



BBVA Research

# Perfilamiento del consumidor colombiano

2019

Creando Oportunidades

# Introducción

## ■ El estudio sobre el perfilamiento del consumo se dividió en cuatro partes



---

Primero se da una caracterización general de la población, su estructura etaria, su conformación por género y el tamaño de los hogares



---

Luego, se presentan las particularidades del ingreso, contestando a preguntas de tipo regional, sobre la proveniencia de los ingresos y la distribución geográfica y etaria de estos y la capacidad adquisitiva de los hogares



---

En tercer lugar, se explica el gasto de los hogares, sus cambios recientes, la canasta de consumo y sus lugares y métodos de compra

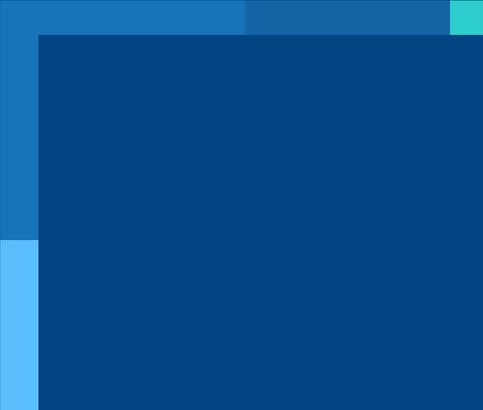


---

Por último, identificamos algunas tendencias que se mantendrán en Colombia y estudiamos las posibles implicaciones en términos de consumo

## Índice

- 01** Caracterización de la población colombiana
- 02** El ingreso y las fuentes de ingreso de los colombianos
- 03** El gasto y las formas de compra de los hogares colombianos
- 04** ¿Hacia dónde vamos?



# 01

## Caracterización de la población colombiana

# La población colombiana tiene una mayor proporción de mujeres que de hombres

## Población por sexo

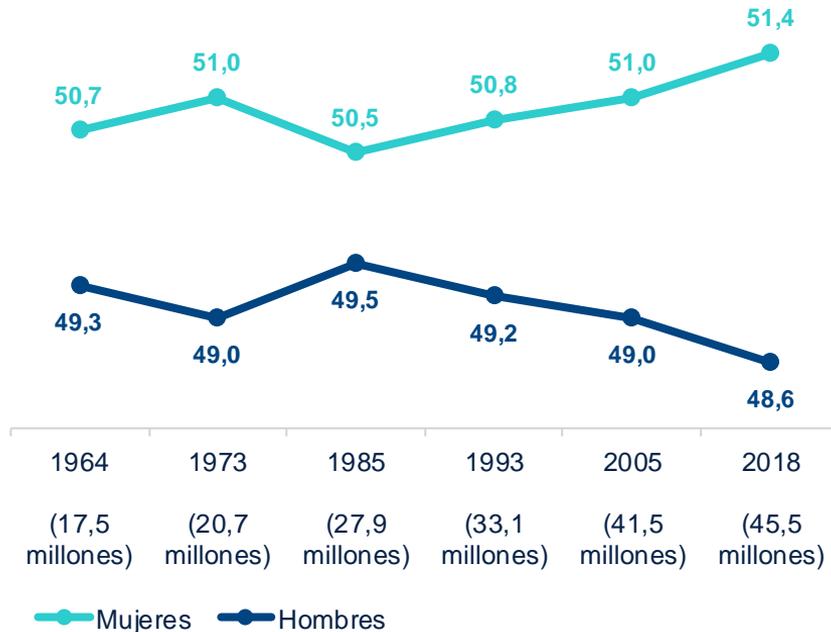
(Millones de personas en cada censo)



# No solo hay más mujeres, también una mayor proporción de los hogares tienen como jefe de hogar a una mujer

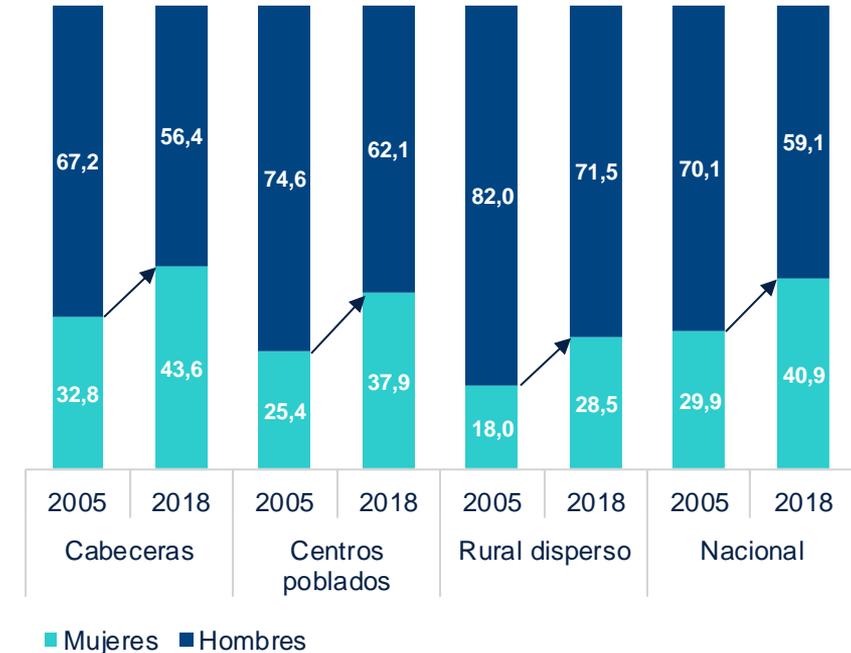
## Distribución por sexo de la población

(Porcentaje del total y millones de personas en cada censo)



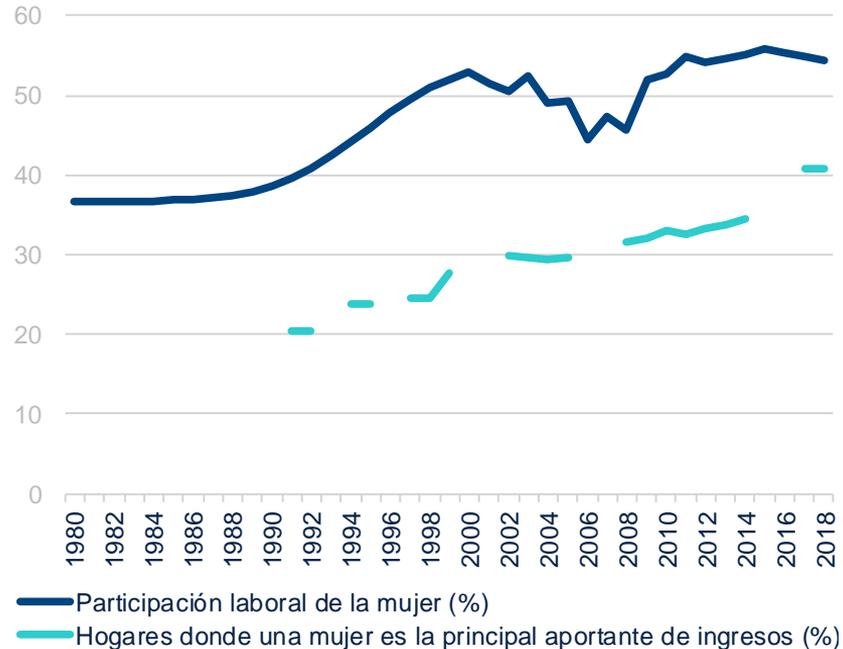
## Jefatura de los hogares por sexo

(% del total de hogares en censos de 2005 y 2018)

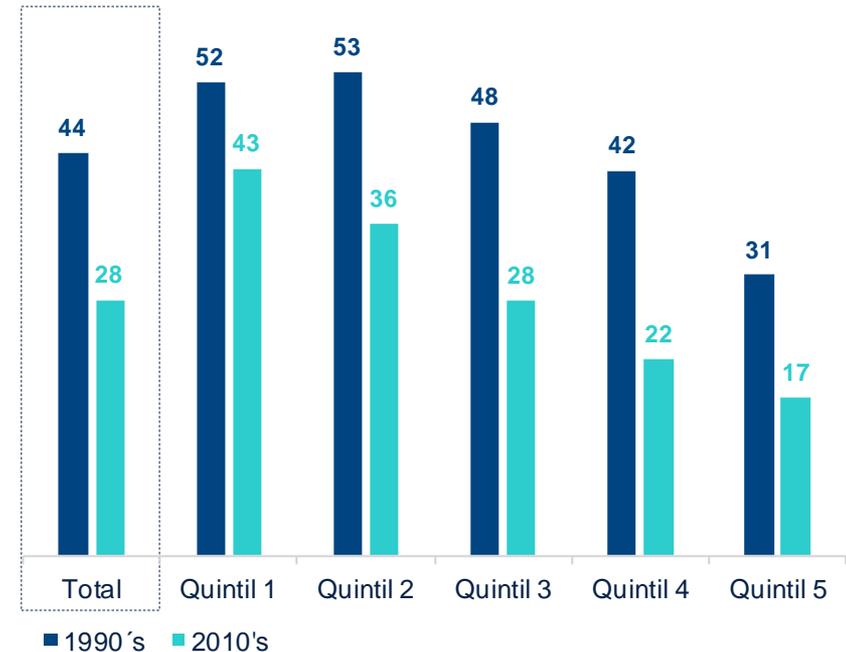


# Además, las mujeres están participando más del mercado laboral y aportando más ingresos en sus hogares

## Mujer: participación laboral y aporte en ingresos (% de las mujeres en edad de trabajar)



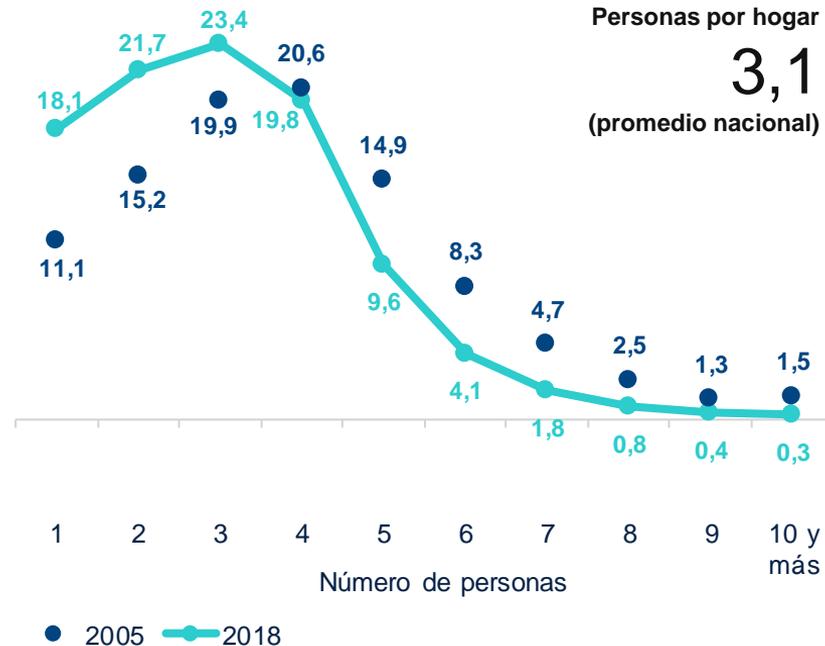
## Mujeres con dedicación exclusiva al hogar (% del total de mujeres)



# Al mismo tiempo, los hogares se hicieron más pequeños y la población infantil fue cada vez menor. La población en edad de vejez aumentó

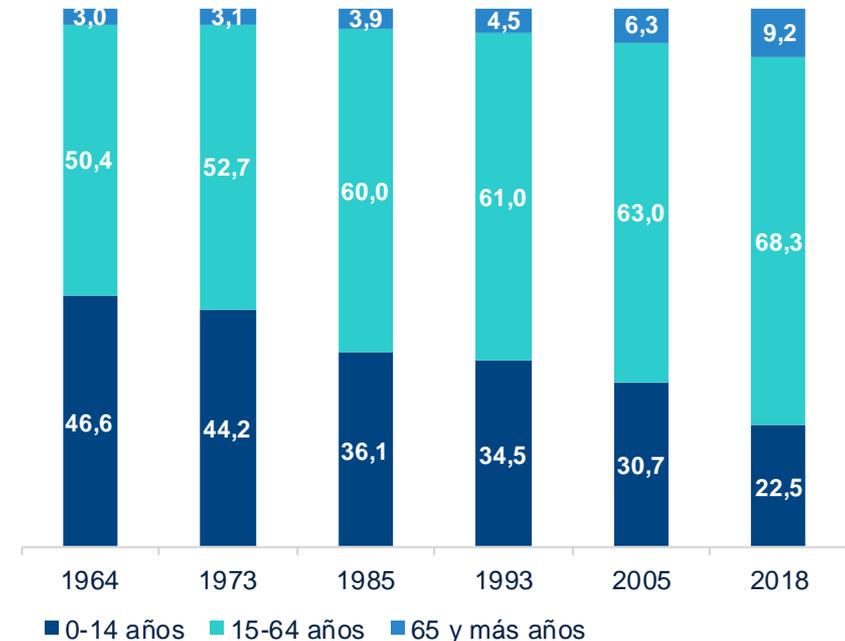
## Número de personas por hogar

(Porcentaje del total en 2005 y 2018)



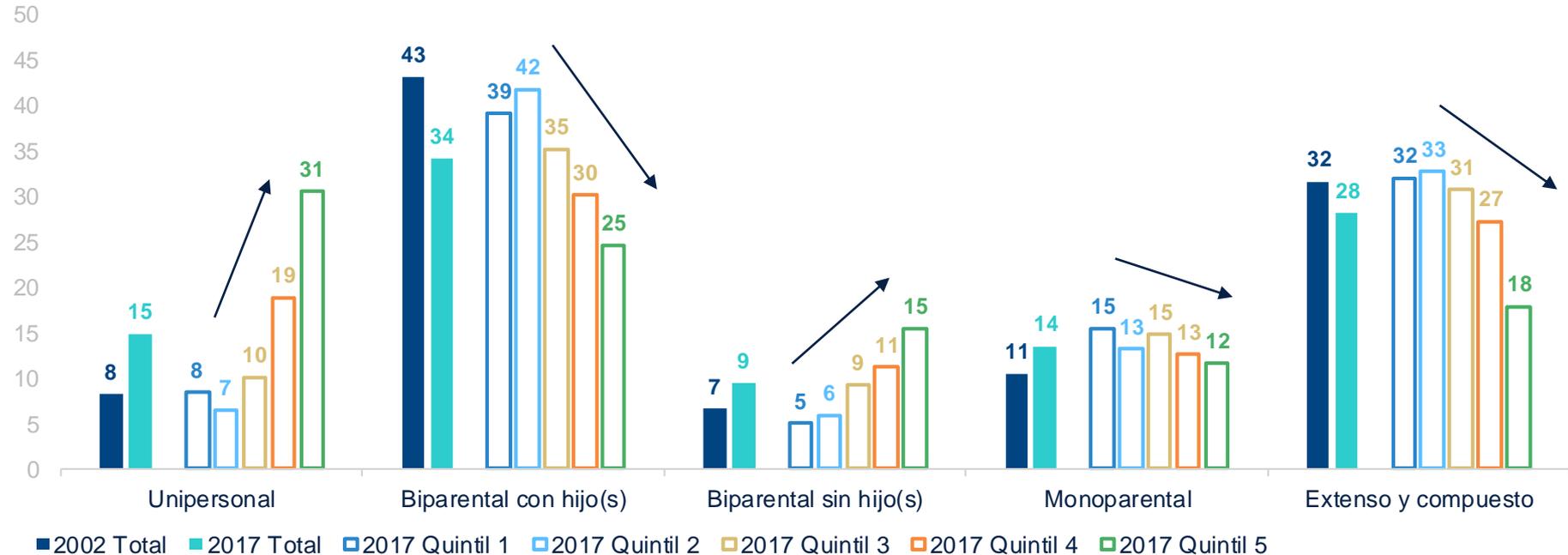
## Composición por edad de la población

(% del total de personas en el censo)



# Así, desde 2002, ganaron participación los hogares unipersonales, siendo estos más representativos en los ingresos altos de la población

**Tipo de hogares: comparación entre 2002 y 2017 y conformación por quintil\* de ingresos en 2017**  
(Porcentaje del total de hogares)



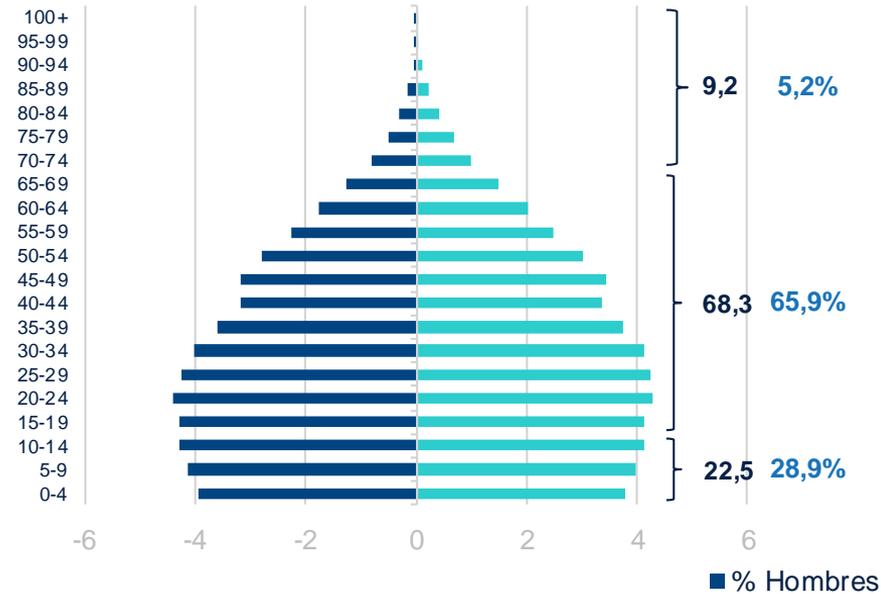
Fuente: BBVA Research con datos de DANE. \*Quintil: se ordena la población de menor a mayor ingreso y se dividen en 5 grupos de 20%, desde el 20% de menores ingresos (Quintil 1) hasta el 20% de mayores ingresos (Quintil 5)

# Si bien, el envejecimiento de la población no es una tendencia aislada en Colombia. Está pasando en la mayor parte de los países de la región

## Pirámide poblacional de Colombia vs. LatAm

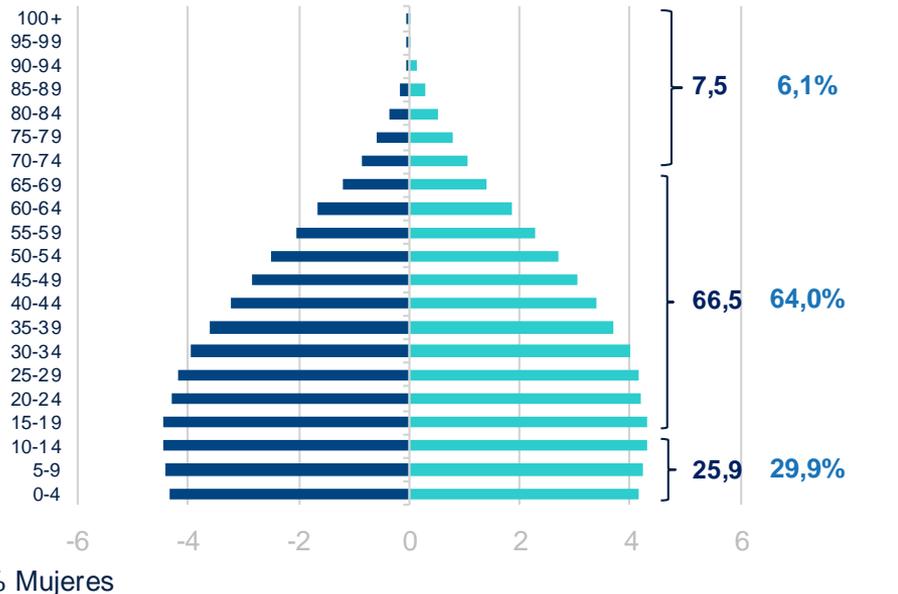
(% de la población total cada cinco años y por género)

