

CONSUMER REPORT

JUNIO 2022



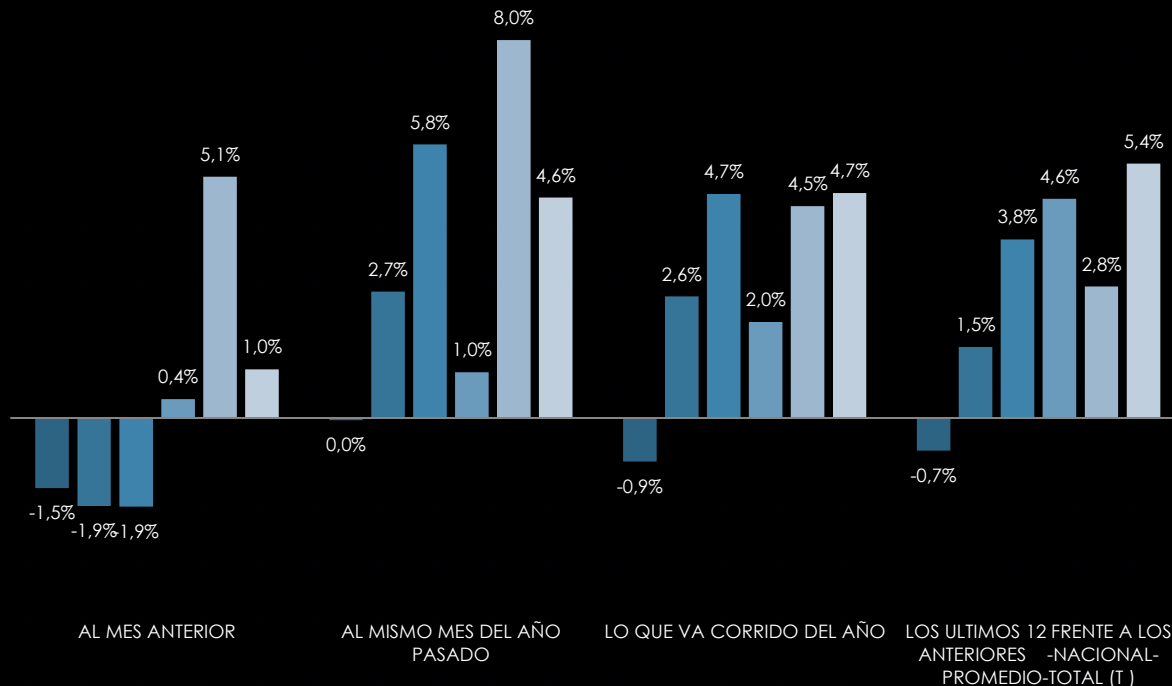
El crédito y la recuperación de ingresos vía empleo: los motores del gasto de los hogares en el mes de junio

CONSUMER REPORT

Junio 2022

Dinámica de gasto en junio

■ jun-17 ■ jun-18 ■ jun-19 ■ jun-20 ■ jun-21 ■ jun-22



Este gasto tuvo un cambio de 1,55% en pesos corrientes en frente al mes anterior y de 14,77% frente al mismo mes del año anterior; los hogares tuvieron una inflación mensual de 0,51% y de 9,67% frente al año pasado, causando que el gasto real cambió 1,0% frente al mes anterior y 4,7% frente al mismo mes del año pasado, mostrando una lenta desaceleración del gasto.



Para mayor información: www.raddar.net

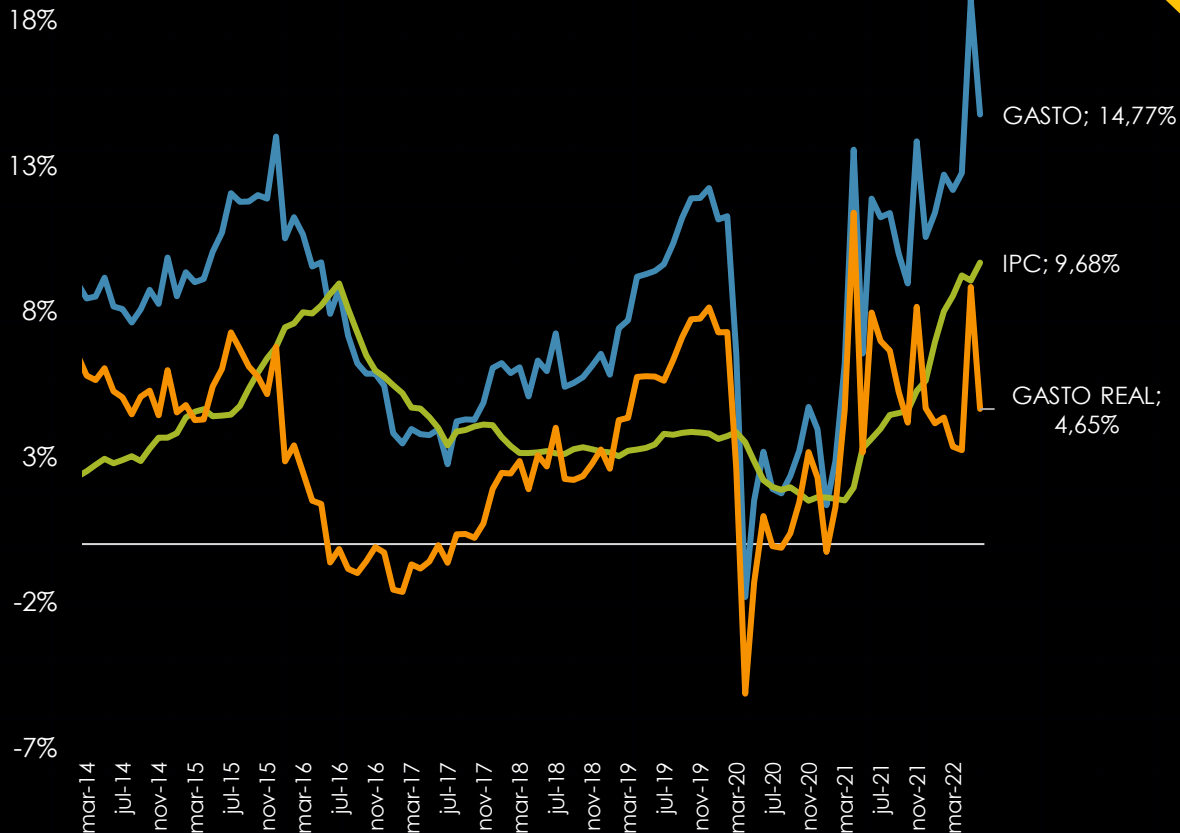
CONSUMER REPORT

Junio 2022

¿Qué pasó en junio?

El gasto de los hogares en Colombia en junio de 2022 fue de \$75 billones de pesos, en los 6 primeros meses fue de \$437,7 billones de pesos y en los últimos 12 meses fue de \$878,8 billones de pesos; esto se debió a un crecimiento corriente anual en junio de 14,77%, gracias al aumento en el empleo, la inflación, las remesas, la cantidad de tarjetas de crédito y las transacciones.

