

Análisis Económico

El consumidor colombiano de hoy

Vanguardia (Colombia)

Mauricio Hernández

5 enero 2022

Con la pandemia, los hogares cambiaron algunos de sus hábitos de consumo. Empecemos por el mercado laboral. La relación entre empleadores y empleados exige ahora un menor desplazamiento y contacto físico, mientras que el tiempo de ocio y dedicado a otras tareas aumentó. Parte de ese tiempo se usa para realizar las compras que antes se hacían en los fines de semana. Así, el gasto hecho en los demás días de la semana ganó relevancia y se estabilizó el volumen de las compras durante todos los días, excepto los lunes, día que permanece con baja transaccionalidad.

Lo anterior se apoyó en el aumento de los canales digitales de compra y de su uso. Ahora solemos decir, más que nunca: “podemos comprar desde donde sea y cuando sea”. Y no tiene que ser un fin de semana. Mientras que en un sábado o domingo se consumía un 25% más que en un jueves o viernes, ahora la diferencia entre esos días es casi imperceptible. Además, los martes y los miércoles redujeron notablemente sus brechas respecto al fin de semana. En total, los viernes fueron los días que más ganaron participación en las compras de la semana, mientras que el sábado fue el más perdedor.

Además, el valor medio pagado en cada transacción es mucho mayor entre semana que en los fines de semana, pues estos últimos están más relacionados con servicios de bajo monto (restaurantes, entradas a cines) que con la compra de bienes de elevado costo.

Por otra parte, la creación de los días sin IVA, un instrumento contracíclico para la reactivación económica, concentró el gasto a finales del año, algo que ya pasaba antes de la pandemia, pero que se profundizó, y redujo el gasto al inicio del siguiente año.

Sin embargo, no todo cambió. Hubo algunas tendencias que se mantuvieron. En primer lugar, las mujeres gastan más que los hombres en vestuario y salud, solamente. La ventaja de los hombres es mayor en transporte, combustibles y hoteles. En segundo lugar, los mayores de 55 años son los que más gastan en cada transacción, siendo casi el doble del valor medio gastado por los menores de 34 años. La diferencia es mayor cuando se trata del gasto medio en salud. En total, eso sí, la compra media del país se redujo desde 140 mil pesos en 2017 a alrededor de 120 mil. Este valor es superior en sectores como agencias de viajes, aerolíneas y hoteles, mientras que se reduce en restaurantes y gasolineras.

Por lo tanto, la pandemia implicó cambios en los canales de compra y en la distribución del gasto durante los días de la semana y los meses del año. Sin embargo, mantuvo casi inalteradas la asignación del gasto por género y los patrones de gasto según la edad de la persona.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

El contenido de la presente comunicación o mensaje no constituye una recomendación profesional para realizar inversiones en los términos del artículo 2.40.1.1.2 del Decreto 2555 de 2010 o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

INTERESADOS DIRIGIRSE A:

BBVA Research Colombia Carrera 9 No 72-21, piso 10. Bogotá, (Colombia).
Tel.: 3471600 ext 11448

bbvaresearch@bbva.com www.bbvaresearch.com

