

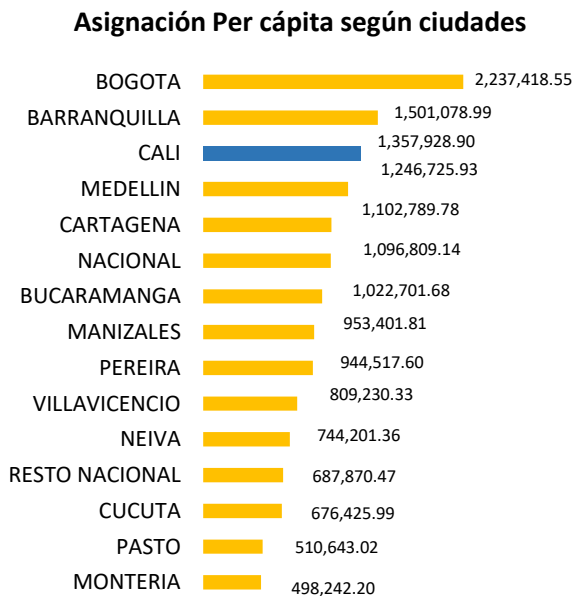
# **Gasto de los hogares**

## **Cali**

---

COMPORTAMIENTO	2017	2018
MERCADO	Febrero	Febrero
<b>Tamaño del Mercado</b>	3.7 billones de pesos	3.9 billones de pesos
<b>Corriente</b>		
<b>Gasto per Hogar</b>	5.1 millones de pesos	5.4 millones de pesos
<b>Gasto per cápita</b>	1.2 millones de pesos	1.3 millones de pesos
<b>Variación Anual Real</b>	-1.36%	3.3%
<b>Inflación Anual</b>	4.76%	3,24%

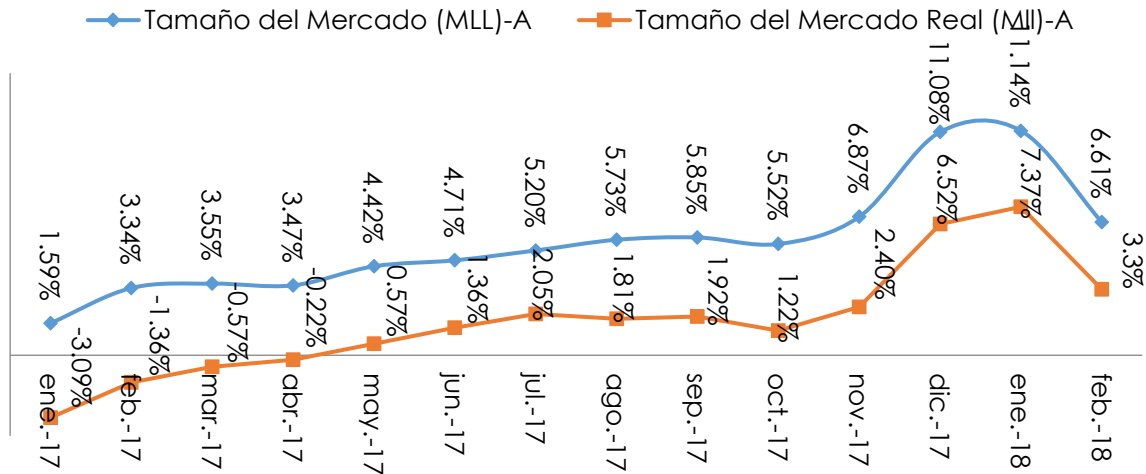
## Comportamiento del Gasto



Los caleños durante el mes de febrero gastaron en promedio 3.9 billones de pesos a nivel general, representando un gasto por hogar de 5.4 millones de pesos, equivalente a 1.3 millones de pesos por persona. La asignación que destinaron se debe a que Cali, representa el 7% de la población nacional, siendo así una de las ciudades que mayor asignación del gasto tiene a nivel nacional.