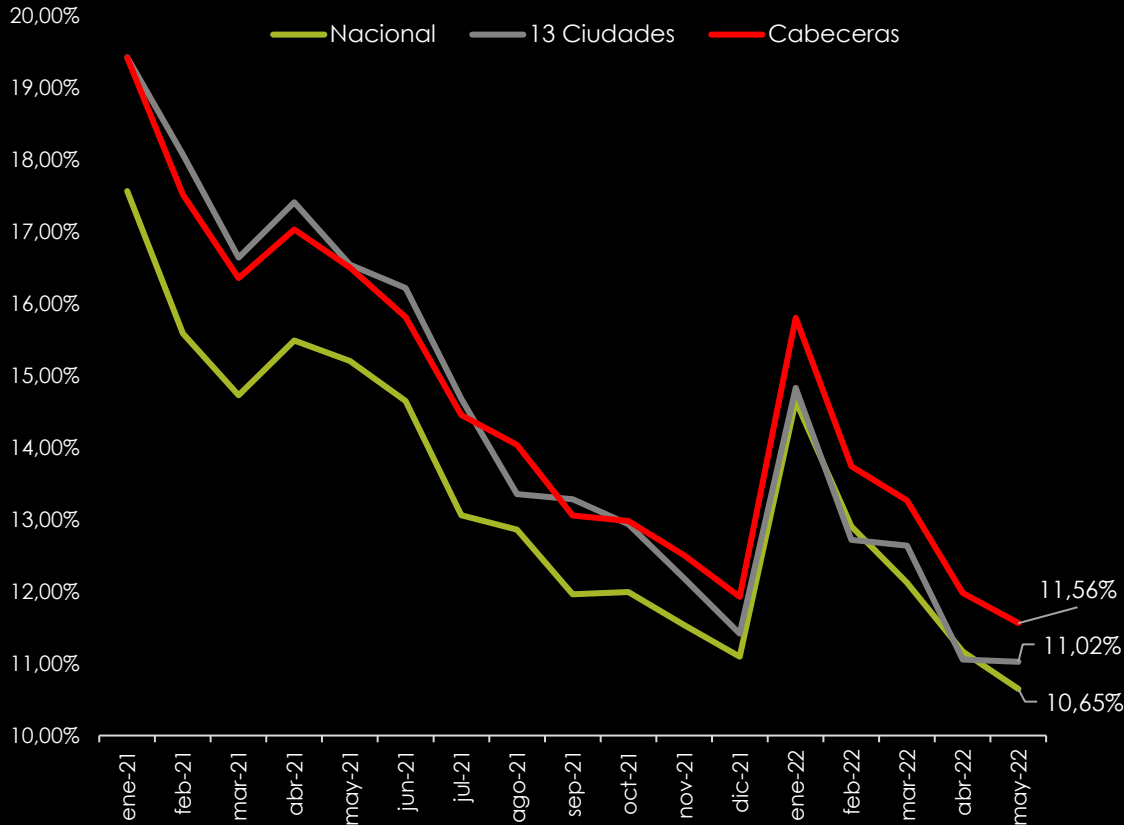
DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES



Para mayor información: www.raddar.net.



Tasa de desempleo



El empleo en las principales ciudades del país define su disminución.

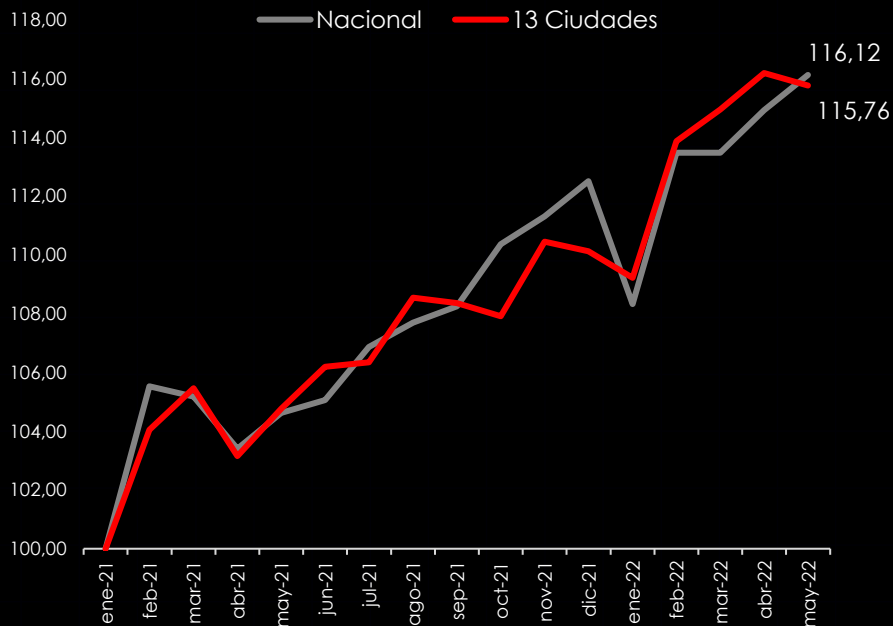
Después de una continua disminución de la tasa de desempleo en las trece ciudades principales del país, se sitúa en 11% con una disminución mínima frente al mes anterior.

Bucaramanga, Bogotá, y Medellín se encuentran entre las ciudades con mayores disminuciones de tasa de desempleo frente al año anterior. Por el contrario, Barranquilla, Montería, y Valledupar se encuentran son las que muestran una menor disminución de la tasa de desempleo.

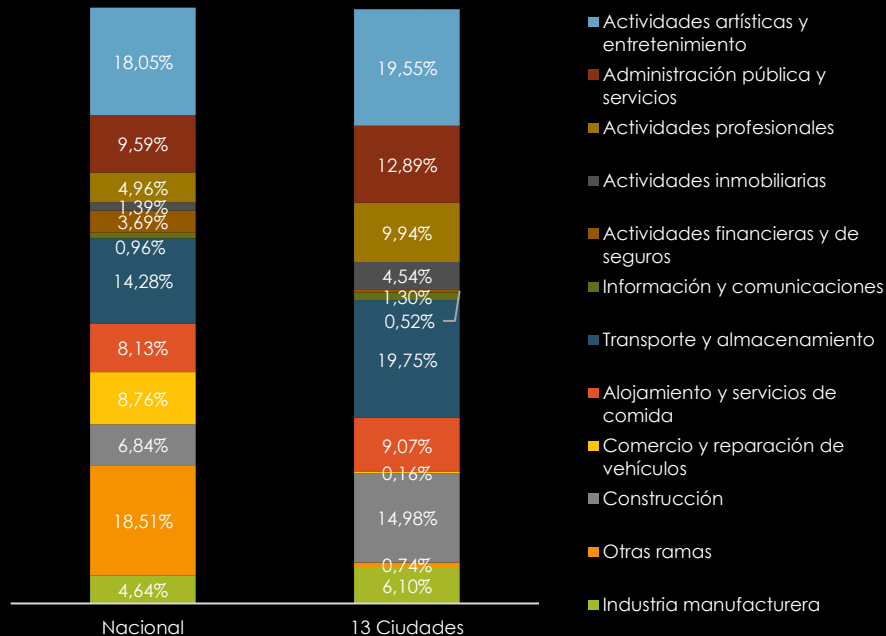
Por otro lado, la tasa de desempleo nacional continúa disminuyendo impulsada por la generación de empleo.

CONSUMER REPORT Junio 2022

Índice de ocupados (ene-21 = 100)



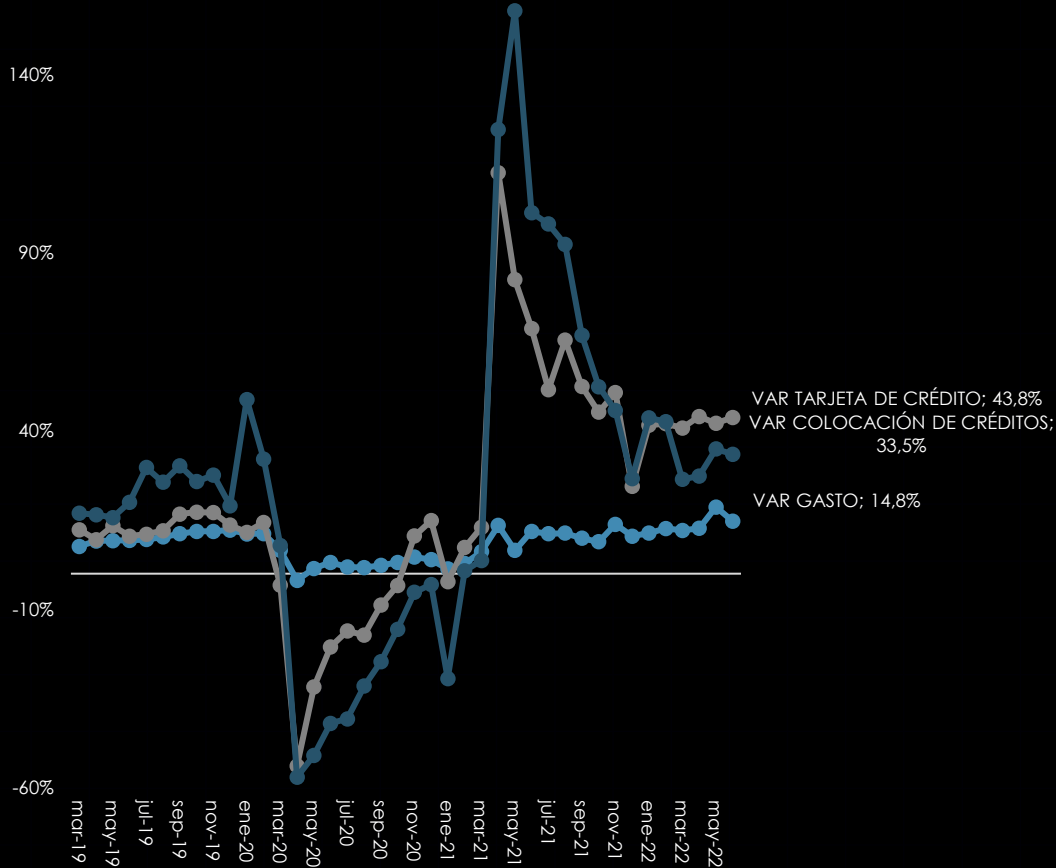
Aporte de las actividades a la creación de nuevos empleos (mayo-22)



