

Informe del  
gasto de los  
hogares en

CALI

IQ-2019

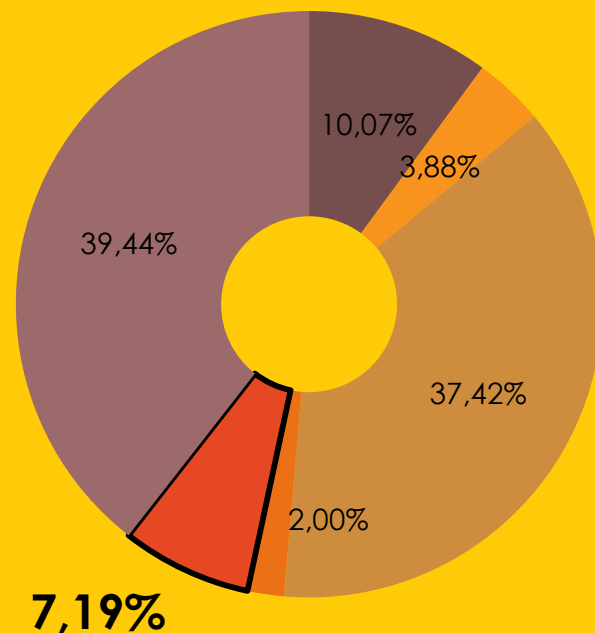


# ¿Del gasto Nacional, cuánto representa Cali?

Participaciones de las ciudades principales en el gasto nacional - I TRIM 2019

De cada 100 pesos gastados en Colombia, 7 se gastan en Cali.

- MEDELLÍN
- BARRANQUILLA
- BOGOTÁ
- BUCARAMANGA
- CALI
- OTRAS CIUDADES



## Noticias e insights del mercado



### CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES

El último dato de confianza del consumidor (marzo 2019) resultó en terreno optimista nuevamente con un valor de 11,4%. Esta es una señal positiva en la recuperación económica que se está llevando a cabo pues se evidenció un crecimiento no solo respecto al año pasado, sino que respecto al mes pasado. Así mismo, ha incrementado la disposición a comprar durables en 22 puntos.



### PARO INDÍGENA

Alza en los precios de los combustibles frente en ciertas ciudades hacia el suroccidente del país frente a bloqueos en la vía Panamericana por el paro indígena. Esto también afectó los precios de alimentos, entre ellos, frutas y tubérculos.



### TIENDA DE BARRIO – EL LUGAR DE LOS CALEÑOS

Si se comparan los últimos 12 meses acumulados a marzo 2019 frente al mismo periodo en el 2015, se podrá notar que tan solo en Cali y Bogotá aumenta la participación de las tiendas de barrio en las compras auto declaradas por los hogares en el ConsumerTrack (Raddar CKG, 2019).

# CALI

Durante el primer trimestre de 2019, los hogares gastaron un total de 12,37 billones de pesos en productos y servicios en la ciudad de Cali.

