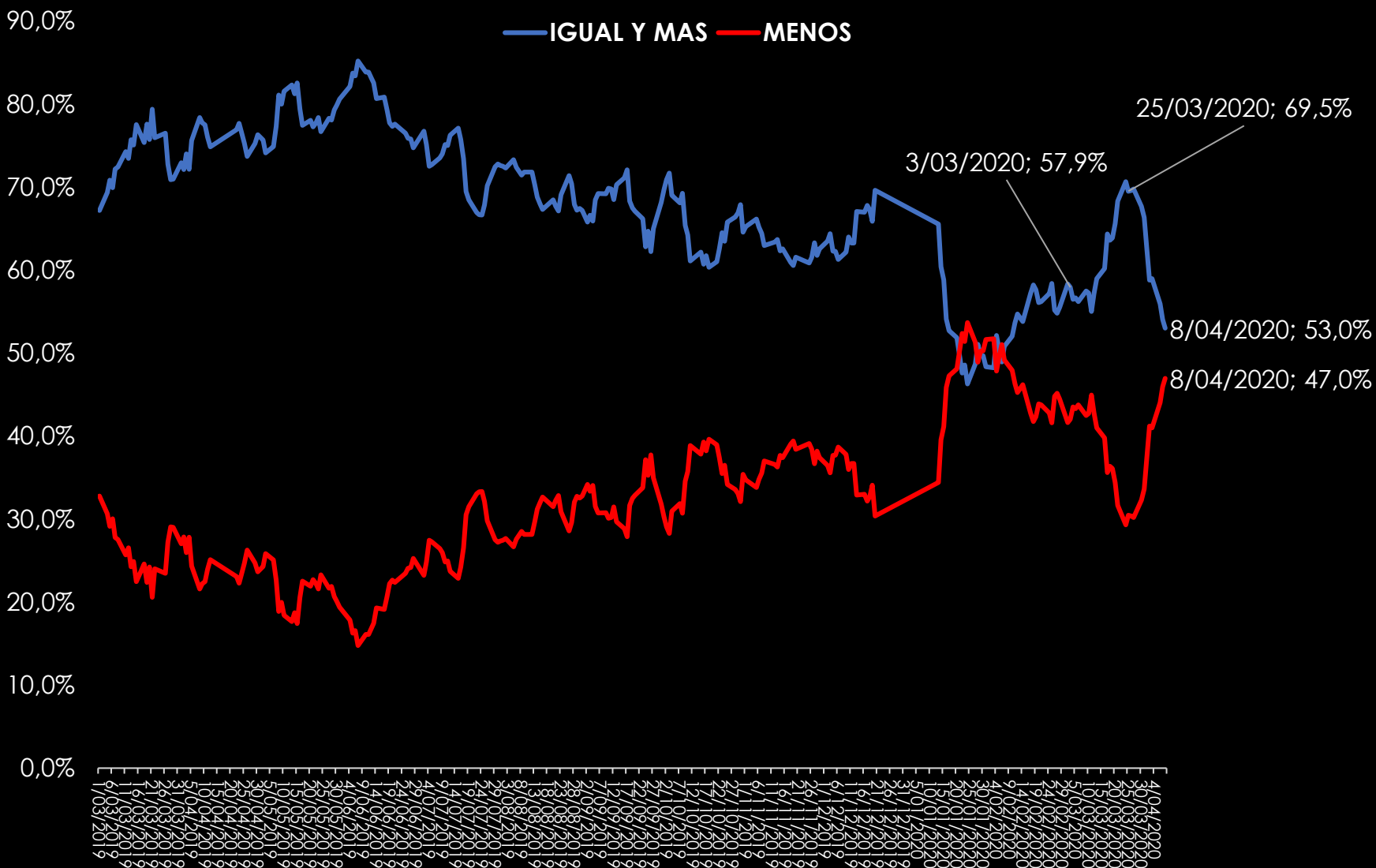
Índice de Confianza del Consumidor y sus componentes



Fuente: Fedesarrollo (ICC), 2020

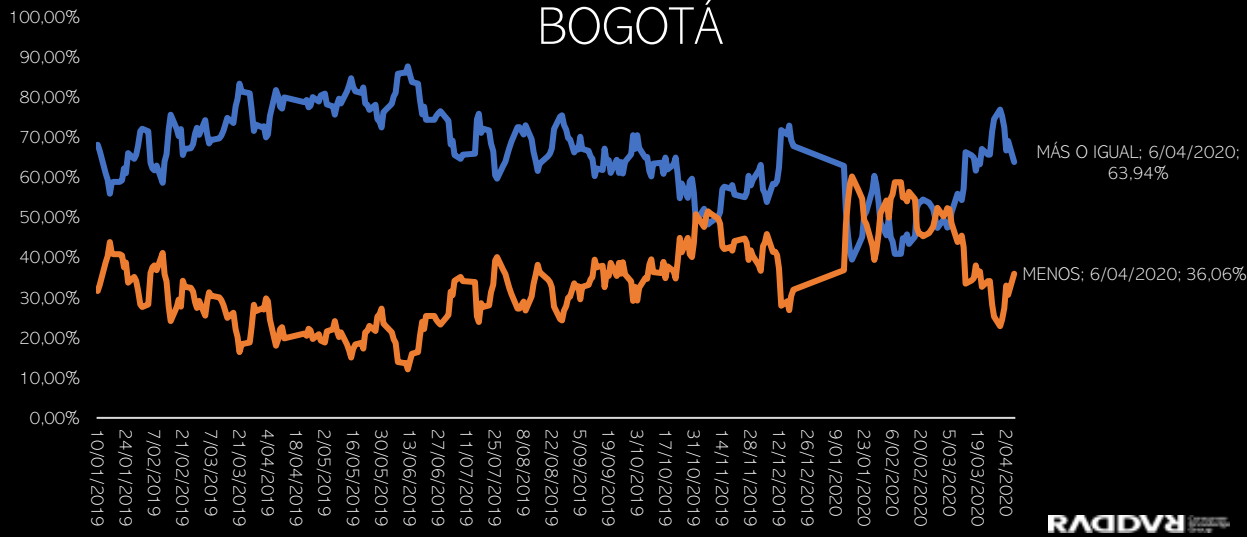
En marzo del 2020 se pudo notar una fuerte caída del índice de confianza del consumidor. Este se ubicó en -23,8%, lo cual representa 12,5 puntos porcentuales menos que en el mes de febrero de este año cuando fue de -11,2%. Este comportamiento está jalonado principalmente por el índice de condiciones económicas el cual llegó a -39,8% y en una menor medida por la baja del índice de expectativas de los consumidores. Lo anterior, puede ser resultado de la incertidumbre generada a causa del CoVID 19 y las medidas tomadas por el gobierno como la cuarentena obligatoria preventiva, las cuales pueden afectar directamente las condiciones económicas del consumidor. Adicionalmente, el fuerte aumento de la tasa de cambio influye en que los hogares colombianos tengan una baja confianza.