La cantidad de ocupados disminuye en las ciudades principales en comparación al mes anterior, mientras que el empleo nacional continua con un buen incremento. Las actividades que están impulsando este crecimiento a nivel nacional son las actividades agropecuarias, las actividades artísticas y entretenimiento. En las 13 ciudades, Comercio, Transporte, actividades artísticas y entretenimiento, son las que más aportan a la creación de nuevos puestos de trabajo.

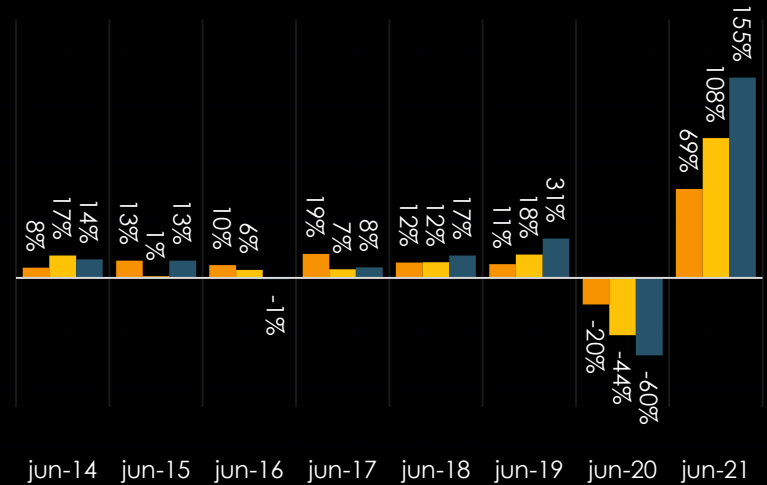
CONSUMER REPORT Junio 2022

DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES, FUENTES Y USOS



Situación Crediticia de los Hogares en junio

TARJETA DE CRÉDITO CREDITO HIPOTECARIO CREDITO DE CONSUMO

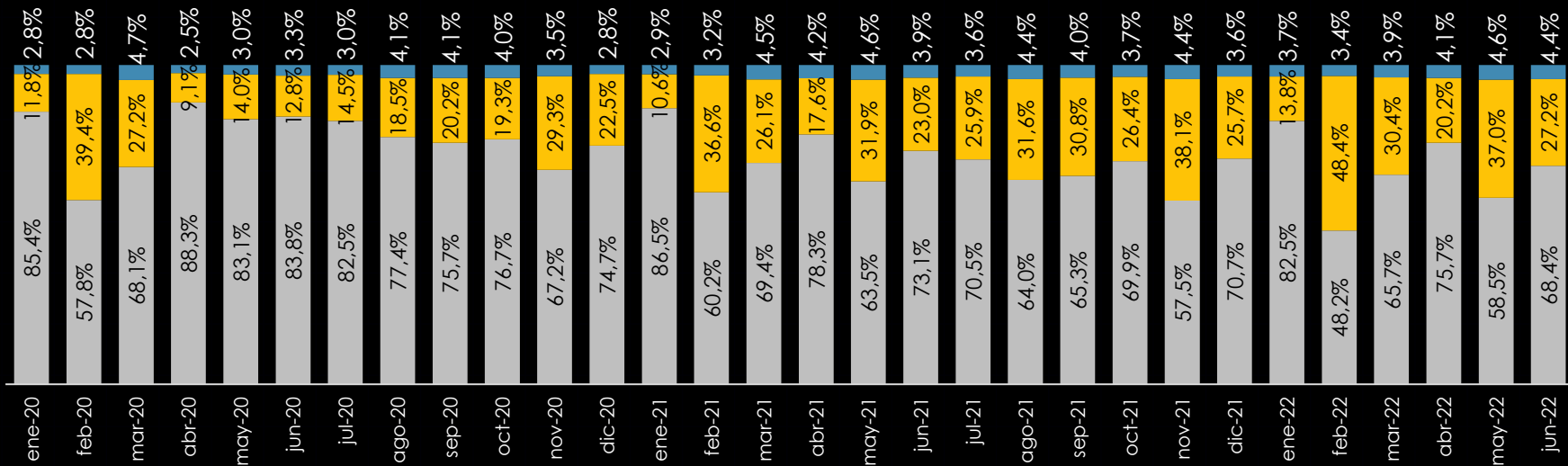


La colocación crediticia en los hogares por parte del sector financiero en tarjetas de crédito, consumo e hipotecarios creció en junio de 2022 33,5%, frente al mismo mes del año pasado; el valor de las transacciones con tarjetas de crédito creció 43,8% frente al mismo mes del año pasado.