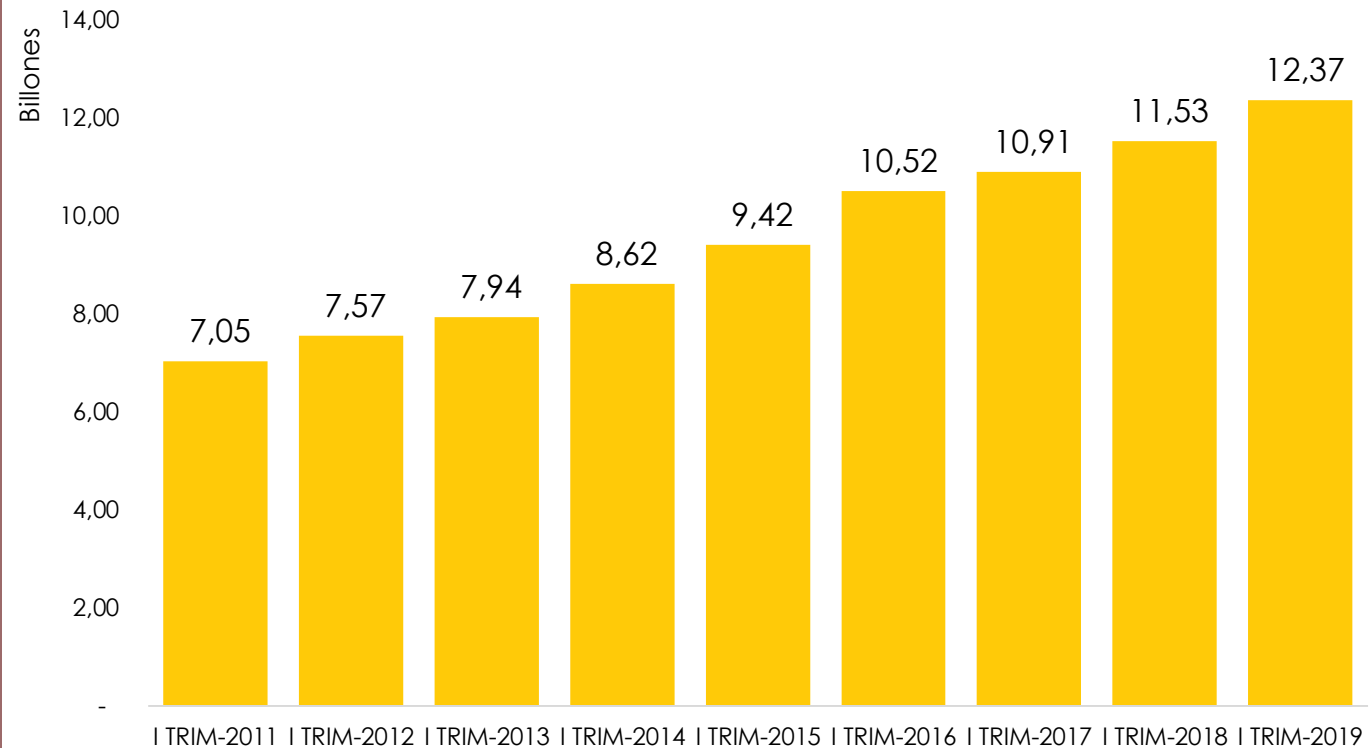
## I TRIM - 2018

## I TRIM - 2019

TAMAÑO DE MERCADO	11,53 billones de pesos	12,37 billones de pesos
GASTO PER CÁPITA	4,21 millones de pesos	4,48 millones de pesos
VAR ANUAL DEL GASTO CORRIENTE	5,73%	7,27%
VAR ANUAL DEL GASTO REAL	2,28%	4,00%
INFLACIÓN ANUAL	3,38%	3,12%

# ¿Cuánto fue el gasto en Cali en el I trimestre del año?

Tamaño de mercado - I trimestre



Durante el primer trimestre del año en Cali se gastaron 12,4 billones de COP, un 7,27% más que en el mismo periodo para el año 2017. Esto quiere decir, que en promedio este año, una persona que vive en Cali gastó 270 mil pesos más que hace un año, durante el primer trimestre. Este gasto representa el 7,19% de lo gastado en toda Colombia, lo que hace de esta ciudad, la tercera más representativa en el gasto, después de Bogotá y Medellín.

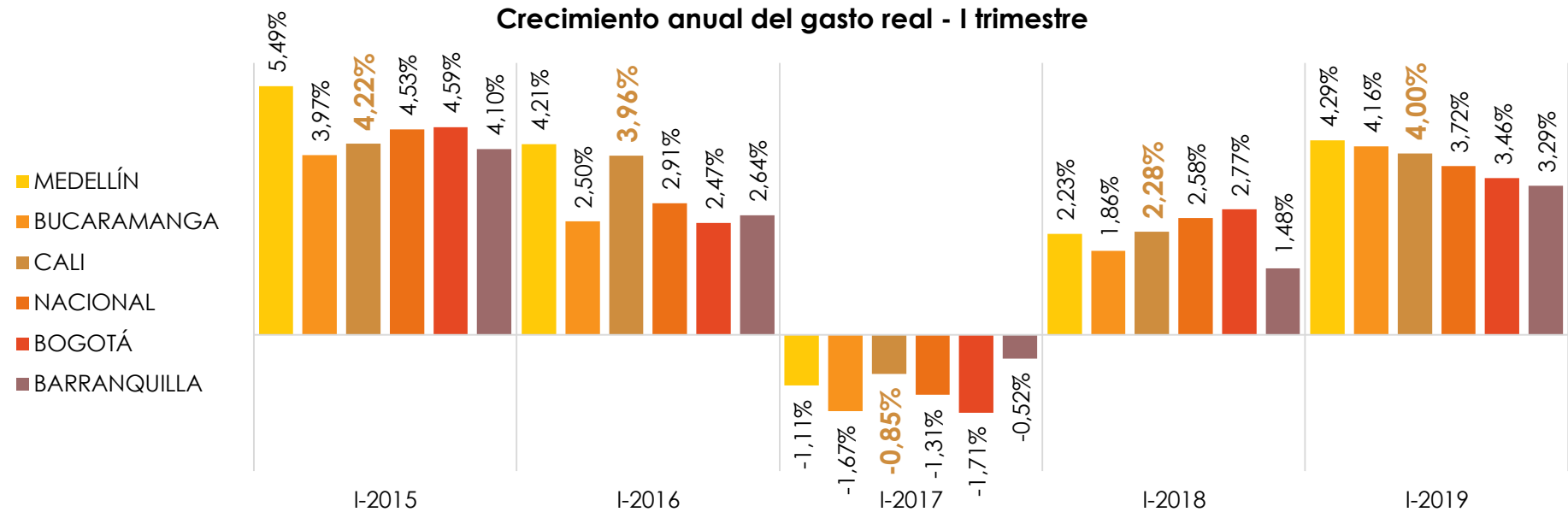
# CALI

La ciudad de Cali presentó el tercer mayor crecimiento en el primer trimestre del año, por encima del promedio nacional.