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

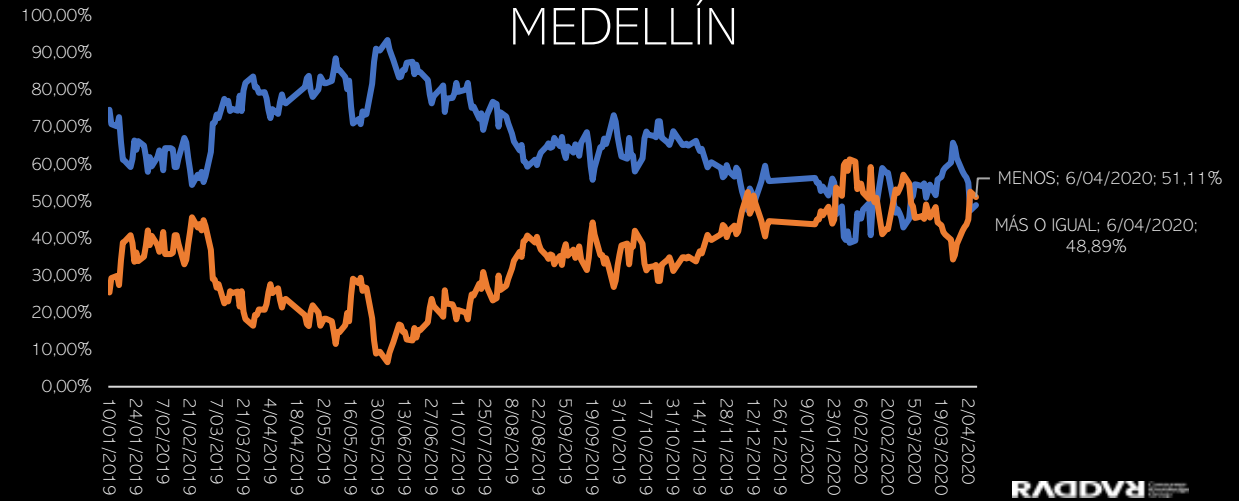


En los datos del ConsumerTrack, se puede evidenciar que entre el 3 y el 25 de marzo, las transacciones y misiones de compra crecieron más de lo esperado, permitiendo que esas compras previas al aislamiento, hicieran crecer el gasto marzo.

