

# Colombia: Situación Consumo

Patrones de consumo: tendencias  
y cambios recientes

Octubre 2024

# Índice

- 01 ¿Cómo es el consumo privado en Colombia, cómo se ha comportado desde la pandemia y patrones de gasto?
- 02 Perspectivas del consumo privado
- 03 Ingresos y capacidad de compra
- 04 El largo plazo: ¿cuáles son las grandes tendencias demográficas con efectos en el consumo?

# El tamaño del mercado colombiano



Mundo



Latam



América

## Población

Colombia representa el

**0,66%** de la población mundial

(POSICIÓN **28** DE 195 PAÍSES)

**8%**

de la población de la región

(POSICIÓN **3** DE 33 PAÍSES)

**5,2%**

de la población de América

(POSICIÓN **4** DE 35 PAÍSES)

## PIB

Colombia aporta el

**0,34%** del PIB mundial

(POSICIÓN **37** DE 195 PAÍSES)

**10%**

del PIB de la región

(POSICIÓN **4** DE 33 PAÍSES)

**2,4%**

del PIB de la región

(POSICIÓN **7** DE 35 PAÍSES)

## Consumo de los hogares

En Colombia equivale a el

**0,35%** del consumo global

(POSICIÓN **35** DE 195 PAÍSES)

**10%**

en América Latina

(POSICIÓN **4** DE 33 PAÍSES)

**3,1%**

en América

(POSICIÓN **6** DE 35 PAÍSES)

## Exportaciones

Colombia representa el

**0,32%** del total mundial

(POSICIÓN **53** DEL MUNDO)

**6%**

del total de América Latina

(POSICIÓN **4** EN LA REGIÓN)

**3,0%**

del total del continente

(POSICIÓN **10** EN LA REGIÓN)

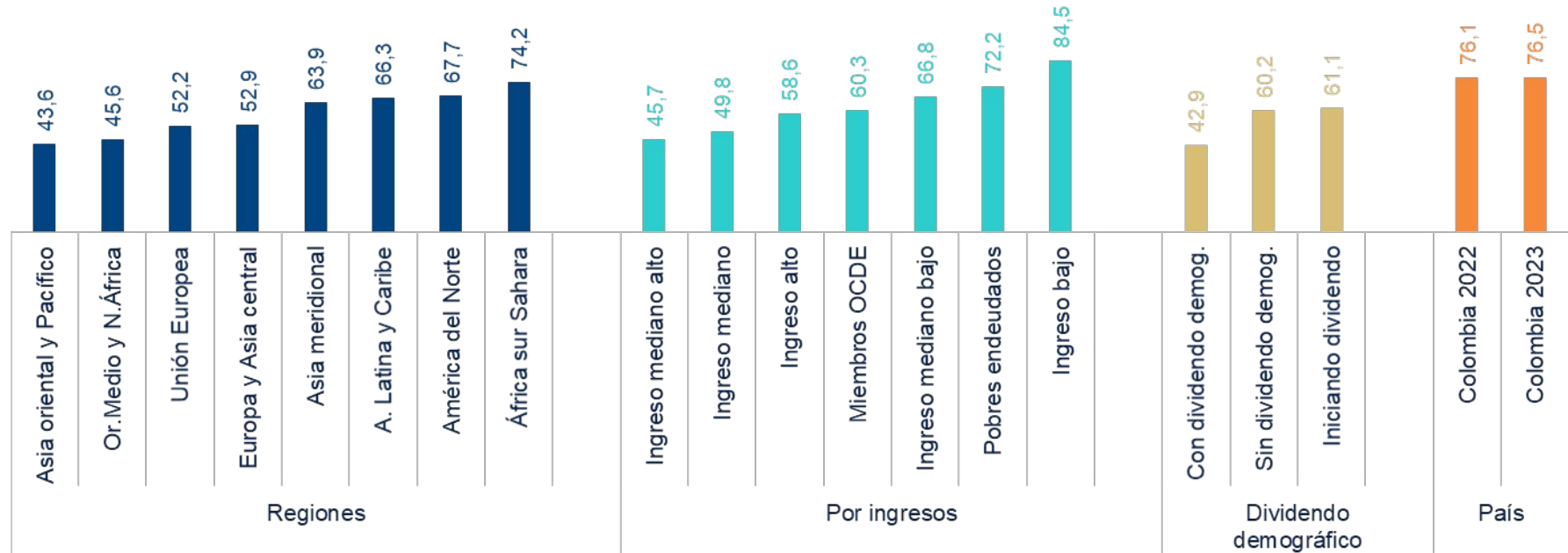
# 01

¿Cómo es el consumo privado en Colombia, cómo se ha comportado desde la pandemia y patrones de gasto?

# En Colombia, la participación del consumo privado en el PIB es una de las más altas del mundo

## CONSUMO PRIVADO MUNDIAL

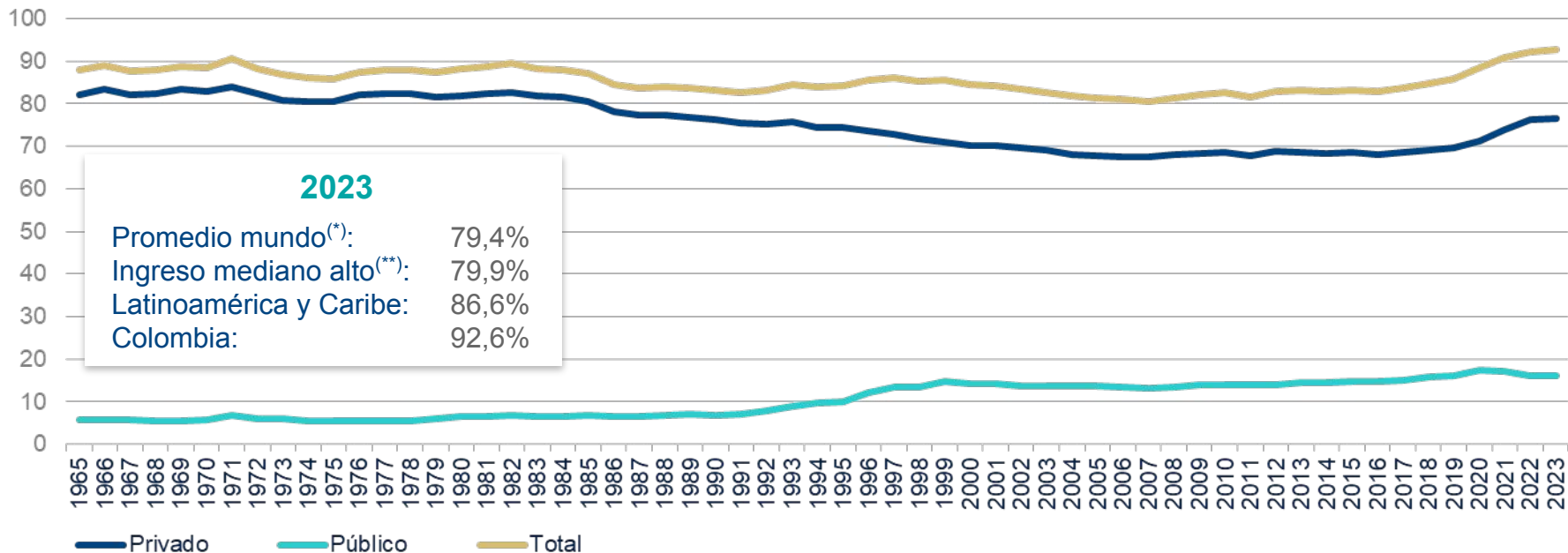
(% DEL PIB)



## Además, el consumo público también creció en su importancia, haciendo que el consumo final de Colombia sea de los más altos del mundo

### CONSUMO TOTAL: COLOMBIA

(% DEL PIB)



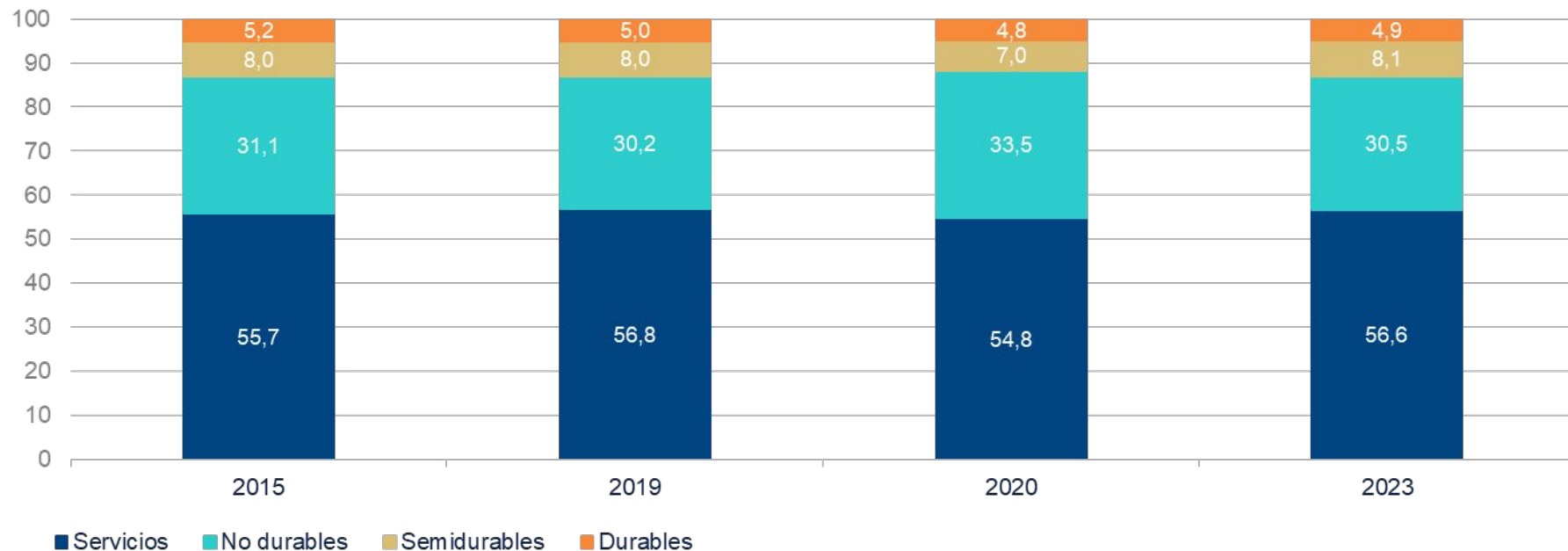
(\*): Promedio simple. (\*\*): Grupo de ingresos al que pertenece Colombia.

Fuente: BBVA Research con datos del DANE y Banco Mundial.

# La canasta del consumo privado colombiano está concentrada en servicios (más del 50%) y bienes no durables (30,5%)

## CONSUMO PRIVADO: GRANDES DIVISIONES

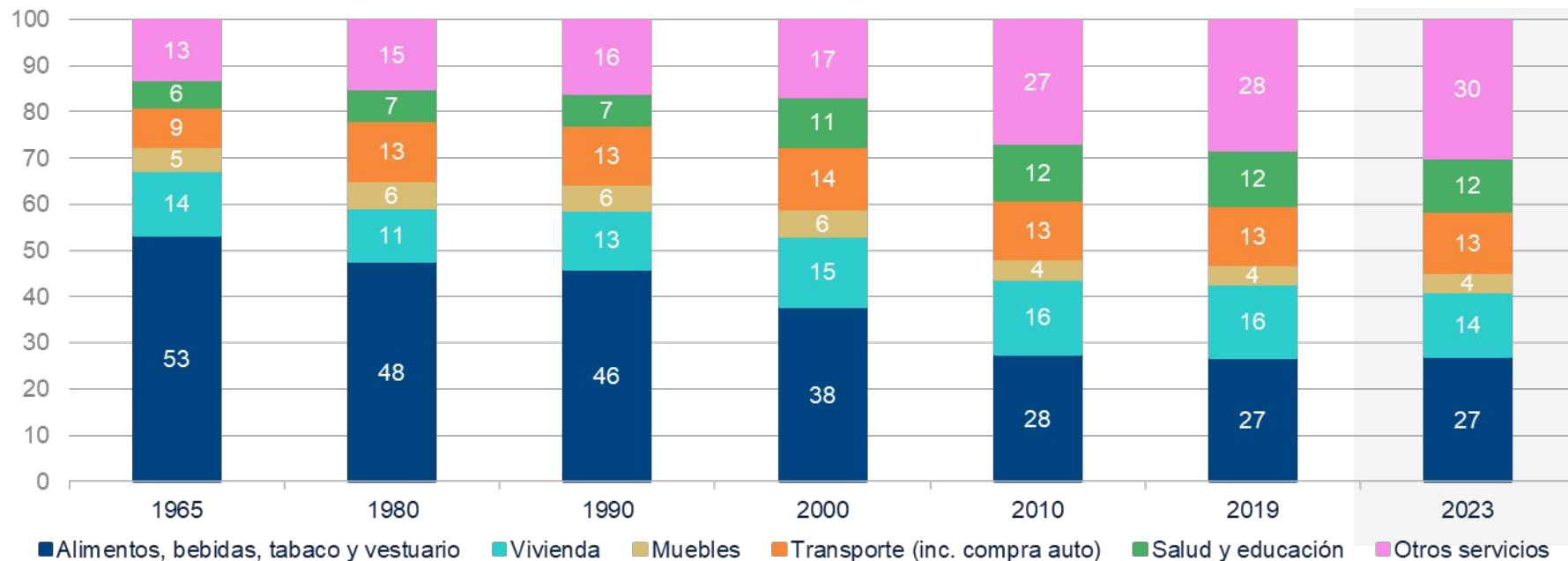
(% PARTICIPACIÓN EN EL CONSUMO PRIVADO TOTAL, 2023)



# La mayor participación de los servicios<sup>(\*)</sup> es resultado de la migración gradual desde alimentos y vestuario en los 60's y una mejor capacidad de compra

## CONSUMO PRIVADO SEGÚN TIPO DE BIEN

(% DEL CONSUMO PRIVADO)



(\*): Transporte sin compras de autos, salud, educación y otros servicios.