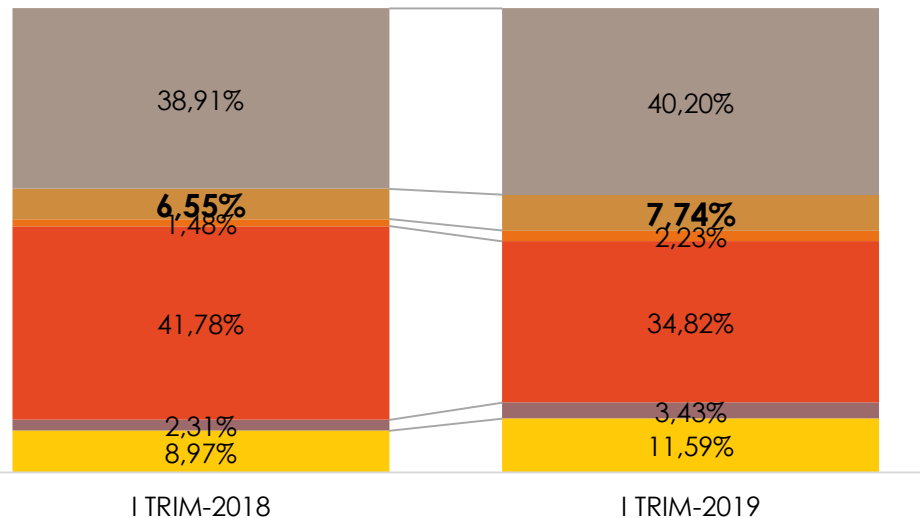
# 7,74%

Aporte al crecimiento del gasto real (I trimestre 2019)

## ¿Cómo se comporta el gasto en Cali frente al resto de ciudades?



### Aporte al crecimiento anual del gasto real - I TRIM



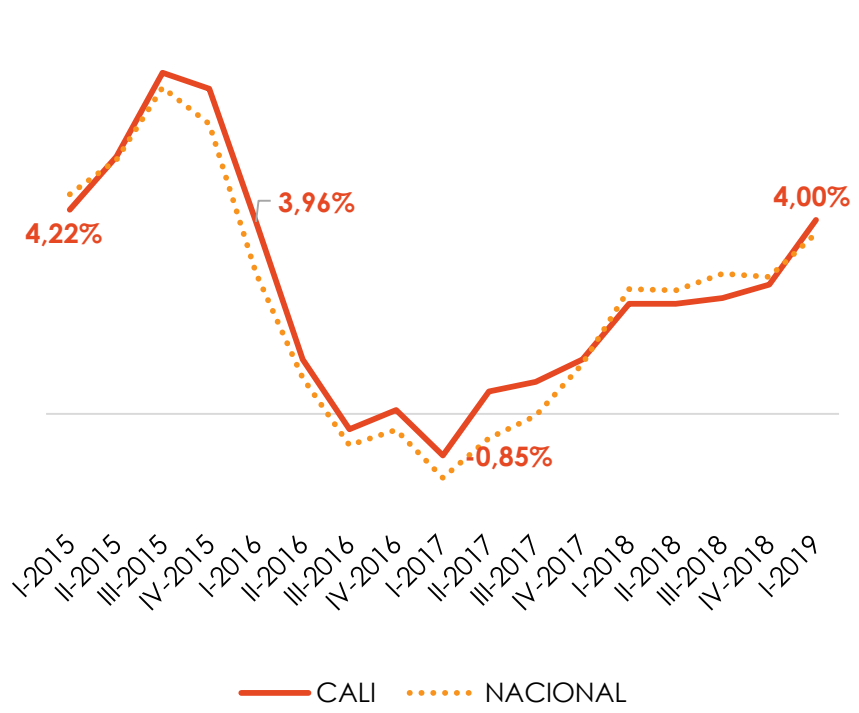
Este primer trimestre del año la recuperación económica se hace sentir con mayores tasas de crecimiento en todas las ciudades principales. 3 de las 5 ciudades principales crecen por encima del promedio nacional, entre ellas Cali, donde a su vez se percibe estabilidad en el nivel general de precios. La ciudad está próxima a retornar a los niveles de crecimiento que se tenían antes de la crisis del 2016 que estaban en el 4,2%. Esto le ha permitido incrementar su aporte al crecimiento del gasto real en un 18% frente a 2018.

+ El gasto real en esta ciudad creció 4%, principalmente impulsado por:

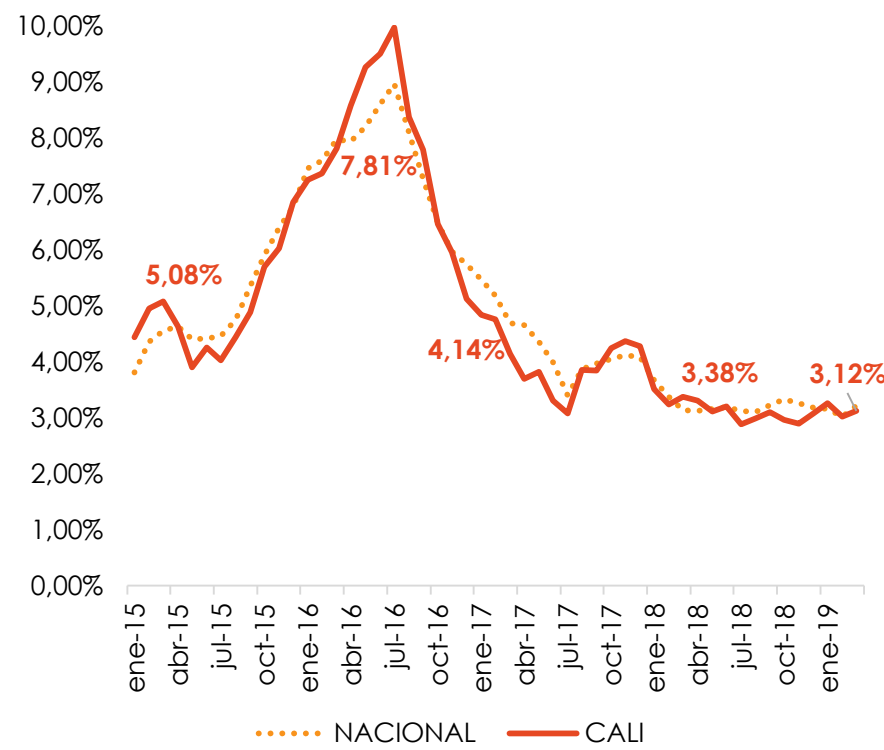
- Todas las canastas evidenciaron mayores tasas de crecimiento en el gasto real este trimestre frente al mismo periodo en 2018.
- Sin embargo, tan solo el grupo de entretenimiento creció por encima del promedio total.
- Estabilización de precios, en la mayoría de canastas (excepción de educación).
- Confianza de los consumidores (marzo 2019) permanece en terreno positivo e incrementa en 9,3 puntos frente al mes de febrero y en 11,5 puntos frente a diciembre 2018 (trimestre pasado).