Participación por fuente de ingreso de los hogares

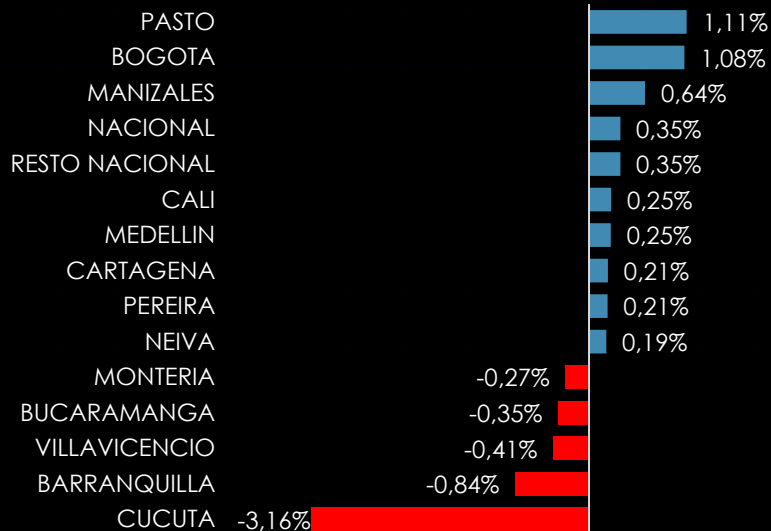
■ PESO SALARIOS Y RENTAS ■ PESO CONSUMO Y TARJETAS ■ PESOS REMESAS



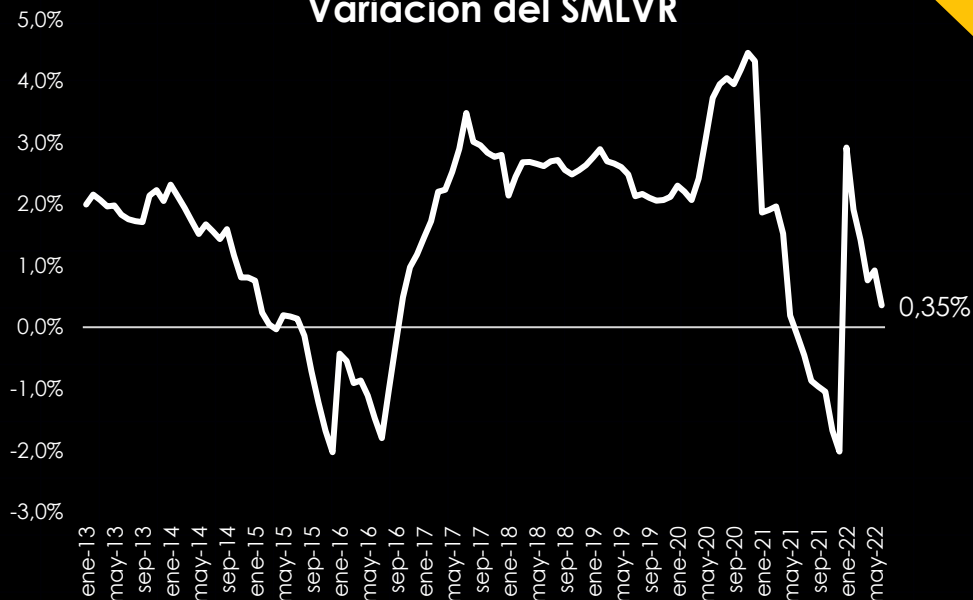
Los salarios y rentas continúan teniendo la mayor participación como fuente de ingresos, alcanzando el 68% para el mes de junio, así mismo el consumo de tarjetas aumenta 4 puntos porcentuales comparado con el mismo mes del año anterior, como efecto de una mayor participación e inclinación por adquirir estos productos y servicios para apalancar su gasto.

CONSUMER REPORT Junio 2022

Variación del Salario mínimo real



Variación del SMLVR



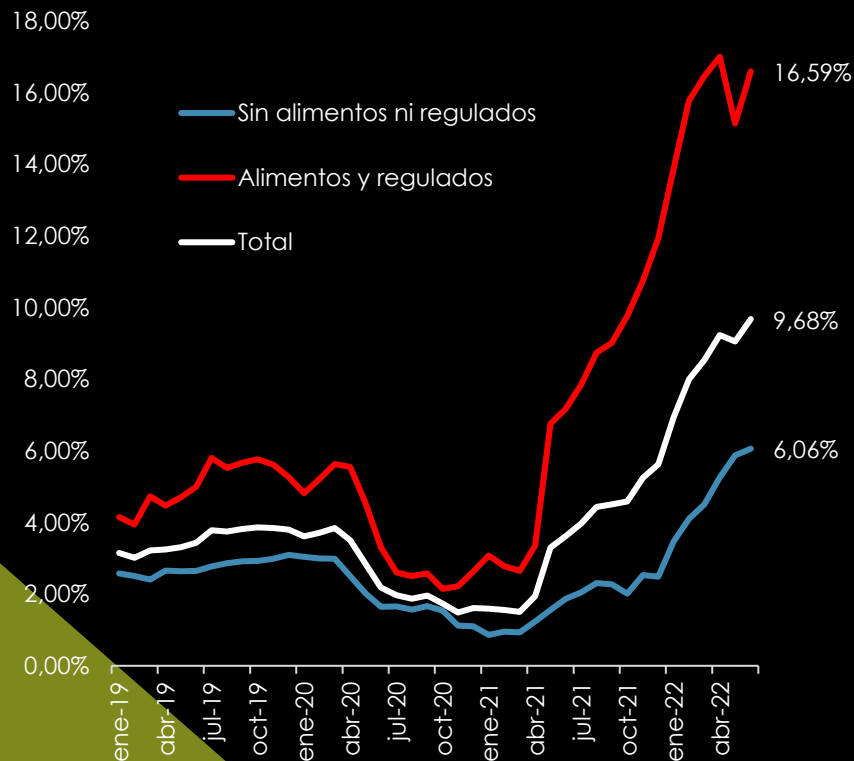
Pese al incremento del salario mínimo de 10% a principio del año, la alta inflación genera que el incremento en términos reales sea de tan solo 0.35% para el mes de Junio. Sin embargo, visto por ciudades ya se observan pérdidas de poder adquisitivo de hasta 3% frente al año anterior.



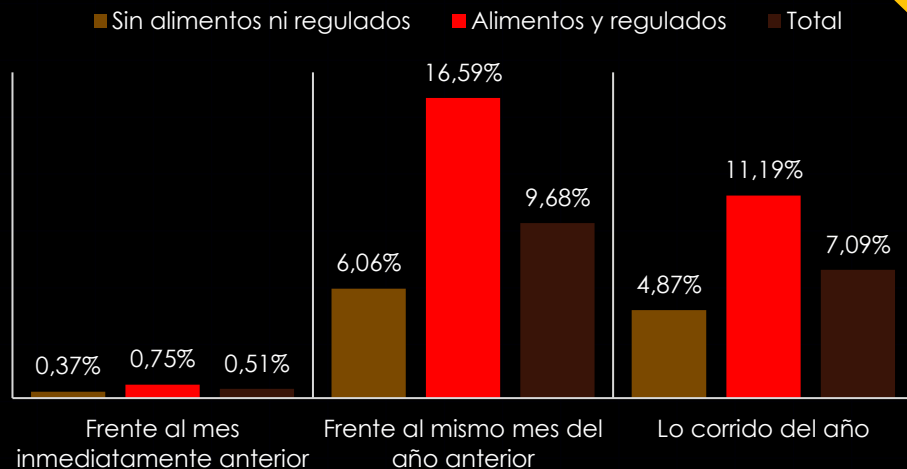
Para mayor información sobre el gasto vs. El ingreso de los hogares, visita: www.raddar.net.

CONSUMER REPORT Junio 2022

Inflación Anual



Dinámica de la inflación



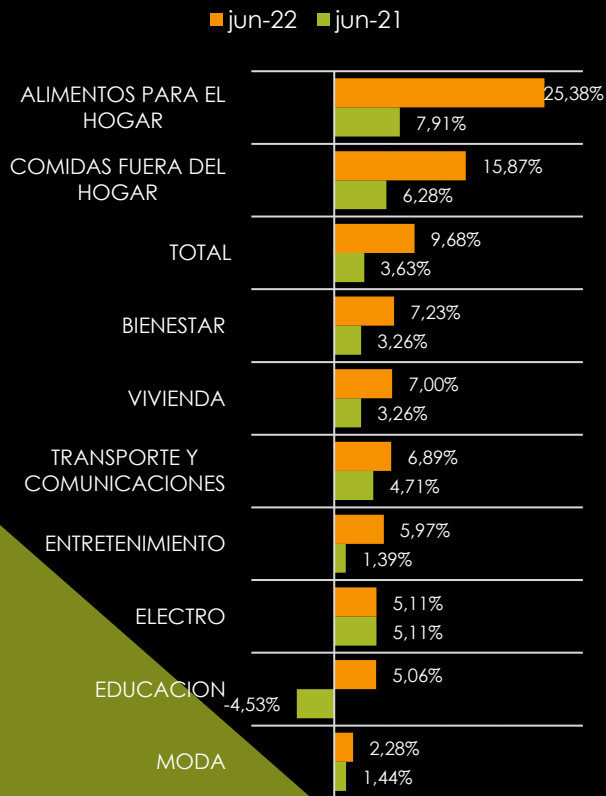
El repunte en la inflación anual esta relacionado principalmente con los alimentos y los regulados como la gasolina, transporte publico, y los servicios públicos. Sin embargo, al retirar los alimentos y los regulados, la inflación continua creciendo, impulsada por mayores costos para las empresas e importados más costosos.



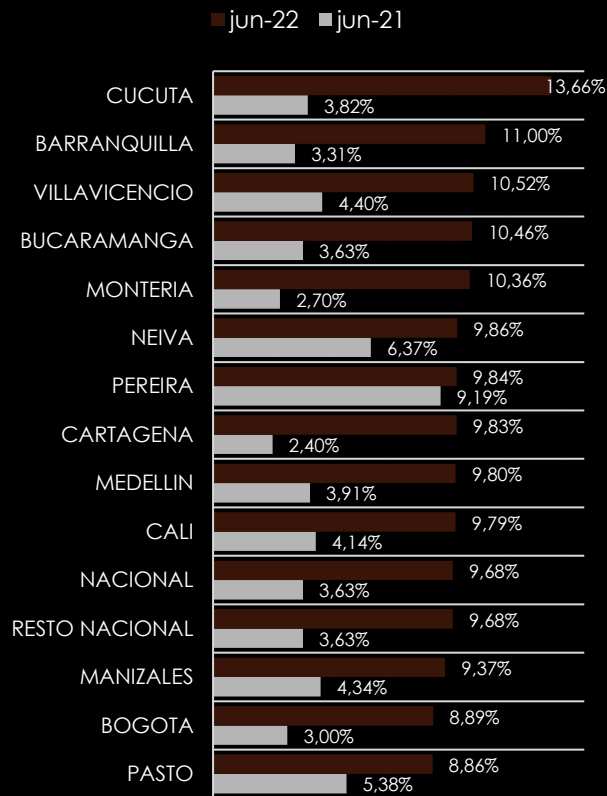
Para mayor información: www.raddar.net.