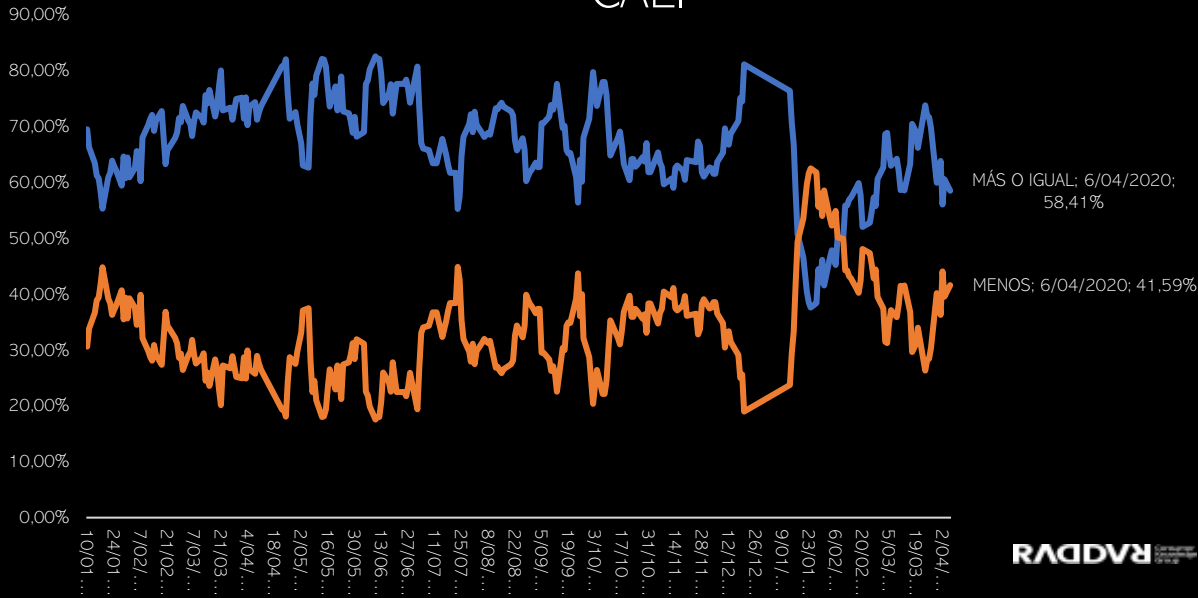
BOGOTÁ



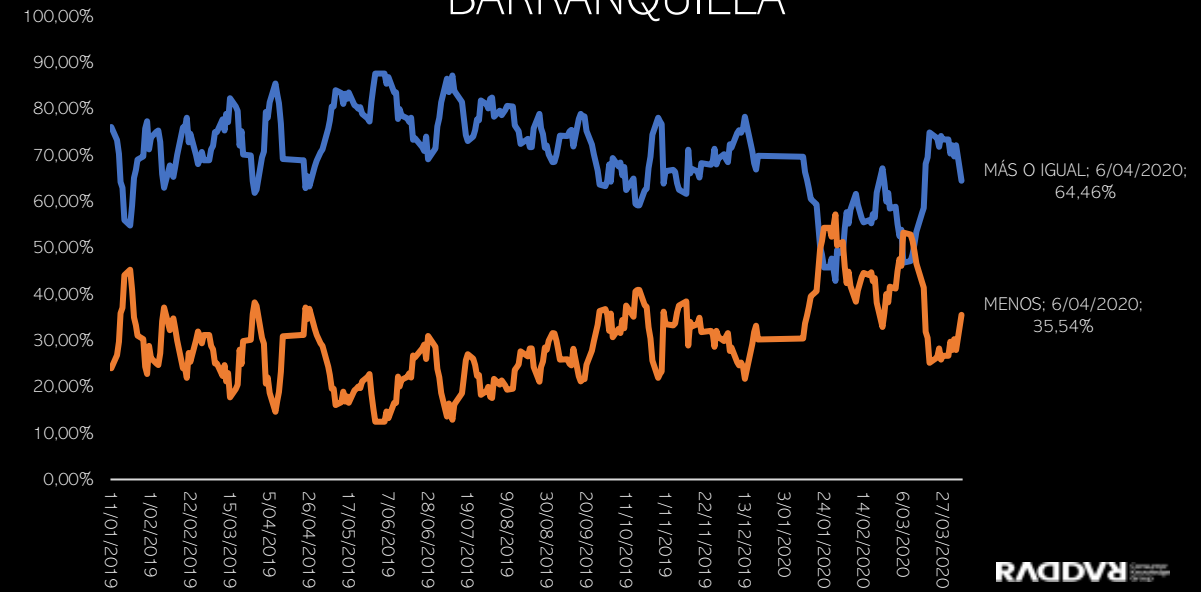
MEDELLÍN



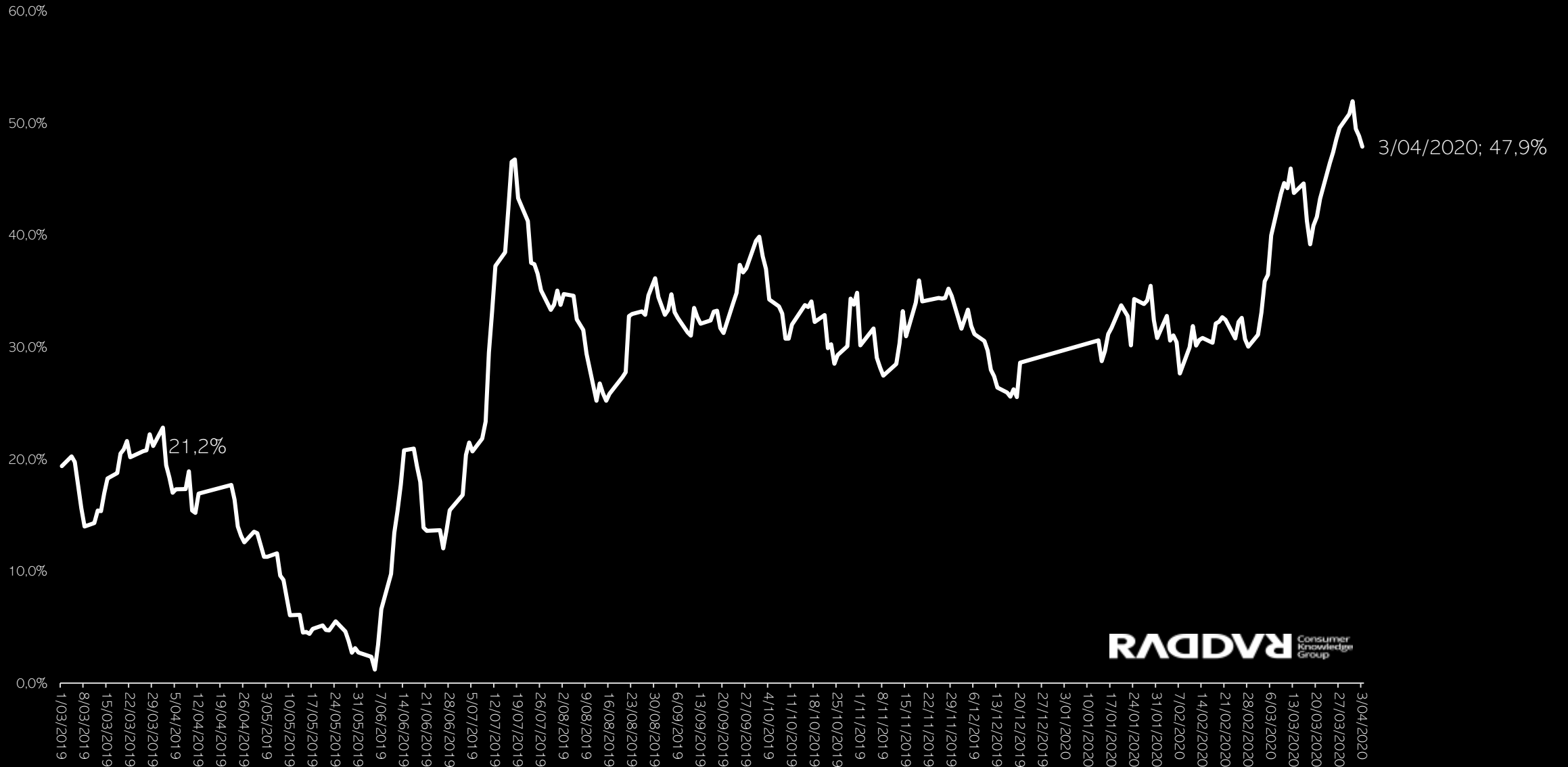