# ¿Cómo se comporta el gasto en la ciudad?

Dinámica del mercado en términos reales - trimestral



Inflación anual - marzo



Ya descontados los efectos de los precios, la ciudad presenta un crecimiento anual en el gasto real de 4,00%, cifra que se encuentra por encima del promedio nacional. Esto evidencia un gasto consolidado, y una recuperación en la economía, pues al comparar las ciudades principales, se puede evidenciar que después de Bucaramanga, es la que más se aproxima a los niveles evidenciados en el 2015, antes de que se diera la crisis inflacionaria, que afectó el bolsillo de los consumidores. En línea con esto, está la confianza de los consumidores que ha mejorado y se encuentra en terreno optimista y con el valor más alto (11,4%) al evaluarlo con las otras ciudades. Aunque se percibe estabilidad en los precios, la ciudad se pudo ver afectada por el paro indígena que se dio durante marzo y que generó incrementos en los precios de combustibles y alimentos.

# CALI

## CASO DE ESTUDIO: PARO INDÍGENA

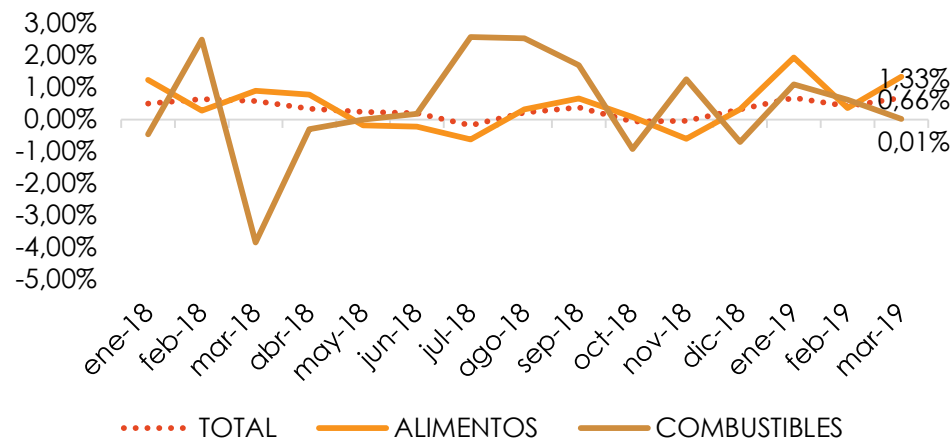
El paro indígena afectó directamente el departamento del Cauca. Sin embargo, al Valle del Cauca le afectó la especulación de los precios.

Se dice que uno de los sectores más afectado dentro de los alimentos fue el lácteo, pues en Nariño se producen 1 millón de litros de leche diarios, de los que el 70% se vende afuera del departamento.

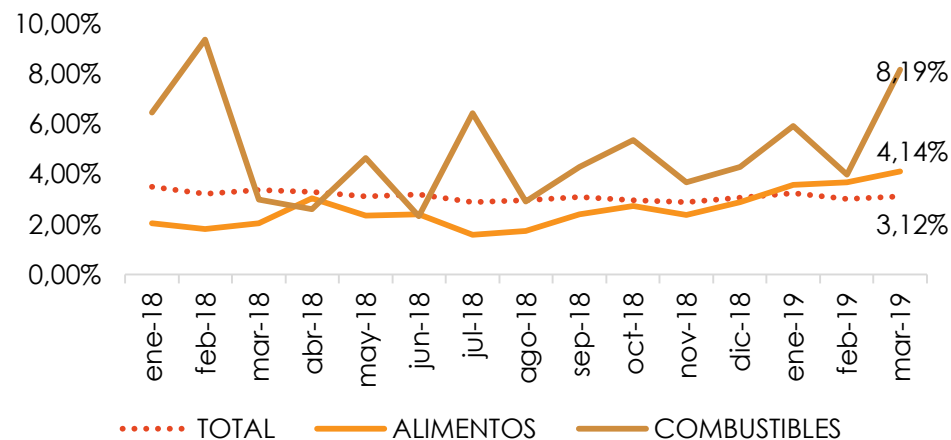
Así mismo, en promedio al día viajaban 612 personas al día de Pasto a Cali. Los gastos de estas personas se pudieron dejar de percibir durante el paro

# Pero, realmente ¿afectó el paro indígena el gasto en la ciudad?

Inflación mensual - categorías más afectadas por el paro indígena



Inflación anual - categorías más afectadas por el paro indígena



En el mes de marzo una de las noticias más discutidas y escuchadas en el país fueron los bloqueos que se dieron por el paro indígena. Esto afectó sin duda alguna, los precios y el abastecimiento de alimentos y combustibles del país, en especial a las ciudades de la región suroccidental.