### Colombia (2018)



### Censo 2005

### LatAm (2015)

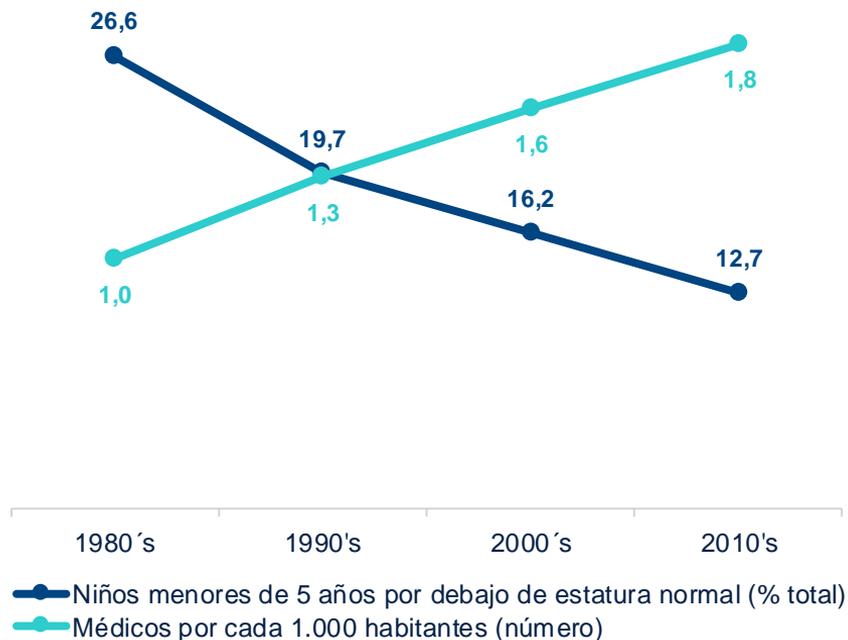


### LatAm (2005)

# Para lo cual debió ser muy importante, además de los avances en salud, la mejor alimentación de los hogares

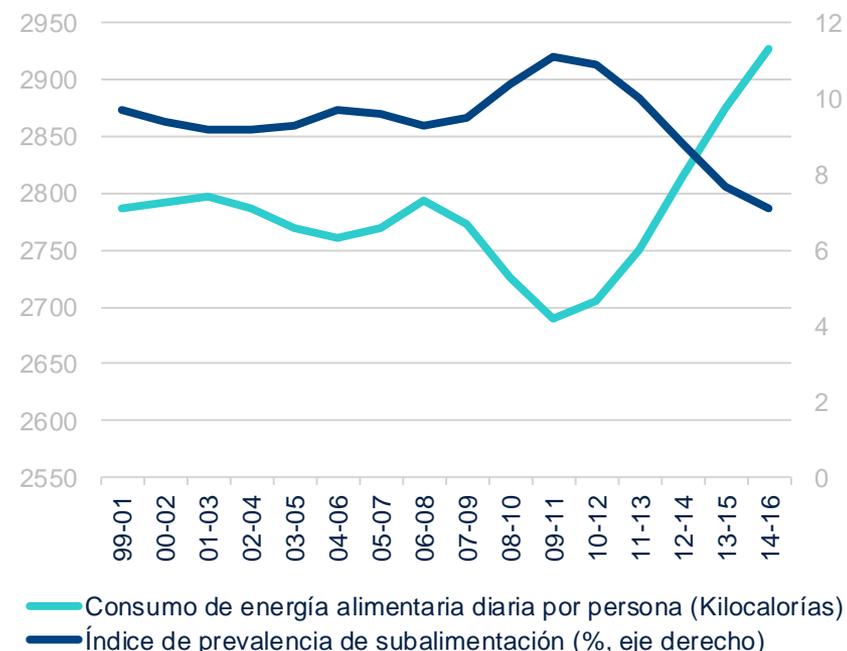
## Indicadores de salud en Colombia

(% del total y número de médicos por 1.000 habitantes)



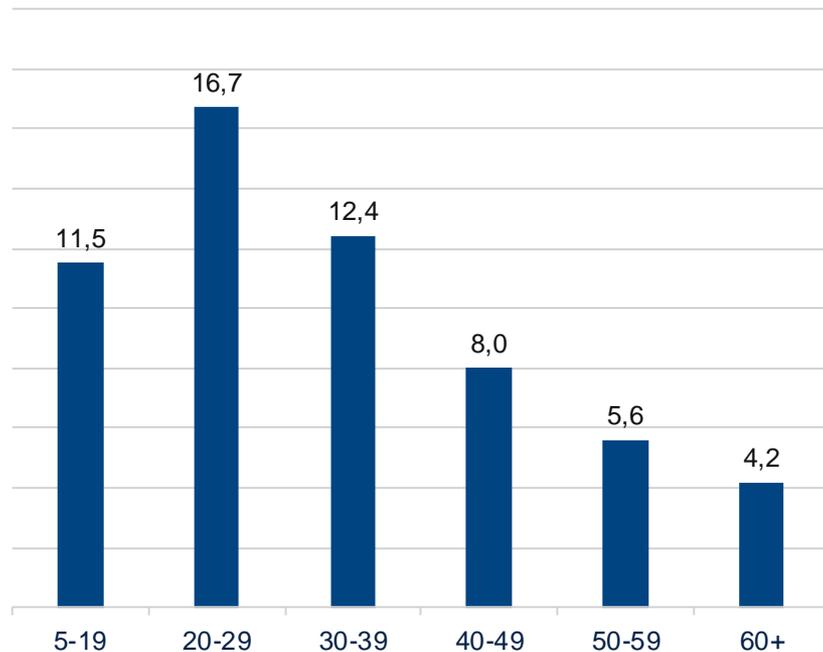
## Alimentación de los colombianos

(Kilocalorías y % del total)

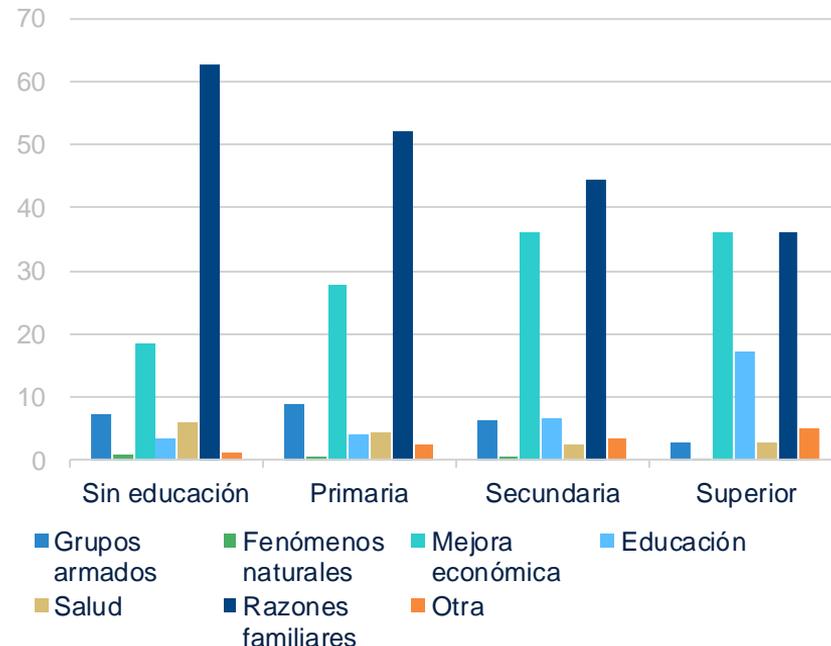


# Como también la migración interna en búsqueda de mejores oportunidades económicas y educativas

## Migración interna por edad (% del total)



## Causa migración interna por nivel educativo (% del total)



# 01 Para recordar



## Mayor importancia de la mujer

No sólo hay más mujeres en el país, también ahora más de ellas son jefes del hogar



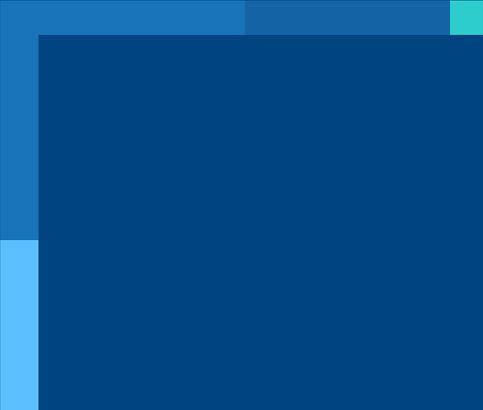
## Cambios demográficos

Los hogares son más pequeños, la población en edad de vejez aumentó, los indicadores de salud y alimentación mejoraron y la tasa de natalidad se redujo



## Migración interna

La migración interna apoyó el aumento de la urbanización y la búsqueda de un mejor nivel de vida



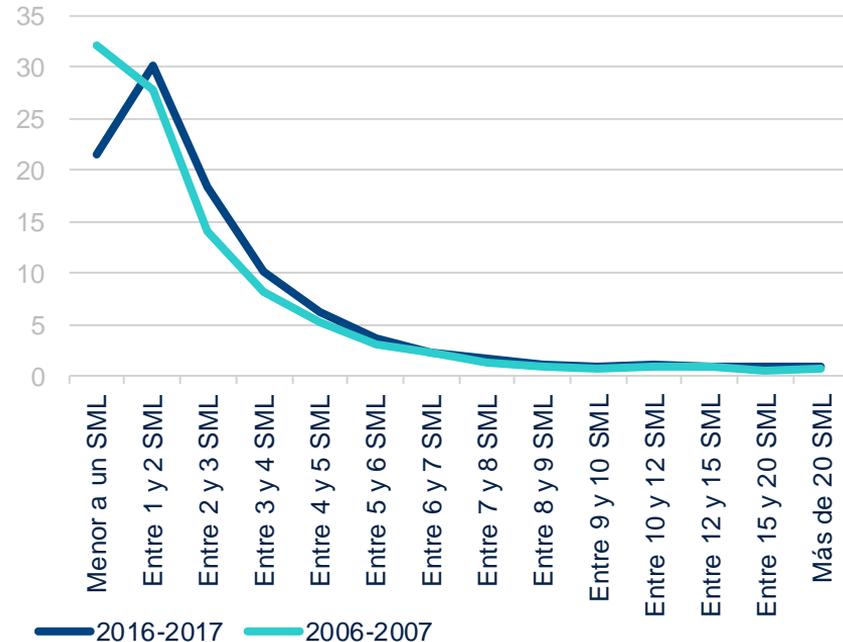
# 02

## El ingreso y las fuentes de ingreso de los colombianos

# En los recientes 10 años, Colombia mejoró su nivel de ingreso, sobre todo en los ingresos bajos

## Distribución del ingreso de los hogares

(Porcentaje del total de hogares, %)

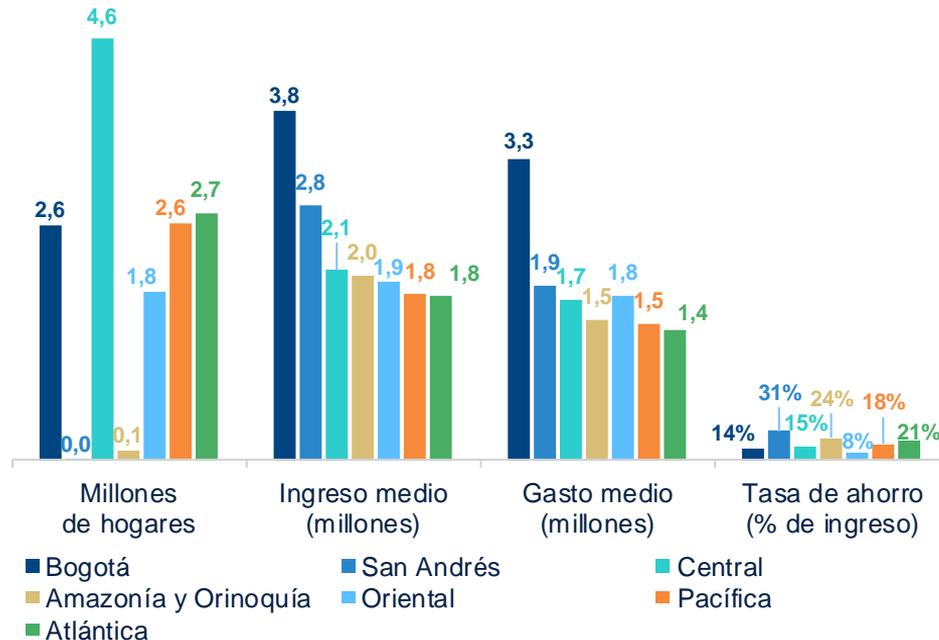


- Hoy, 21% de los hogares tiene un ingreso total inferior a un salario mínimo mensual. Mientras que hace 10 años, equivalían al 32%
- El porcentaje de los hogares que ganan más de 4 salarios mínimos aumentó de 16,8% a 20,0%
- Si bien, los hogares con elevados ingresos aún son muy pocos: solo 89 mil hogares tienen ingresos superiores a 25 salarios mínimos (el 0,6% del total de hogares)

# La región más poblada de Colombia es la central\*, pero la zona/ciudad con mayor ingreso promedio es Bogotá

## Hogares, ingreso, gasto y ahorro por región

(Millones de personas y de pesos mensuales, porcentaje del ingreso)



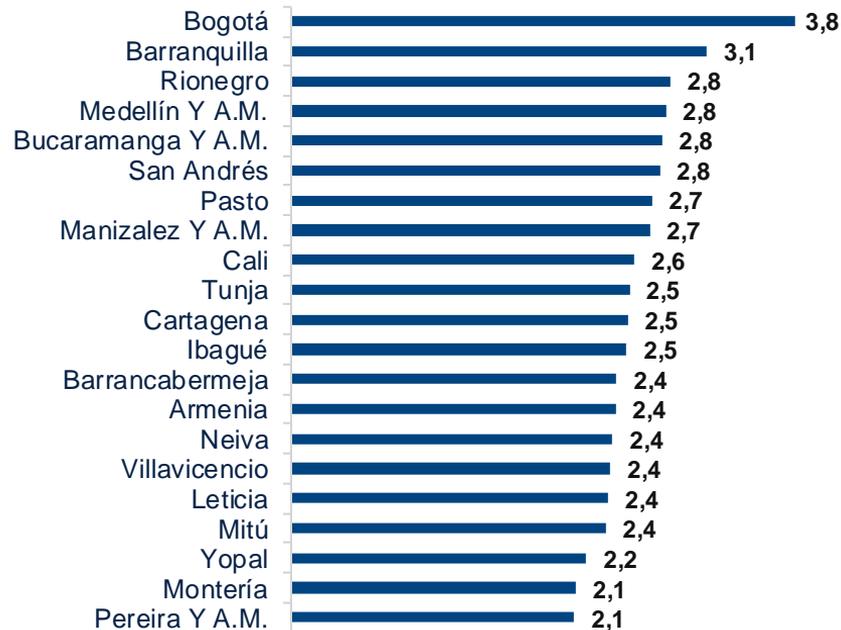
Fuente: BBVA Research con datos de DANE-ENPH. \*Armenia, Florencia, Ibagué, Manizales, Medellín, Neiva, Pereira, Rionegro. Incluye otras cabeceras y zonas rurales

- San Andrés tiene el segundo ingreso promedio más alto del país en la agrupación por regiones. Al contrario, la zona con menor ingreso medio es Atlántica
- En la zona oriental es en donde el ingreso y el gasto son más cercanos, es decir, donde hay una menor tasa de ahorro implícita
- San Andrés tiene la mayor tasa implícita de ahorro
- En promedio, el ahorro nacional implícito fue el 15,2% del ingreso

# Por fuera de las ciudades, otras cabeceras, Poblados y Rurales concentran el 46% de los hogares (6,6 mill)...

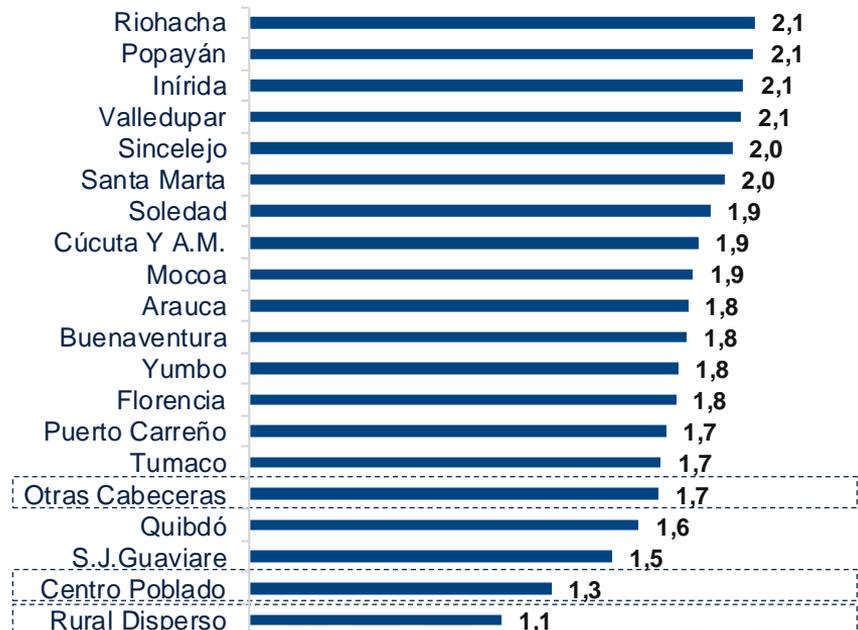
## Ingreso total medio mensual (I)

(Millones de pesos)



## Ingreso total medio mensual (II)

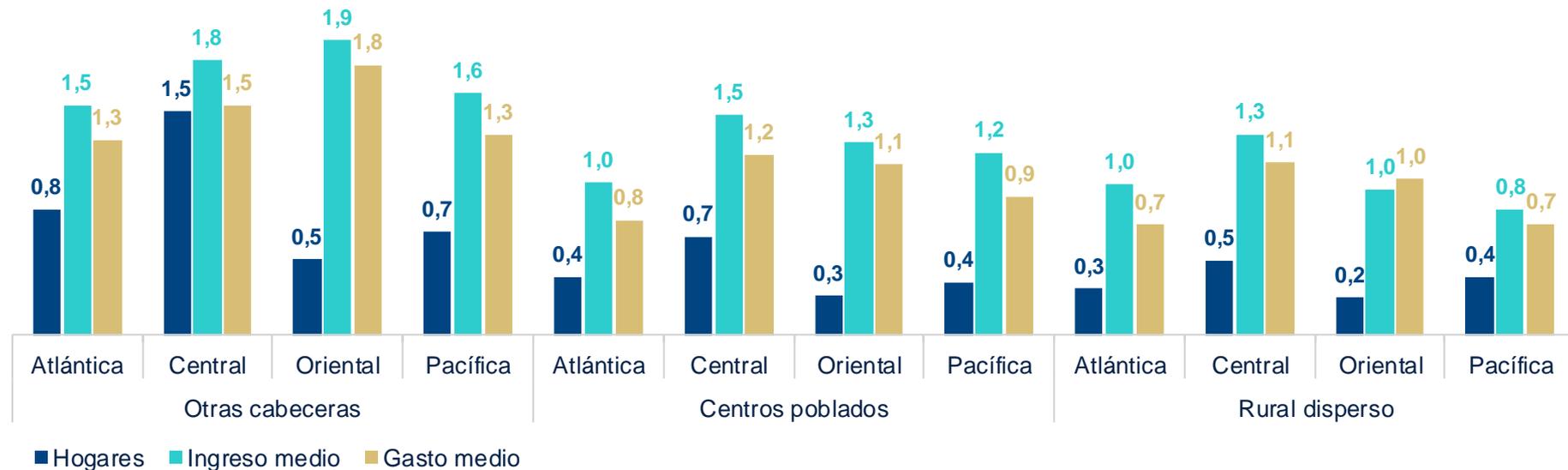
(Millones de pesos)



# ...Es decir, es una población no despreciable con ingreso medio que, aunque inferior a media nacional, no es bajo: oportunidades a explorar

## Hogares, ingresos totales medios y gastos totales medios en regiones con poca densidad de población

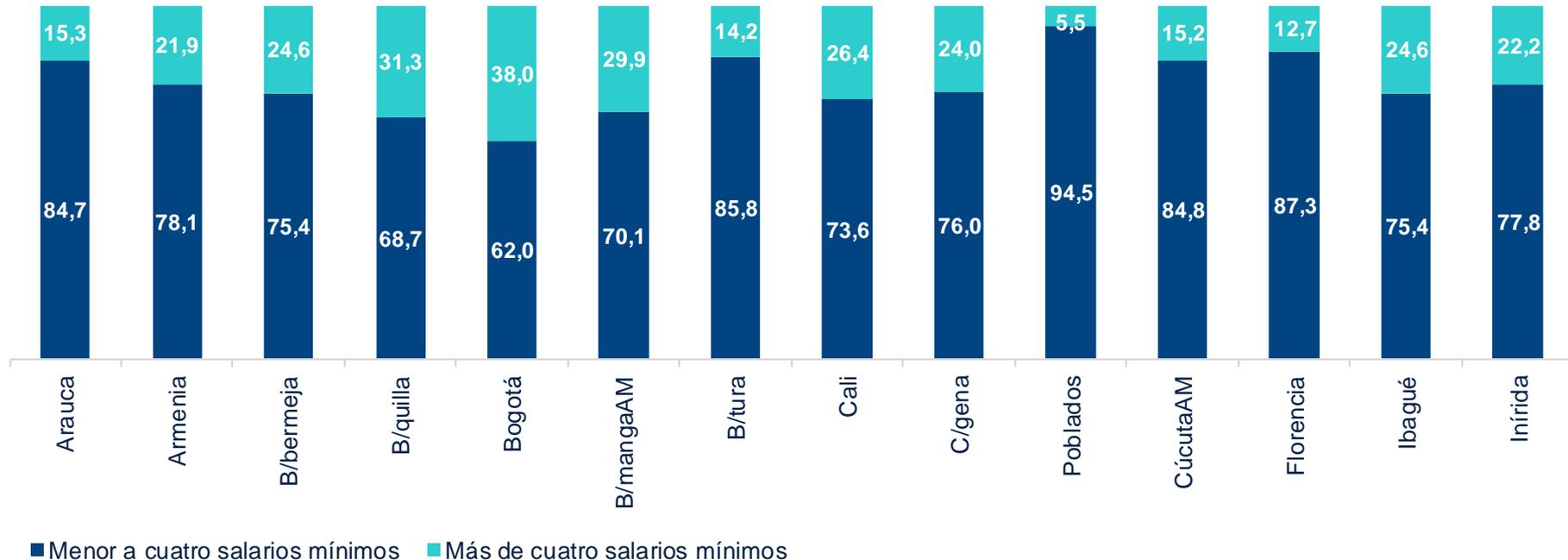
(Millones de hogares y de pesos)



# Los hogares con ingreso inferior a cuatro salarios mínimos concentran un porcentaje mayor al 60% de los hogares en todas las ciudades (I)