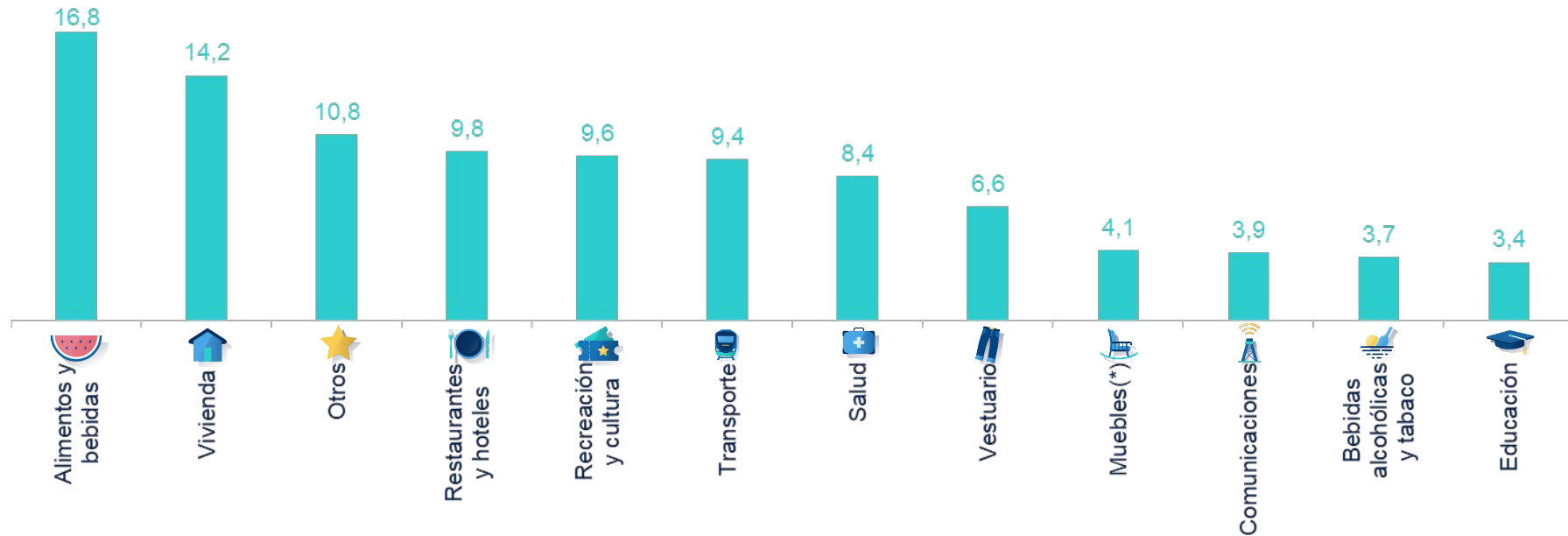
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.



# Un *zoom* del consumo privado reciente permite una clasificación más desagregada: se puede dividir en 12 categorías importantes

## CONSUMO PRIVADO POR PRODUCTO

(% DE PARTICIPACIÓN EN EL CONSUMO PRIVADO TOTAL, 2023)



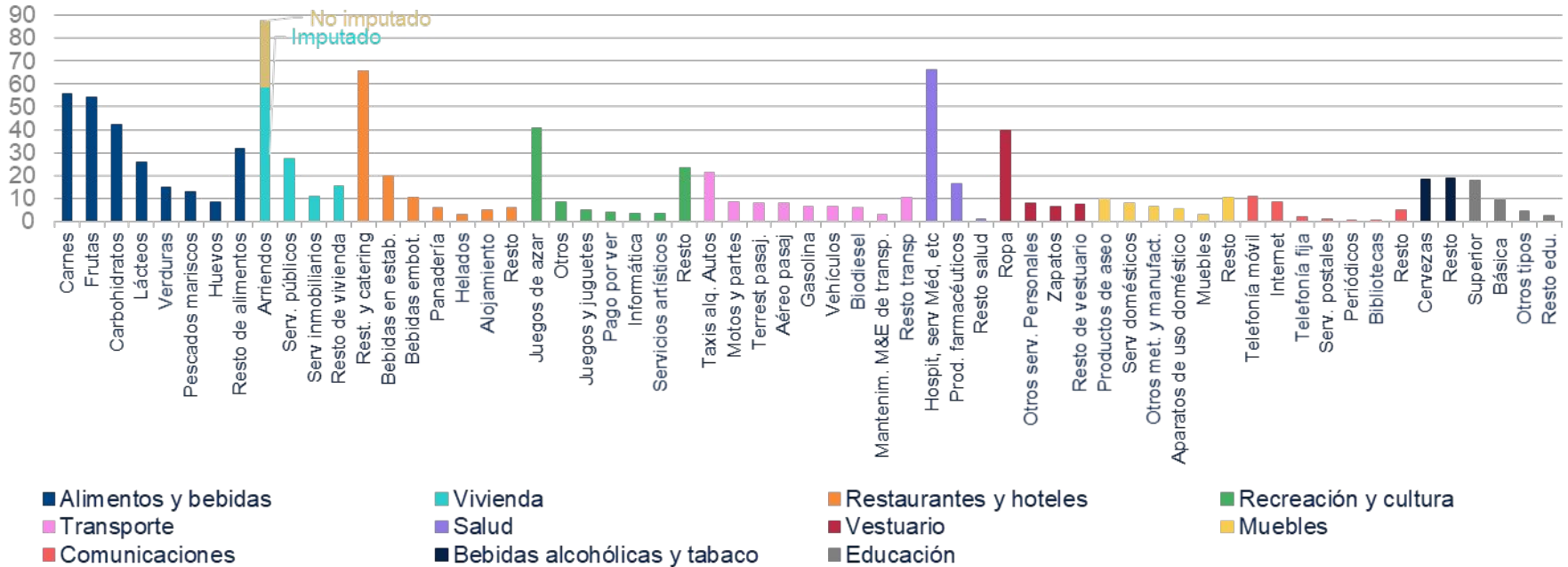
(\*): Muebles incluye muebles y conservación y mantenimiento del hogar.

Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

# En alimentos, la carne es el bien con más gasto. En vivienda, es el arriendo (el #1 en gasto). También son importantes salud y restaurantes y catering

## CONSUMO PRIVADO POR CANASTA Y TIPO DE PRODUCTO

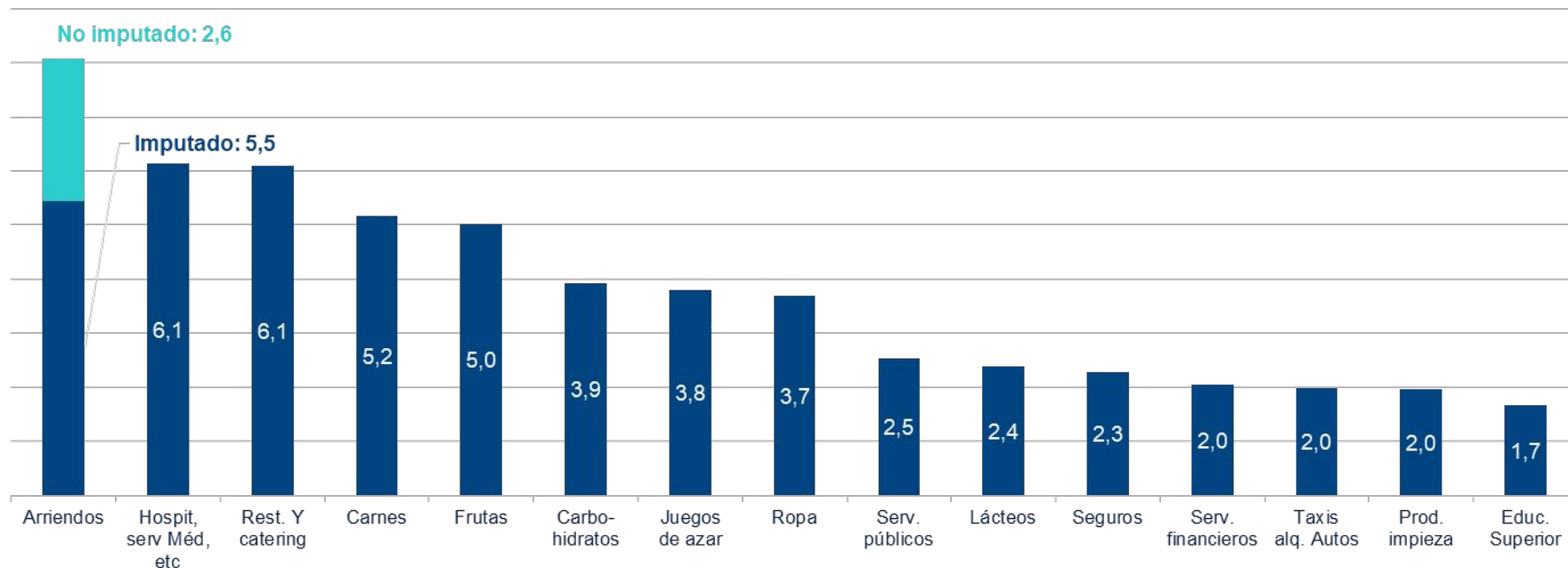
(BILLONES DE PESOS CORRIENTES, 2022)



# El 54% del consumo se concentra en 15 productos, de los cuales, cuatro son productos alimenticios

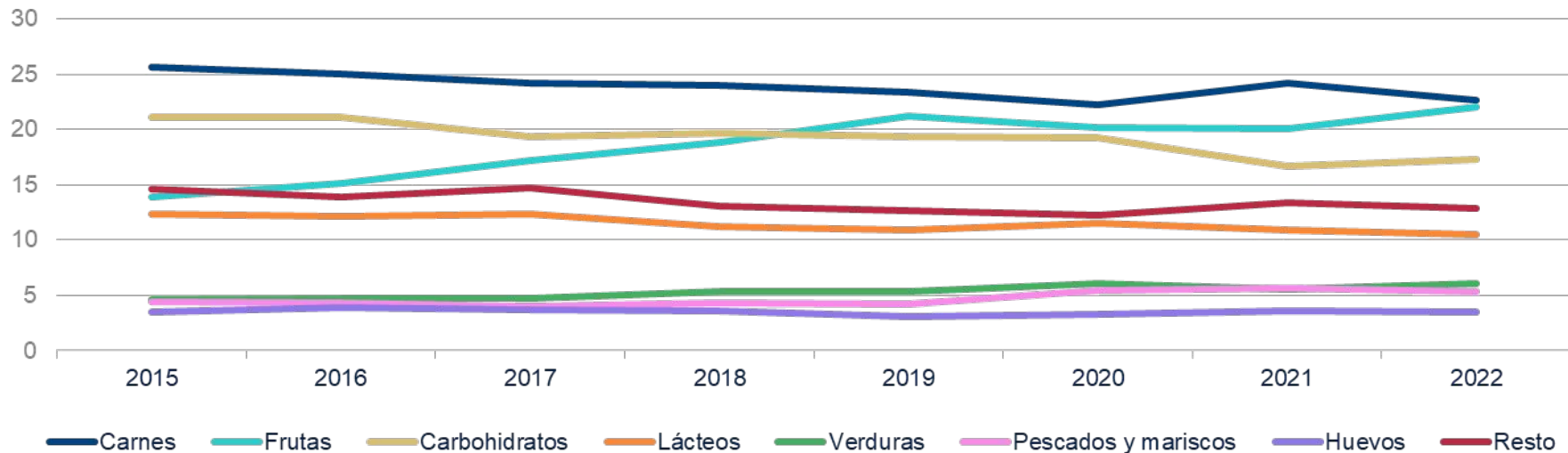
## CONSUMO PRIVADO: 15 PRINCIPALES PRODUCTOS

(% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL, 2022)



# La carne tiene el liderazgo en alimentos, pero su participación viene cayendo en los años recientes. Sobresale el mayor peso de las frutas y las verduras

## CONSUMO PRIVADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS)

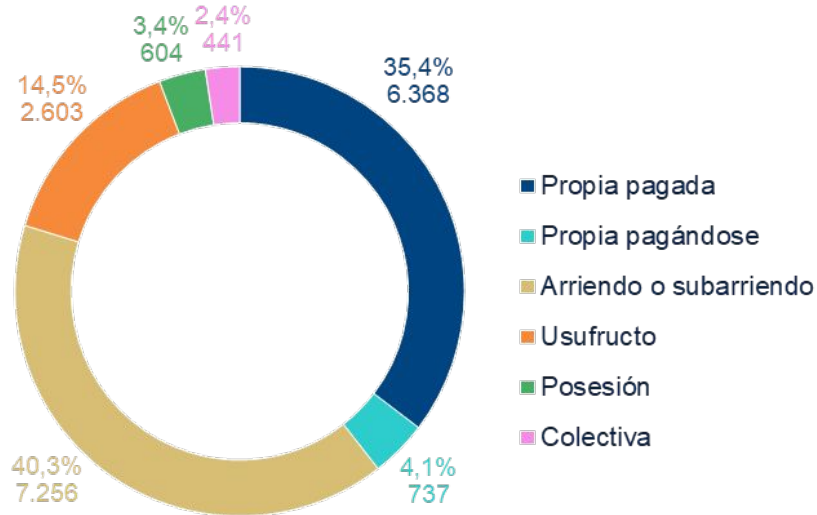


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Adicionalmente, la caída en la participación del grupo de los carbohidratos en la alimentación muestra un cambio de los hábitos de consumo.