Si bien Cali no fue la ciudad más afectada, se puede percibir un cierto efecto sobre los niveles de precios, sobre todo al compararlos con el mismo periodo que se dio el paro pero un año atrás. Así, en variaciones anuales se perciben incrementos mayores a los del promedio total en las categorías de combustibles y alimentos. De hecho, los combustibles alcanzaron su pico en marzo, mientras que en el 2018, éste se dio en febrero.

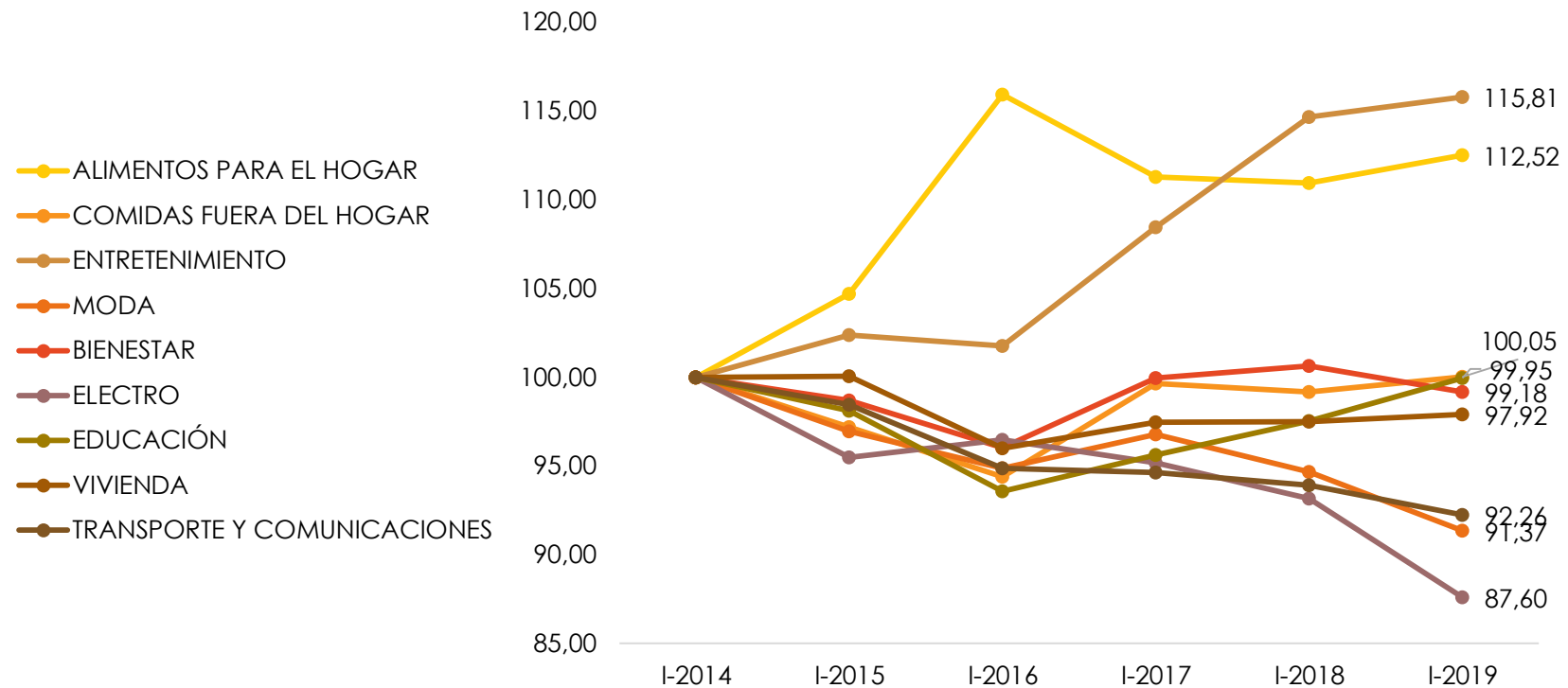
# ¿CUÁNTO SE LE ASIGNA A CADA CANASTA?



# ¿Cómo asignaron los hogares su dinero en esta ciudad?

## Índice del pocket share

Índice del pocket share de las canastas - I trimestre - Cali



El grupo de alimentos en el hogar es uno de los más determinantes, pues su demanda se comporta de manera inelástica. Esto significa, que frente a cambios en precios, la demanda responde con cambios pero mucho más pequeños. Esto se debe a la necesidad que representa el grupo. Así, desde el 2017, los precios se han venido estabilizando, lo que ha permitido reasignar el dinero en otros grupos, tales como vivienda, bienestar y comidas fuera del hogar.

El caso del entretenimiento es particular, no ha dejado de crecer, ni si quiera en la época de crisis. Sin embargo, si se compara este primer trimestre, frente al del año pasado, sí se puede evidenciar una menor tasa de crecimiento en la asignación al grupo.