CALI



BARRANQUILLA

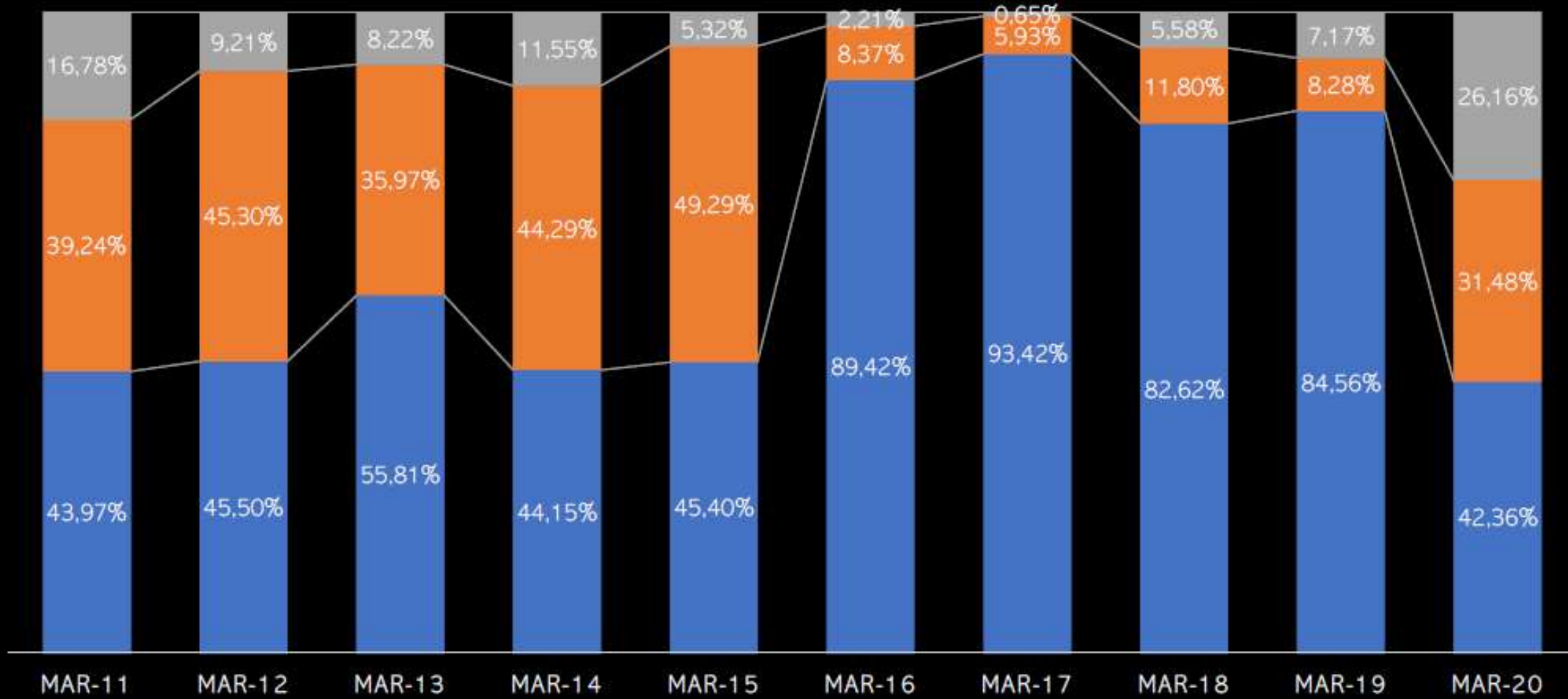


DICE QUE COMPRÓ EL PRODUCTO POR NECESIDAD (ConsumerTrack - RADDAR)