# En la vivienda, el arriendo es el principal gasto de los hogares colombianos. Hoy, el 40,3% de los hogares viven en arriendo

## TENENCIA DE LA VIVIENDA EN COLOMBIA (MILES DE HOGARES Y % DEL TOTAL DE HOGARES)

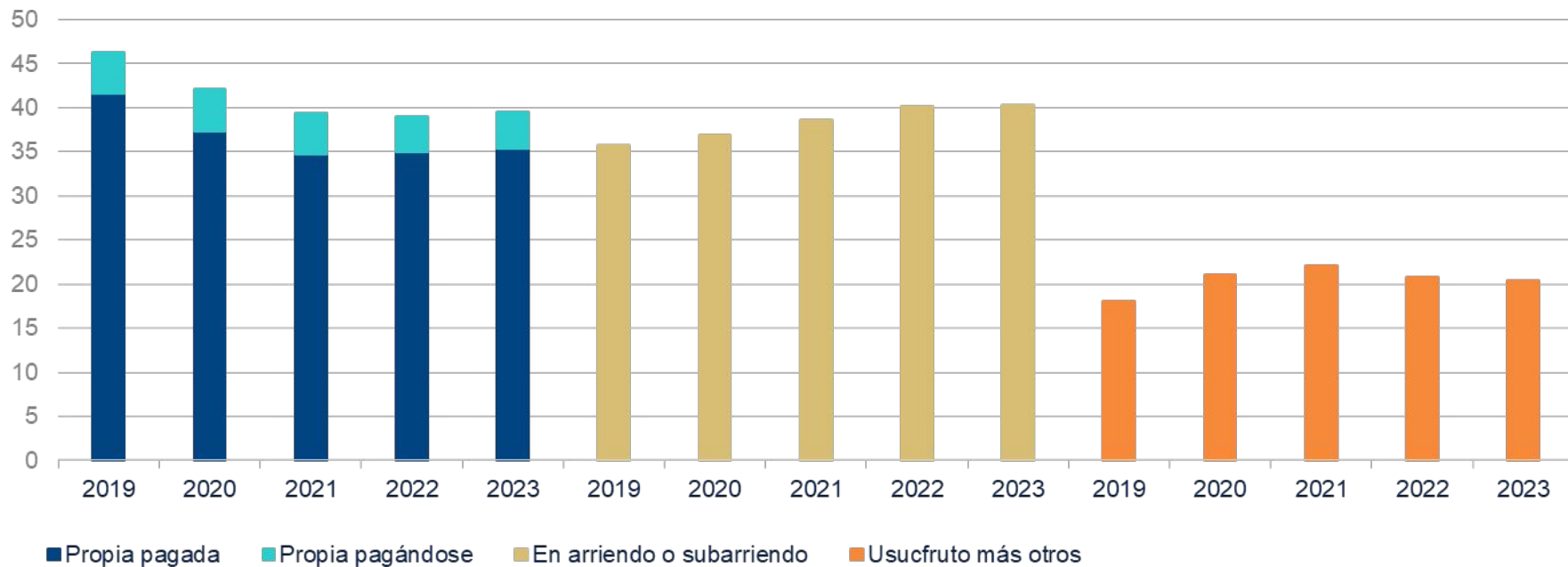


- Arriendos pagados a terceros:** los hogares colombianos destinan el 2,6% de su gasto total al pago de alquiler. Este gasto corresponde al 40,3% de los hogares que viven en arriendo efectivo.
- Arriendo imputado:** se les imputa un 5,5% adicional de gasto a los hogares que viven en vivienda propia. Esto se debe a que el 39,5% de los hogares propietarios (con la vivienda ya pagada o en proceso de pago) asume un costo implícito equivalente al valor del alquiler que pagarían si no fueran dueños de su vivienda. Este valor es considerado parte de su gasto en las cuentas nacionales.
- Otras formas de tenencia:** un 20,3% de los hogares tiene otro tipo de tenencia sobre su vivienda. Estos incluyen el usufructo (14,5% de los hogares), posesión sin título (3,4%) y propiedad colectiva (2,4%).

# En los años recientes, el porcentaje de hogares que vive en propiedad ha venido reduciéndose a favor de un aumento en los hogares arrendatarios

## TENENCIA DE LA VIVIENDA EN COLOMBIA

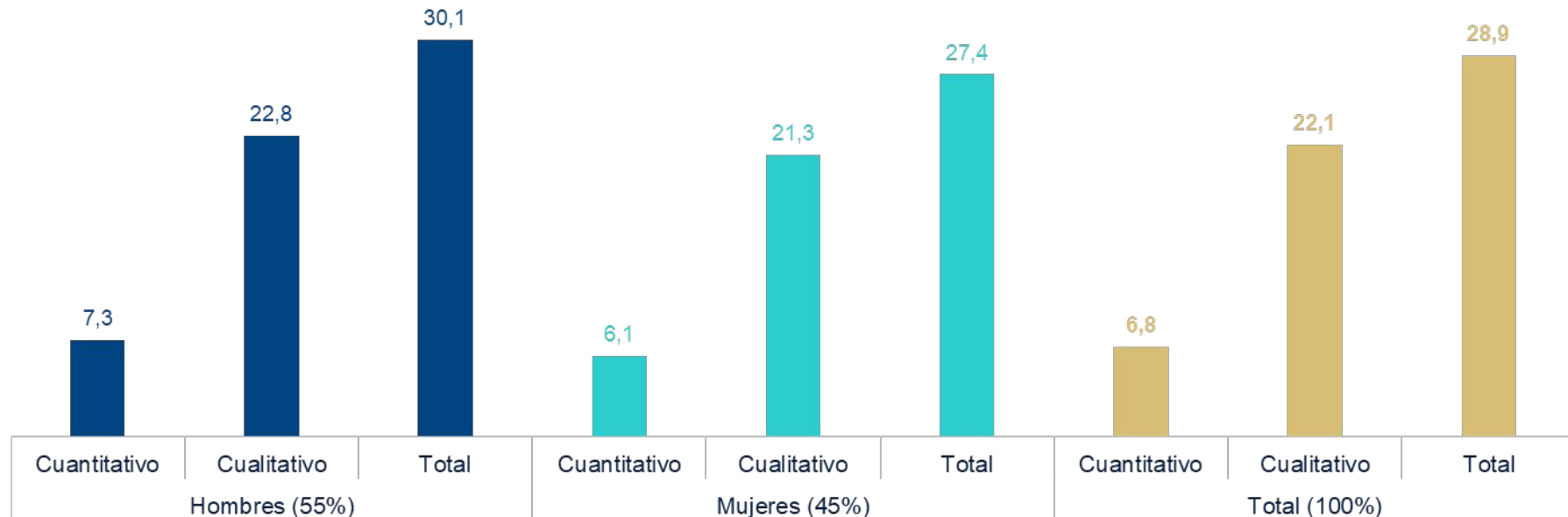
(% DEL TOTAL DE HOGARES)



# En todo caso, hace falta aumentar la oferta nacional de vivienda, pues todavía un 28,9% de los hogares del país (5,2 millones, 2023) tuvo déficit habitacional

## DÉFICIT DE VIVIENDA SEGÚN CABEZA DEL HOGAR

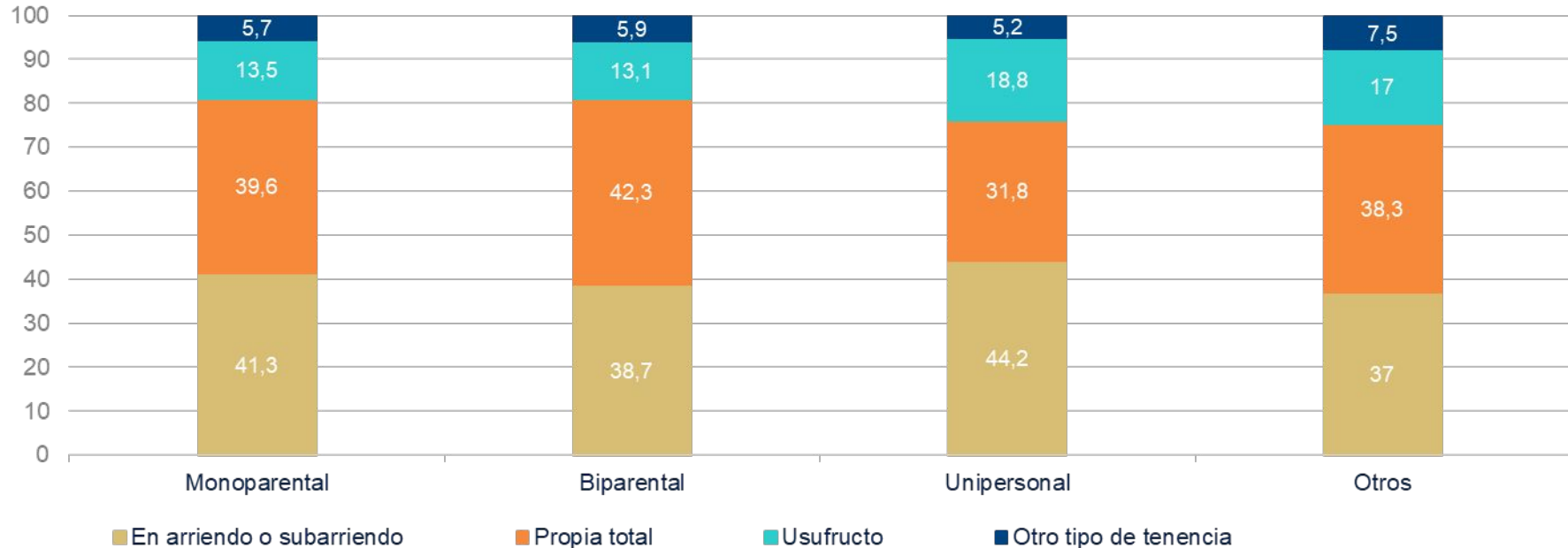
(% DEL TOTAL DE HOGARES, 2023)



# Los hogares unipersonales y monoparentales destacan en ser arrendadores, mientras que los biparentales tienen más tenencia de vivienda propia

## TENENCIA DE LA VIVIENDA EN COLOMBIA: COMPOSICIÓN DEL HOGAR

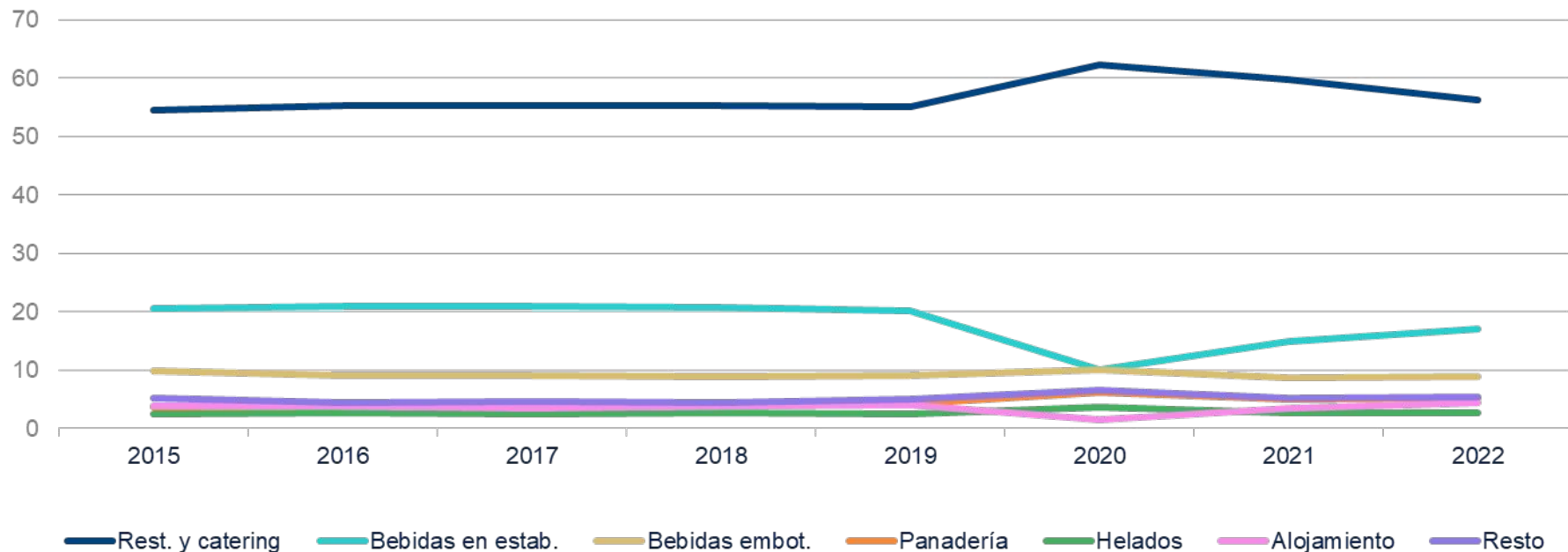
(% DEL TOTAL DE HOGARES, 2023)