# CANASTAS DE RADDAR

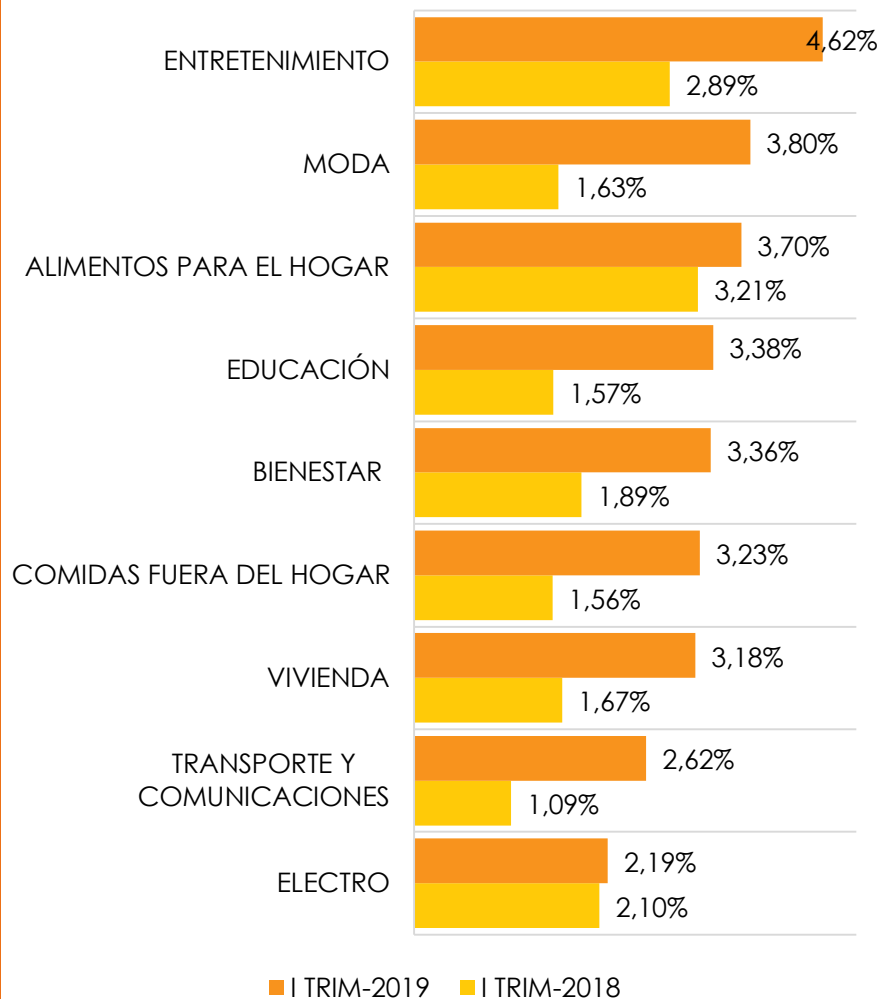
## ¿Cómo se comportó el gasto por canastas de consumo?

Todas las canastas evidencian mayores tasas de crecimiento en el gasto real que hace un año, lo que va en línea con la estabilización de precios en algunos grupos y la recuperación económica.

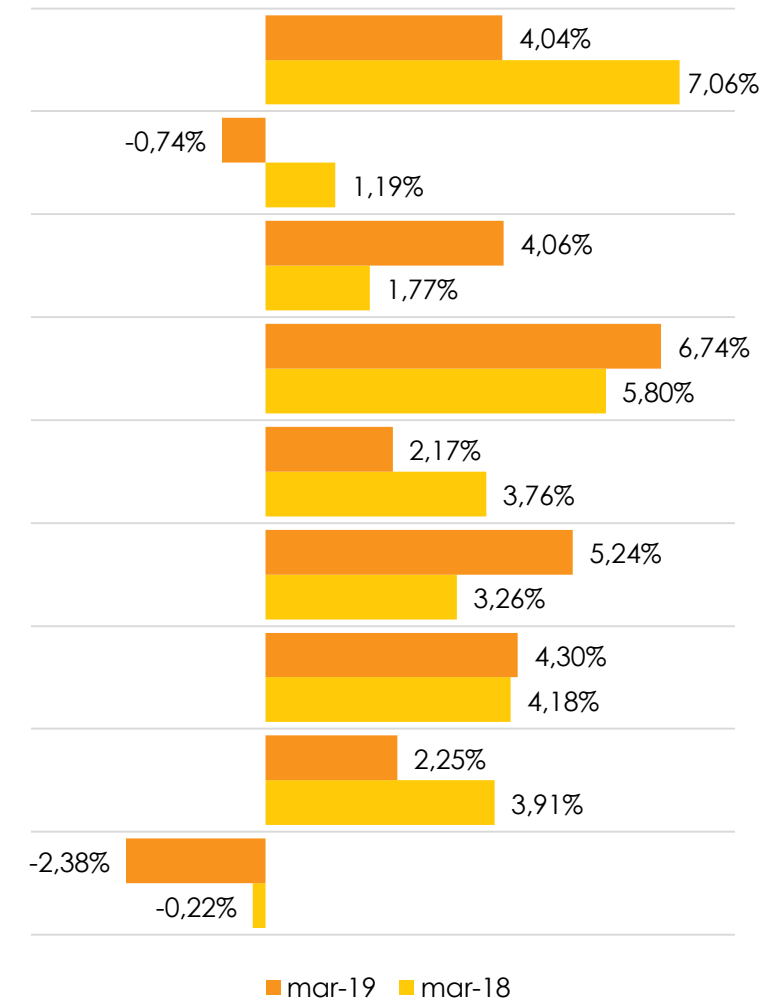
Los grupos que más crecen en reales son el entretenimiento y la moda. En el caso de la moda, se puede entender que los bajos precios han afectado en gran medida, pues las personas realmente le asignan una menor cantidad de dinero, pero en cambio pueden obtener un mayor número de unidades.