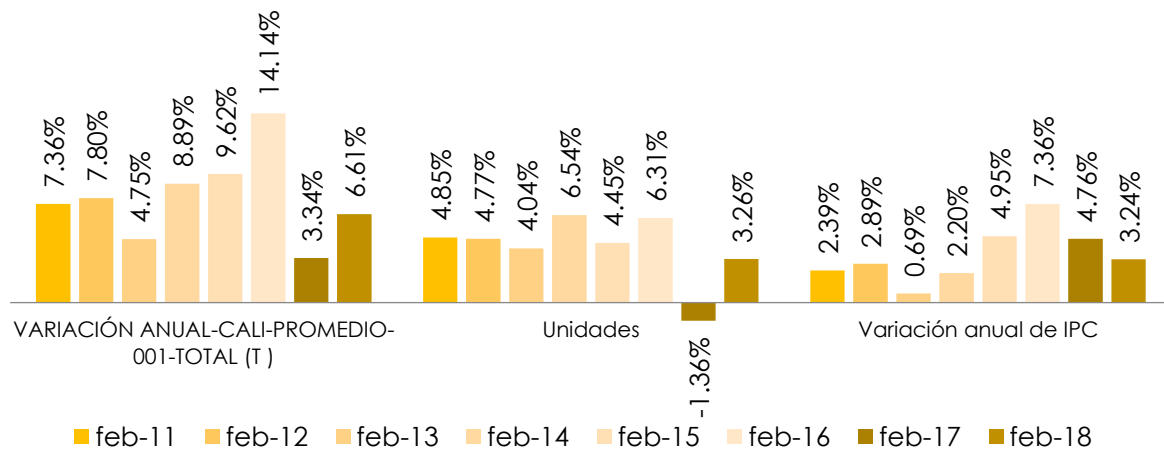
Con respecto al mercado a nivel general, se evidencia un crecimiento de 3.3% en unidades, donde la inflación se encontraba en 3.24%.

## Variación Anual de las Compras



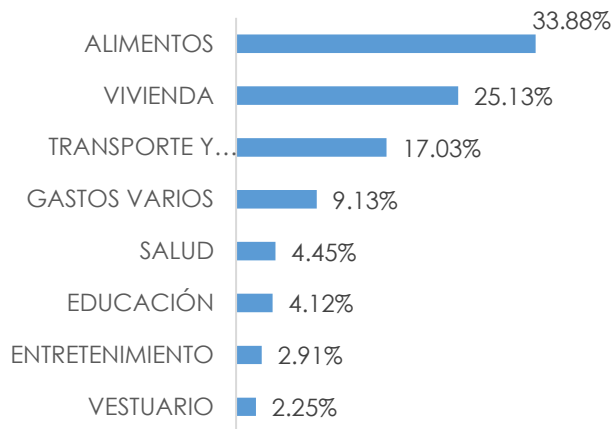
Los caleños tuvieron una disminución en términos de unidades, siendo el crecimiento del mes de 3.3%, esto se debe a la reducción de los precios, esta reducción se debe probablemente tras haber pasado la feria de Cali, que se desarrolló en Diciembre, habiendo un efecto de reducción de precios en los meses venideros, siendo esta reducción la segunda menor de los últimos 14 meses.

## VARIACIÓN ANUAL DEL MERCADO POR MES



Es así, que en el comportamiento anual, se evidencia que el gasto en dinero en la ciudad de Cali ha presentado incrementos, tras haber pasado por un 2017 donde los caleños dejaron de adquirir unidades.

### Pocket Share- Cali según grupos



### Mercado Corriente Enero (Miles de Millones) - Cali



Por su parte, en la asignación de gasto, se aprecia que 33 de cada 100 pesos las personas que viven en Cali gastan en el grupo de alimentos, seguido por el grupo de vivienda donde asignan 25 pesos. En términos corrientes el gasto en el grupo de alimentos representa 1.3 billones de pesos, y el grupo de vivienda representa 1 billón de pesos.