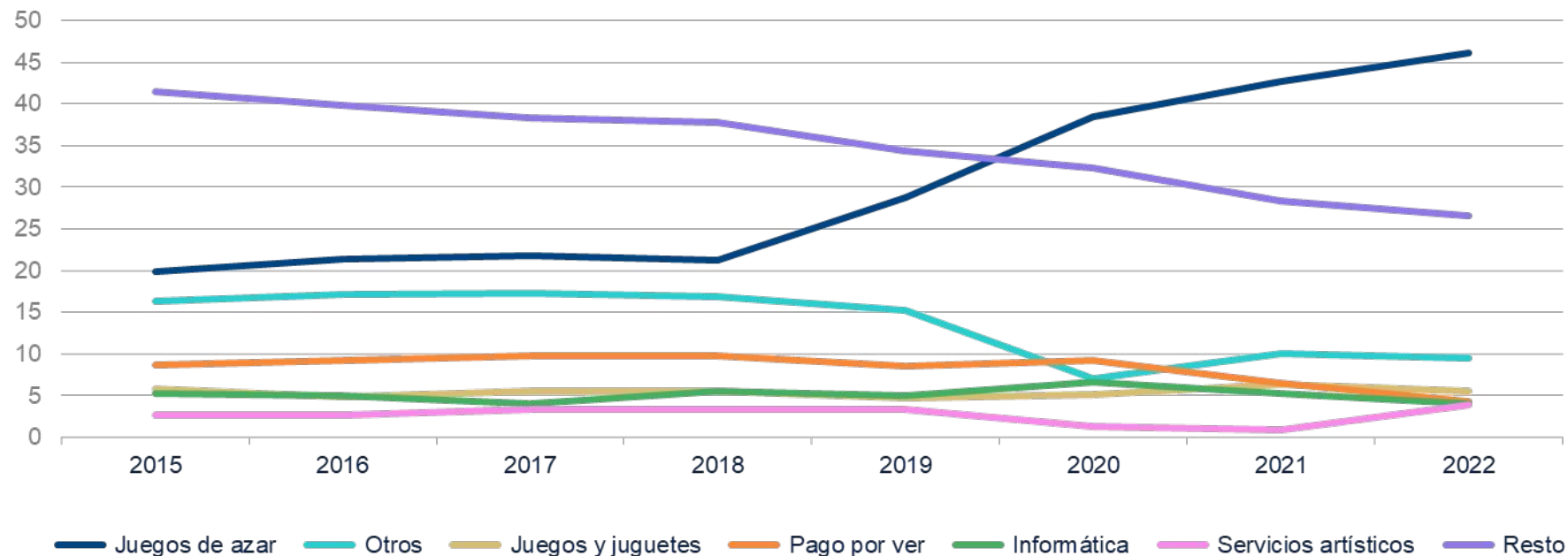
# En el grupo de restaurantes y hoteles, el rubro de mayor importancia para el gasto de los hogares es hoteles y restaurantes

## CONSUMO PRIVADO EN RESTAURANTES Y HOTELES (% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE RESTAURANTES Y HOTELES)



# En recreación y cultura, los juegos de azar son los que más pesan en el gasto, con un aumento significativo desde el año 2020

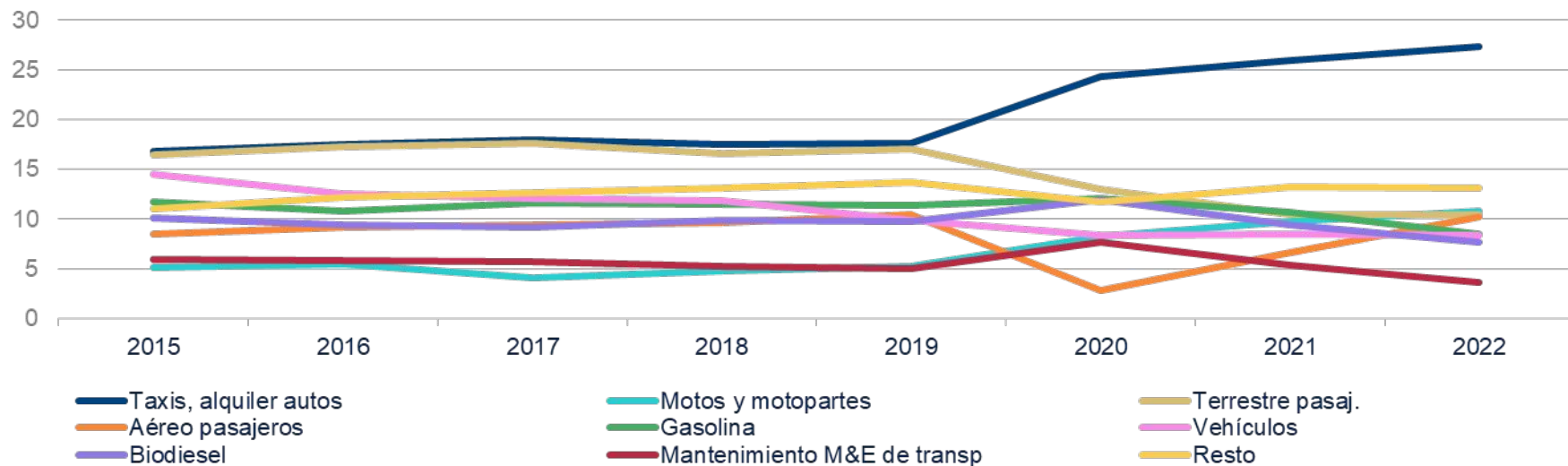
## CONSUMO PRIVADO DE RECREACIÓN Y CULTURA (% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE RECREACIÓN Y CULTURA)



# En transporte, los taxis y el alquiler de autos aumentaron su importancia desde la pandemia y están en el primer lugar del consumo privado

## CONSUMO PRIVADO DE TRANSPORTE

(% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE TRANSPORTE)

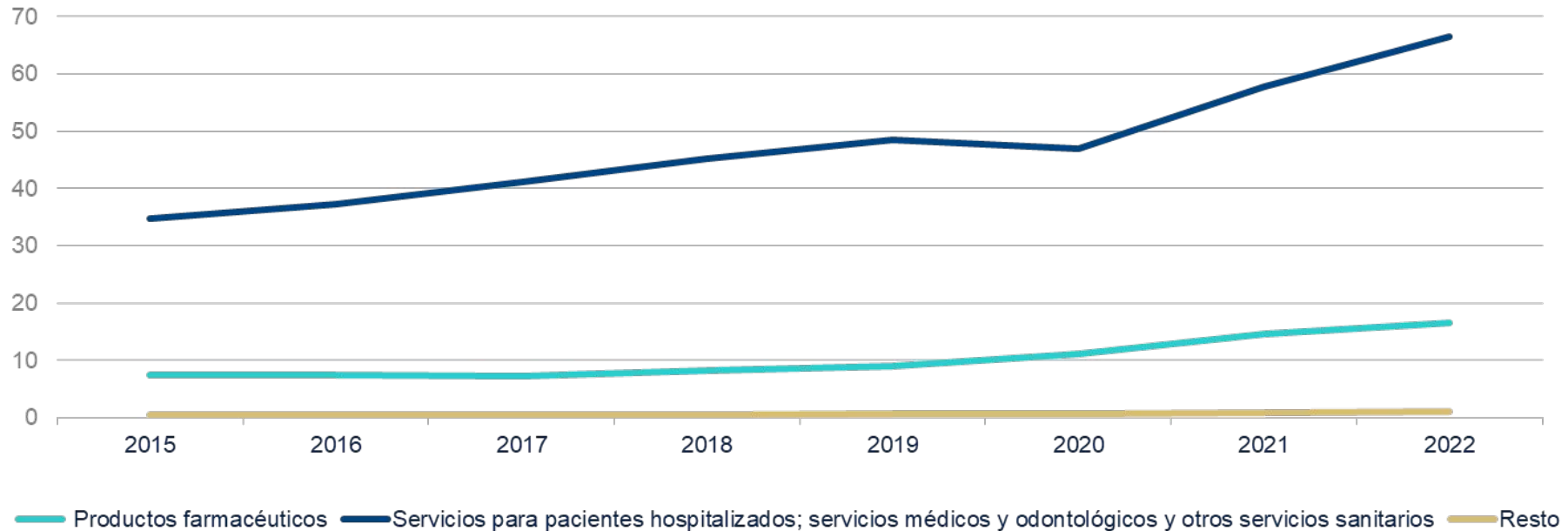


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Al contrario, el transporte terrestre de pasajeros, las compras de combustibles y el mantenimiento de maquinaria y equipo de transporte perdieron participación. A medida que la urbanización avanza y el teletrabajo se expande, las ciudades deberán adaptarse a un nuevo modelo de transporte urbano más flexible y sostenible.

# En el grupo de salud, los servicios médicos a los pacientes son los gastos más importantes<sup>(\*)</sup>

## CONSUMO PRIVADO DE SALUD (% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE SALUD)



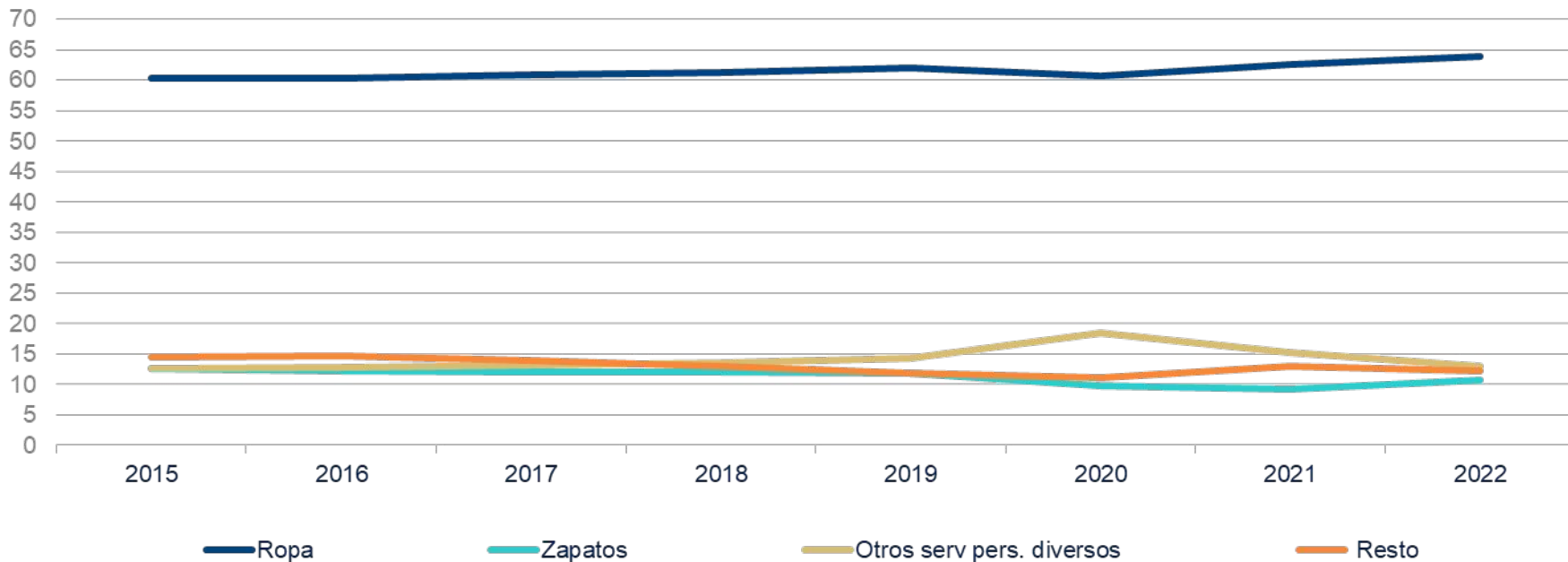
(\*): El gasto en salud y bienestar seguirá creciendo a medida que la población envejezca y la conciencia sobre la salud aumente. Las empresas en este sector deberán priorizar productos y servicios que se adapten a una población más longeva y con necesidades médicas más complejas. En la sección de demografía discutiremos la transición etaria del país.

Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

# En el grupo de vestuario, la ropa lidera ampliamente el gasto, además ha aumentado su participación en los años recientes

## CONSUMO PRIVADO DE VESTUARIO

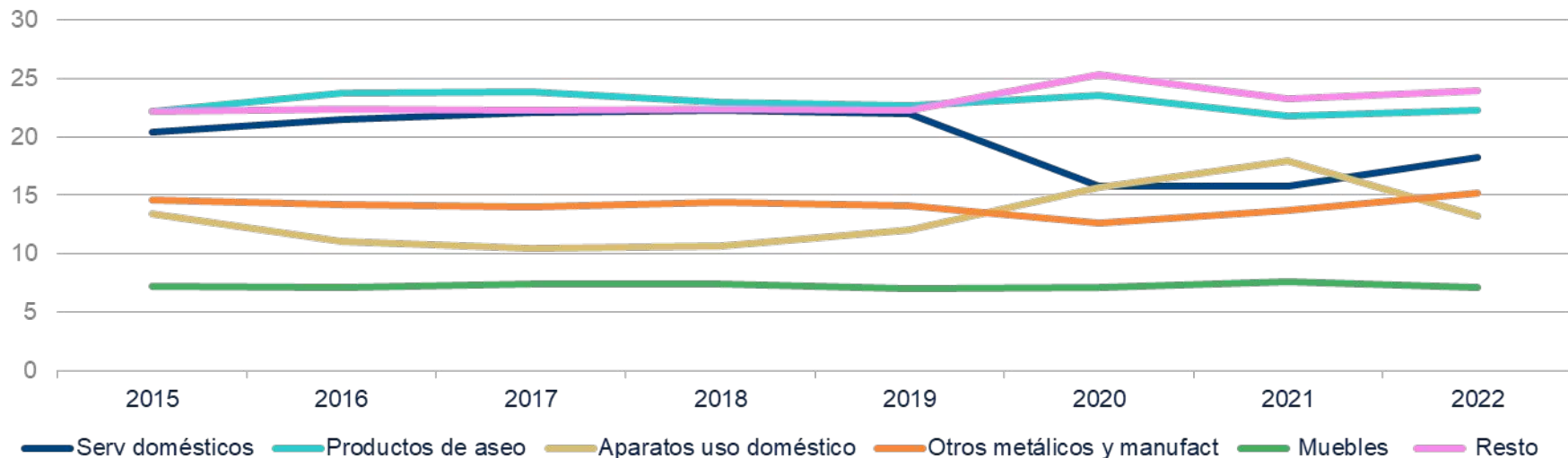
(% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE VESTUARIO)



## En el grupo de muebles y conservación y mantenimiento del hogar, los que más pesan son los productos de aseo

### CONSUMO PRIVADO DE MUEBLES Y CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR

(% DEL CONSUMO PRIVADO TOTAL DE MUEBLES)

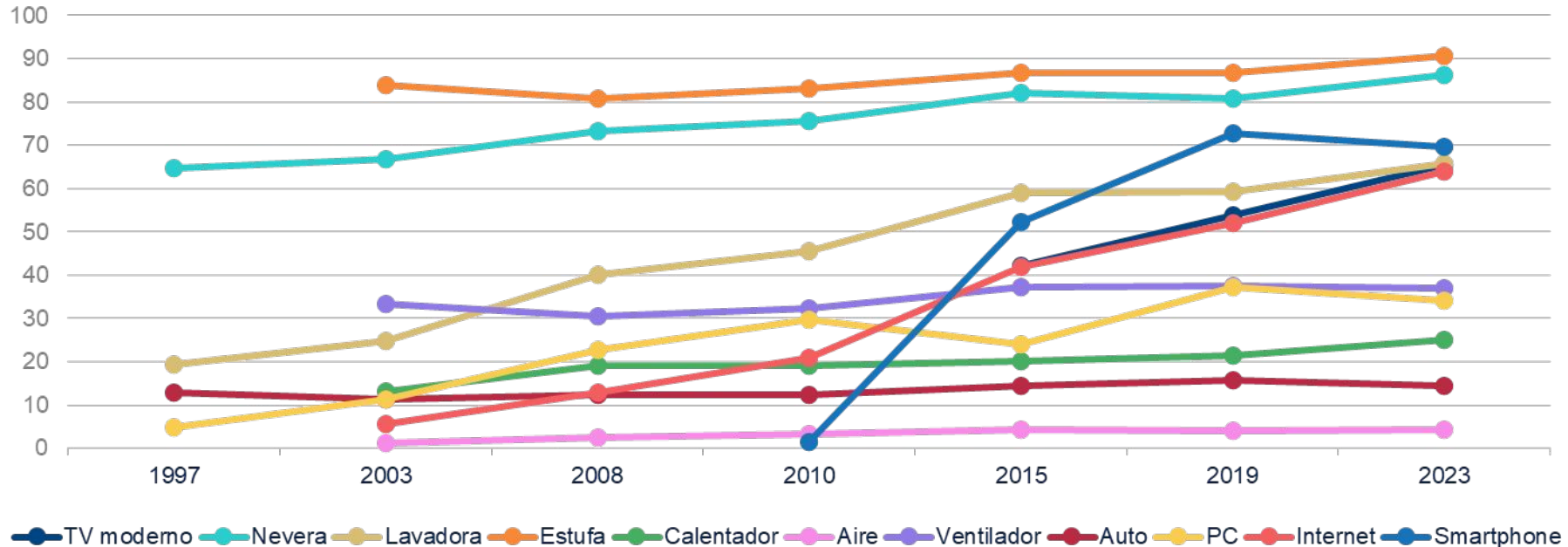


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Hasta antes de la pandemia, lo que más pesaba era el servicio doméstico, cuya participación cayó desde 2020. Al contrario, se aumentó el peso de los aparatos del hogar.

# La tenencia de aparatos del hogar ha venido aumentando. Actualmente, casi un 80% de los hogares tiene nevera y, entre el 60% y el 70%, lavadora

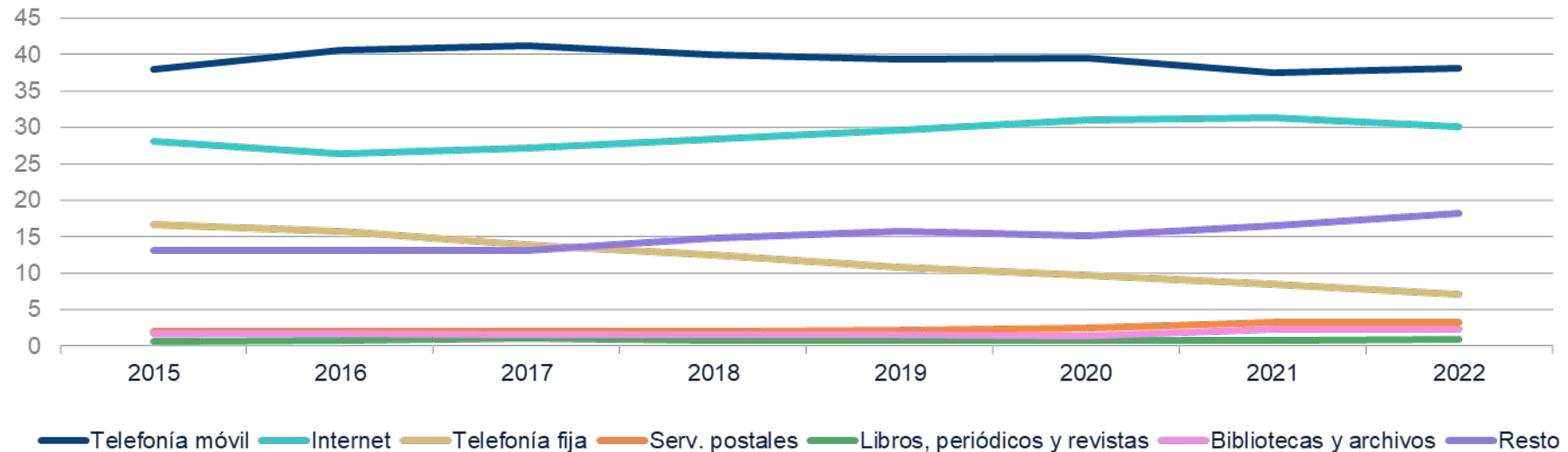
## TENENCIA DE ALGUNOS UTENSILIOS DEL HOGAR (% DEL TOTAL DE HOGARES)



## Entre el rubro de comunicaciones, la telefonía móvil es la más importante, junto con el internet. La telefonía fija representa menos del 10% del grupo

### CONSUMO PRIVADO DE COMUNICACIONES

(% DEL CONSUMO PRIVADO DE COMUNICACIONES)



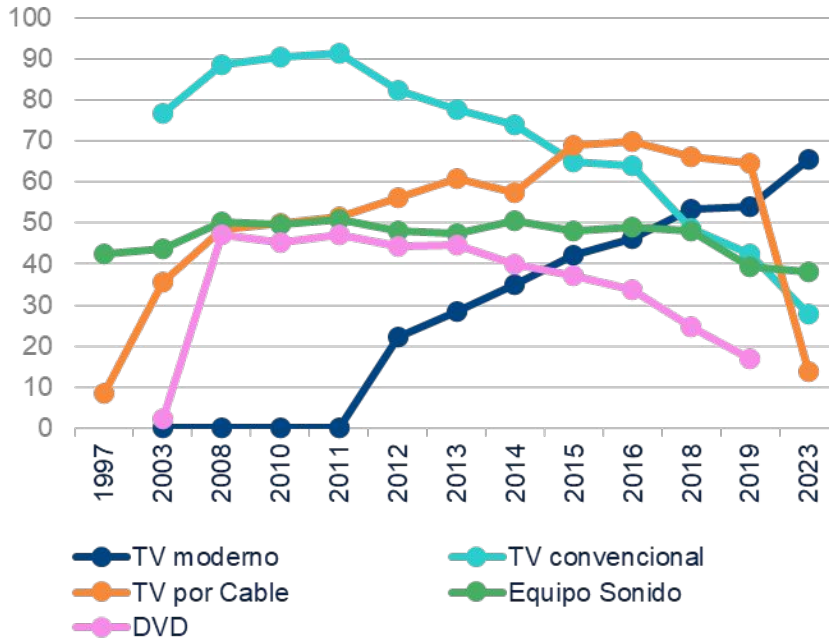
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

El creciente uso de dispositivos móviles e internet refleja un cambio irreversible hacia la digitalización. Las empresas que no logren adaptar sus estrategias a este cambio tecnológico corren el riesgo de perder relevancia en el mercado.

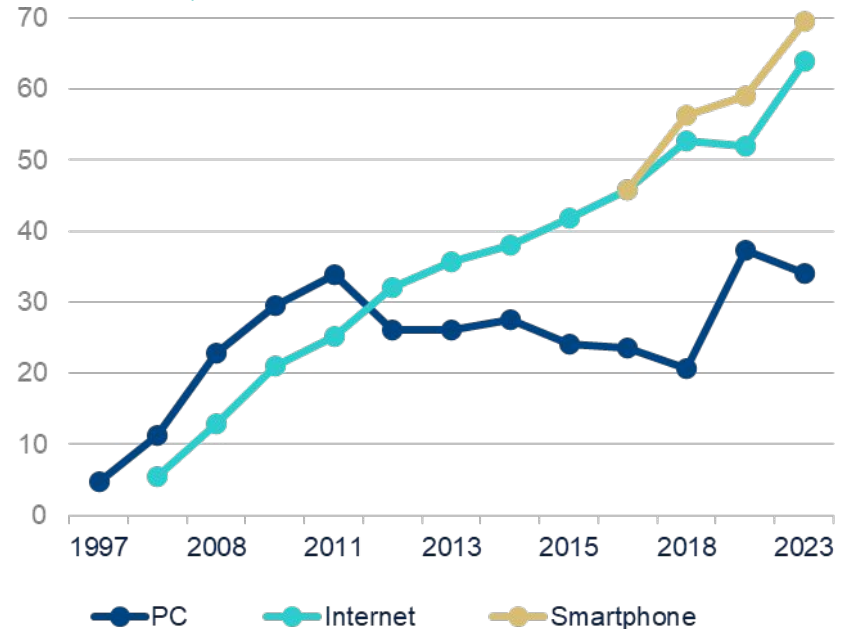


# Las comunicaciones han reflejado los cambios en los hábitos de consumo y la incursión de los productos tecnológicos en la canasta de consumo