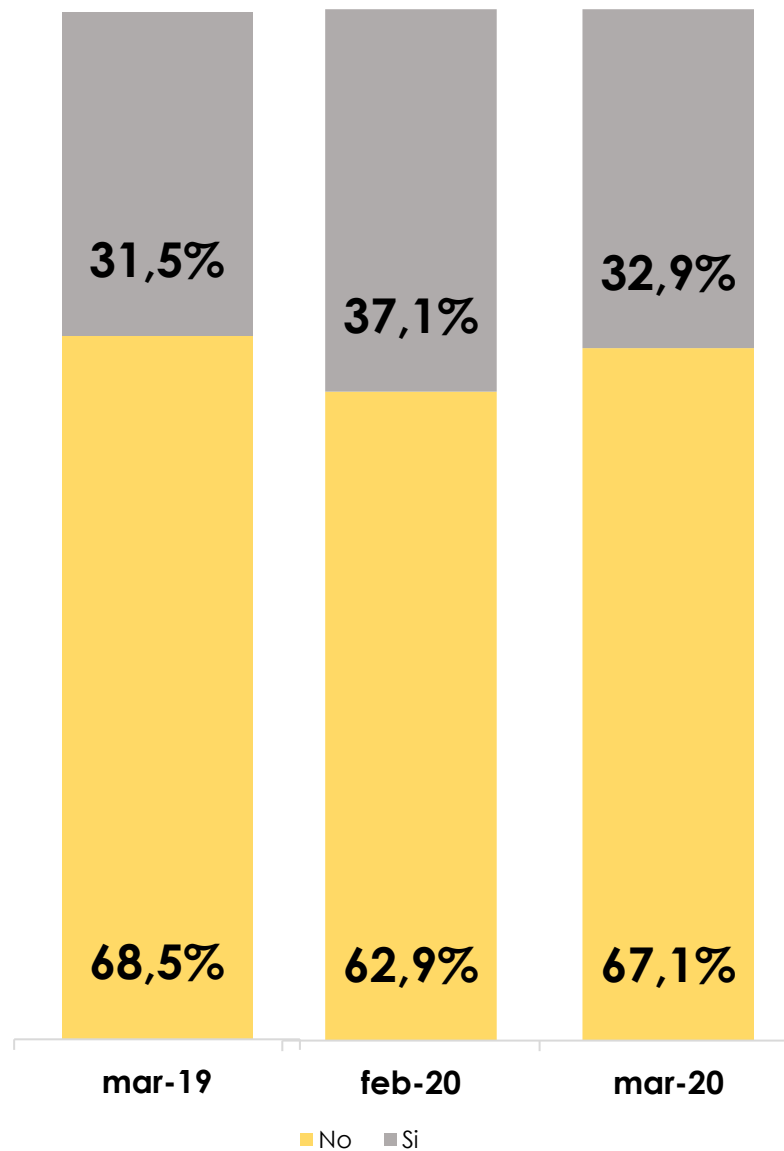


TIPOS DE COMPRADOR EN COLOMBIA

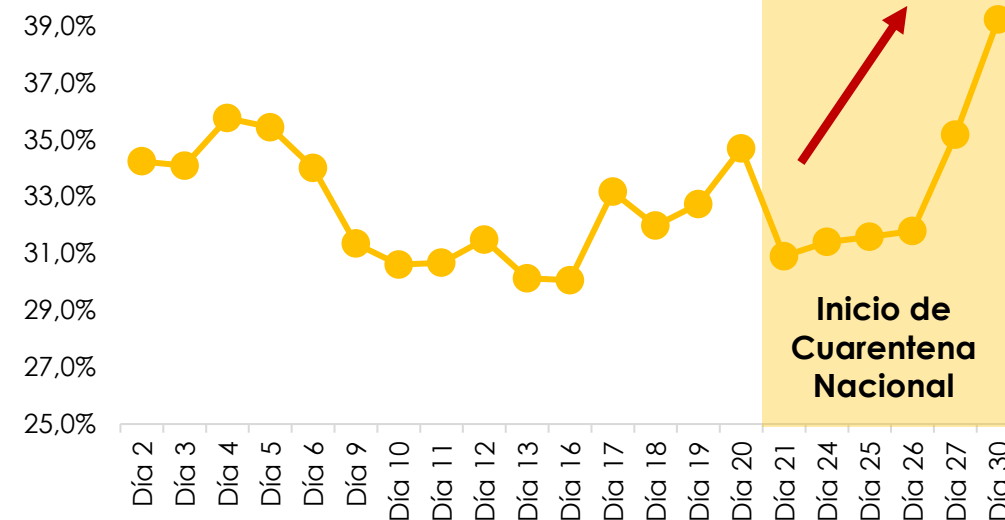
■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES ■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ 3. CAZADOR DE VALOR



¿Usted ha pedido domicilios en la última semana?



¿Usted ha pedido domicilios en la última semana? - Marzo



- Con respecto a hace un año, las personas piden 4,3% más de domicilios.
- En los últimos días del mes se observa un aumento de la demanda de servicio de domicilio hasta de un 10% con respecto al día anterior.
- De las personas que pidieron domicilios el 40% pertenecen a estrato socioeconómico 3 seguido por 2 (27%).

¿CÓMO SE COMPORTAN LAS PLATAFORMAS DE DOMICILIOS?

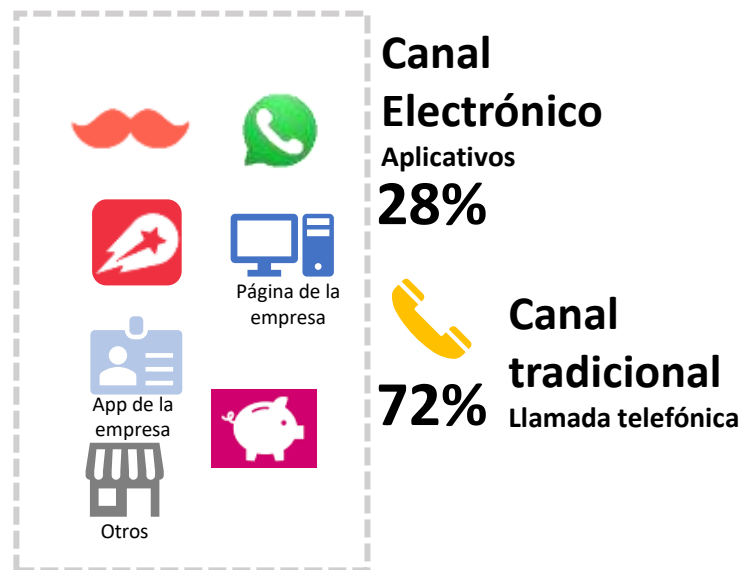
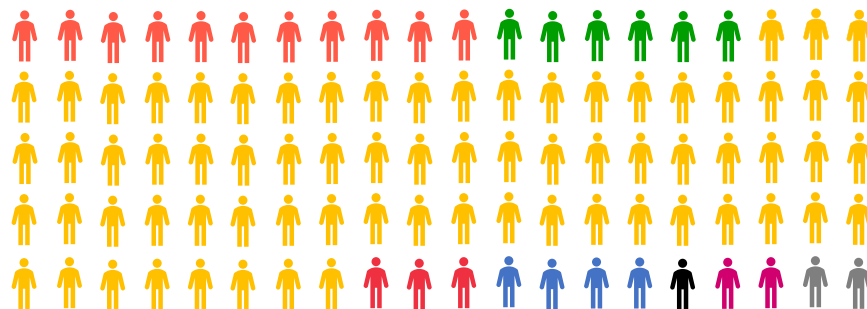


De cada 10 personas, 3 declararon haber pedido un domicilio en el último mes ya sean por cuestiones de rapidez o promociones.