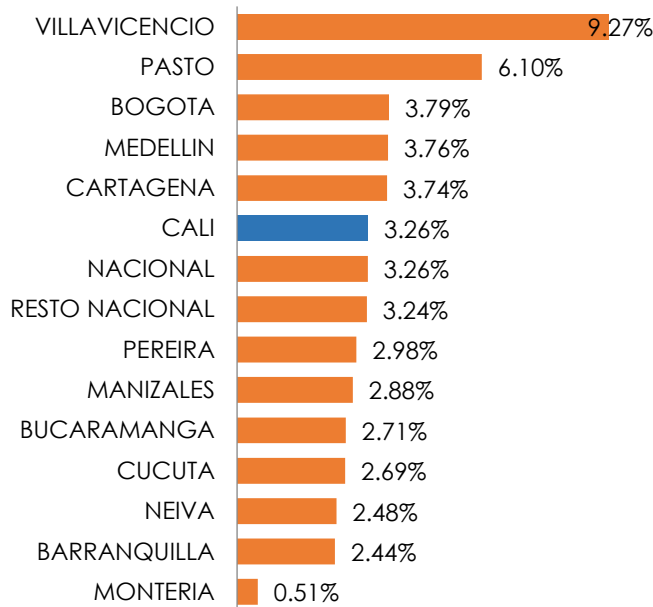
DESCRIPCIÓN	feb-18	VAR Mensual	VAR Anual
341-VESTUARIO Y CALZADO (G)	2.25%	10.08%	0.54%
516-CULTURA DIVERSION Y ESPARCIMIENTO (G)	2.91%	-1.69%	3.43%
469-EDUCACIÓN (G)	4.12%	0.68%	2.06%
421-SALUD (G)	4.45%	-0.46%	2.38%
637-GASTOS VARIOS (G)	9.13%	0.63%	1.44%
571-TRANSPORTE Y COMUNICACIONES (G)	17.03%	4.11%	1.45%
223-VIVIENDA (G)	25.13%	-0.43%	-0.13%
002-ALIMENTOS (G)	33.88%	-1.28%	-1.40%

De acuerdo a ello, visto de manera mensual los caleños han aumentado su asignación de gasto en vestuario y calzado, esto se

debe probablemente a las promociones de venta que tienen las tiendas, viendo así descuentos que incentivan a los ciudadanos a gastar en dicho grupo. Por otra parte, cultura, diversión y esparcimiento, y salud han aumentado su asignación con respecto al mismo mes del año pasado. De acuerdo con esto y con respecto al mismo mes del 2017, las personas han reducido su asignación tanto en alimentos como en vivienda. Parte de este efecto es generado por la reducción en los precios que con respecto al 2017. Por otro lado, gastos varios, educación y cultura han aumentado su asignación con respecto al mismo mes del año pasado, esto se debe quizás

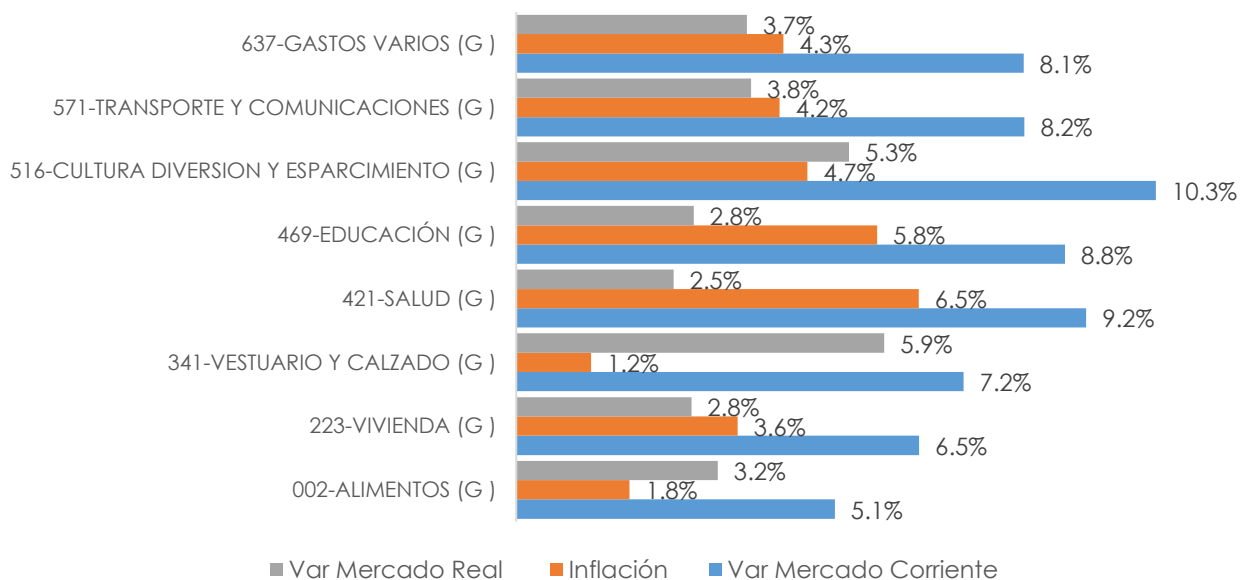
a la llegada de extranjeros que buscan vivir la experiencia de la salsa y la rumba caleña, por lo que es un incentivo para hoteles, discotecas y similares.