## TENENCIA DE SISTEMAS DE VIDEO Y AUDIO (% DEL TOTAL DE HOGARES)

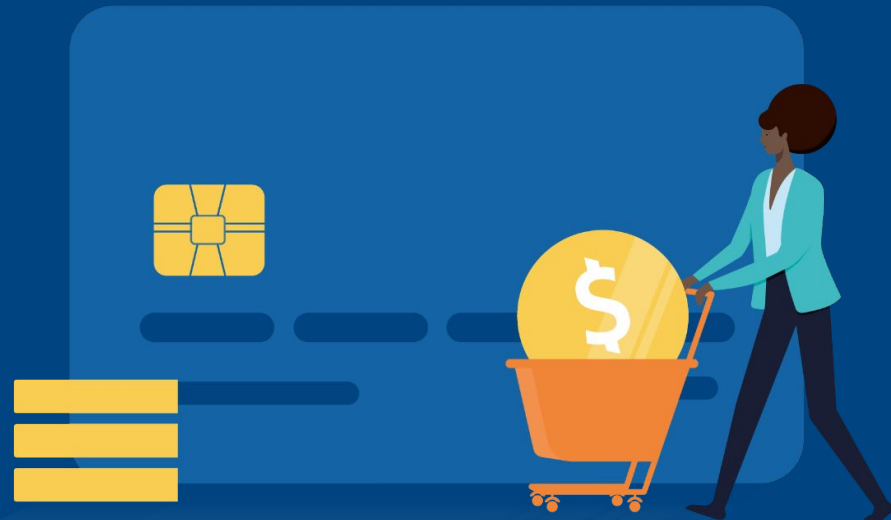


## TENENCIA DE COMPUTADORES, INTERNET Y TELÉFONOS INTELIGENTES (% DEL TOTAL DE HOGARES)



## ¿Cómo cambió el consumo de los hogares entre las ciudades principales y las intermedias? Dos pistas:

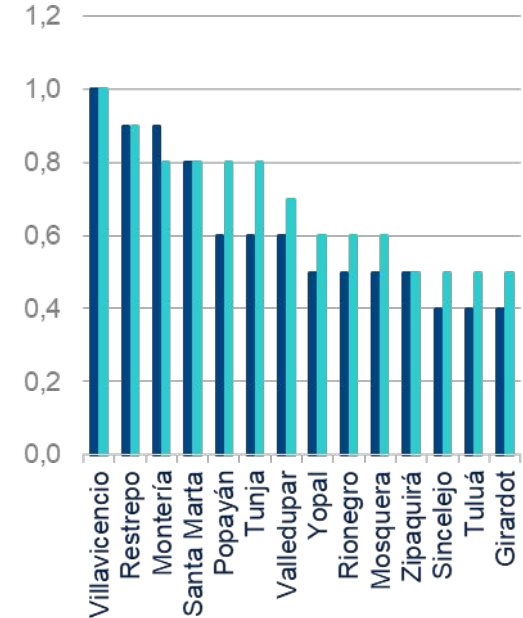
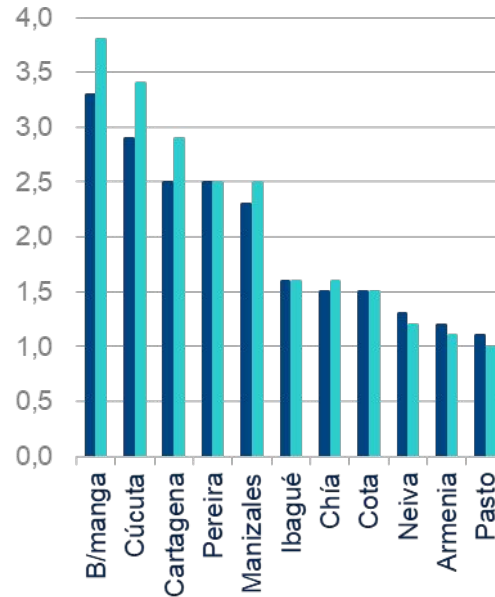
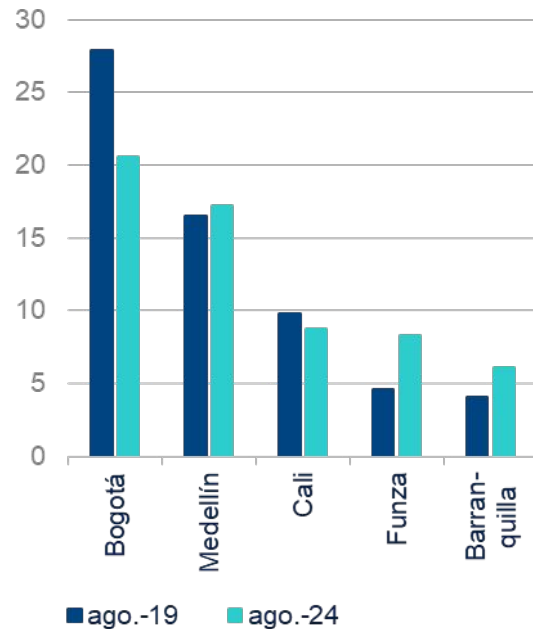
1. Ventas de **carros** en las ciudades principales y las intermedias
2. Licencias de **construcción** por fuera de las ciudades capitales de cada departamento



# Las ciudades intermedias ganaron terreno en el mercado de vehículos desde la pandemia, evidenciando un cambio en la dinámica del consumo regional

## VENTAS DE VEHÍCULOS POR CIUDADES

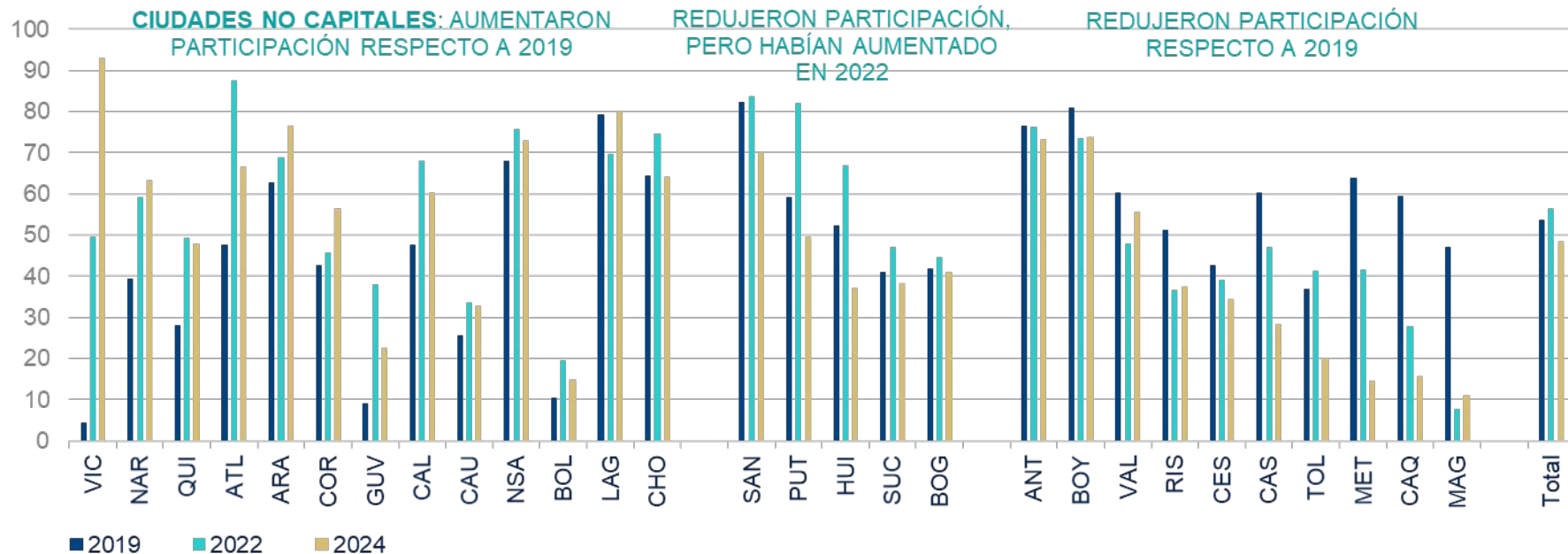
(% DE PARTICIPACIÓN EN LAS VENTAS TOTALES, ACUMULADO A AGOSTO DE 2019 Y DE 2024)



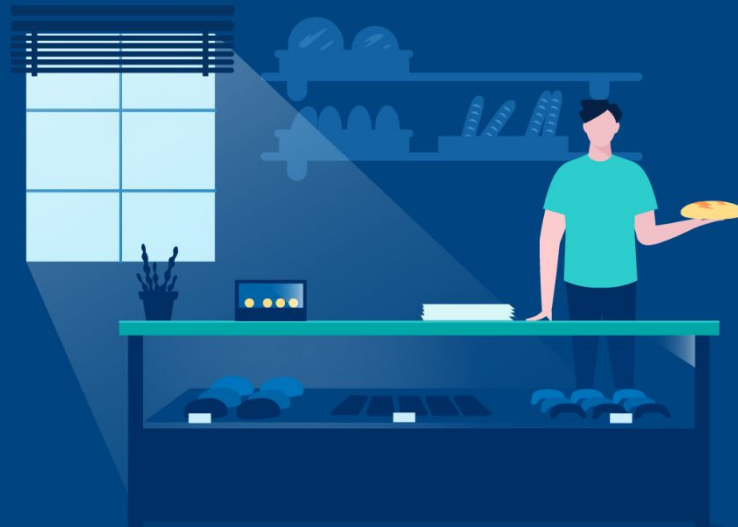
# Las nuevas construcciones por fuera de las ciudades capitales aumentaron su participación en 2022 y 2023, pero perdieron dinamismo recientemente

## CIUDADES NO CAPITALES: VENTAS DE VIVIENDAS EN CADA DEPARTAMENTO

(% DE PARTICIPACIÓN EN LAS VENTAS POR DEPARTAMENTO, ACUMULADO A JULIO DE CADA AÑO)



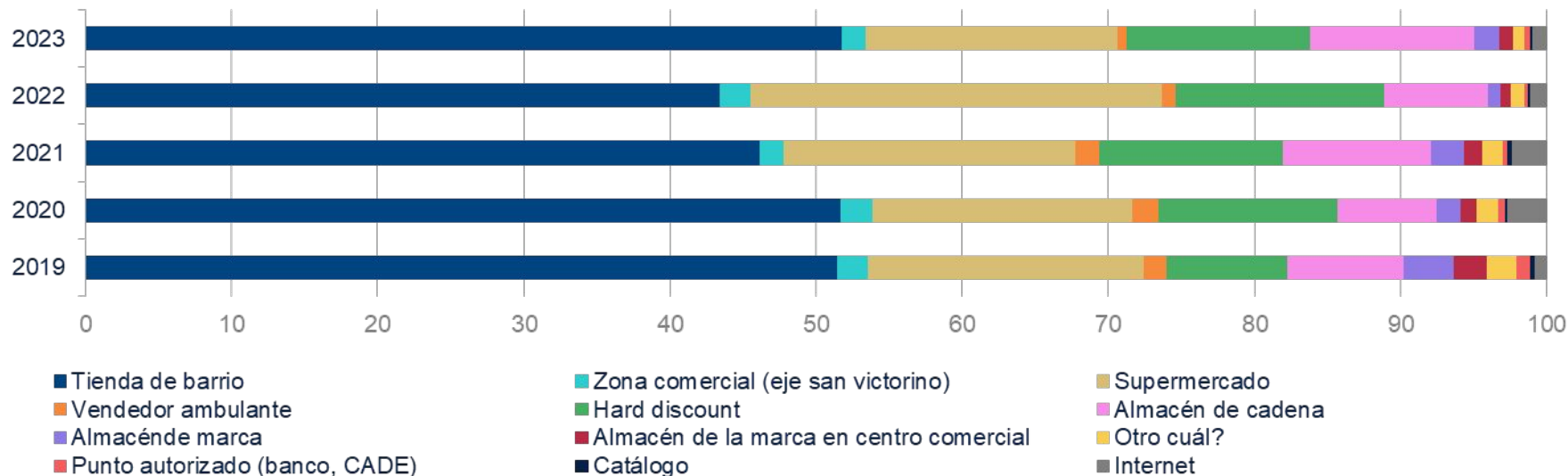
¿Cuáles son los canales de compra de los colombianos?



# Los canales tradicionales siguen siendo los más usados por los hogares para adquirir sus bienes. En particular las tiendas de barrio

## CANALES DE COMPRA

(% DE HOGARES)



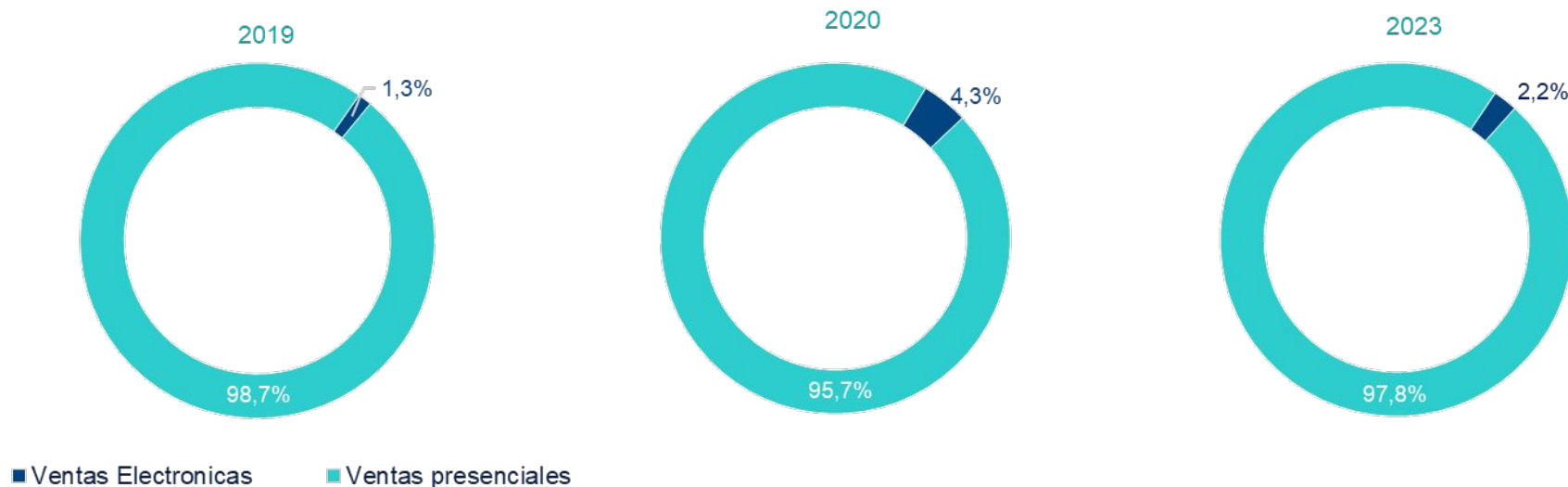
Fuente: BBVA Research con datos de Raddar.

Los *hard discount* ganaron peso desde la pandemia

## Además, la participación de las ventas electrónicas es baja pero sigue siendo mayor a la de antes de la pandemia

### VENTAS MINORISTAS: PRESENCIALES Y ELECTRÓNICAS

(% DE CONTRIBUCIÓN EN LAS VENTAS MINORISTAS TOTALES)



Fuente: BBVA Research con datos de DANE

Aunque los canales tradicionales siguen siendo los más utilizados, el crecimiento en las ventas electrónicas sugiere una transformación lenta pero constante en los hábitos de compra. A largo plazo, el desarrollo de plataformas digitales será crucial para competir en el mercado de consumo.