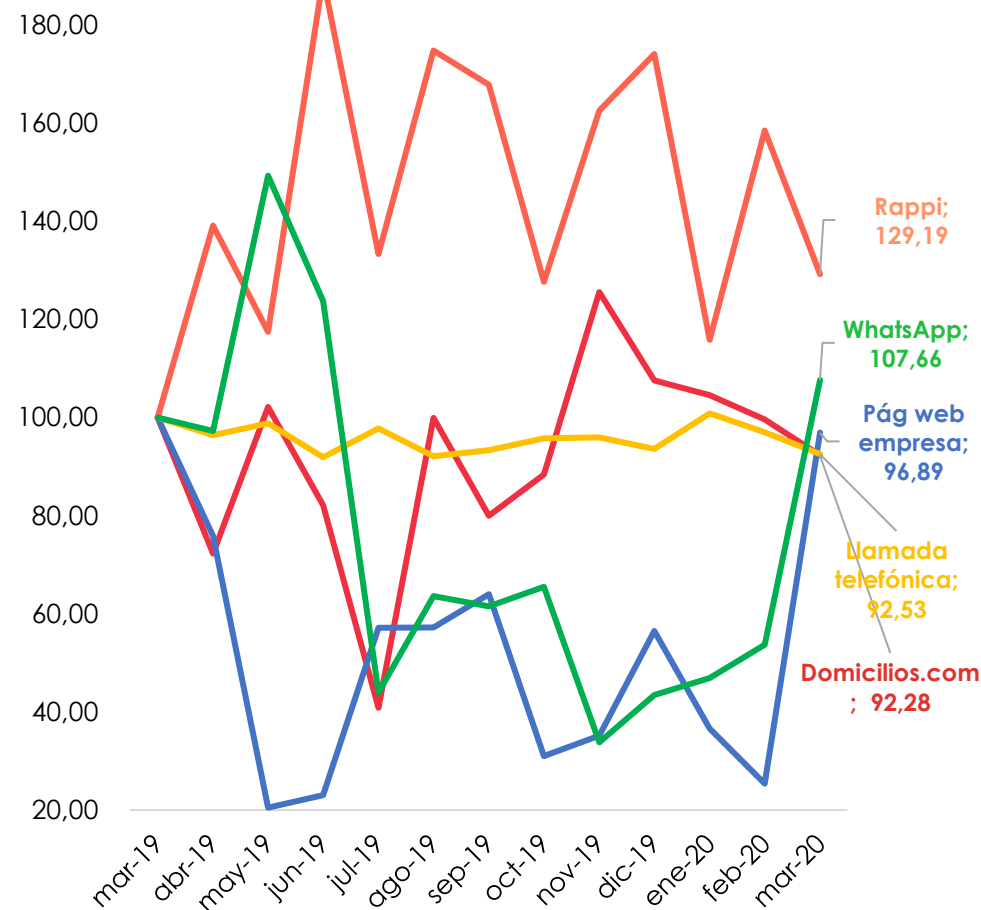


Los colombianos suelen pedir más sus domicilios a través de las llamadas telefónicas, esto puede relacionarse con la personalización del producto. Sin embargo, en el mes de marzo del presente año, medios como WhatsApp, página Web de la empresa y Rappí han tenido un importante crecimiento.

¿Por qué medio las personas están solicitando domicilios?