**Variación Anual Real del Mercado por Unidades Geográficas**



Para el mes de febrero, a nivel general las ciudades aumentaron en términos reales, presentando Cali un gasto de 3.26%, estando en el mismo nivel del promedio nacional, recordando que hubo una disminución de los precios de 3.24%, siendo este gasto jalonado por grupos como cultura, diversión y esparcimiento y salud.

**Comportamiento Anual Mercado Corriente, Real e Inflación - Cali**



Al observar las categorías que crecieron en términos mensuales, se evidencia que los artículos culturales y otros relacionados, es el que mayor variación tuvo en dinero y en unidades, este incremento se debe probablemente a que febrero fue el mes antecesor a las elecciones de cámara y senado, siendo un factor influyente para que los caleños compraran revistas y periódicos.

NIVEL	VAR IPC	VAR MERCADO	VAR MERCADO REAL
517-ARTÍCULOS CULTURALES Y OTROS RELACIONADOS (C )	-0.01%	18.24%	18.25%
684-ARTÍCULOS DE JOYERÍA, OTROS PERSONALES (C )	0.25%	12.17%	11.89%
297-ROPA DEL HOGAR (C )	-0.08%	10.94%	11.03%
277-UTENSILIOS DOMÉSTICOS (C )	0.70%	10.79%	10.02%
248-MUEBLES DEL HOGAR (C )	0.50%	10.37%	9.82%
405-SERVICIOS DEL VESTUARIO Y CALZADO (C )	0.07%	9.24%	9.17%
260-APARATOS DOMÉSTICOS (C )	0.50%	9.35%	8.81%
390-CALZADO (C )	-0.10%	7.58%	7.68%

Además se evidencia que los grupos de entretenimiento y vivienda, contienen las

categorías que mayor variabilidad tuvieron durante el mes, siendo artículos como libros, revistas, relojes y colchones y almohadas, los que más crecieron en términos de volúmenes.

## Hábitos de Consumo

¿QUÉ FUE LO ÚLTIMO COMPRÓ?	
ARROZ	12.49%
GASEOSA	10.87%
LECHE	9.25%
JABON DE BAÑO	7.45%
JUGO	5.21%
PASTA	3.54%
DETERGENTE	3.31%
CARNE	2.65%
CAFE	2.58%
JAMON	2.40%

Cuando les preguntaron a los Caleños ¿qué fue lo último que compró?; Las personas respondieron que fue arroz, gaseosas y leche. Dentro de los primeros 10 productos más comprados se tiene que 8 pertenecen al grupo de alimentos, mientras que los otros dos restantes son productos pertenecientes al grupo de vivienda y gastos varios. Parte de estos hábitos de consumo se debe a las costumbres de comida de cada

región.

¿DE QUÉ MARCA ERA?	
A GRANEL	14.39%
COCA COLA	11.45%
COLANTA	6.94%
FULLER	6.89%
HIT	4.62%
DIANA	4.52%
LA MUÑECA	3.80%
ROA	3.02%
SELLO ROJO	2.47%
ZENU	2.08%

Las marcas más compradas por los paisas, siguen siendo productos de uso diario tales como: productos a granel, Coca cola, leche Colanta y productos Fuller de aseo.

En cuanto al lugar de preferencia de compra, los caleños siguen comprando más en tiendas de barrio, seguido por almacenes de cadena y supermercados.

### ¿Dónde lo Compró?