## Para llevar...



**El consumo privado tiene una alta participación en el PIB:** Colombia es uno de los países con mayor proporción de consumo privado en su PIB, lo que refuerza la importancia del gasto de los hogares en la economía nacional.



**El gasto en servicios tiene la mayor participación en el consumo privado, seguido de los bienes no durables:** entre los servicios se destacan los arriendos, los servicios de salud y los restaurantes y *catering*. En los bienes, los alimentos, especialmente carne, lácteos y productos de panadería.



**El arriendo sigue ganando relevancia:** en 2023, el 40,3% de los hogares colombianos vivía en arriendo, frente al 35,7% en 2019, lo que indica un incremento continuo en la preferencia por esta forma de tenencia.



**Los hogares aumentaron la tenencia de electrodomésticos:** casi el 80% de los hogares tiene nevera y entre el 60% y 70% tiene lavadora, reflejando la mejora en la calidad de vida dentro del hogar.



**Desde la pandemia, se redujo el gasto en servicio doméstico y transporte terrestre:** desde la pandemia, el transporte en taxis, el alquiler de autos y la compra de aparatos domésticos han ganado participación en el consumo privado.



**Los hogares vienen cambiando gradualmente sus hábitos alimenticios:** los hogares han cambiado sus hábitos de consumo alimenticios, reduciendo el peso de la carne y carbohidratos, y aumentando el consumo de frutas y verduras. Esto tendrá impacto a futuro sobre la cadena de suministro agrícola y los precios de los productos básicos.



**Las tiendas de barrio mantienen una participación importante en las compras de alimentos:** también se ha dado un aumento en la participación de los *hard discounts*. Las ventas electrónicas, aunque aún bajas, son mayores que antes de la pandemia.



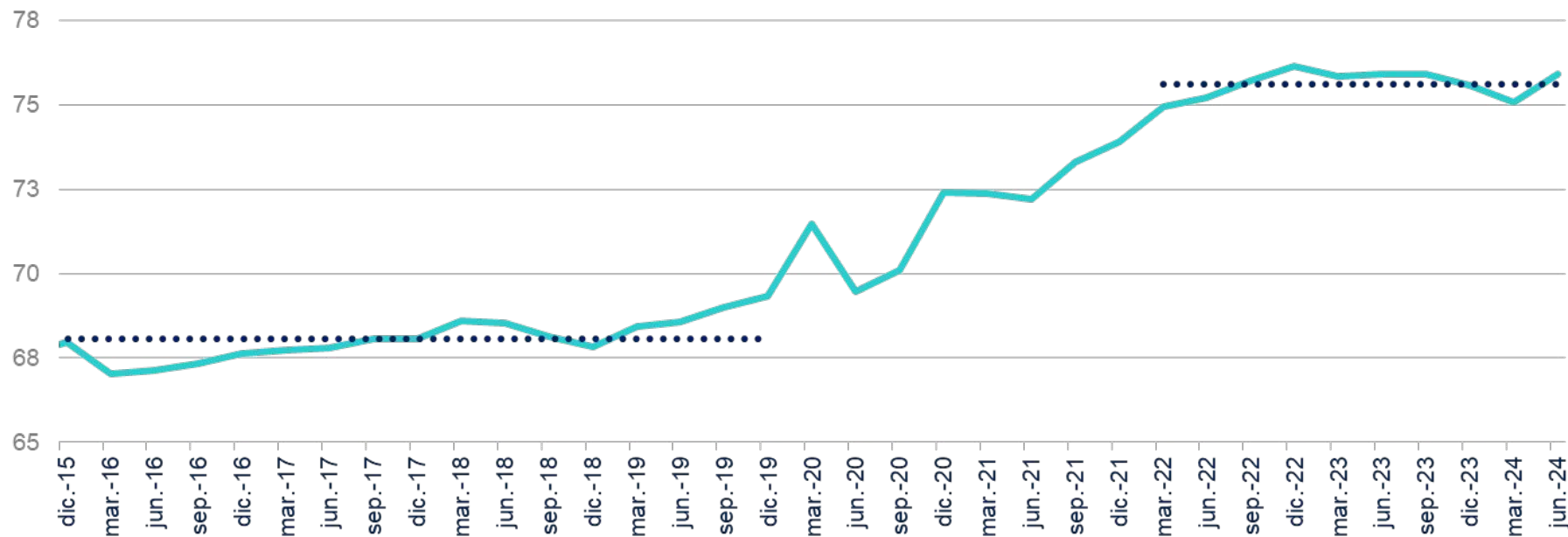
# 02

## Perspectivas del consumo privado

# Una mayor importancia del consumo se consolidó en los datos posteriores al covid. Aunque se moderó transitoriamente en 2023, tiene una nueva dinámica

## CONSUMO PRIVADO

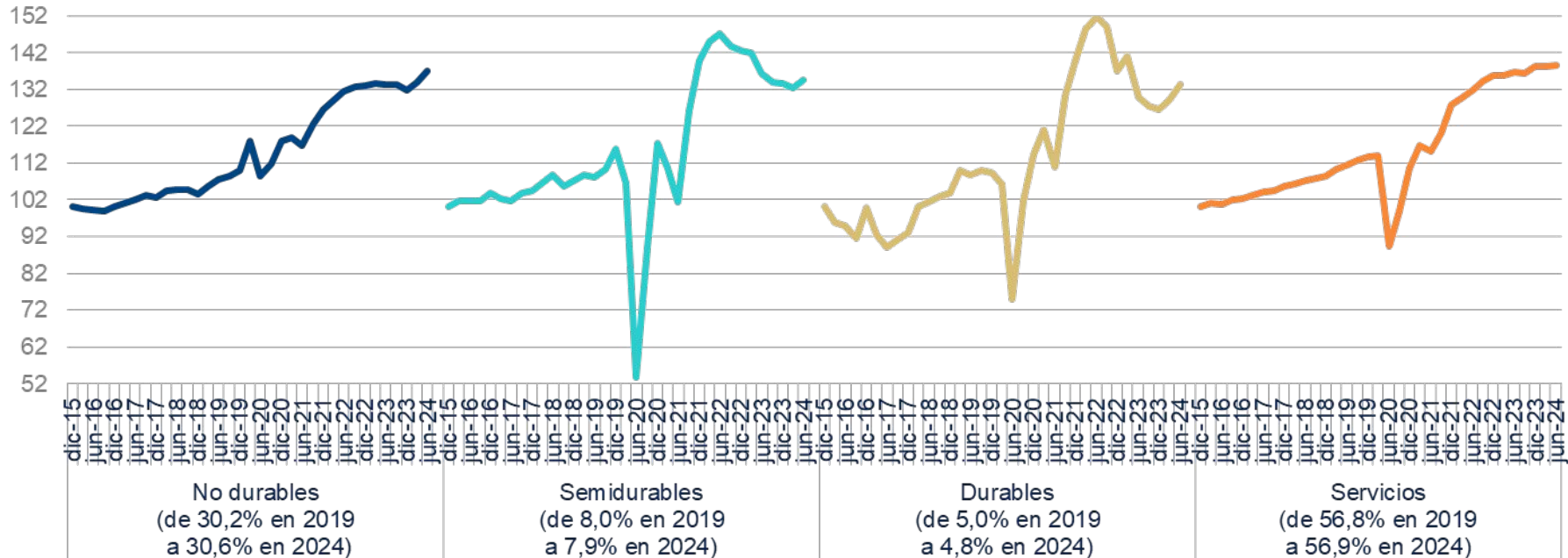
(% DEL PIB)



# El consumo de bienes y servicios ha recuperado sus proporciones previas a la pandemia, destacando un equilibrio en las preferencias de los hogares

## CONSUMO POR TIPO DE BIENES

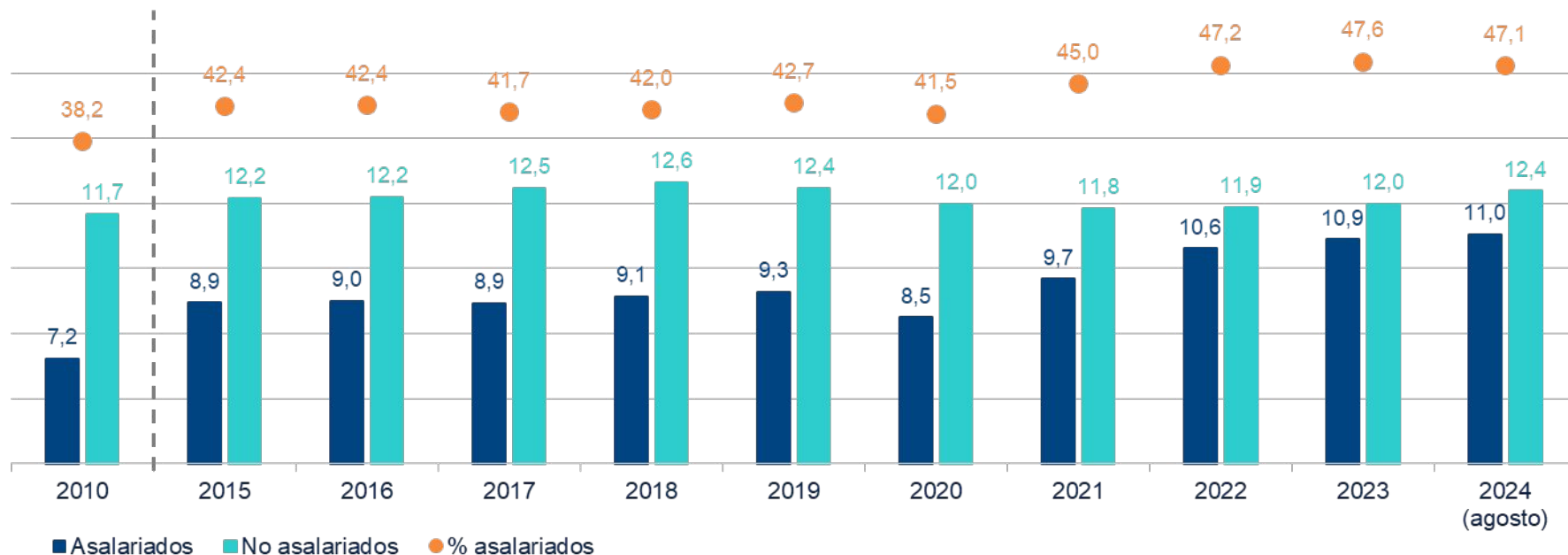
(ÍNDICE DIC-15=100, CONSUMO PRIVADO EN % DEL PIB)



# La mayor formalidad que logró la economía en la década pasada, y que se reforzó desde 2021, permitió mantener un crecimiento elevado del consumo

## EMPLEO NACIONAL: COMPOSICIÓN

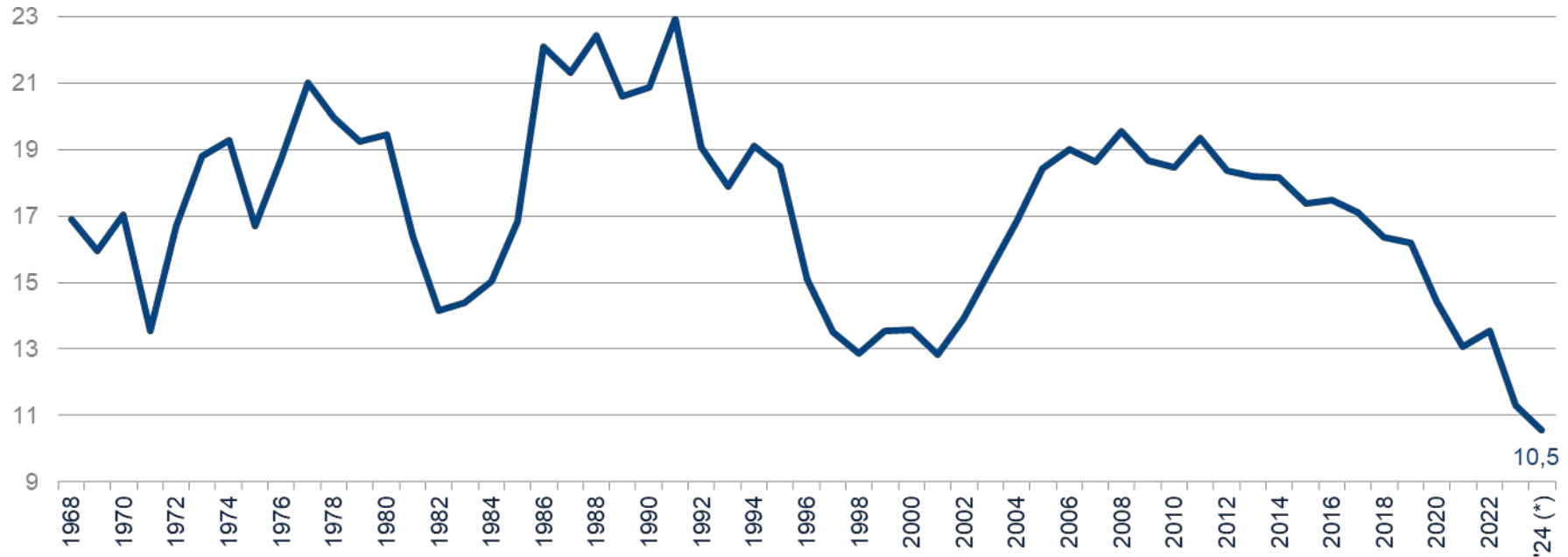
(MILLONES DE PERSONAS Y % DEL EMPLEO TOTAL)



# No obstante, parte del auge del consumo privado también fue financiado con un menor ahorro nacional y, en particular, de los hogares...