## Distribución del ingreso por ciudad y por salarios mínimos mensuales (SML)

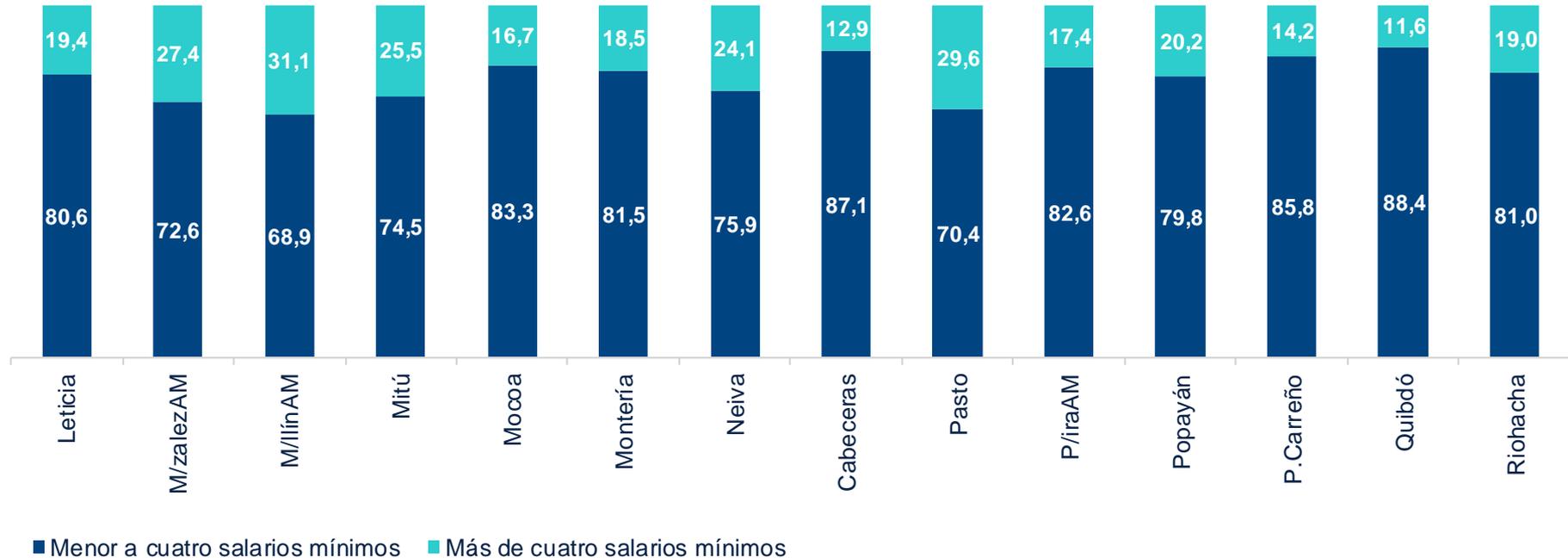
(% del total)



# Los hogares con ingreso inferior a cuatro salarios mínimos concentran un porcentaje mayor al 60% de los hogares en todas las ciudades (II)

## Distribución del ingreso por ciudad y por salarios mínimos mensuales (SML)

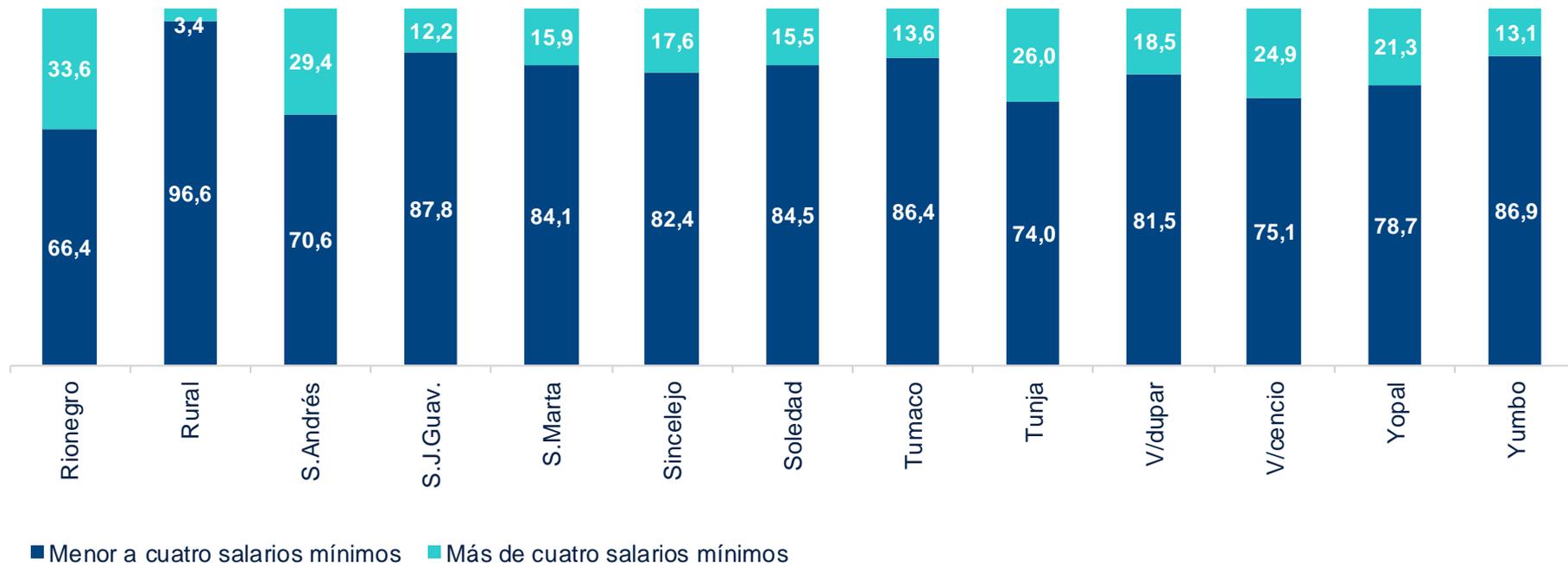
(% del total)



# Los hogares con ingreso inferior a cuatro salarios mínimos concentran un porcentaje mayor al 60% de los hogares en todas las ciudades (III)

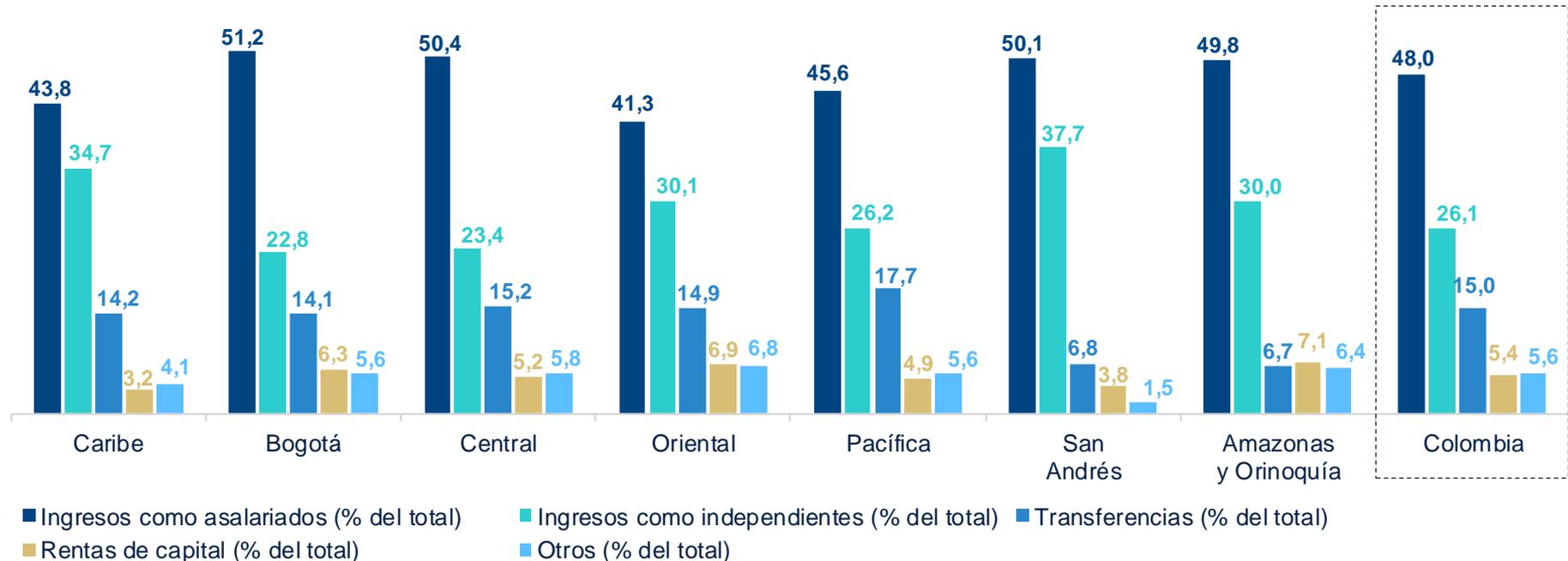
## Distribución del ingreso por ciudad y por salarios mínimos mensuales (SML)

(% del total)



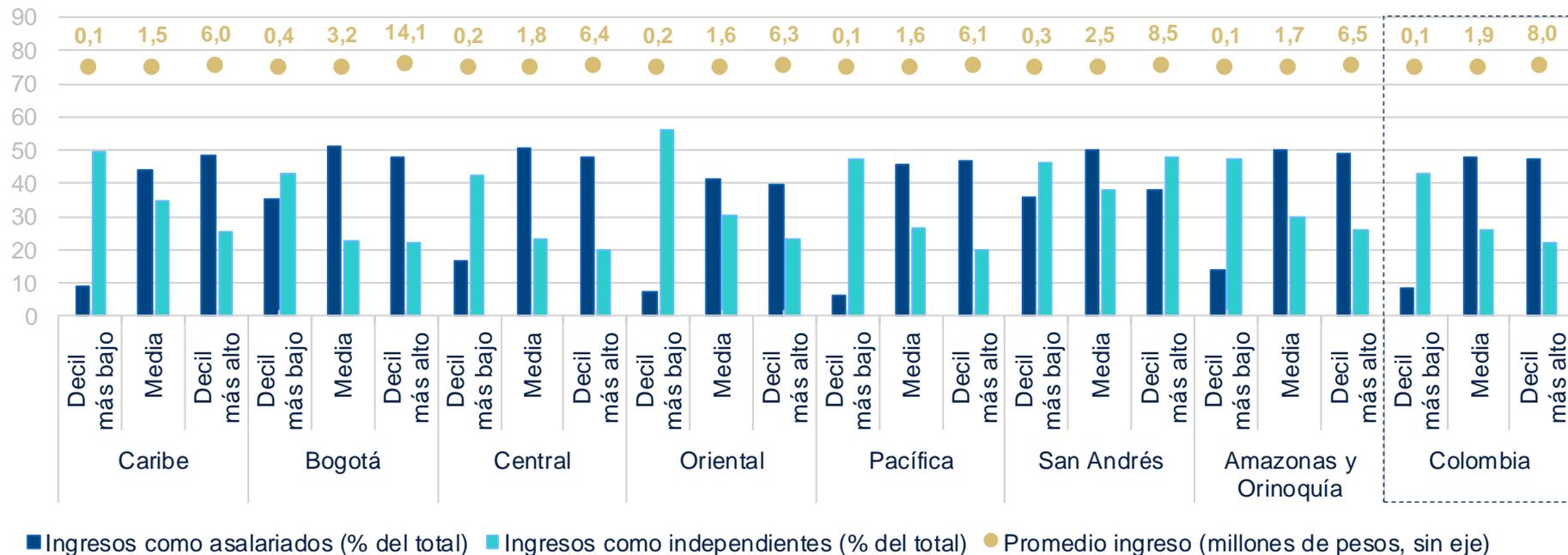
# En Colombia, el 48% de los ingresos de los hogares proviene de sus rentas como asalariados

**Porcentaje de ingresos como asalariados o independientes e ingreso promedio por región y en el país**  
(% del total para ingresos como asalariados y como independientes y millones de pesos para el promedio del ingreso)



# Hogares pobres generan ingresos principalmente como independientes, los de mayores ingresos son más asalariados y tienen rentas de capital

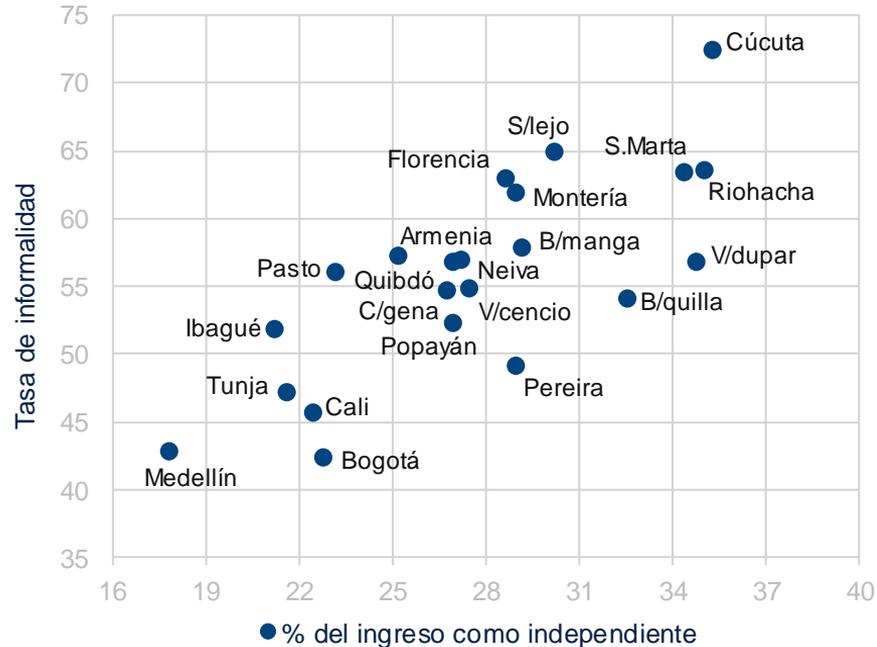
**Porcentaje de ingresos como asalariados o independientes e ingreso promedio por región y en el país**  
(% del total para ingresos como asalariados y como independientes y millones de pesos para el promedio del ingreso)



# Además, por región, existe una relación positiva entre la informalidad y aquellas con mayor porcentaje de ingreso como independiente

## Informalidad e independientes

(Porcentaje del total, %)

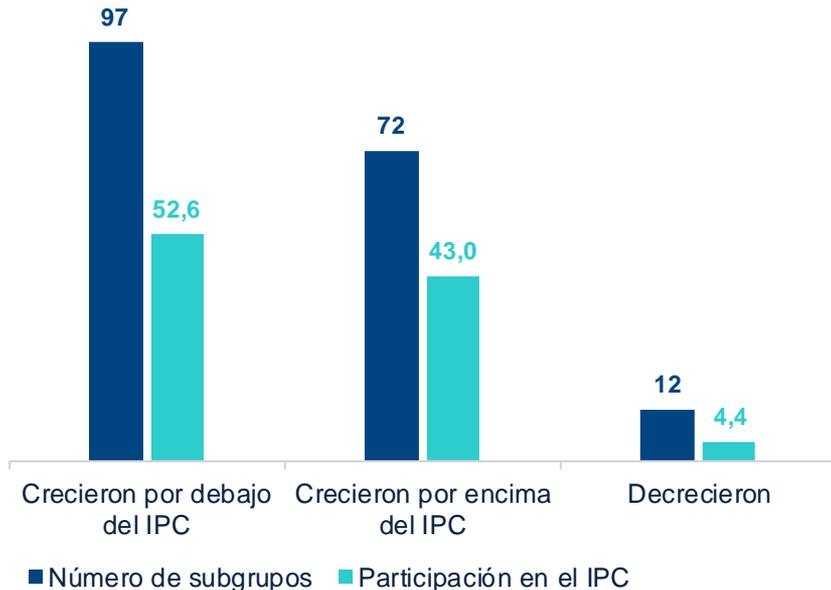


- Incluso, existe una triple determinación entre informalidad, porcentaje del ingreso que es generado por trabajos independientes y el indicador de pobreza monetaria
- En efecto, Cúcuta (33,5%), Santa Marta (32,9%), Riohacha (46,9%) y Valledupar (33,4%) tienen un índice de pobreza superior al promedio nacional (26,9%)

# La capacidad adquisitiva en diferentes subgrupos de gasto también depende de la variación de los precios de esos bienes

## Comportamiento de los precios entre 2008 y 2018

(Número de subgrupos y participación en el IPC)



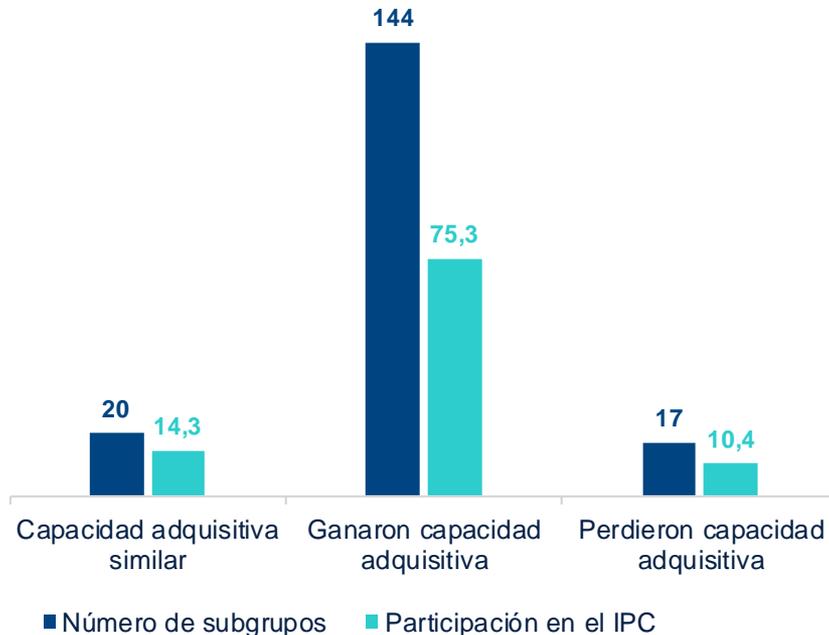
- 97 subgrupos aumentaron su precio entre 2008 y 2018, pero por debajo del IPC. Otros 72 subgrupos de productos aumentaron su precio más que el promedio del IPC. Solo 12 de ellos redujeron su precio en los diez años
- En total, al cierre de 2018 los precios estuvieron un 43% por encima de su nivel de 2008
- Al mismo tiempo, el ingreso promedio del país fue 62% superior



# Entre 2008 y 2018, los colombianos ganaron capacidad adquisitiva en un 75% de la canasta del IPC

## Subgrupos en que se ganó/perdió capacidad adquisitiva

(Entre 2008 y 2018, número de subgrupos y participación en el IPC)



- La mayor capacidad adquisitiva se ganó en los productos tecnológicos y otros productos transables
- Al contrario, se perdió capacidad en servicios públicos, cigarrillos, aguardiente, servicios para mascotas, entre otros



## 02 Para recordar

### Ingresos por regiones



Bogotá es la ciudad-región con mayor ingreso promedio por hogar. La zona Central del país, como tiene más hogares, aunque un poco menos de ingreso promedio, casi iguala el ingreso agregado de Bogotá

### Origen de los ingresos

**48%** de los hogares  
Ingresos proviene de  
los salarios

Los hogares de ingresos más altos tienen más ingresos como asalariados y de recursos de capital. En los ingresos más bajos sobresalen los recursos como independientes y de transferencias, y suelen ser más informales

### Ingresos y su distribución

Entre 2008 y 2018, el porcentaje de hogares que ganan un salario mínimo o menos cayó 11 p.p.