Inflación anual por canasta



Inflación Anual por ciudad



10 de las 13 ciudades principales muestran una inflación por encima de la nacional. Donde Cúcuta, Barranquilla, Villavicencio, Bucaramanga y Montería, tienen inflaciones por encima del 10%.

Esto se debe al que la canasta de consumo de estas ciudades tiene una mayor participación de alimentos y servicios que registran los mayores incrementos de precios.

Pese a que Alimentos continúa siendo la de mayor aumento de precios, los servicios públicos, el transporte público, las comidas por fuera del hogar aportan una buena parte al incremento de precios.

CONSUMER REPORT

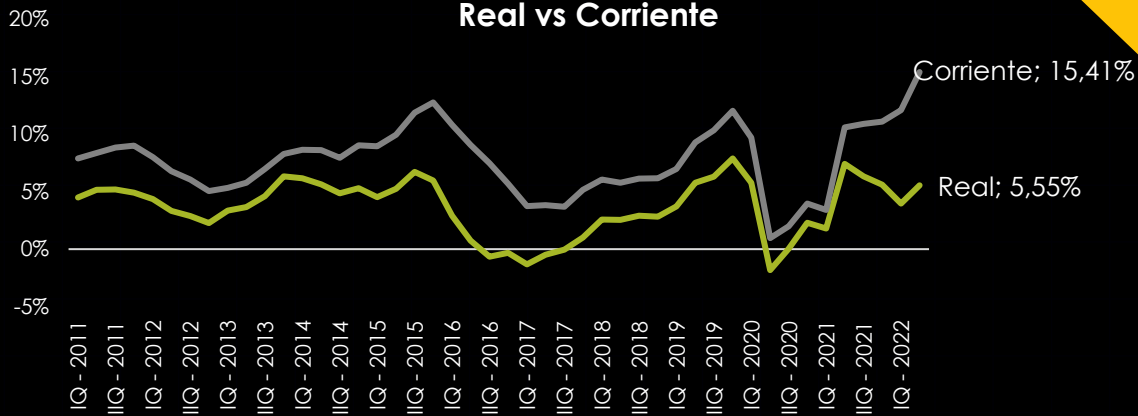
II Trimestre 2022

¿Qué pasó en el IIQ?

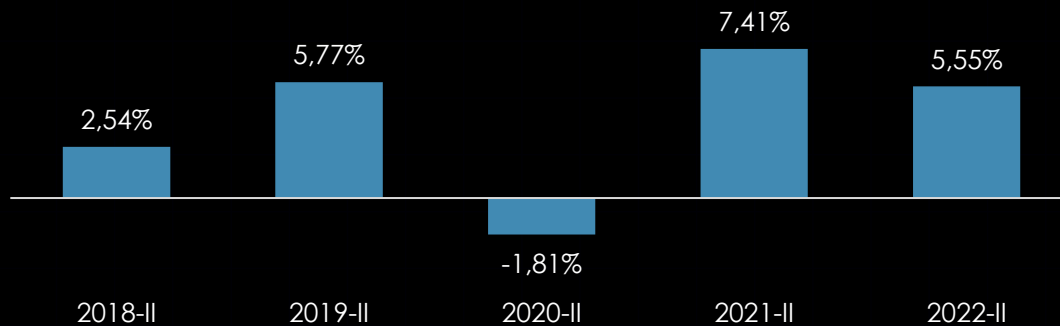
Durante el segundo trimestre del año, los hogares en Colombia gastaron 219 billones de pesos, cifra que es superior a la registrada en el 2021 en 29 billones de pesos, lo que significó un crecimiento del gasto trimestral del 15,41%.

Descontado el efecto de la inflación que para el II trimestre 2022 fue de 9,6%, el crecimiento en términos reales fue de 5,55%, gracias a una mayor participación de todos los sectores económicos especialmente los relacionados con entretenimiento y actividades fuera del hogar.

Crecimiento trimestral del gasto trimestral Real vs Corriente



Crecimiento del gasto Real de los hogares en Colombia trimestral

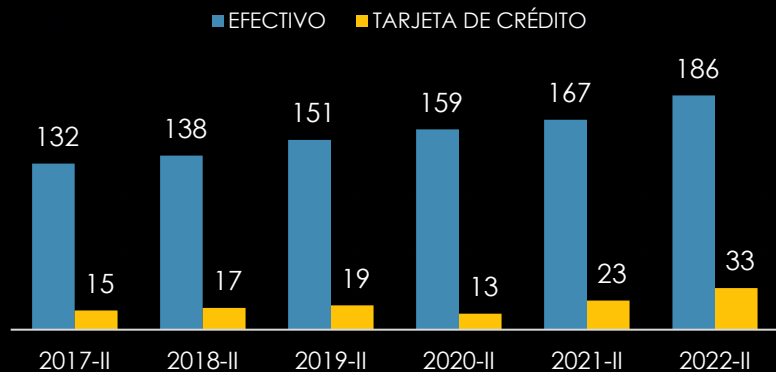


Para mayor información: www.raddar.net.

CONSUMER REPORT

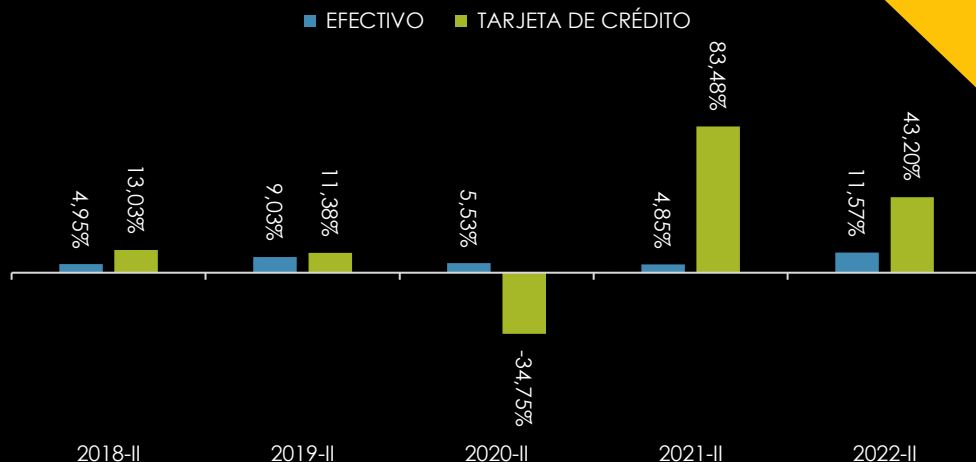
II Trimestre 2022

Gasto de los Hogares por fuente de gasto

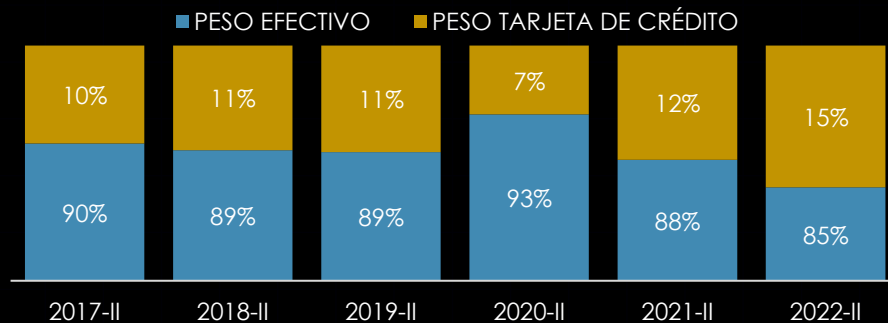


Durante el primer trimestre del año, los hogares en Colombia gastaron 219 billones de pesos, en donde 186 billones corresponden a efectivo y 33 billones al uso de crédito, es decir, el 85% y 15% respectivamente de las compras registradas. Por su parte, las tarjetas de crédito crecen un 43,2% comparado con el mismo trimestre del año anterior.