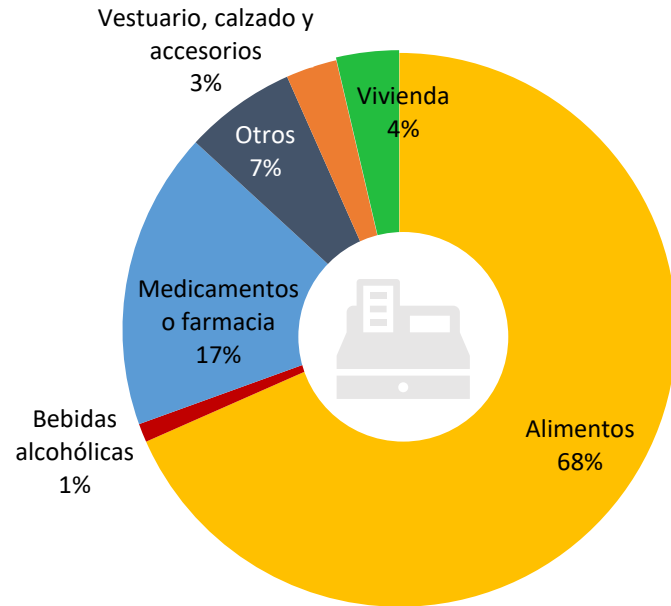


Evolución de los medios por donde pidió domicilio



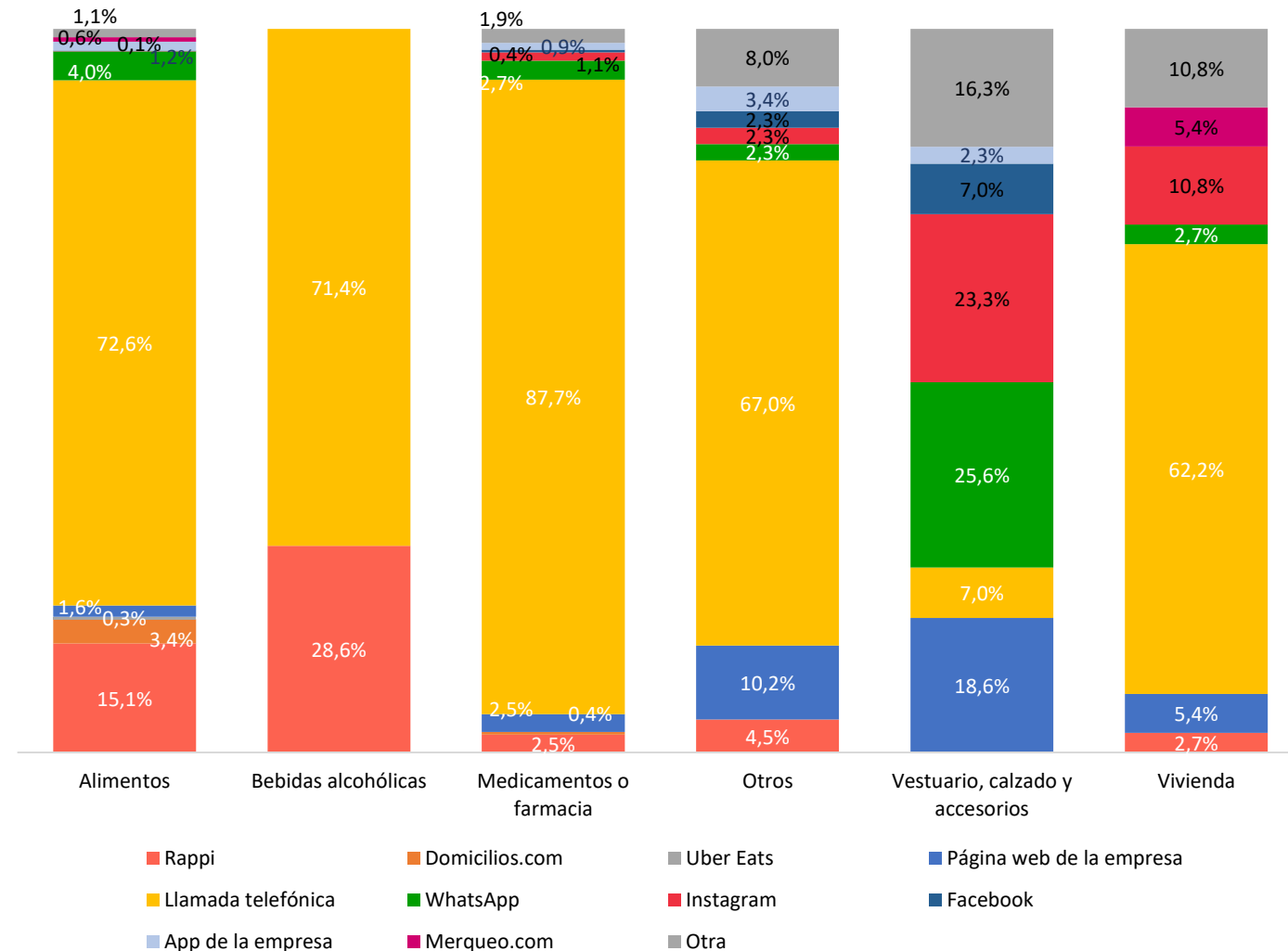
¿Por qué medio las personas están solicitando domicilios?

¿QUÉ ES LO QUE LAS PERSONAS PIDEN POR DOMICILIOS?



7 de cada 10 domicilios son alimentos; estos en mayor medida se hacen por canales como llamada telefónica, Rappi y WhatsApp. Sin embargo en categorías como vestuarios, los medios que más sobresalen son WhatsApp, instagram y página Web de la empresa.

A través de que medio las personas piden sus domicilios según grupo



Annex Table 1.1.3. Western Hemisphere Economies: Real GDP, Consumer Prices, Current Account Balance, and Unemployment
(Annual percent change, unless noted otherwise)

	Real GDP			Consumer Prices ¹			Current Account Balance ²			Unemployment ³		
	2019	Projections		2019	Projections		2019	Projections		2019	Projections	
		2020	2021		2020	2021		2020	2021		2020	2021
North America	2.0	-6.0	4.5	2.0	0.8	2.2	-2.2	-2.6	-2.6
United States	2.3	-5.9	4.7	1.8	0.6	2.2	-2.3	-2.6	-2.8	3.7	10.4	9.1
Canada	1.6	-6.2	4.2	1.9	0.6	1.3	-2.0	-3.7	-2.3	5.7	7.5	7.2
Mexico	-0.1	-6.6	3.0	3.6	2.7	2.8	-0.2	-0.3	-0.4	3.3	5.3	3.5
Puerto Rico ⁴	2.0	-6.0	1.5	0.7	-1.5	0.6	8.5	13.0	12.5
South America⁵	-0.1	-5.0	3.4	9.1	8.1	7.5	-2.3	-1.6	-1.9
Brazil	1.1	-5.3	2.9	3.7	3.6	3.3	-2.7	-1.8	-2.3	11.9	14.7	13.5
Argentina	-2.2	-5.7	4.4	53.5	-0.8	9.8	10.9	10.1
Colombia	3.3	-2.4	3.7	3.5	3.5	3.2	-4.3	-4.7	-4.2	10.5	12.2	11.9
Chile	1.1	-4.5	5.3	2.3	3.4	2.9	-3.9	-0.9	-1.8	7.3	9.7	8.9
Peru	2.2	-4.5	5.2	2.1	1.7	1.8	-1.4	-0.9	-1.0	6.6	7.1	7.3
Venezuela	-35.0	-15.0	-5.0	19,906	15,000	15,000	9.8	2.4	3.4
Ecuador	0.1	-6.3	3.9	0.3	0.0	1.2	-0.4	-5.7	-3.6	3.8	6.5	5.9
Paraguay	0.2	-1.0	4.0	2.8	2.9	3.2	-1.0	-2.2	-1.0	7.2	7.1	6.4
Bolivia	2.8	-2.9	2.9	1.8	2.3	4.4	-3.2	-4.6	-4.9	4.0	8.0	4.0
Uruguay	0.2	-3.0	5.0	7.9	8.8	7.9	0.2	-2.5	-3.1	9.4	10.5	8.1
Central America⁶	2.4	-3.0	4.1	2.2	1.3	1.7	-1.4	-2.6	-2.3
Caribbean⁷	3.3	-2.8	4.0	2.8	4.0	4.3	-0.6	-6.5	-3.8
<i>Memorandum</i>												
Latin America and the Caribbean ⁸	0.1	-5.2	3.4	7.1	6.2	5.9	-1.7	-1.5	-1.6
Eastern Caribbean Currency Union ⁹	3.7	-7.6	6.1	0.9	0.8	1.7	-8.9	-21.4	-14.2

Source: IMF staff.