Caso similar se evidencia en los precios de la categoría de electro. No obstante, esto no ha significado una adquisición de más unidades en la misma medida que en la moda, Y es que vender más, no es una cuestión de precios solamente. En esta categoría, puede afectar más la confianza de los consumidores al manejar bienes durables y el hecho de que los desembolsos son mayores.

Crecimiento anual del gasto real por grupos de consumo - trimestre - Cali



Inflación anual - marzo - Cali



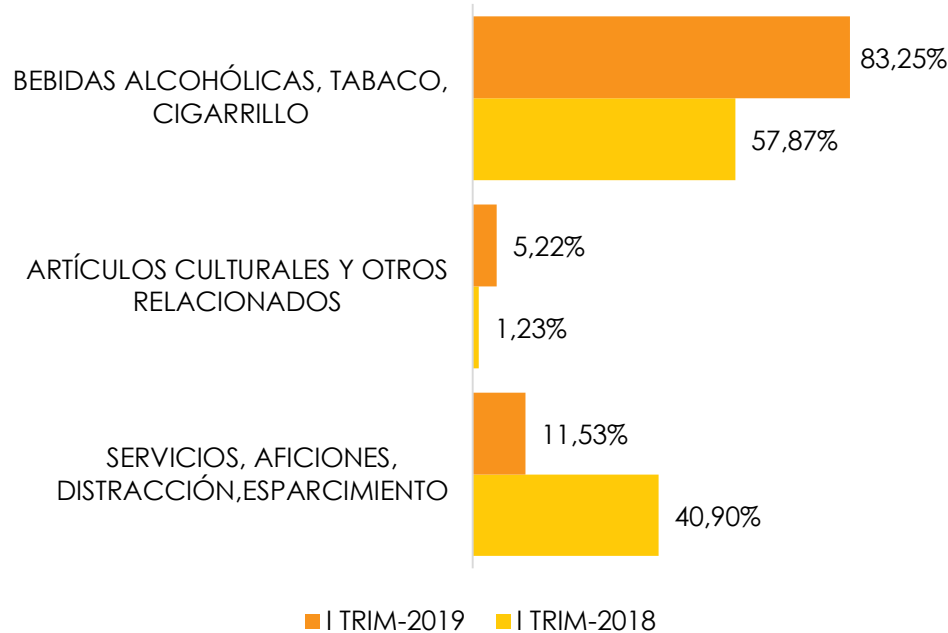




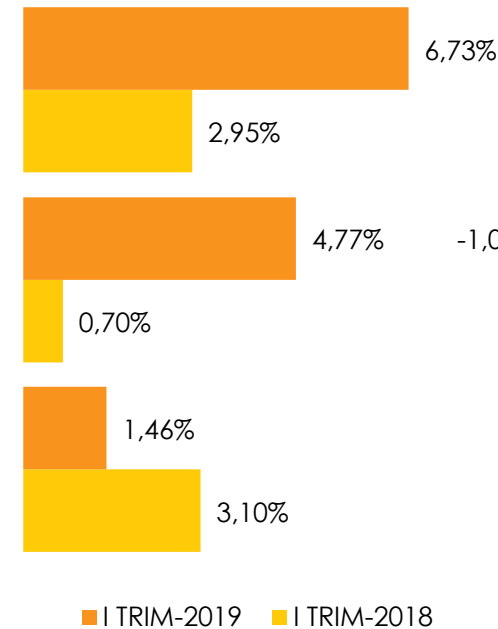
2 de las 3 categorías que conforman el grupo aportaron en mayor medida en este I trimestre del año frente al mismo periodo en 2018. Influye sobre todo el caso de las bebidas alcohólicas y el cigarrillo por su pocket share.

# ¿Cómo se comportó el gasto en el grupo que más creció?

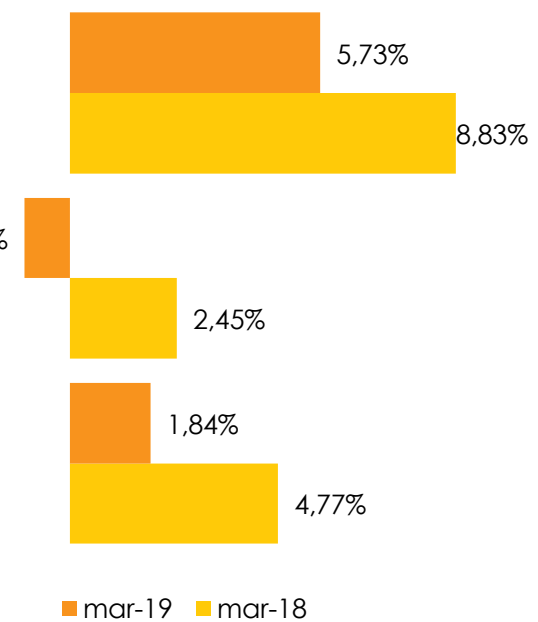
Aporte al crecimiento anual del gasto real por categorías - Canasta de entretenimiento - I trimestre