Crecimiento trimestral por fuentes de Gasto



Peso por fuentes de gasto



Para mayor información: www.raddar.net.

CONSUMER REPORT

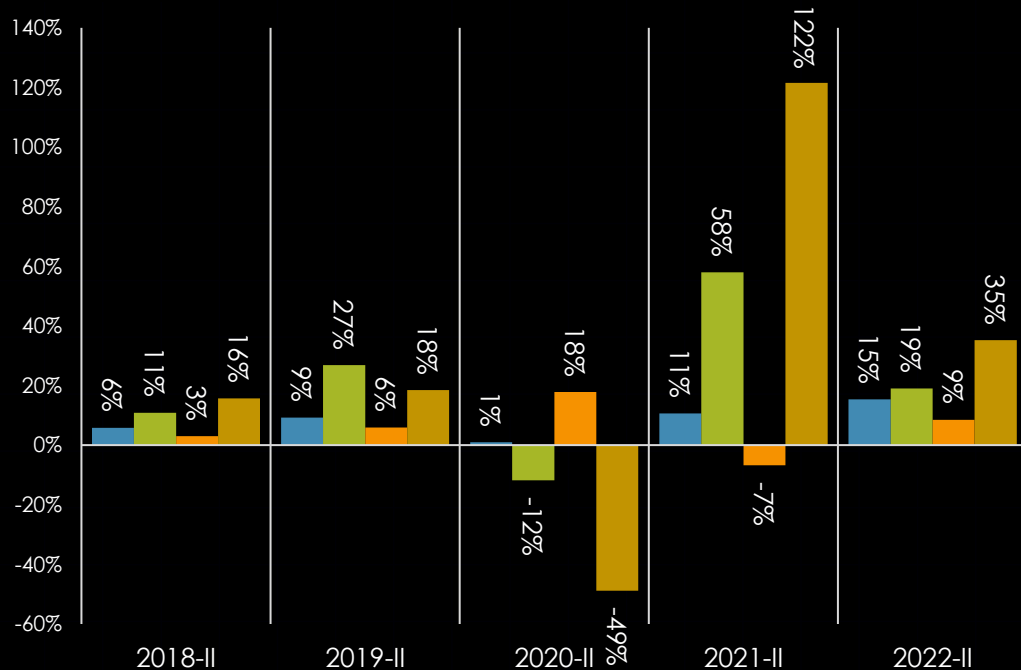
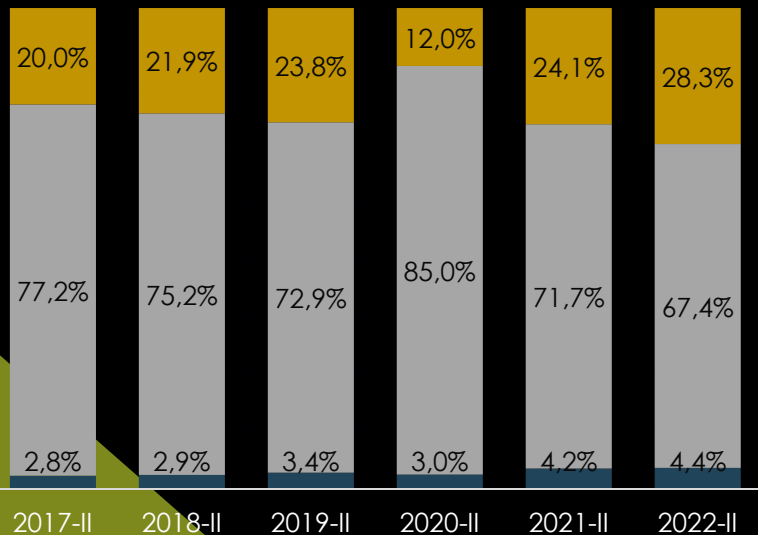
II Trimestre 2022

Variación trimestral de las fuentes de gasto de los hogares

■ GASTO CORRIENTE ■ REMESAS EN PESOS ■ SALARIOS Y RENTAS ■ CONSUMO Y TARJETAS

Participación por fuente de Gasto Trimestral

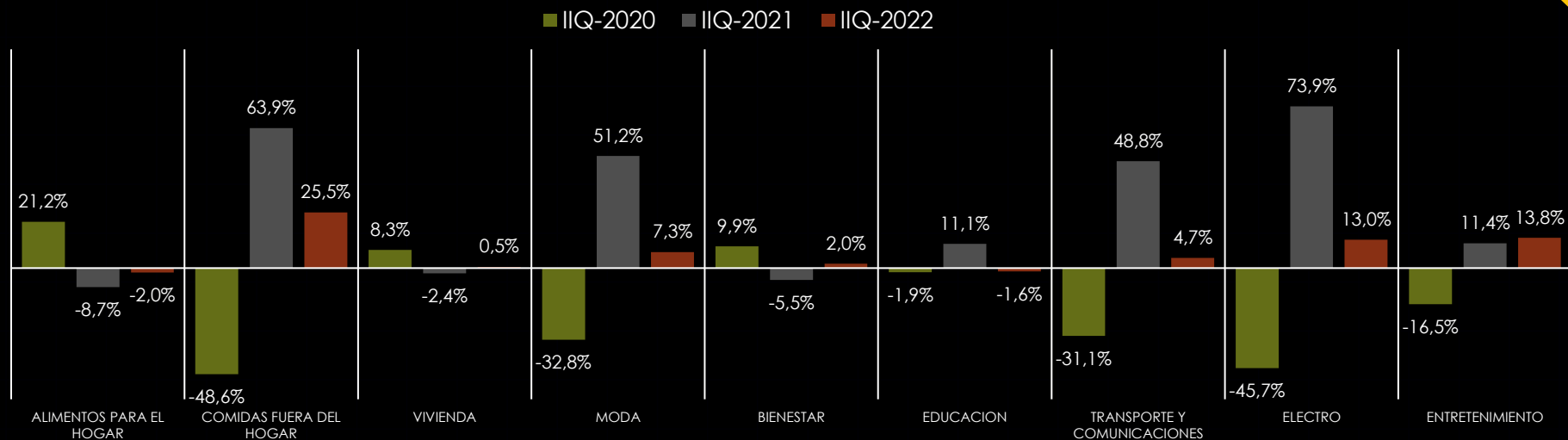
■ REMESAS EN PESOS ■ SALARIOS Y RENTAS ■ CONSUMO Y TARJETAS



Para mayor información: www.raddar.net

CONSUMER REPORT II Trimestre 2022

Crecimiento anual del gasto real trimestre acumulado



Comidas por fuera del hogar fue la canasta con el mayor crecimiento anual para IIQ del 2022, comportamiento acentuado por el bajo nivel en la actividad de la canasta en el mismo periodo del 2021, además de una apertura total en el 2022, crecimiento que resulta en 25,5%. Ahora bien, las canastas de entretenimiento, transporte y moda, son el reflejo del fin de confinamiento estricto en el país.

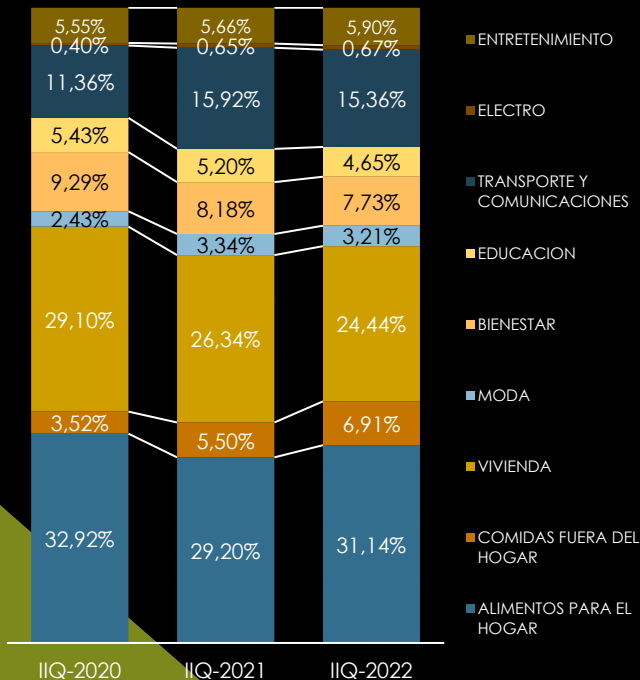
Por otro lado, alimentos para el hogar cae, debido a la fuerte inflación que presenta esta categoría respecto a las demás.