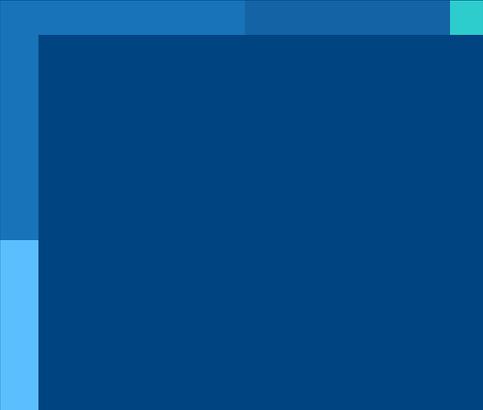
 **11** Puntos porcentuales

En todas las ciudades, los hogares con ingresos de menos de cuatro salarios mínimos son 60% o más

### Aumento en capacidad adquisitiva

Entre 2008 y 2018, los hogares colombianos ganaron capacidad adquisitiva en 144 subgrupos de bienes, es decir en el

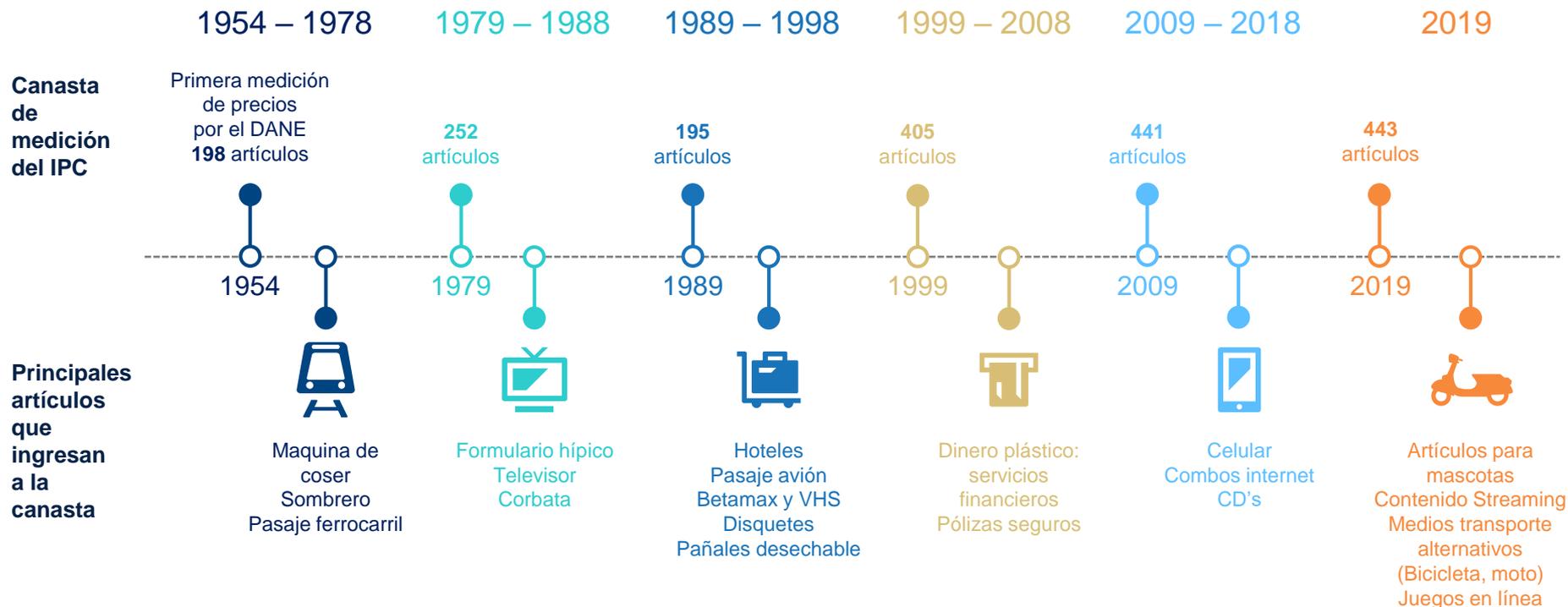
**75%** canasta del IPC  
compuesta hasta 2018 por 181 subgrupos de bienes



# 03

## El gasto y las formas de compra de los hogares colombianos

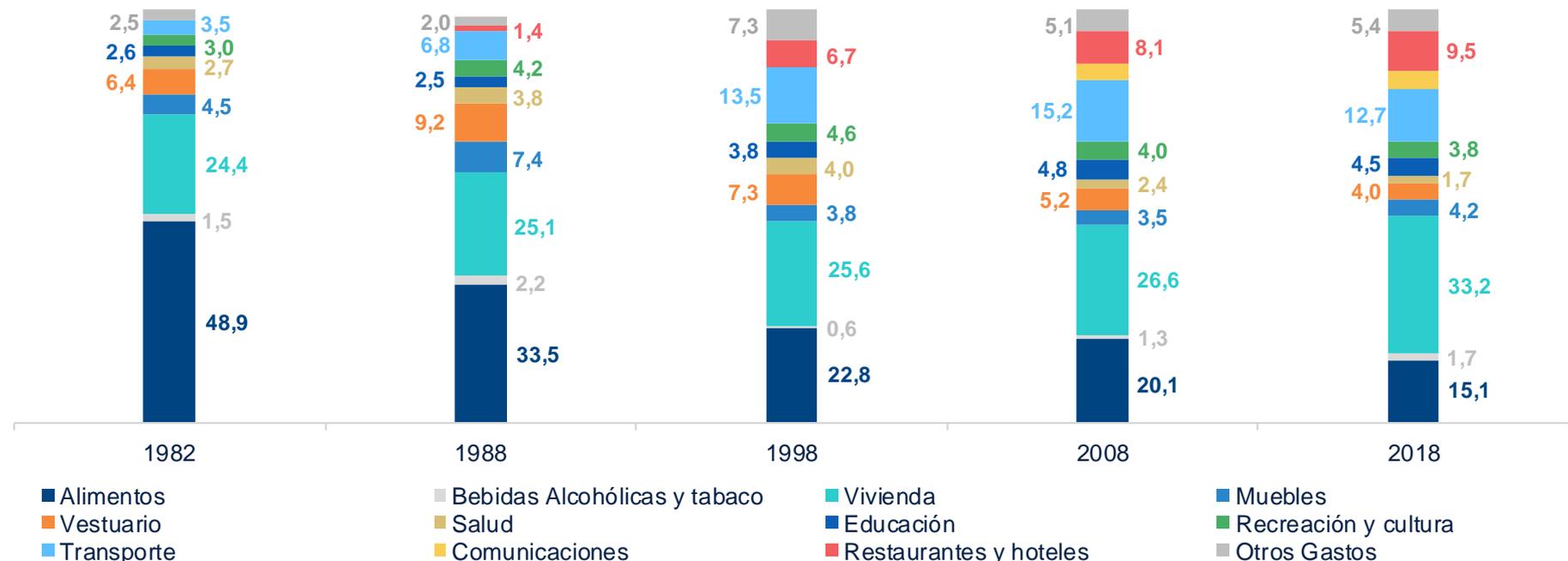
# Evolución de la canasta de medición del IPC refleja los cambios en los hábitos de consumo de los hogares



# En la canasta del IPC, la ponderación del grupo de alimentos ha venido cayendo. En transporte, vivienda y restaurantes y hoteles aumentó

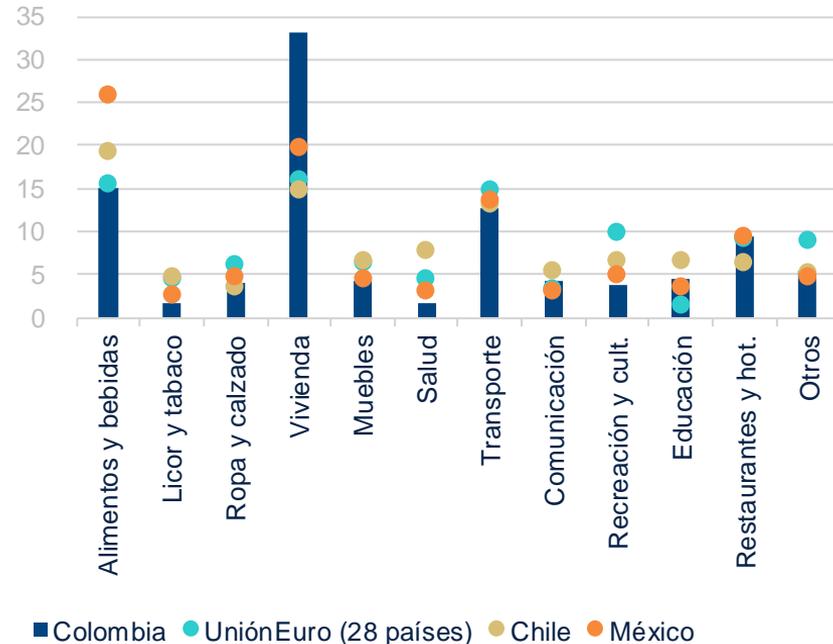
## Evolución de la canasta IPC por grupos de gasto

(Ponderación en la canasta del IPC)

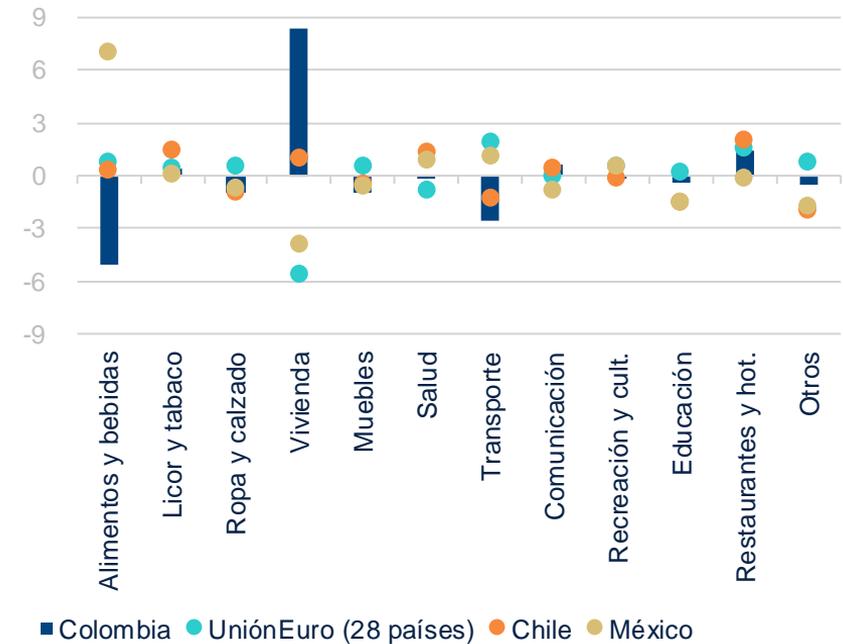


# En Colombia sobresale el gasto en el grupo de vivienda. Al contrario, el gasto en alimentos está por debajo de otras geografías

**Ponderaciones actuales de los grupos del IPC**  
(% del total)



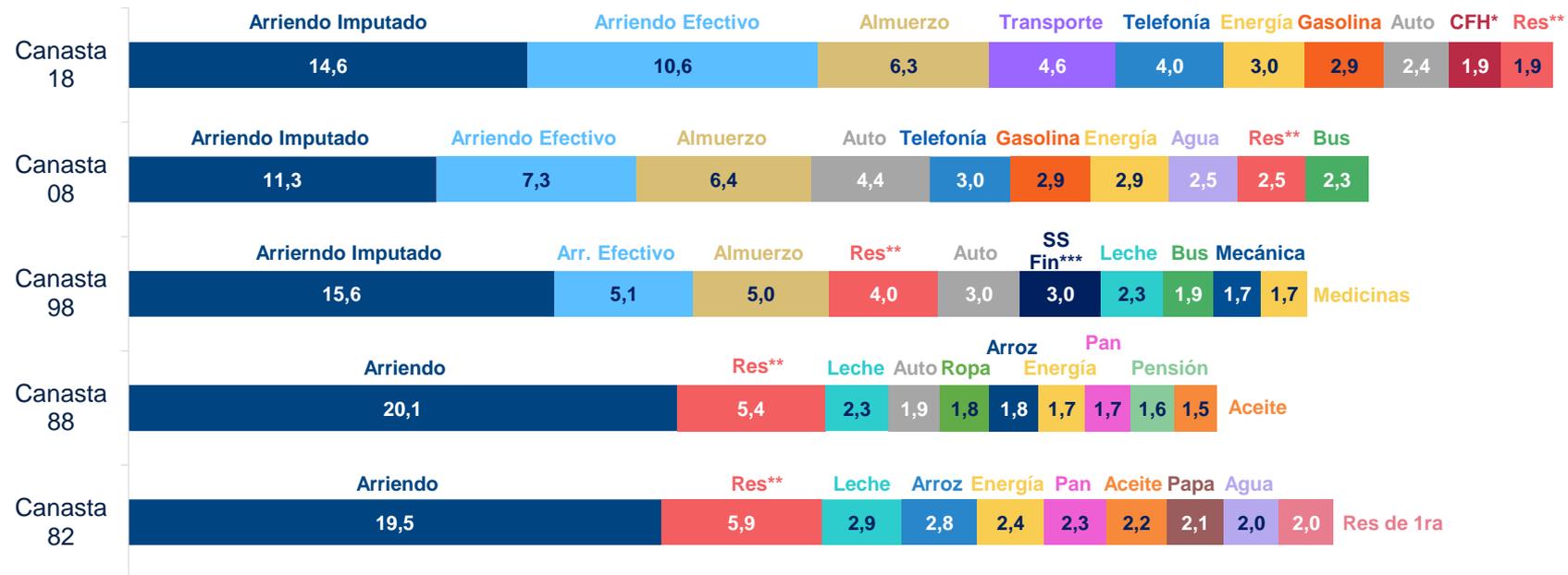
**Cambio en las ponderaciones por grupo del IPC**  
(Países que cambiaron canasta, puntos porcentuales)



# Históricamente, el gasto en vivienda ha sido elevado. Con el paso del tiempo, algunos alimentos han sido sustituidos por servicios

## Diez productos con mayores ponderaciones en la canasta histórica IPC por año

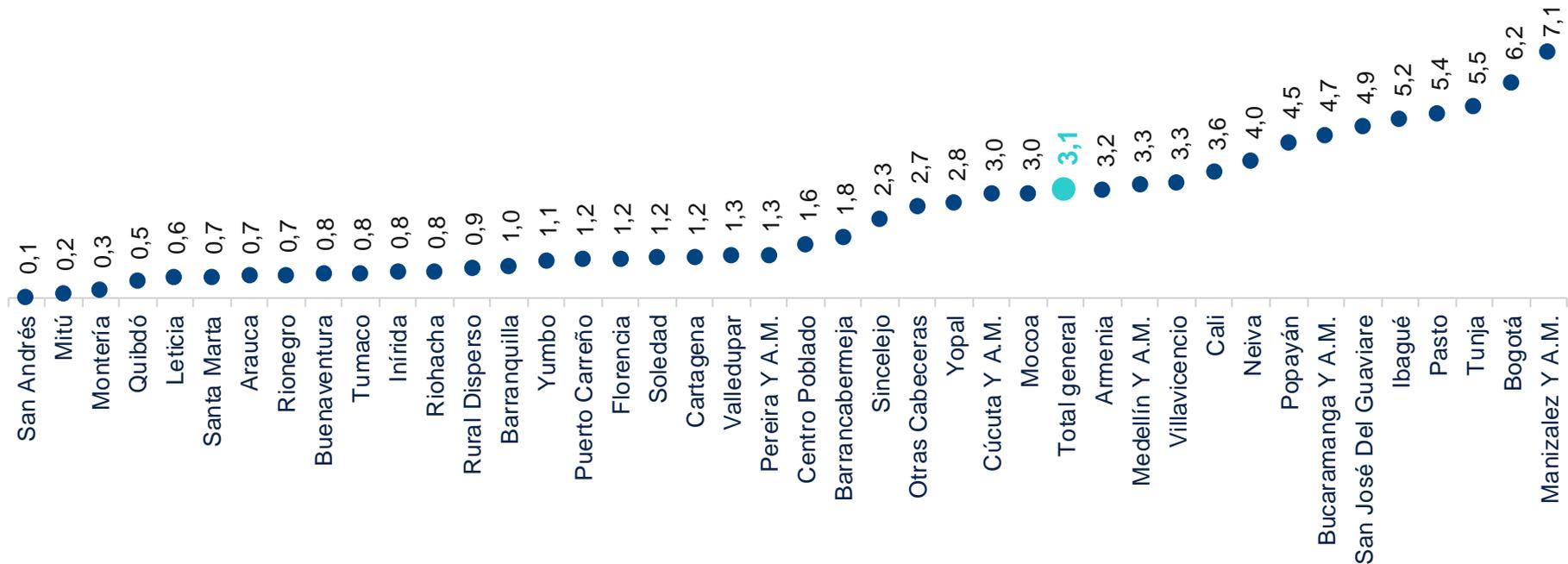
(Ponderación en la canasta, %)



# El 3,1% de los hogares en el país tiene un crédito de vivienda. Bogotá y Manizales tienen la mayor penetración de este crédito en el país

## Hogares con un crédito de vivienda

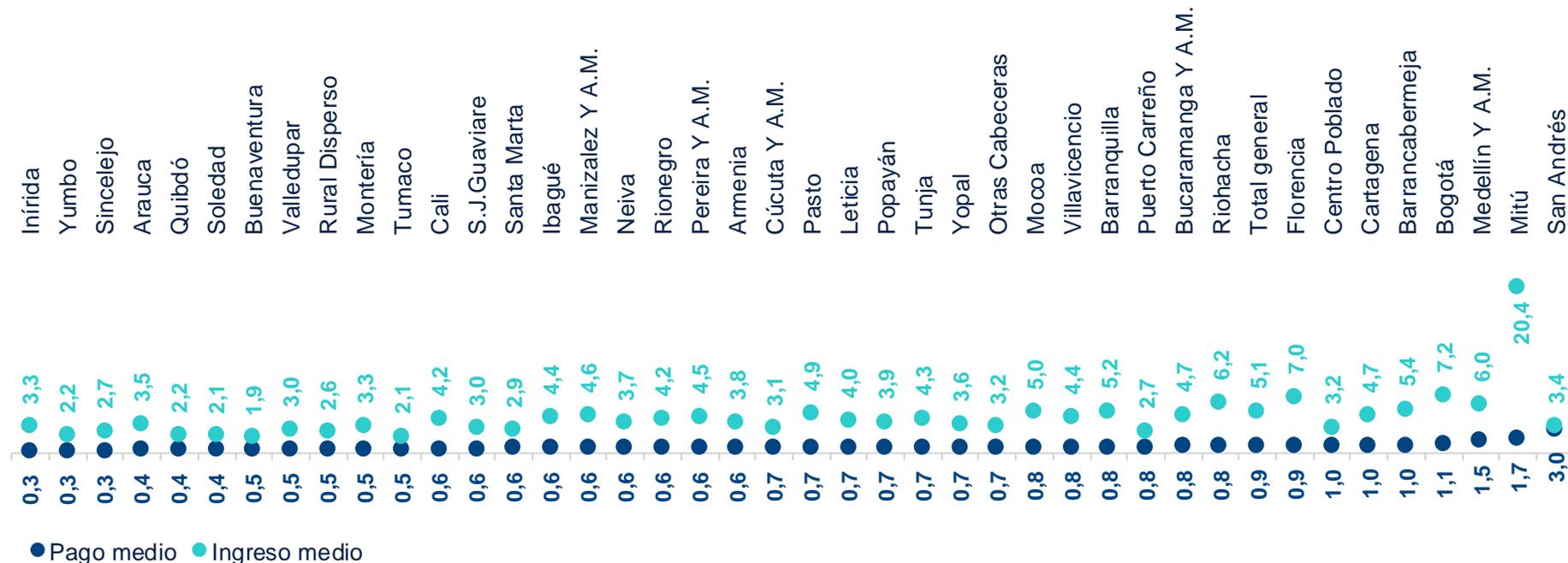
(Porcentaje del total de los hogares por ciudad y nacional)



# Entre las grandes ciudades, en Medellín la carga financiera hipotecaria es la más alta (24,9%\*). En Manizales (12,8%) y Cali (13,2%), las menores

## Pago medio de crédito de vivienda e ingreso medio de los hogares con crédito de vivienda

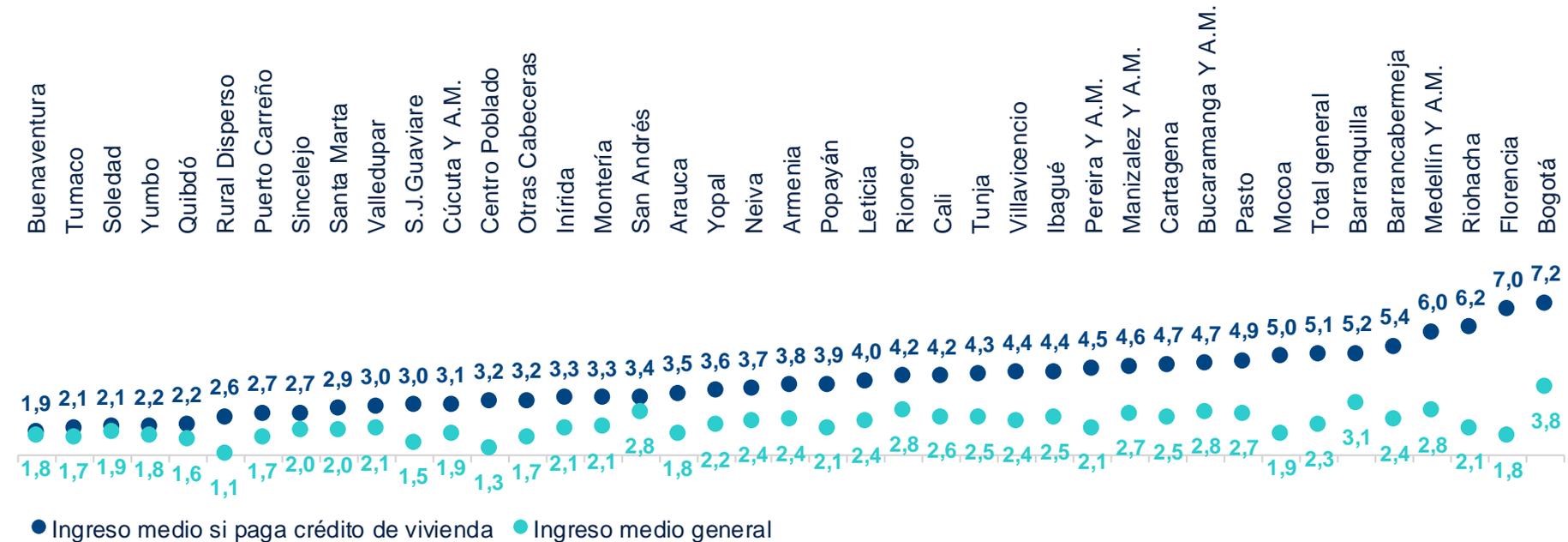
(Millones de pesos mensuales)