Crecimiento anual del gasto real por categorías - Canasta de entretenimiento - I trimestre



Inflación anual - Canasta de entretenimiento - marzo



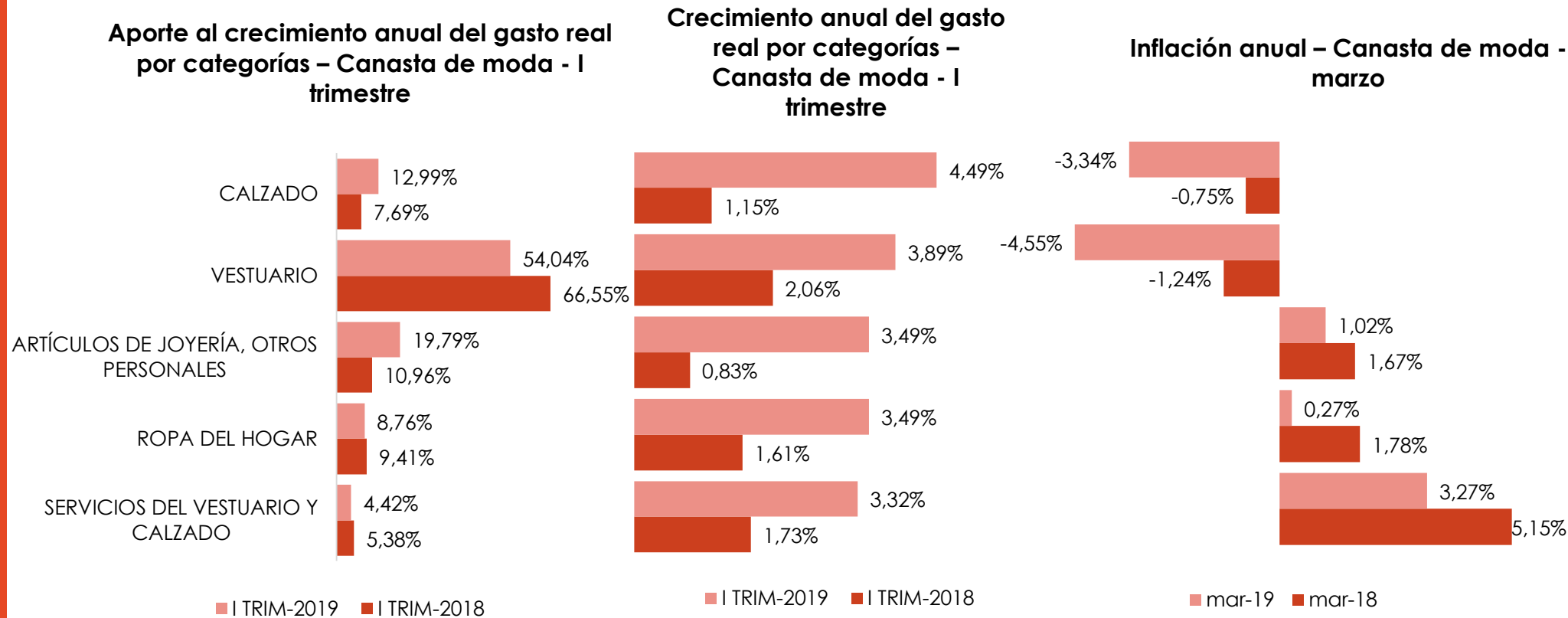
**A diferencia de otras ciudades, en Cali en el mundo del entretenimiento lo que más se mueve no son los servicios de distracción y esparcimiento. En esta ciudad, impacta en mayor medida el tema de las bebidas alcohólicas y el cigarrillo.** Esto va en línea con el crecimiento de las tiendas de barrio en términos de participación en las compras autodeclaradas por los hogares en el ConsumerTrack. Así mismo, resulta importante el pocket share destinado: de 100 pesos destinados a la canasta, 58 son destinados a esta clasificación. Hace un año se le asignaba un 3,6% menos y en dicho año los precios eran mayores. Esto puede significar que el tema del IVA plurifásico en cervezas y gaseosas probablemente afecte al gasto de esta canasta, si los precios aumentan de manera representativa.

# MODA

2 de las 5 categorías que conforman la canasta de moda aportaron en mayor medida al crecimiento del gasto real en Cali en el I trimestre del año.



## ¿Cómo se comportó el gasto en el grupo con el segundo mayor crecimiento?



En el caso de la moda, se habla de un mercado en descuento; las empresas se dedicaron a competir por precio prácticamente desde la segunda mitad del año 2016, tratando así de reactivar el consumo por el tema de la crisis inflacionaria. El problema es que se han quedado en esta situación de manera indefinida en los casos de calzado y vestuario, los que representan el grueso del gasto en el grupo: de cada 100 pesos gastados en esta canasta 70 son destinados a estas categorías. Si bien esto inicialmente ha permitido impulsar el gasto en moda; por lo menos en el caso de vestuario, este año el aporte al crecimiento en el gasto real fue menor que hace un año, a pesar de que los precios cayeron en mayor medida. Esto indica que **no todo es cuestión de precios, quien pretende competir únicamente por este factor está en riesgo. Se debe más bien buscar la generación de valor y alinear ese valor al precio propuesto.**



GRACIAS