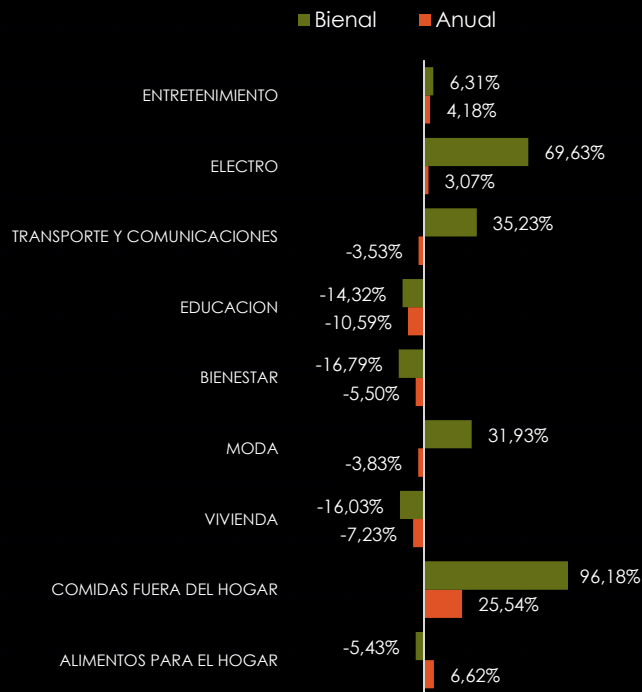
Para mayor información: www.raddar.net.

CONSUMER REPORT II Trimestre 2022

Composición del gasto de los hogares



Recomposición del gasto en las canastas



El gasto de los hogares en Colombia experimentó varios cambios en el IIQ del 2022, decisiones tomadas principalmente por el efecto de la alta inflación que se está registrando en el país.

Esto como resultado induce a los hogares a dedicar una mayor parte de su gasto en canastas como alimentos para el hogar, comportamiento que reduce el gasto en las demás canastas de consumo.

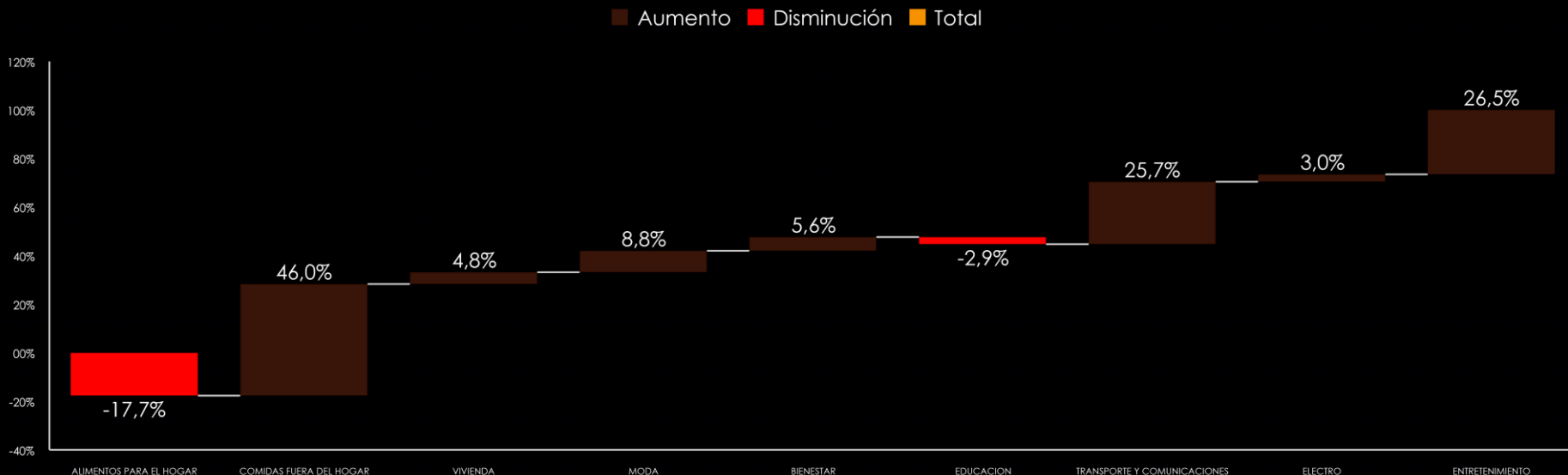
Sin embargo, comidas por fuera del hogar y entretenimiento presentan una mayor participación debido a la reactivación de eventos, como el boom de conciertos que tuvo lugar en el primer semestre del año.



Para mayor información: www.raddar.net.

CONSUMER REPORT II Trimestre 2022

Aporte al crecimiento del gasto real por canastas – IIQ 2022



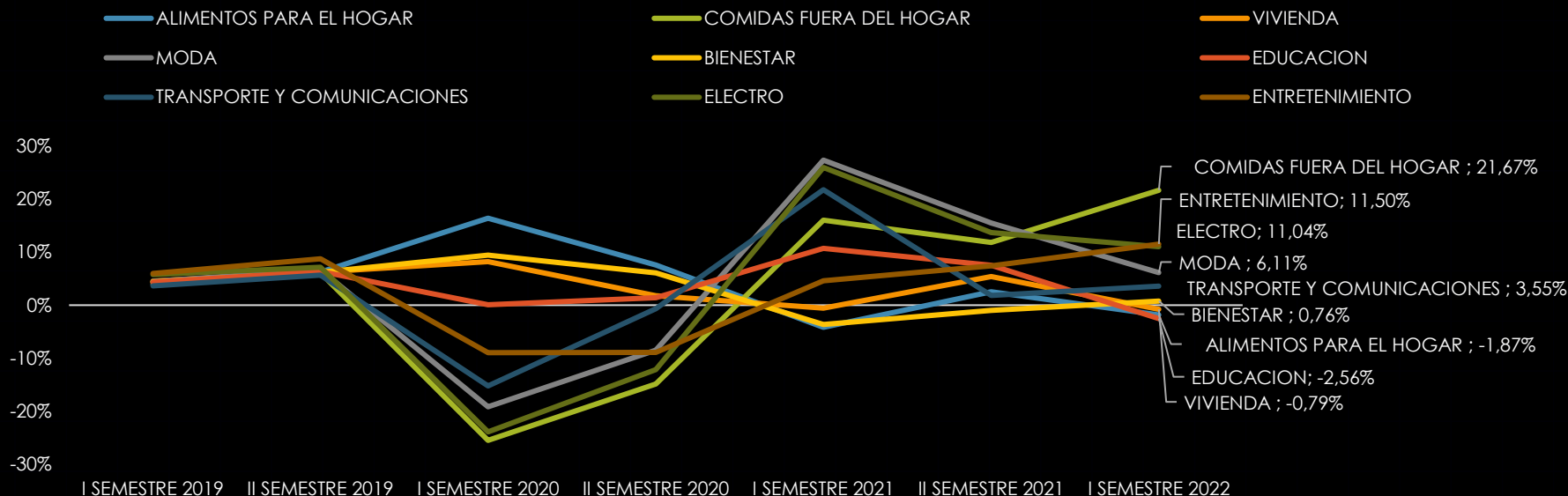
Por cada 100 unidades de gasto adicional que hacen los hogares, el 46% lo están destinando a comidas por fuera del hogar. Adicionalmente, Transporte y entretenimiento aportan alrededor de 25% cada una en el nuevo gasto hecho para el segundo trimestre. Alimentos y educación, presentan caídas en el aporte.



Para mayor información: www.raddar.net.