# Los hogares que tienen un crédito de vivienda tienen un ingreso mayor que el promedio de todos los hogares

## Ingreso medio de los hogares con crédito de vivienda e ingreso medio de todos los hogares

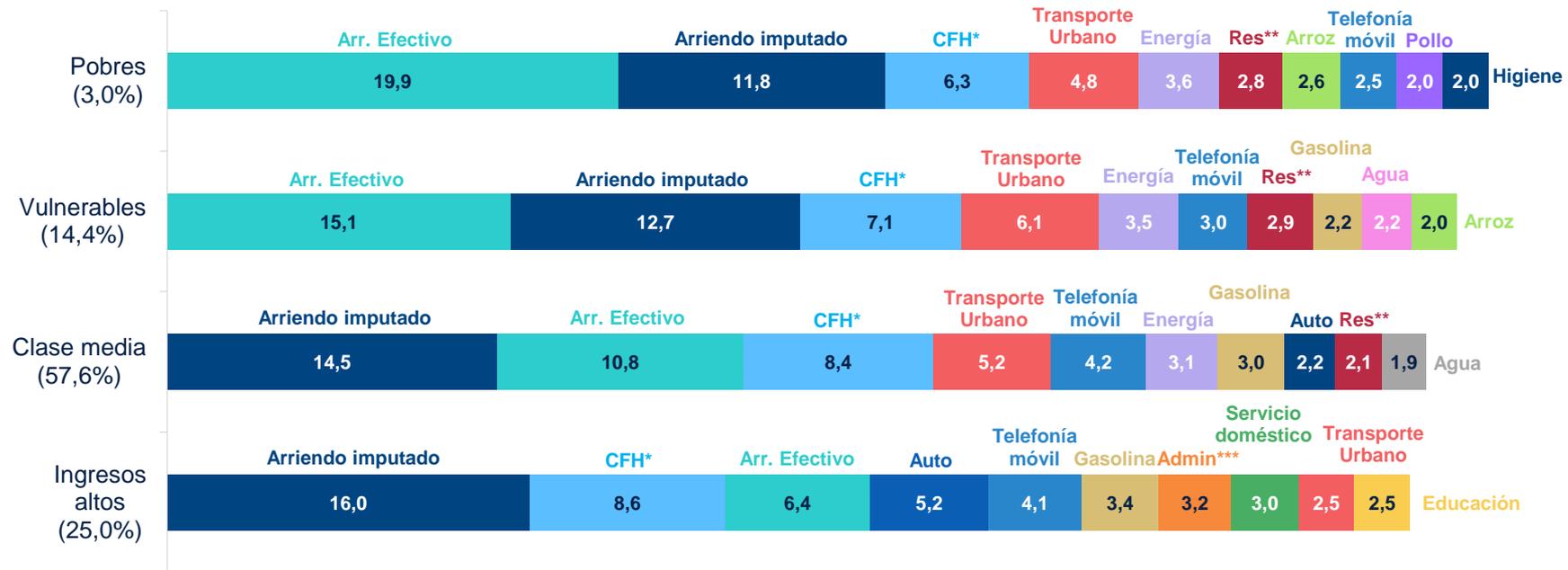
(Millones de pesos mensuales)



# A medida que aumenta el ingreso de los hogares, es menor la importancia de los alimentos y aumenta el consumo de servicios

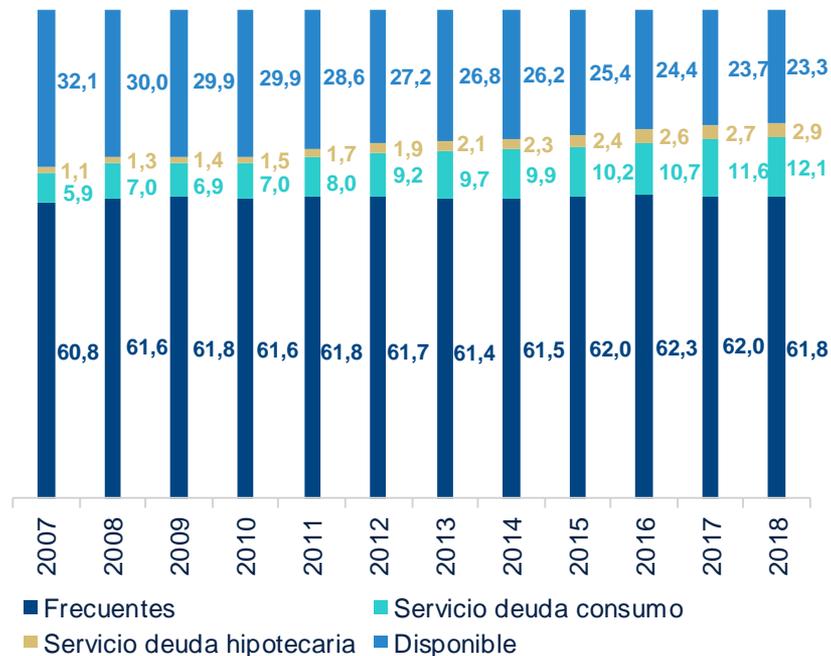
## Diez productos con mayores ponderaciones en la canasta IPC 2018 por grupos de ingreso

(Ponderación en la canasta, %)

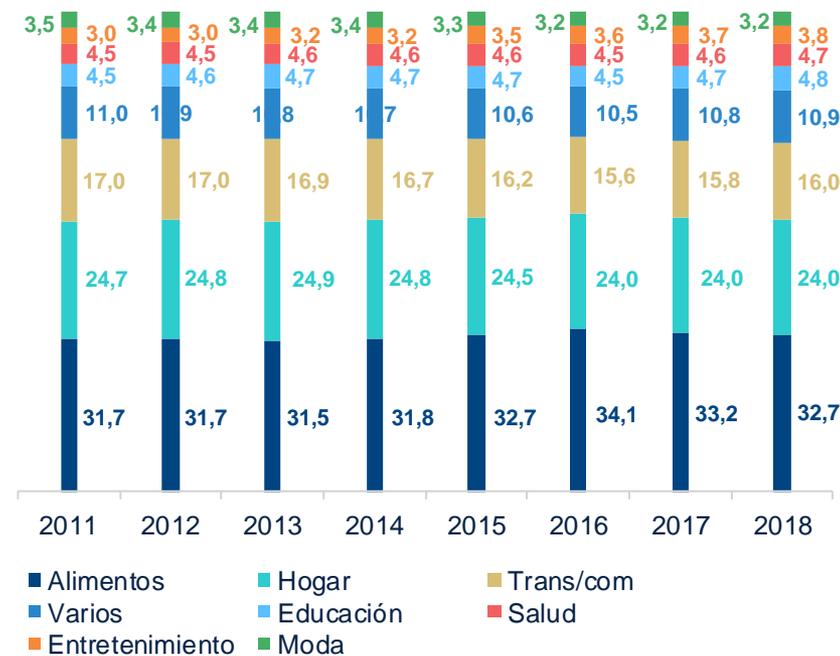


# Los hogares disponen de un 23% de su ingreso para gastos no frecuentes. Sus pagos de crédito de consumo han venido aumentando

## Ingreso de los hogares según su uso (% del total)



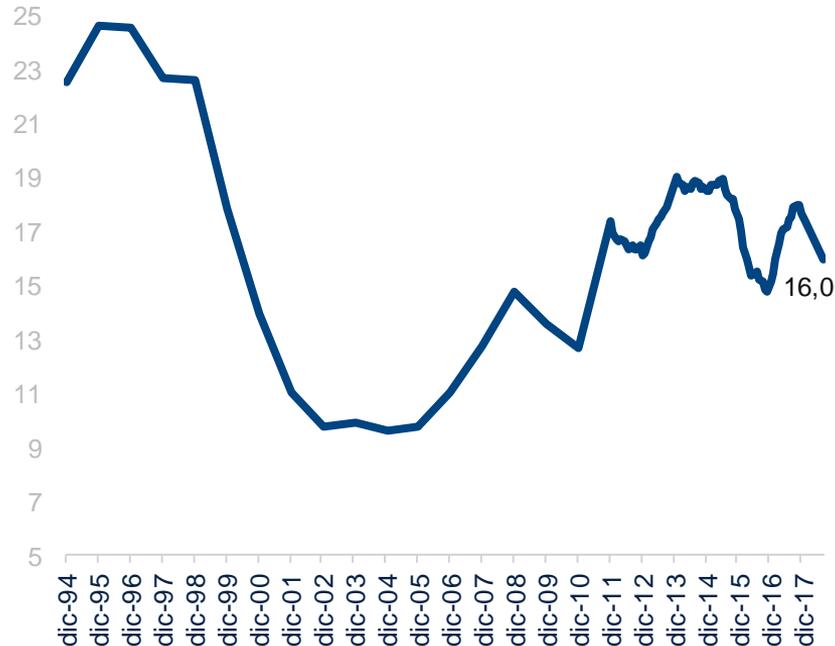
## Composición del consumo de los hogares (% del total)



# Sin embargo, la carga financiera total de los hogares se ha mantenido relativamente estable en los últimos años

## Indicador de Carga Financiera de los hogares\*

(Año móvil desde 2011 y fin de periodo para años anteriores, %)

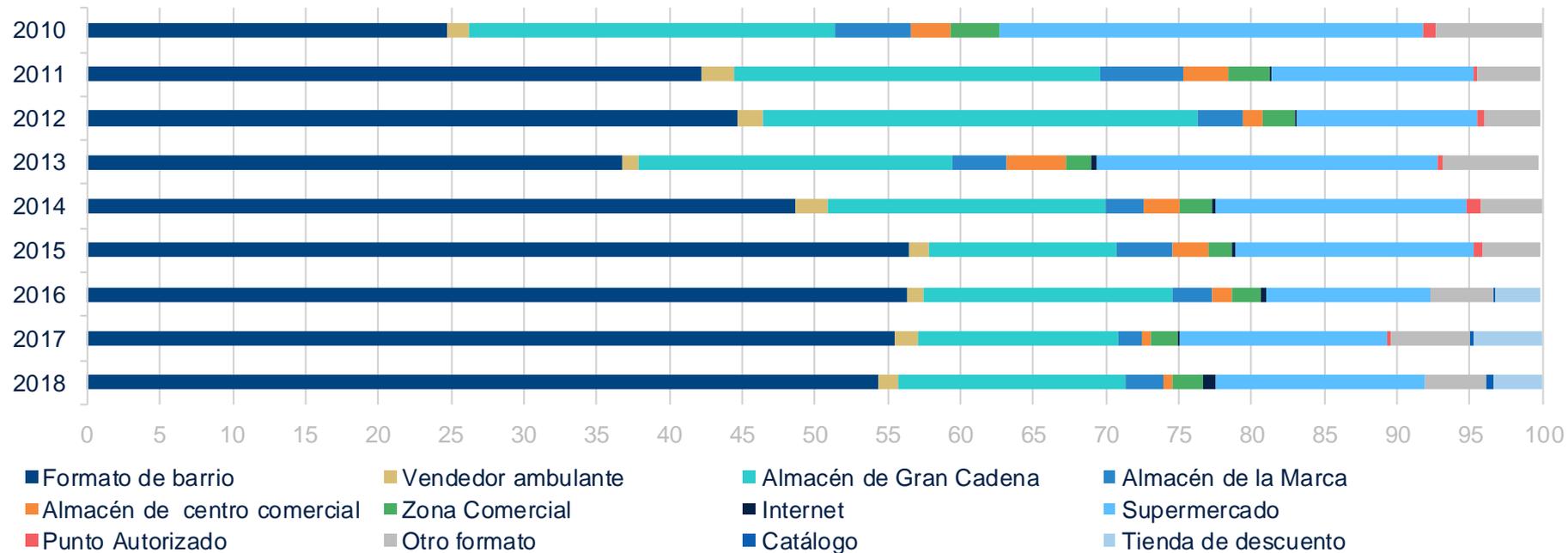


- En 2018 se redujo la carga financiera de los hogares pasando de 17,4 en 2017 a 16,0 en 2018. Esta reducción se dio principalmente por una caída en el componente de vivienda que pasó de 3,4 a 2,1. Por otro lado, el componente de consumo se redujo de 14,1 a 13,9

# Los formatos de barrio (tiendas, misceláneas, carnicería, panaderías...) y las tiendas de descuento ganaron relevancia durante esta década

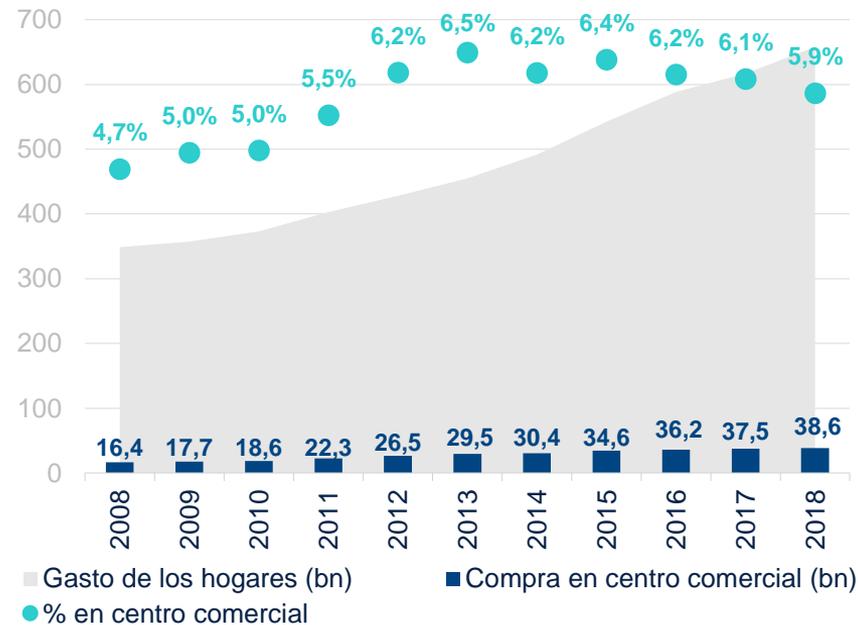
## ¿Dónde gastan los hogares?

(% del total)

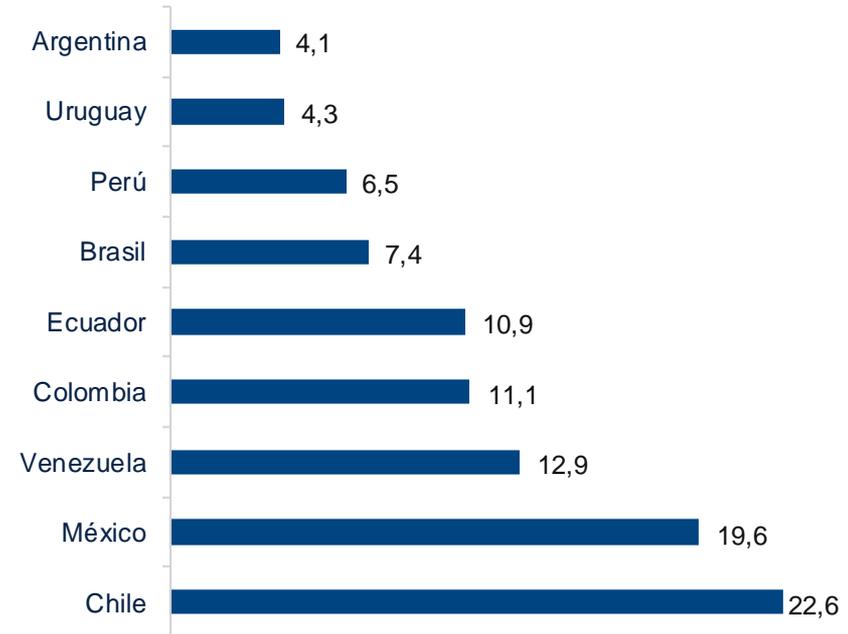


# Los centros comerciales agrupan cerca del 6% del gasto total de los hogares

## Consumo total de hogares y en centros comerciales (Billones de pesos y % del total)

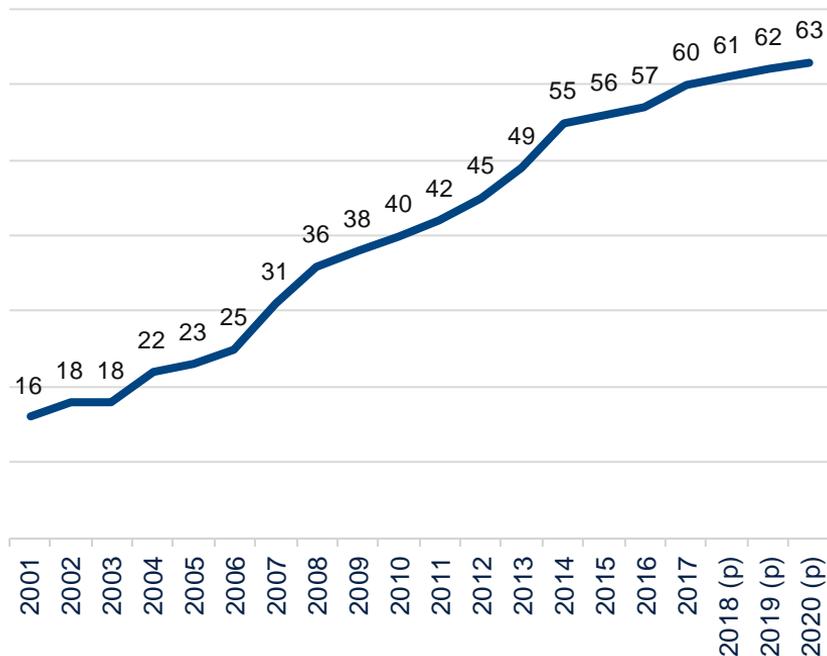


## Penetración de los centros comerciales (Metros cuadrados de centro comercial por cada 100 habitantes)



# Cada vez son más las ciudades que tienen centros comerciales

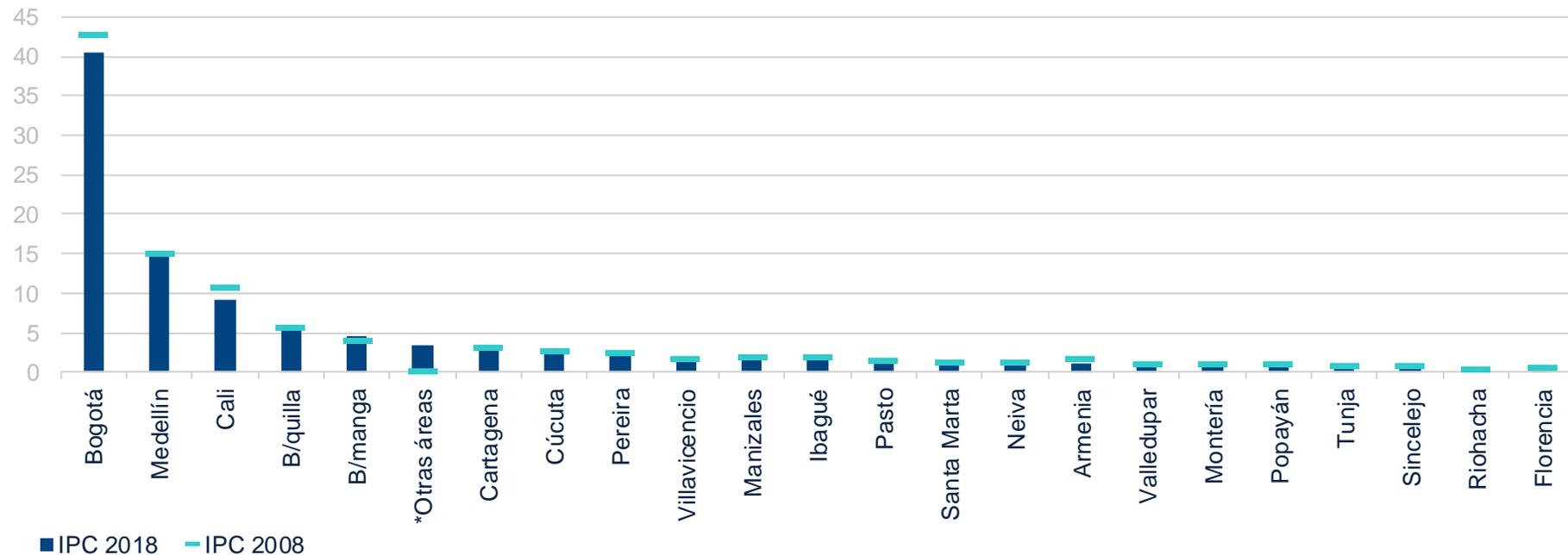
## Ciudades en Colombia con centros comerciales (Número)



# Bogotá sigue siendo la ciudad con mayor participación en el gasto nacional, pese a que perdió participación en la última década