¿Y ahora?

THIS
THIS
THIS



iiiiREPENSARNOS!!!!

Lo que viene...

- Freno en el gasto!
- Desconexión con las marcas
- Nueva realidad
- Economía frágil
- Nosotros con otra visión del mundo



QUE ESPERAMOS PARA EL 2020 - COLOMBIA



La canasta de alimentos y bienestar sean las que tengan el mejor desempeño, dado que la mayoría del mes de abril se estará en cuarentena nacional.



Se presente un incremento de precios en la canasta de alimentos.



Se de una desaceleración del gasto en los bienes durables y semidurables.



Haya un aumento de precios de los productos importados a causa del alza de la tasa de cambio durante el primer trimestre, afectando el precio final de algunos bienes de las canastas.



Se extienda el aislamiento preventivo obligatorio o se tomen nuevas medidas.

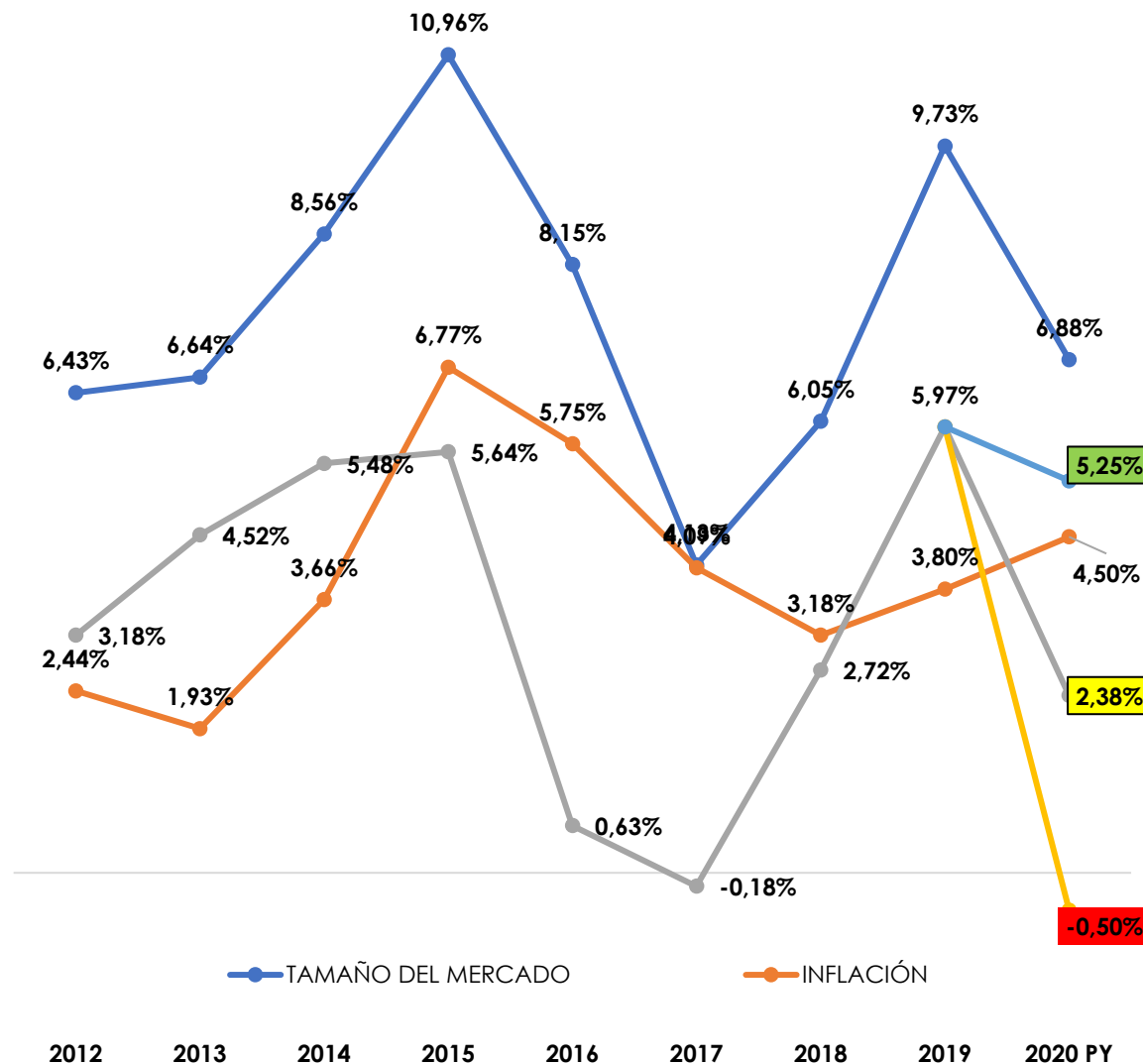
Se establezcan los precios del petróleo tras pacto de la OPEP.



El gasto se pueda ver afectado por el ingreso de los subsidios por parte del gobierno a 3 millones de familias.

Continúe la caída de la confianza del consumidor.

¿CÓMO HA CRECIDO Y PUEDE CRECER EL GASTO DE HOGARES?





RADDV

Consumer
Knowledge
Group

GRACIAS

Abril 2020