CONSUMER REPORT | Semestre 2022

Dinámica semestral del gasto de las canastas de consumo



El gasto de los hogares en el primer semestre del año fue de 44,9 billones de pesos, siendo la categoría de comidas por fuera del hogar, entretenimiento y electro las canastas con mejor dinámica de gasto real, debido a una mayor movilidad,

CONSUMER REPORT

Junio 2022



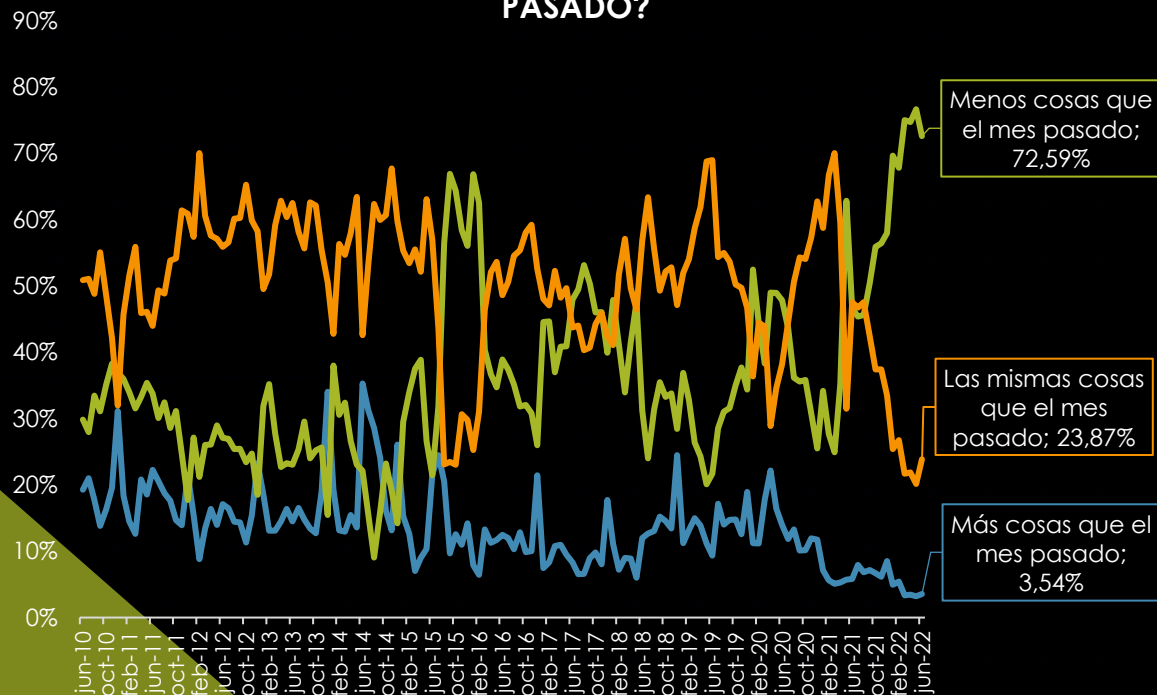
CONSUMERTRACK

Para comprender mejor lo que pasa con los hogares, no basta con analizar sus cifras, también debemos escucharlos.





¿FRENTE AL MES PASADO, USTED SIENTE/ PERCIBE/ CREE QUE COMPRÓ MÁS, MENOS O LAS MISMAS COSAS QUE EL EL MES PASADO?



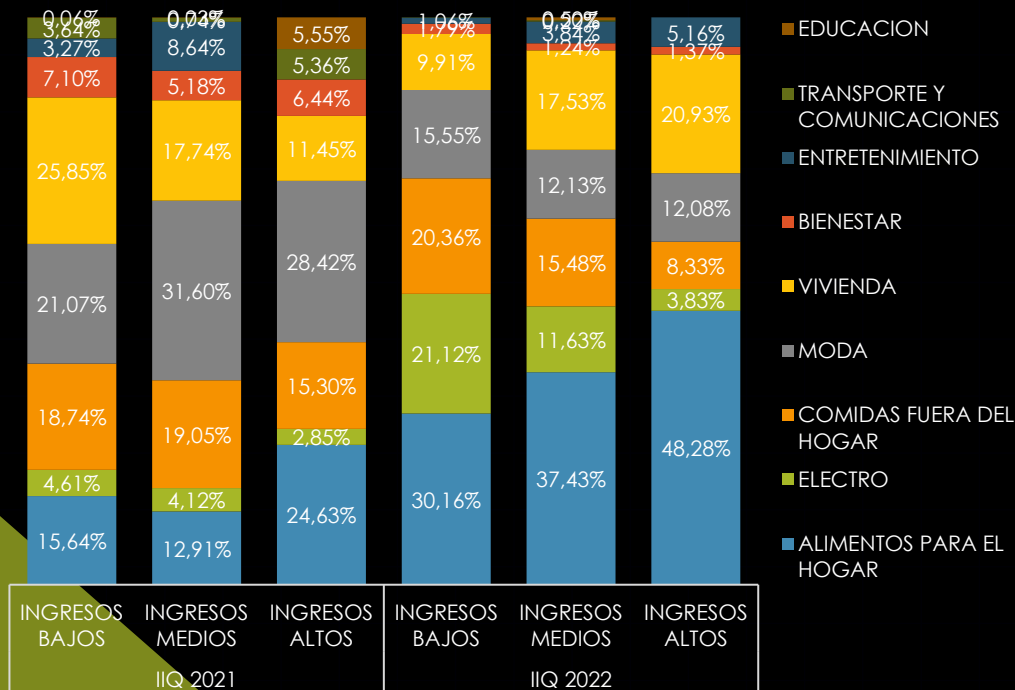
Durante el mes de junio de 2022, y luego de evidenciar meses atrás una creciente preocupación por parte de los hogares en Colombia en la percepción de gasto, los compradores registraron haber podido sortear mejor su poder adquisitivo durante el sexto mes del año.

Con un 72,59% decrece en 4 puntos porcentuales respecto al mes anterior el número de hogares que percibe que ha podido comprar menos cosas. En contraste, con un 23,87%, crece en 3,72% la participación de quienes aseguraron haber podido sostener el gasto y en un 0,34% quienes afirmaron comprar más cosas.

CONSUMER REPORT Junio 2022

PARTICIPACIÓN DE LAS CANASTAS IIQ

Última compra por nivel de ingreso
IIQ 2021- IIQ 2022



En cuanto a la participación de las canastas durante el segundo trimestre del año, se registró un cambio importante en la participación de las canastas en las misiones de compra de los colombianos en sus diferentes niveles de ingresos.

Las canastas que registraron crecimientos más agudos fueron Alimentos para el Hogar y Electro. El gasto en entretenimiento que durante el mismo periodo en 2021 estuvo en hogares de ingresos medios y bajos, en este trimestre se concentró en los hogares de ingresos medios y altos.

La canasta de bienestar registró decrecimientos en la participación en los tres niveles de ingresos, lo cual podría ser producto de menores restricciones derivadas del Covid-19 y al aumento en el nivel de inmunización de la población.

Porque la información también se puede consumir de otras maneras

En este espacio los investigadores de Raddar comparten opiniones que se construyeron desde los análisis que han realizado, como resultados de investigaciones, conversaciones o discusiones y que queremos hoy compartir con ustedes para que participen de nuestra comunidad.

blog



- **La contravía: entre «La Cultura» y la cultura ciudadana**

<https://raddar.net/la-contravia-entre-la-cultura-y-la-cultura-ciudadana/>

- **La importancia de la confianza en el gasto**

<https://raddar.net/la-importancia-de-la-confianza-en-el-gasto/>

- **¿Qué sucede con la papa?**

<https://raddar.net/que-sucede-con-la-papa/>

- **¿Cómo podría ser el futuro de la economía digital? La propuesta que plantea el Metaverso**

<https://raddar.net/como-podria-ser-el-futuro-de-la-economia-digital-la-propuesta-que-plantea-el-metaverso/>

- **Repensando el consumo de alimentos**

<https://raddar.net/repensando-el-consumo-de-alimentos/>

<https://raddar.net/blog/>



CONSUMER REPORT

JUNIO 2022



Raddarckg

inforaddar@raddar.net



Raddar-ckg

www.raddar.net

Celular +57 3108519878



@Raddarckg



Raddar CKG

GRACIAS