## Participación de las ciudades en el gasto nacional

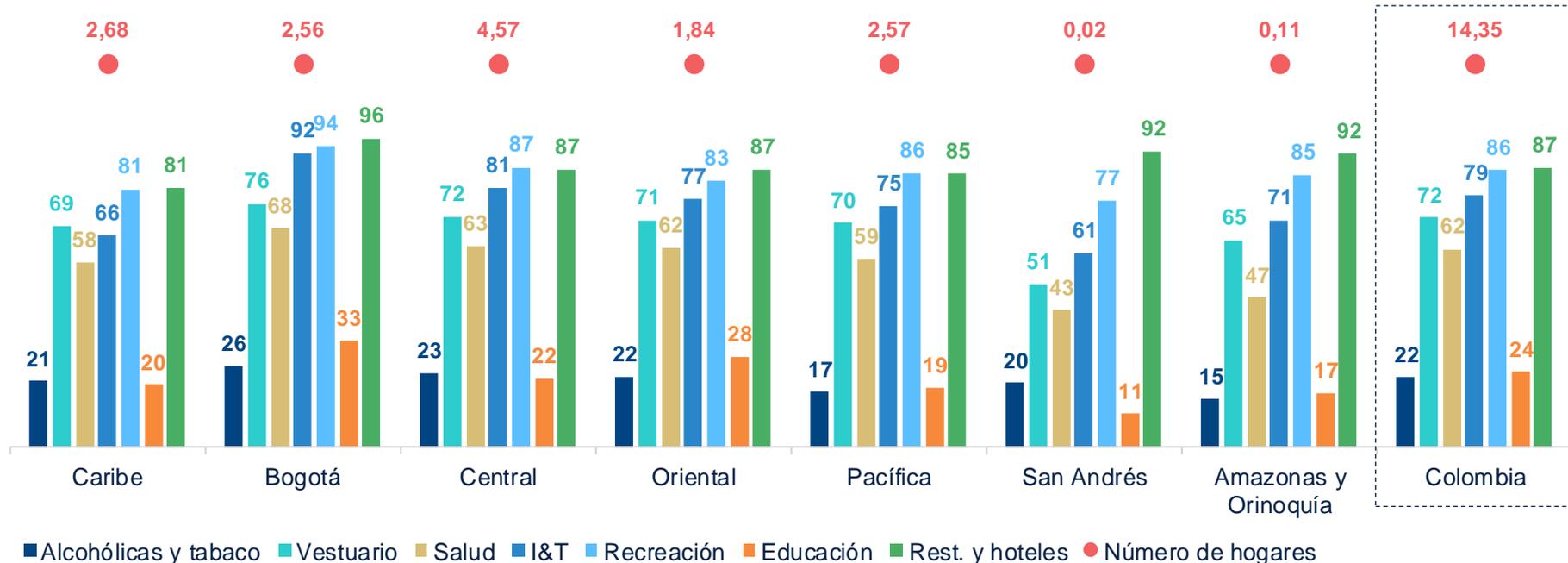
(Ponderación en la canasta, %)



# Una alta proporción de los hogares de Colombia realiza gastos en recreación y restaurantes y hoteles: reflejo del mejor ingreso actual

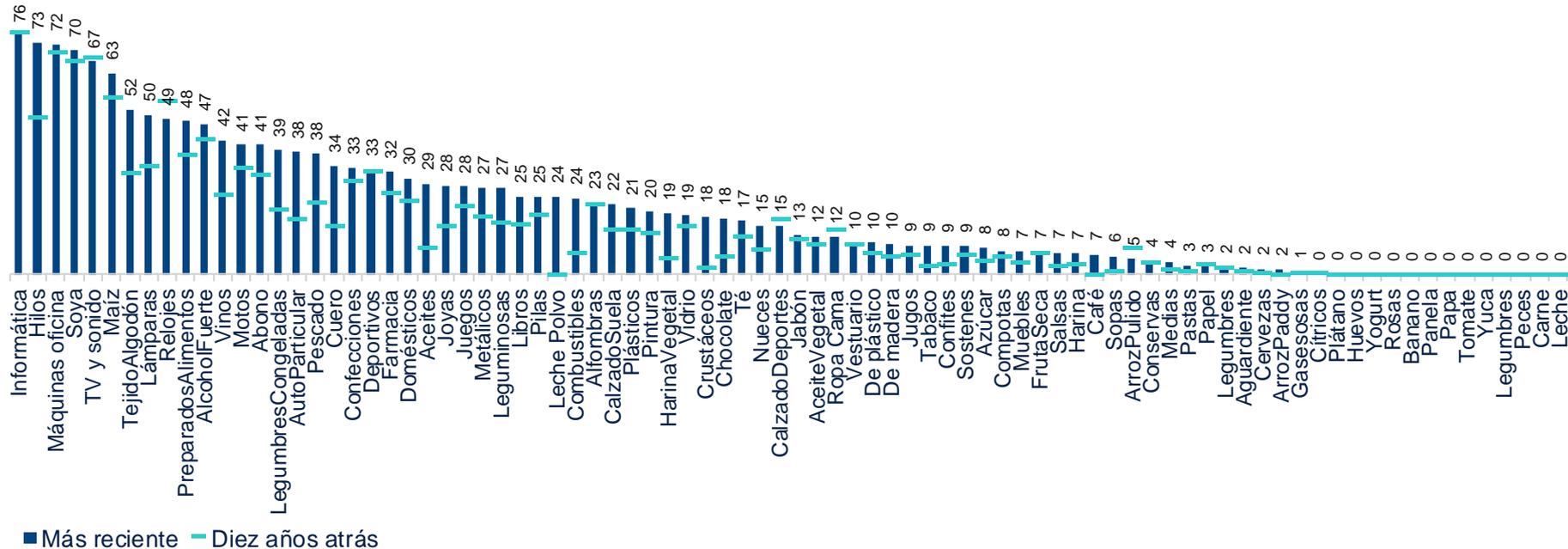
## Hogares que realizan un consumo por tipo de bien

(Porcentaje de los hogares y número de hogares en millones)



# Los bienes importados que se usan para el consumo de los hogares significan el 10,8% del total de la oferta nacional de bienes de consumo

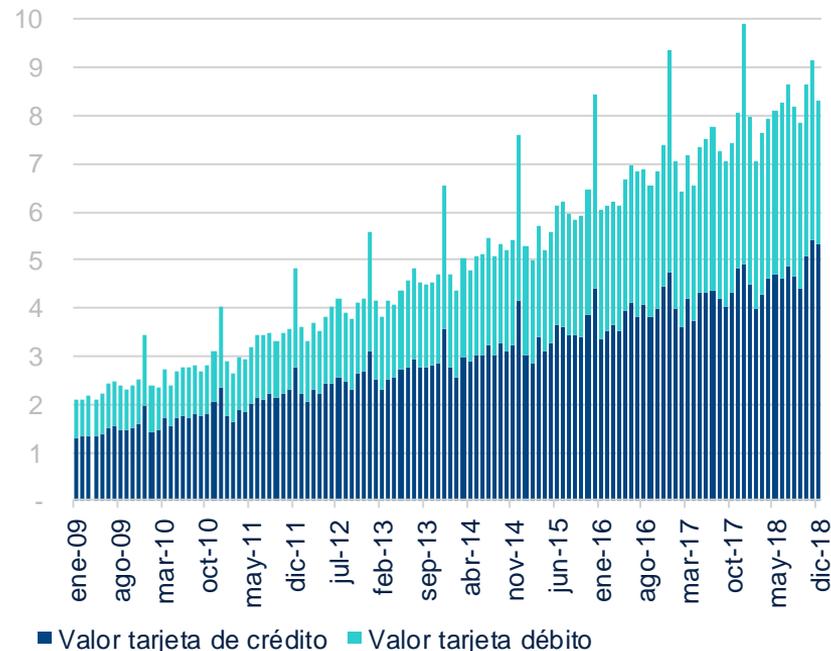
¿De dónde provienen los bienes que gastamos? Participación de las importaciones  
(% de la oferta total nacional del bien)



# ¿Cómo compramos? Las transacciones con tarjeta equivalen al 5% de lo que se transa en un año en una economía en el mercado oficial\*

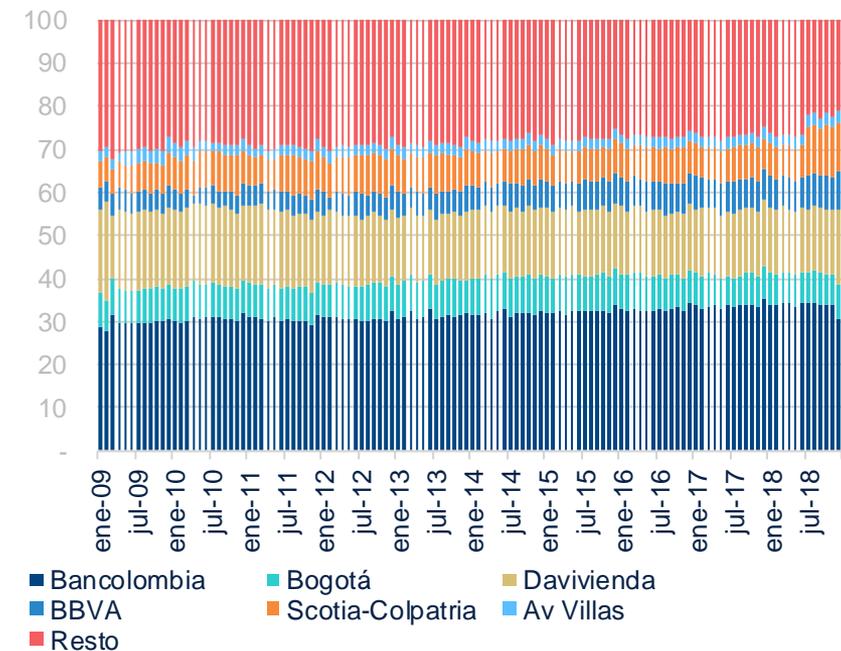
## Transacciones con tarjeta

(Billones de pesos)



## Transacciones por banco

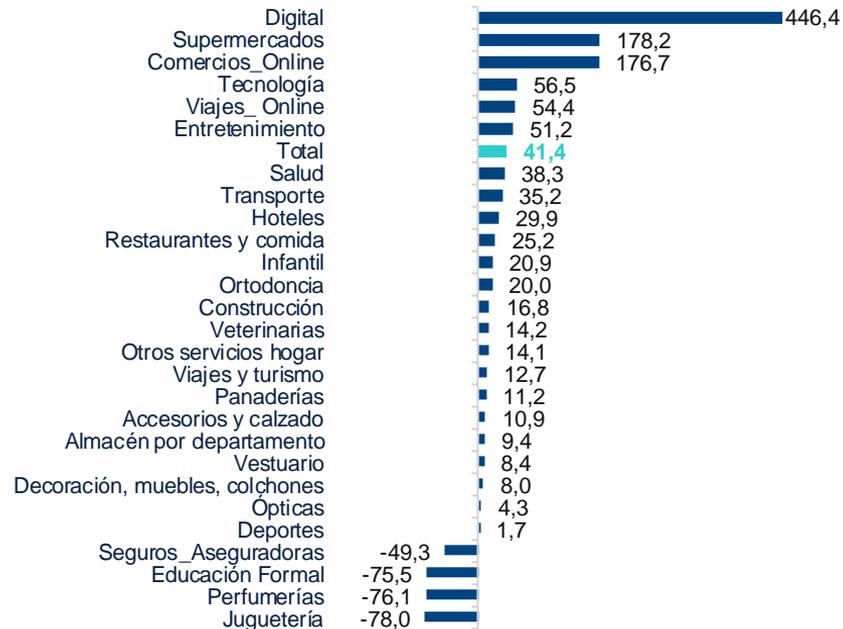
(Porcentaje del total)



# ¿Cómo compramos? Subieron rápidamente las transacciones con tarjeta en el mercado digital, supermercados, tecnología y diversión

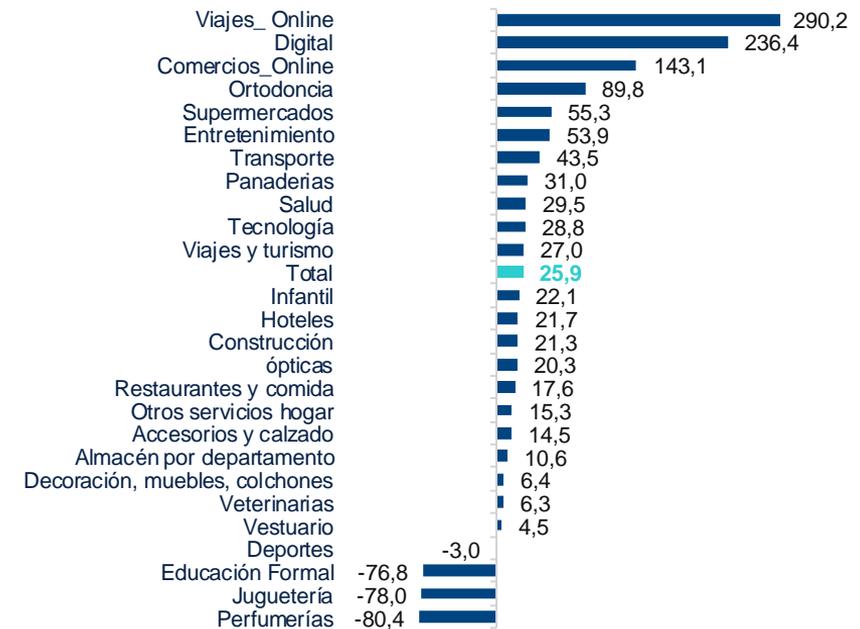
## Número de transacciones con tarjeta por sector

(Variación acumulada en dos años entre 2017-2018, %)



## Valor de las transacciones con tarjeta por sector

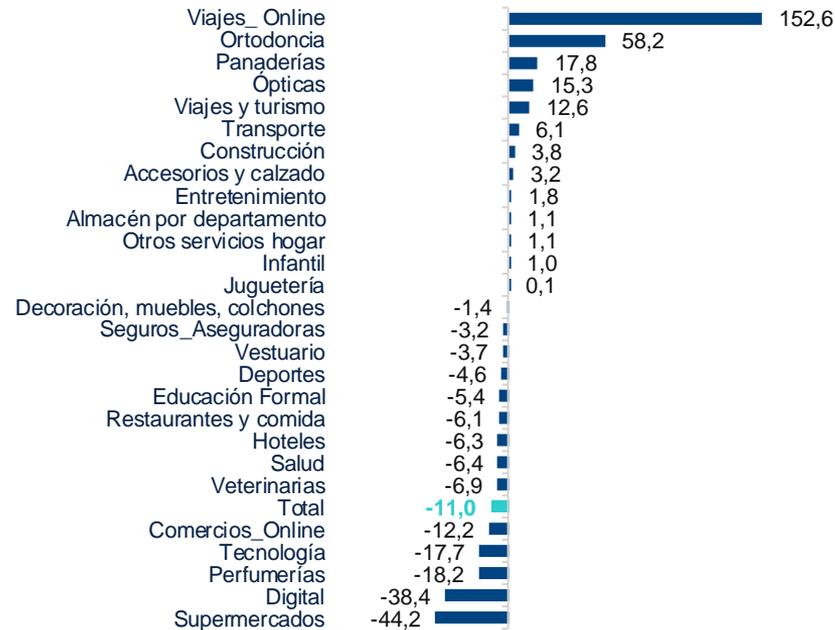
(Variación acumulada en dos años entre 2017-2018, %)



# Al mismo tiempo, se redujo el valor promedio de la compra con tarjeta

## Valor promedio de la compra

(Variación acumulada en dos años entre 2017-2018, %)



- De la mano de la mayor transaccionalidad digital, se ha venido dando un menor pago promedio
- Los sectores con mayor valor promedio de compra son educación, hoteles, decoración, muebles y colchones, deportes
- Los pagos promedio más bajos se registran en los sectores de construcción, digital, entretenimiento, infantil, panaderías, restaurantes, seguros y transporte

# El 82% de las personas no ha comprado o pagado por internet. Las redes sociales son el principal uso del internet

## Razones para no usar internet como medio de compra o pago de bienes y servicios

(Participación del total, %)



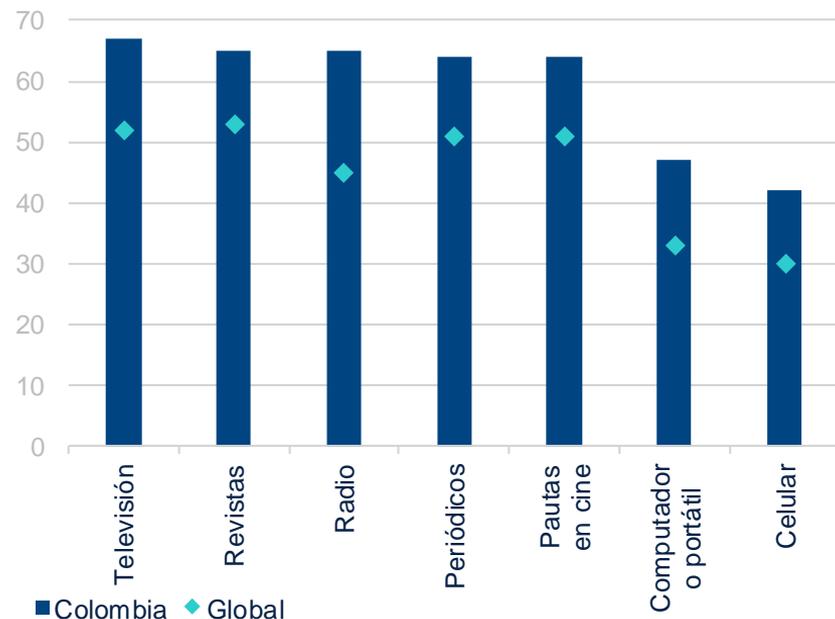
## Contenidos y aplicaciones que usa por internet

(Participación del total, %)



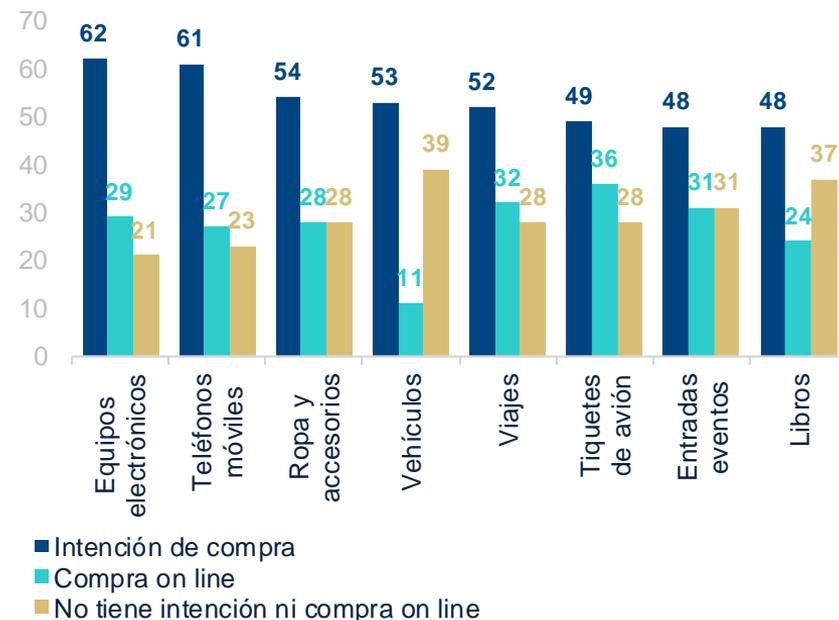
# Aún hoy, el internet se usa poco para recibir publicidad. Si bien, algunos grupos de bienes vienen ganando demanda digital

## Nivel de recepción de formatos publicitarios (%)



## Productos con mayor probabilidad de compra por internet

(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)



## 03 Para recordar

### Cambios en hábitos de consumo

 participación en el gasto de los hogares  móviles, internet, mascotas, streaming, otros transportes (moto, bicicleta) y juegos en línea

 participación en el gasto de los hogares  alimentos

Este cambio es más importante en los ingresos altos

### ¿Dónde compran?



Formatos de barrio siguen teniendo enorme vigencia

 6%

La compra en centros comerciales equivale a alrededor del 6% del total. Cerca de 60 ciudades del país tienen centros comerciales. Desde 2008, Bogotá y Cali perdieron peso en el gasto total y muchas ciudades intermedias ganaron participación, en especial Bucaramanga

### Los gastos más importantes



Gasto en vivienda (arrendamiento imputado y efectivo, servicios públicos, etc.) es el mayor rubro, incluso por encima de otros países

 33%

Un hogar representativo gasta 33% de su ingreso en alimentos

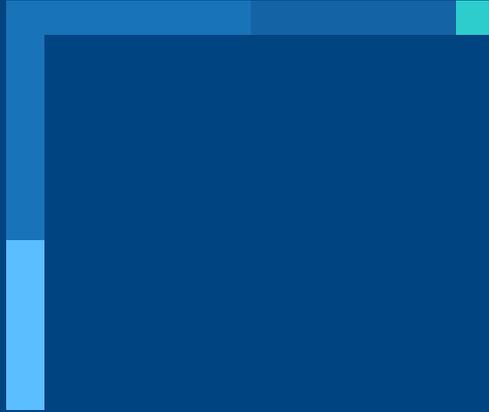
 10,8%

de los bienes de consumo son importados

### Digitalidad

 +240%

El monto de las transacciones con tarjeta creció 240% en 10 años. Los nuevos clientes intensificaron el uso de la tarjeta para pagos de bajo valor. Un tiquete de avión es el bien con mayor probabilidad de ser pagado digitalmente. Su intención de compra *on-line* no supera el 36% del total de las personas



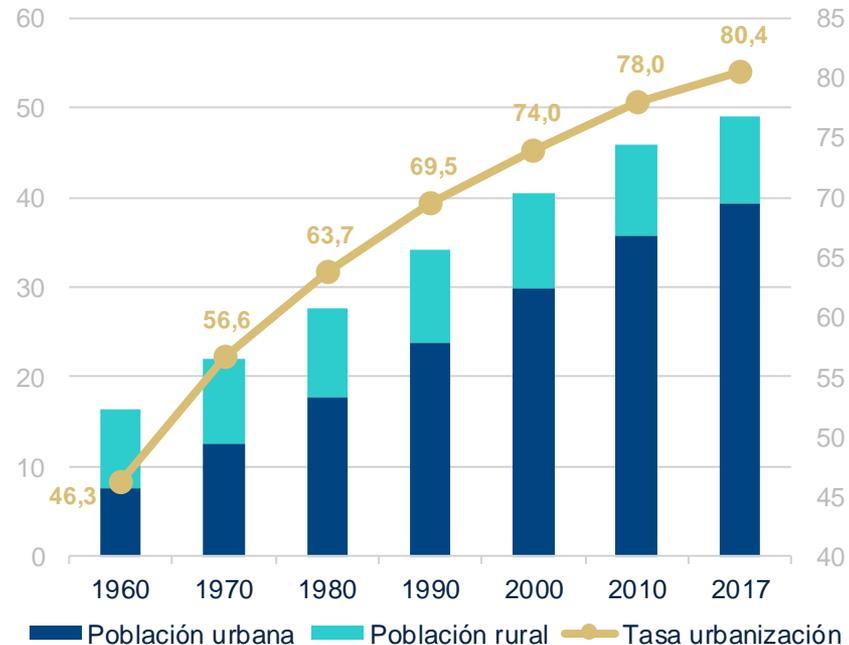
# 04

¿Hacia dónde vamos?

# La mayor tasa de urbanización del país seguirá implicando mejoras en la calidad de vida, la salud y la alimentación

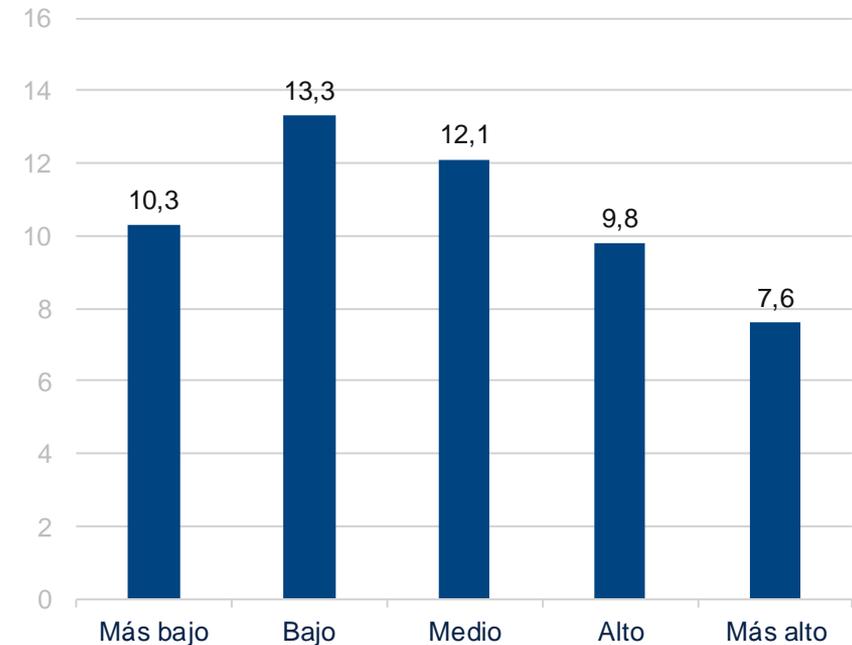
## Población urbana y rural y tasa de urbanización

(Millones de personas, porcentaje del total de población, %)



## Migración interna según quintil de riqueza

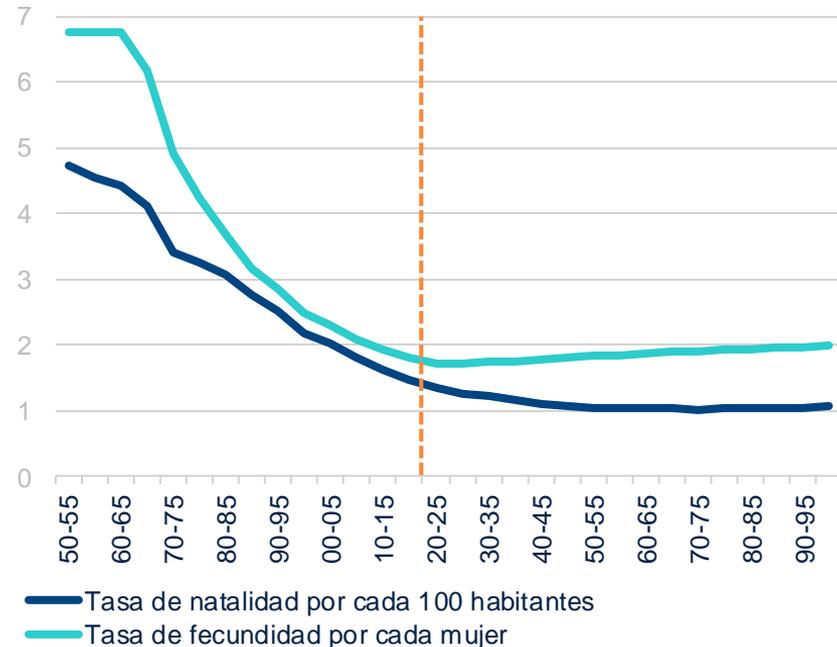
(% del total de migrantes en 2015)



# Además, se espera que continúen bajas tasas de natalidad, la cual es aún más baja en la población de mayores ingresos

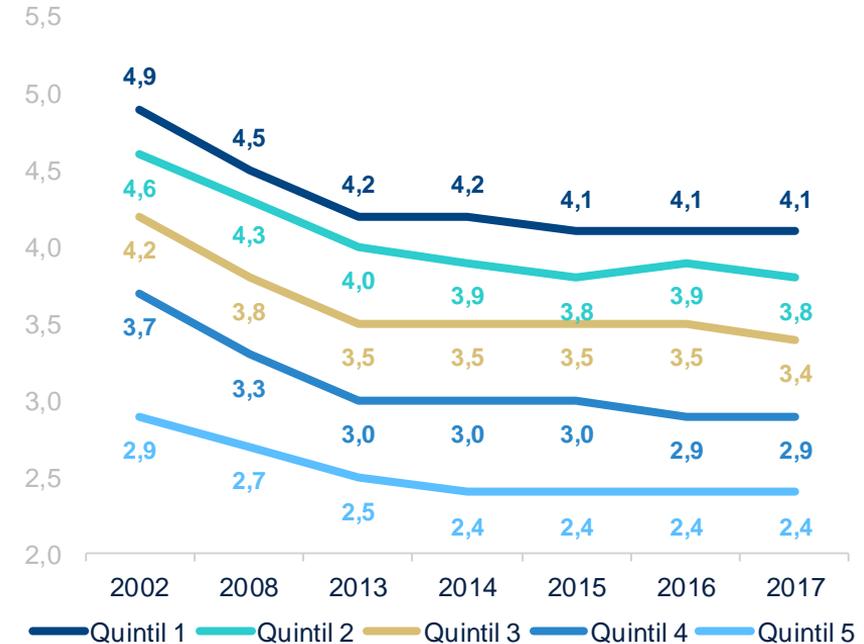
## Tasa bruta de natalidad y de fecundidad

(Nacidos por cada 100 habitantes y nacidos por cada mujer)



## Tasa bruta de natalidad por quintil\* de ingreso

(Nacidos por cada 100 habitantes)



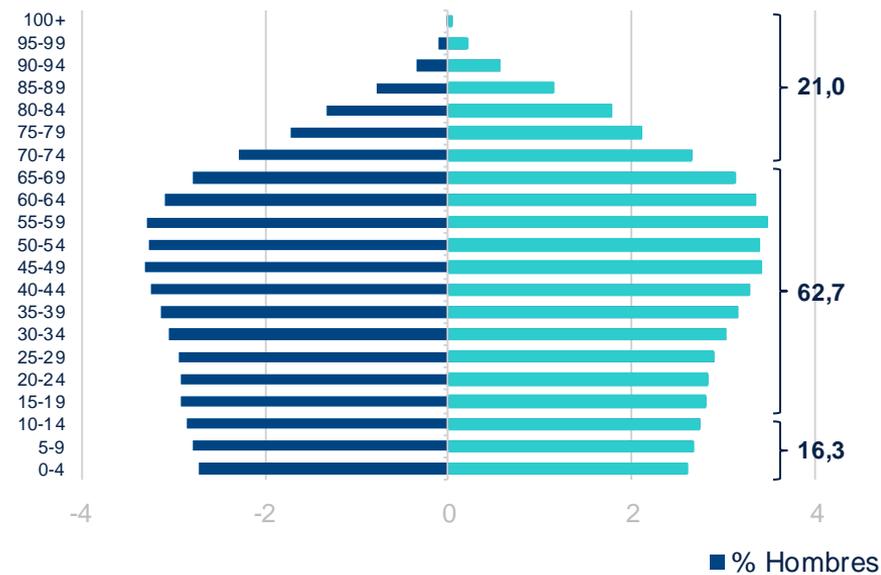
Fuente: BBVA Research con datos de Celade. \*Quintil: se ordena la población de menor a mayor ingreso y se dividen en 5 grupos de 20%, desde el 20% de menores ingresos (Quintil 1) hasta el 20% de mayores ingresos (Quintil 5)

# Sin cambios drásticos en la tasa de natalidad, la población se estabilizará en tamaño y seguirá envejeciéndose gradualmente

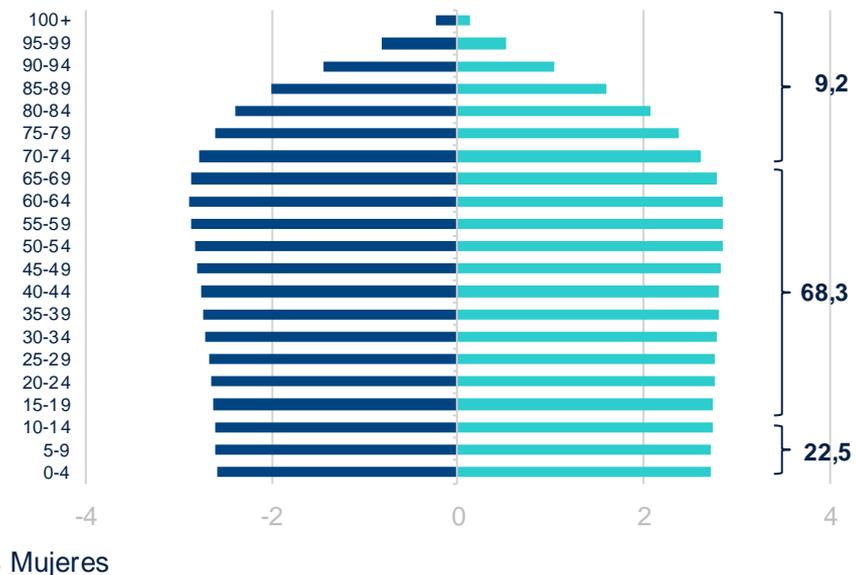
## Pirámide poblacional de Colombia

(% de la población total cada cinco años)

Colombia (2050, población 55,4 millones)



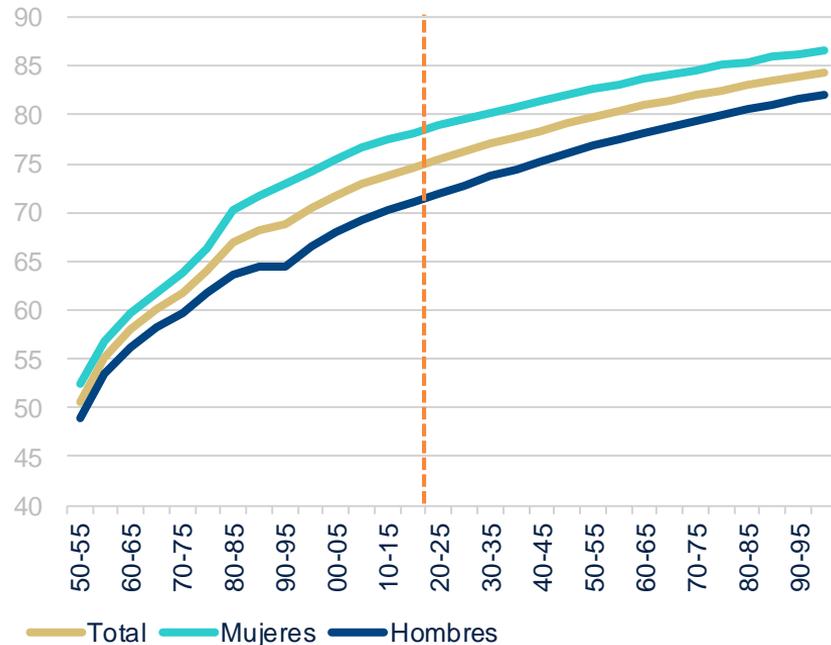
Colombia (2100, población 49,2 millones)



# Al mayor promedio de edad de la población también ayudará la más alta esperanza de vida, la cual viene creciendo desde el siglo pasado

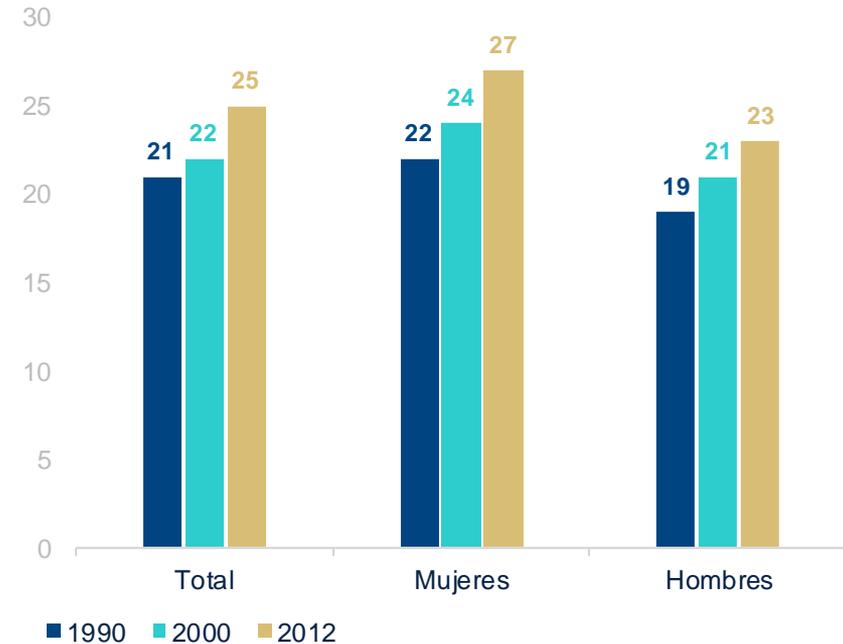
## Esperanza de vida al nacer

(Años, entre 1950 y 2100)



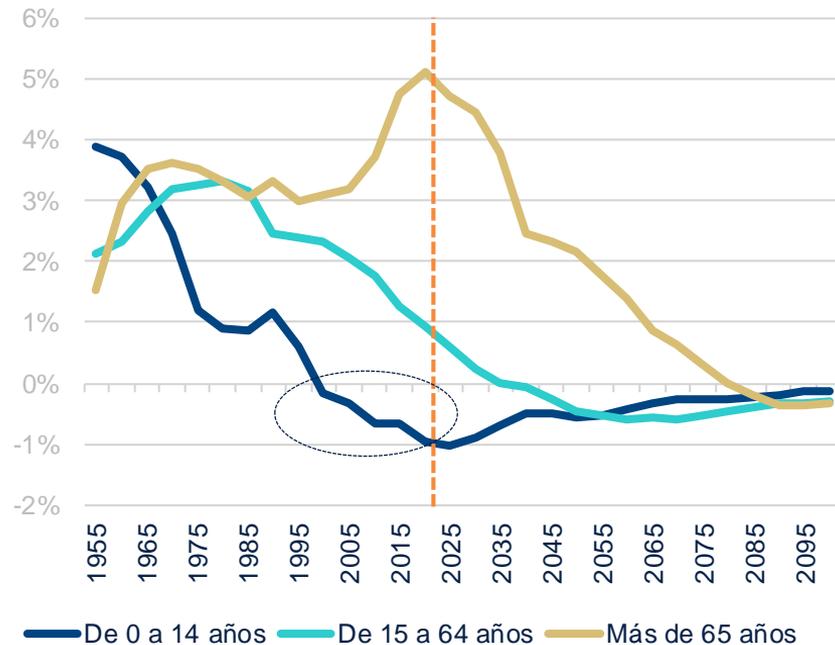
## Años de vida restantes al cumplir 60 años

(Años)

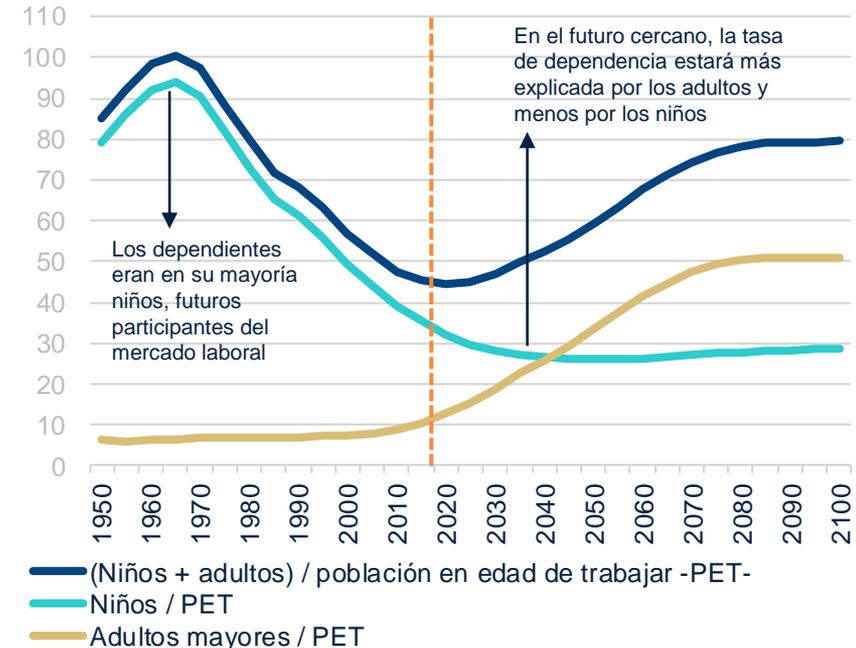


# Así, la población más joven se viene reduciendo desde los noventa y, al mismo tiempo, se está aumentando la tasa de dependencia en vejez\*

## Tasa de crecimiento poblacional por rango de edad (Variación media anual, %)



## Tasa de dependencia\* total y por edad (Razón)



Fuente: BBVA Research con datos de Celade. \*Tasa de dependencia total: (mayores de 65 años + menores de 14 años) / (población entre 15 y 65 años). PET: población entre 15 y 65 años.  
\*\*Quintil: se ordena la población de menor a mayor ingreso y se arman grupos de 20%. El quintil 1 es el 20% de la población de menores ingresos y el quintil 5 es el 20% de mayores ingresos

# La mayor proporción de la población en edad de vejez podría modificar los hábitos de consumo: experiencia internacional

## Estados Unidos<sup>1</sup>

Para las nuevas generaciones el gasto en educación y vivienda es más importante. Los pagos de pensión y seguridad social aumentan con la edad así como la proporción del gasto destinado a comidas fuera del hogar



## Alemania<sup>2</sup>

El gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas cae cuando la edad del consumidor aumenta. Por otro lado, el gasto en salud tiende a ganar importancia en la última parte del ciclo de vida de la persona

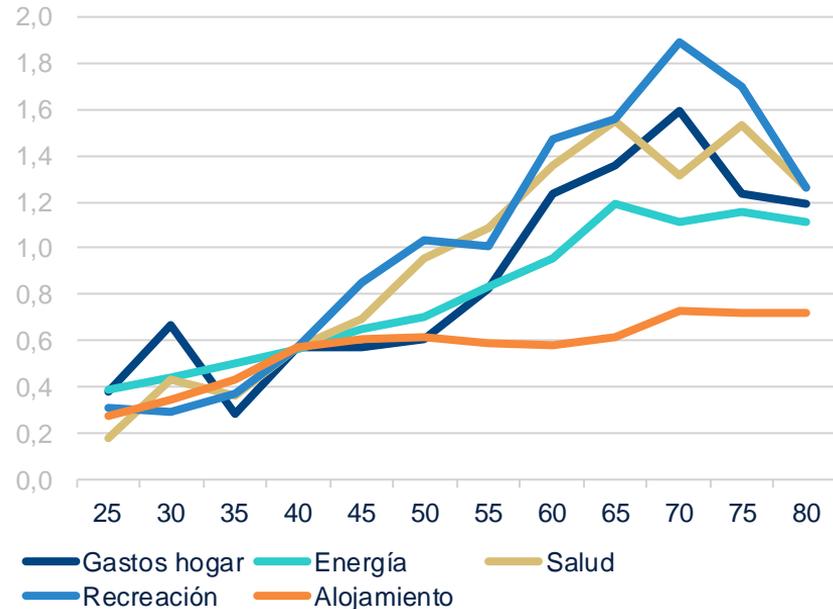
## Bélgica<sup>3</sup>

Los gastos en mejoras de la vivienda aumentan con la edad. Así como el gasto en salud y en entretenimiento. Por otro lado, el gasto en transporte privado, alimentos y prendas de vestir cae a medida que la edad aumenta

# En Bélgica, salud, recreación y gastos del hogar son los que más aumentan con la edad. La compra de muebles y ropa lo que más cae

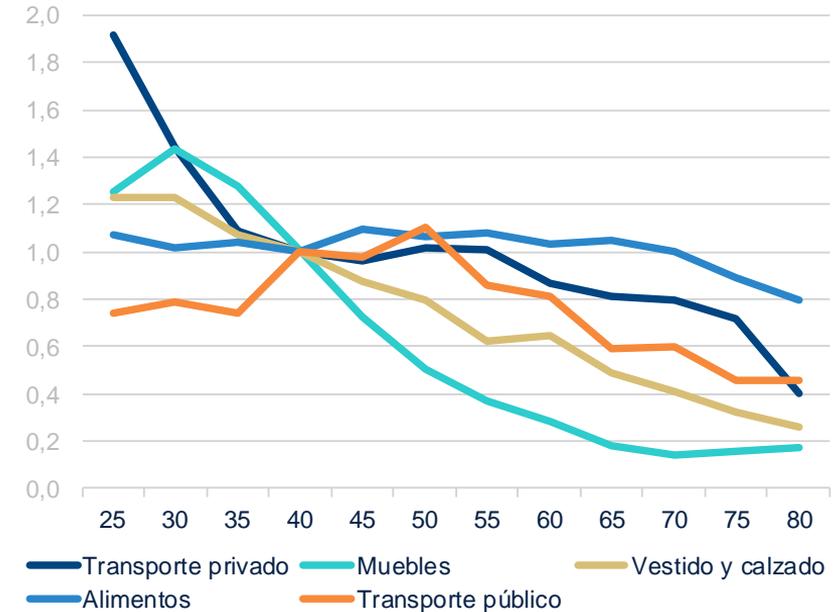
## Gasto del hogar por grupos según edad del jefe de hogar (grupos que suben)

(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)



## Gasto del hogar por grupos según edad del jefe de hogar (grupos que bajan)

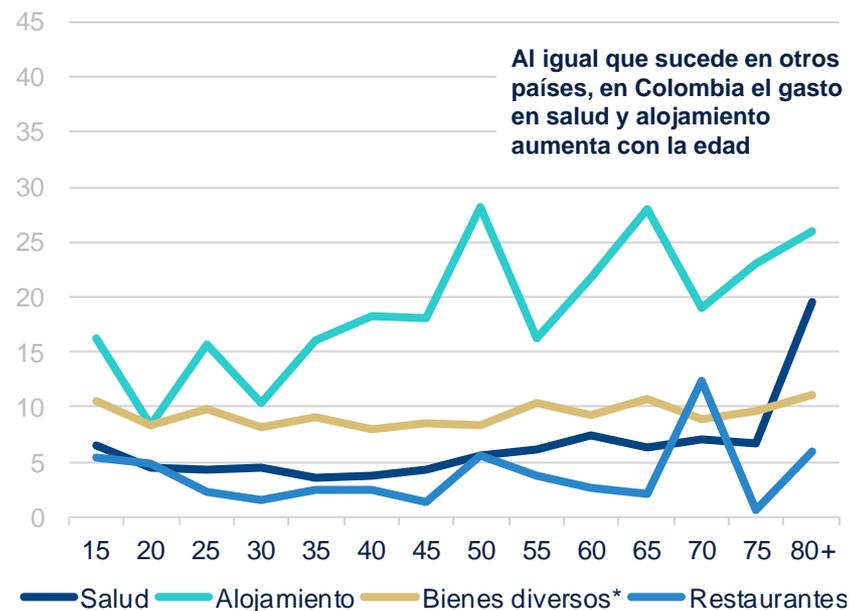
(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)



# Mientras que, en Colombia, los grupos de gasto que más aumentan con la edad son educación, alojamiento y restaurantes y hoteles

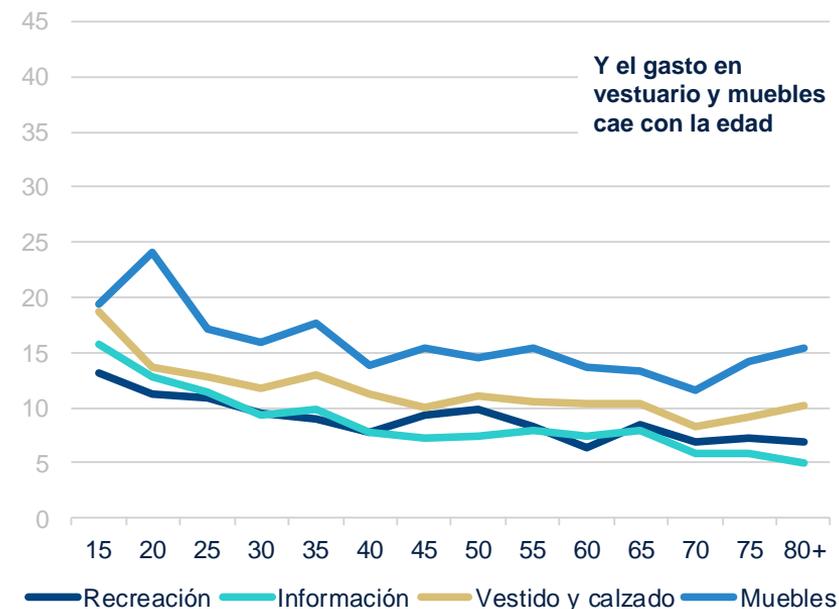
## Gasto del hogar por grupos según edad del jefe de hogar (grupos que suben)

(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)



## Gasto del hogar por grupos según edad del jefe de hogar (grupos que bajan)

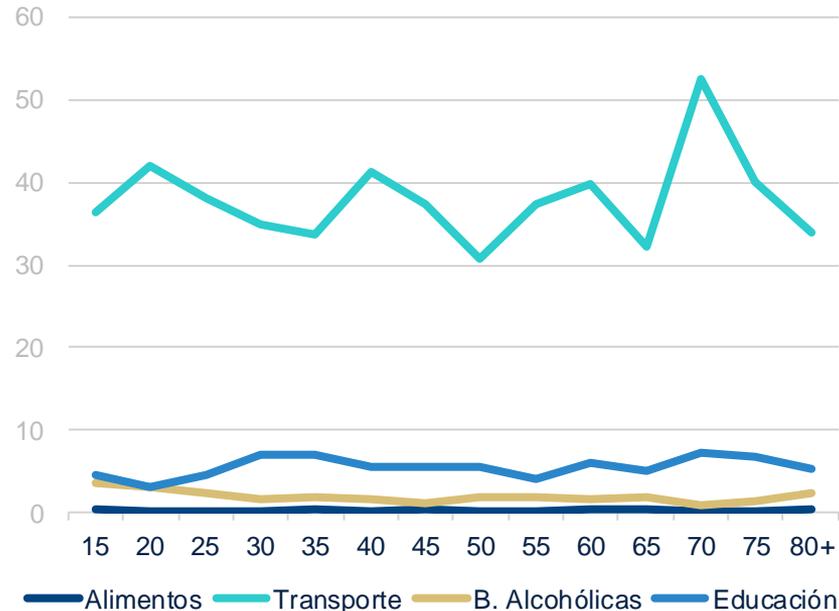
(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)



# Por otro lado, hay cuatro grupos de gasto que a lo largo del ciclo de vida de los hogares se mantienen estables

## Gasto del hogar por grupos según edad del jefe de hogar

(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)



- Aunque el gasto en transporte se mantiene relativamente estable, su composición cambia a través de la edad
- En las edades tempranas sobresale el uso de transporte público, luego prima el transporte privado al final de la edad laboral, para volver al uso del transporte público en la vejez

# La mayor proporción de la población en edad de vejez podría modificar los hábitos de consumo: experiencia internacional

## México<sup>1</sup>

Los hogares cuyo jefe de hogar es una mujer realizan mayores gastos en alimentos, vivienda y artículos de aseo personal. Por el contrario, el gasto que realizan en transporte, salud y limpieza del hogar es menos que en un hogar con jefatura masculina

## Pakistán<sup>2</sup>

Aquellos hogares que tienen como jefe de hogar a una mujer efectúan un gasto mayor en educación, vestido y calzado y artículos para el hogar. Por otro lado, realizan un menor gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas y transporte y comunicaciones que los hogares con jefe de hogar hombre

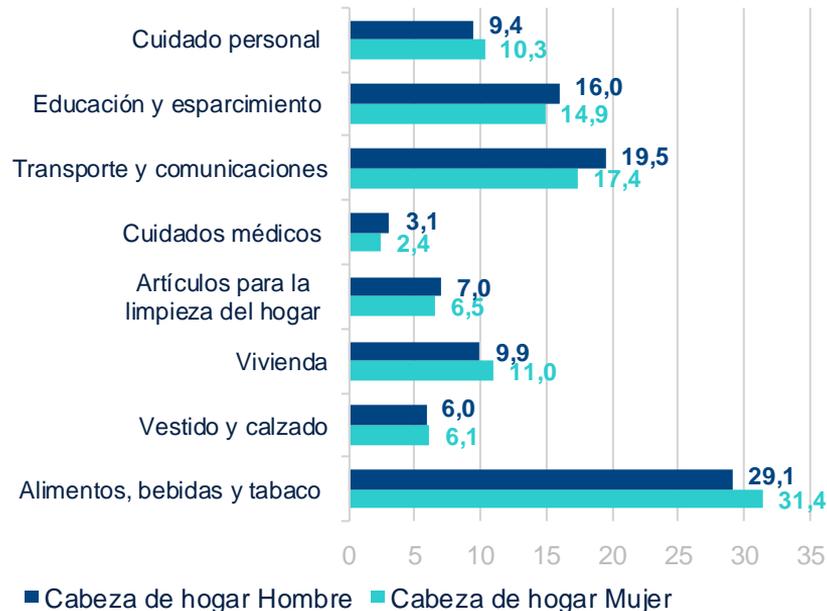
## Malawi<sup>3</sup>

Para lo hogares con jefatura femenina, el gasto es mayor en educación, artículos de aseo personal y para el hogar. Los hogares cuyo jefe de hogar es un hombre, realizan mayores gastos en vivienda, transporte y en algunos artículos para el hogar

# En México, cuando la mujer tiene la jefatura, ese hogar gasta más en vivienda, alimentos y cuidado personal

## Gasto del hogar por grupos según género del jefe de hogar

(Gasto en el grupo como proporción del gasto total, %)

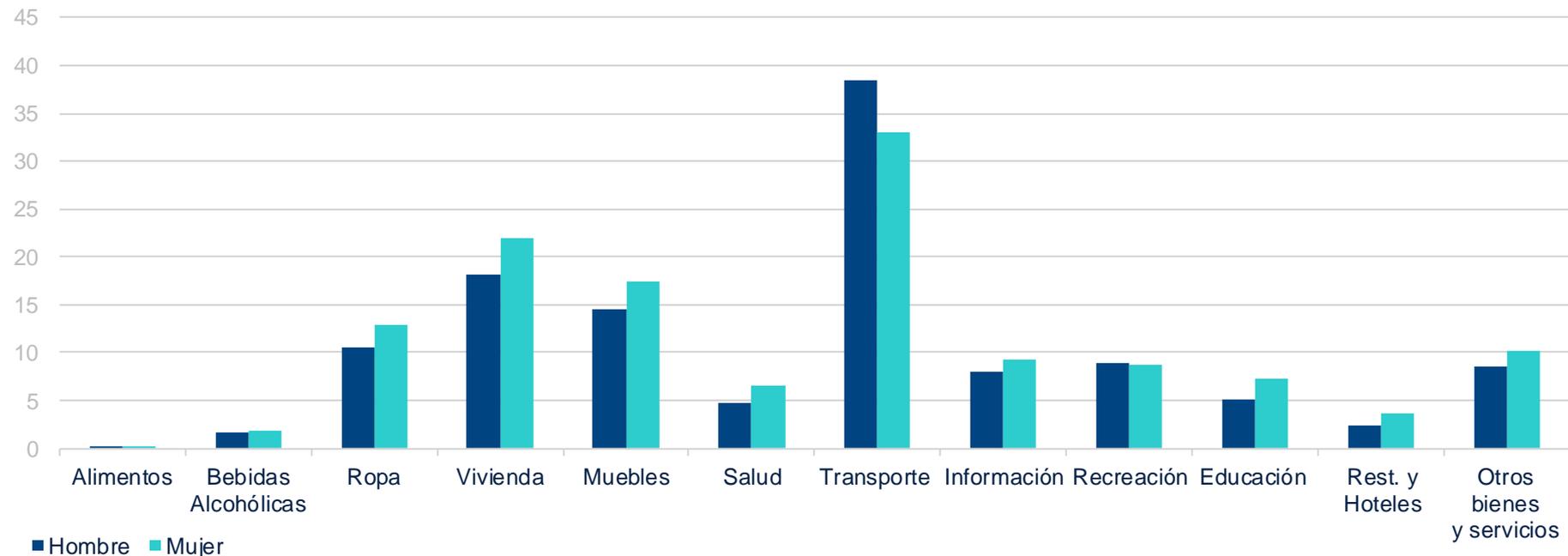


- El gasto que realizan los hogares con jefe de hogar hombre en transporte, es principalmente adquisición de vehículos de uso particular y compra de gasolina, mientras los hogares con jefatura femenina lo realizan, en su mayoría, en transporte público
- Por otro lado, respecto al gasto en alimentos, los hogares con jefatura masculina priorizan el consumo de comidas fuera del hogar y bebidas alcohólicas y tabaco en relación con los hogares con jefatura femenina

# Mientras que en Colombia sobresalen los mayores gastos en vivienda y educación cuando la mujer es la jefa del hogar

## Gasto por grupos según género del jefe de hogar

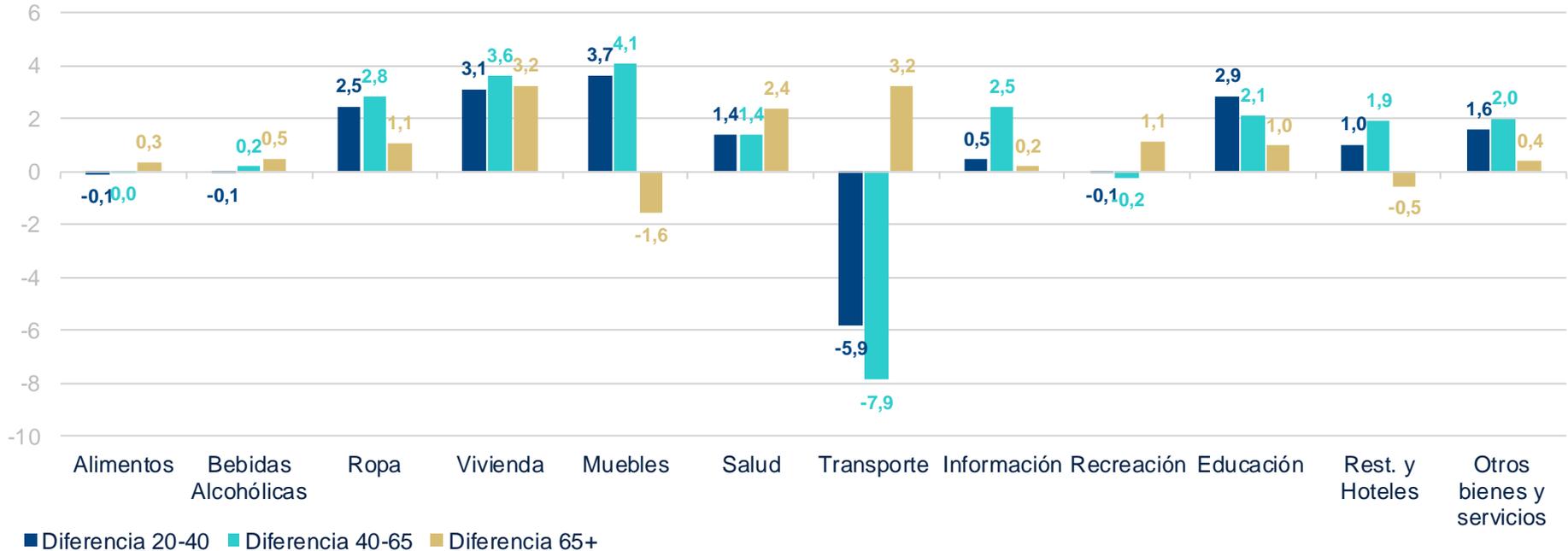
(% del total)



# Incluso, en transporte, un grupo donde los hombres tienen un elevado gasto, el gasto de las mujeres de 65+ supera a los hombres en esa edad

## Diferencia de gasto de un hogar con jefatura femenina vs. jefatura masculina

(Diferencia de la proporción del gasto, %)



# La mayor proporción de la población en edad de vejez podría modificar los hábitos de consumo: experiencia internacional

## Costa Rica<sup>1</sup>

Ante un incremento en el ingreso, las familias tienden a consumir en mayor medida comidas fuera del hogar. También, aumenta su gasto en entretenimiento, salud y educación

## Alemania<sup>2</sup>

Los gastos en tabaco, vestido y calzado y transporte tienden a reducirse a medida que el salario aumenta. El resto de bienes tiende a aumentar al mismo tiempo que el salario, aunque con muy poca sensibilidad. Los hogares con menores ingresos destinan una mayor proporción del gasto a alimentos

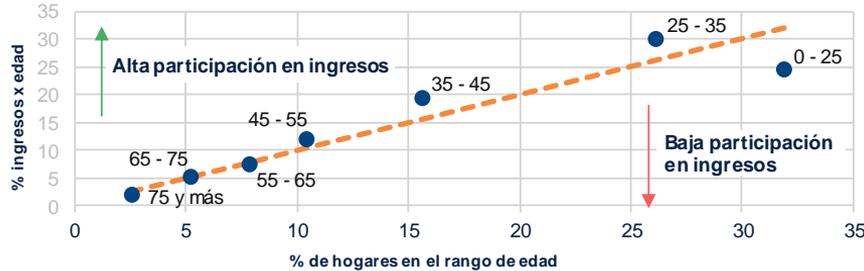
## Colombia<sup>3</sup>

A medida que el ingreso del hogar aumenta, el gasto en alimentos y vestuario disminuye. Por el contrario, el consumo de equipo doméstico tiende a aumentar con el ingreso. Además, las familias con ingresos más altos distribuyen más balanceadamente su gasto

# Hogares entre 25-45 años con alta participación en ingreso y gasto. El ahorro es mayor en 35-75 años. Y el pago de vivienda en 25-55 años

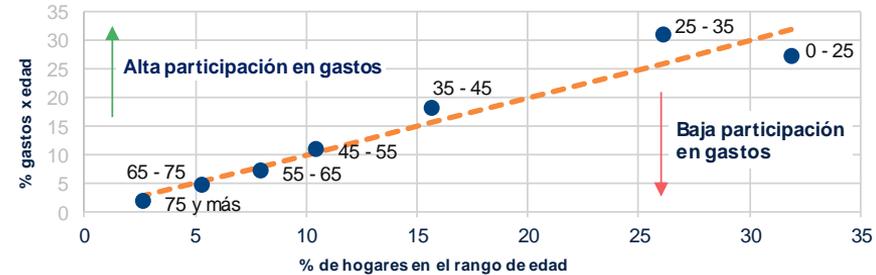
## Participación de los ingresos por edad

(vs. Participación de los hogares por edad, %)



## Participación de los gastos por edad

(vs. Participación de los hogares por edad, %)



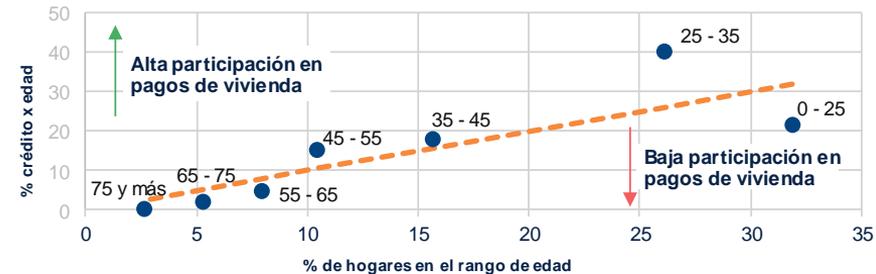
## Participación del ahorro por edad

(vs. Participación de los hogares por edad, %)



## Participación de los pagos de vivienda por edad

(vs. Participación de los hogares por edad, %)



## 04 Para recordar

### Tendencias demográficas



La tasa de natalidad seguirá cayendo, más en los hogares de ingresos más altos



La población en edad adulta y en vejez seguirá aumentando, haciendo más elevada la tasa de dependencia



La mujer seguirá ganando preponderancia económica

### Jefatura de hogar y gasto



En el mundo, los hogares con jefatura masculina gastan más en transporte y comunicaciones, comidas fuera del hogar y bebidas alcohólicas y tabaco. En Colombia se mantiene un mayor gasto en transporte



En Colombia, en el resto de categorías, los hogares cuyo jefe de hogar es mujer, gasta más que los hogares con jefatura masculina

### La edad y el gasto



En el mundo, con la edad aumentan los gastos en mejora de vivienda, salud, entretenimiento y comidas fuera del hogar. Caen en transporte privado, alimentos y prendas de vestir



En Colombia, con la edad aumentan en educación, vivienda y restaurantes y hoteles. Caen los gastos en vestuario, recreación, información y muebles

### El gasto según el ingreso



Hogares con ingresos más altos realizan un consumo más balanceado entre sus componentes. El gasto en alimentos tiende a reducirse a medida que el ingreso es mayor



En algunos países, el gasto en educación, salud y entretenimiento crece con el ingreso

# 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.

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.

BBVA Colombia es un establecimiento de crédito y es supervisado por la Superintendencia Financiera.

BVA Colombia promueve este tipo de documentos con fines meramente académicos y no asume ninguna responsabilidad por las decisiones que se toman con base en la información recibida ni puede ser considerada como asesoría tributaria, legal o financiera. Igualmente no se hace responsable por la calidad ni contenido de los mismos.

BBVA Colombia es el titular de todos los derechos de autor del contenido textual y gráfico de este documento, los cuales se encuentra protegidos por las leyes de Derechos de Autor y demás leyes relativas internacionales y de la República de Colombia. Se prohíbe su uso, circulación o copia sin autorización previa y expresa de BBVA Colombia.

Muchas gracias



BBVA Research

# Perfilamiento del consumidor colombiano

2019

Creando Oportunidades