## AHORRO INTERNO: TOTAL

(% DEL PIB)



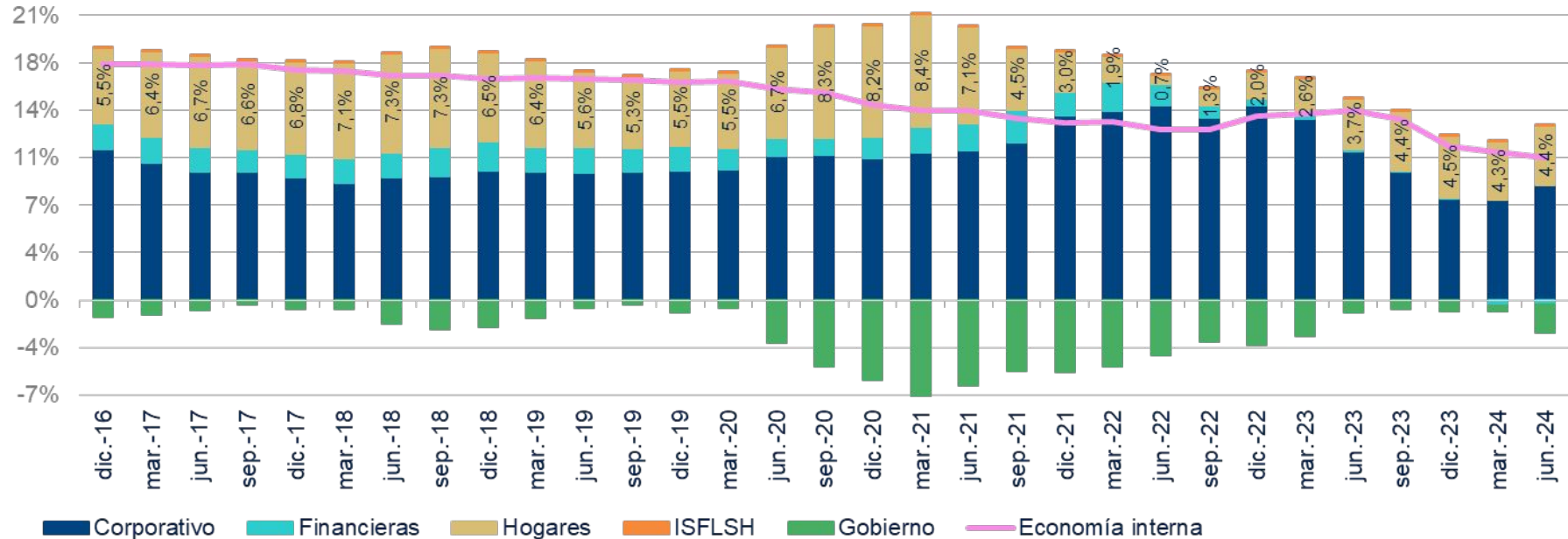
(\*): Datos hasta junio.

Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

... si bien el ahorro de los hogares se recuperó recientemente, está lejos de los valores superiores al 7% del PIB que logró a finales de la década anterior

## AHORRO INTERNO: COMPONENTES

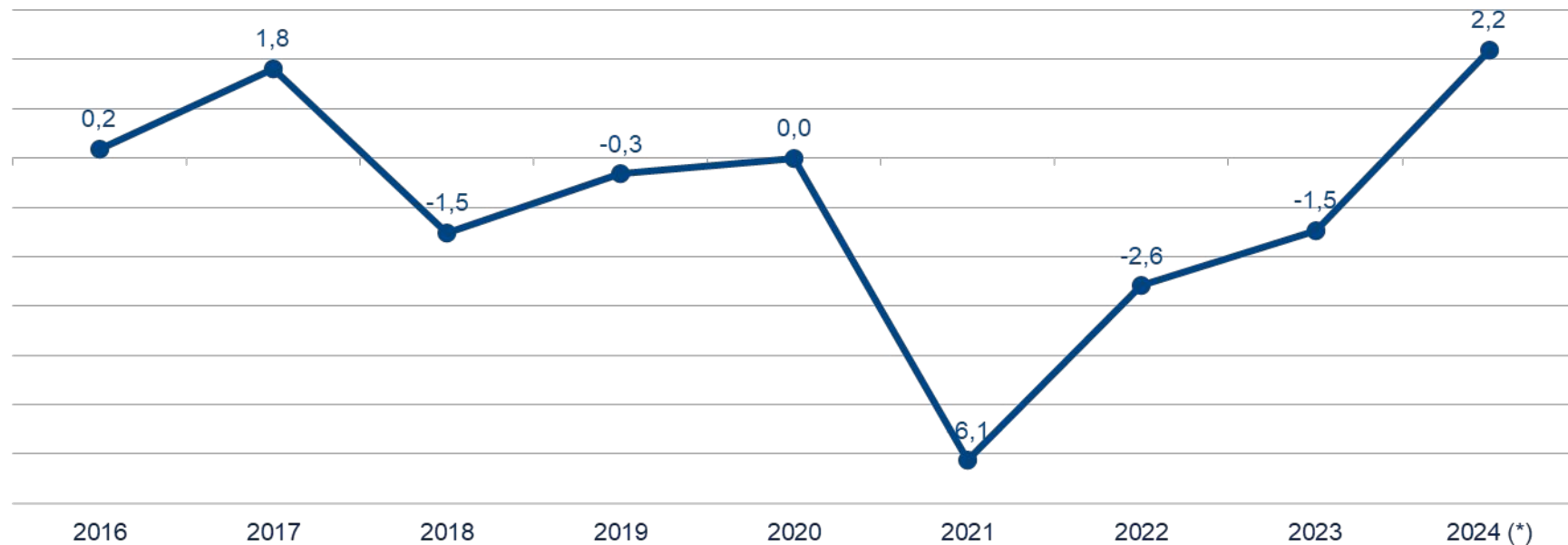
(% DEL PIB)



# La recuperación del ahorro de los hogares puede impulsarse por el cambio en la posición neta: desde deudores hasta acreedores

## PRÉSTAMO NETO DE LOS HOGARES

(% DEL PIB, + PRESTAMISTA NETO, - DEUDOR NETO, ACUMULADOS 4 TRIMESTRES)



(\*): Datos hasta junio.

Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

## ¿Qué impulsará el consumo privado en los próximos años?

# 1

Mejores condiciones financieras



# 2

Recuperación del mercado laboral



# 3

Aumento de otros ingresos



# 4

Recuperación cíclica



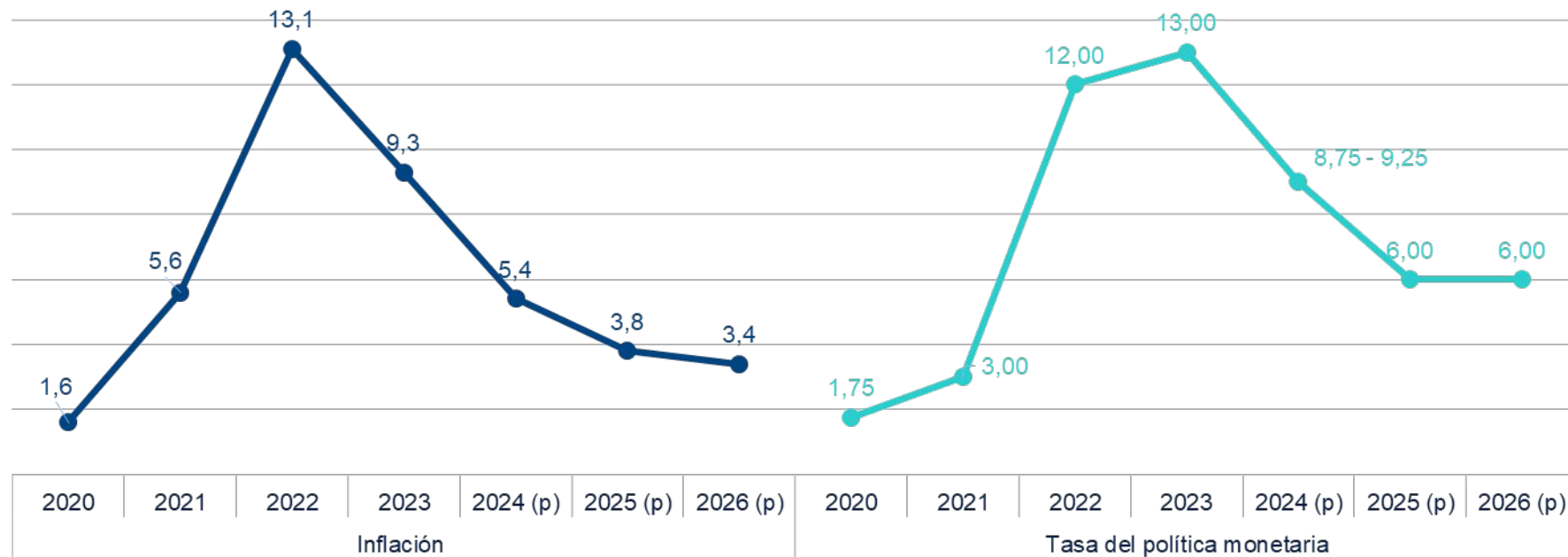
C  
o  
n  
s  
u  
m  
o  
  
p  
r  
i  
v  
a  
d  
o



# Condiciones financieras más favorables: un punto menos en tasa de interés reduce la cuota anual del crédito en más de 6 mil pesos por cada millón<sup>(\*)</sup>

## INFLACIÓN Y TASAS DE INTERÉS

(VARIACIÓN ANUAL Y EFECTIVA ANUAL, %)



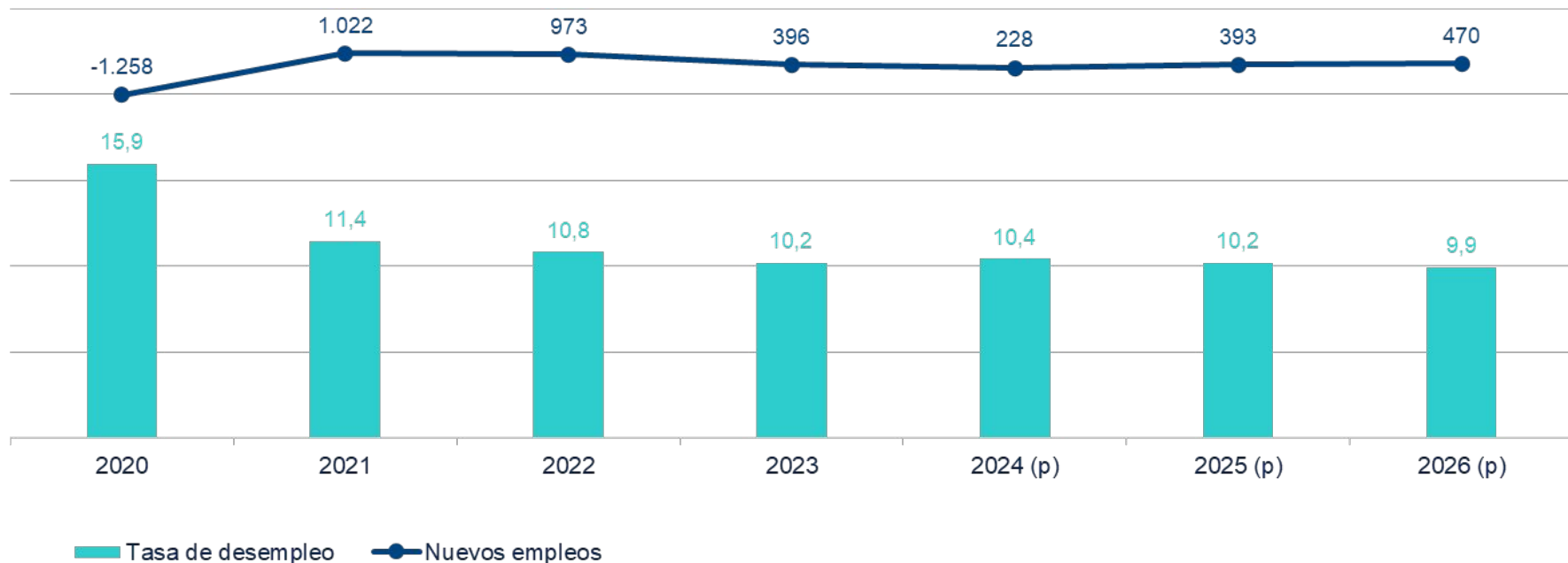
(p): previsiones de BBVA Research. (\*): Se hizo con un crédito a 6 años, el cual es un tiempo medio en el sistema financiero para créditos de consumo.

Fuente: BBVA Research con datos de DANE y Banco de la República.

# Recuperación del mercado laboral: los hogares con ingresos estables tienen más probabilidad (entre 20% y 25%) de acceder al crédito y consumir<sup>(\*)</sup>

## TASA DE DESEMPLEO Y NUEVOS EMPLEOS ANUALES

(% DE LA PEA Y MILES DE PERSONAS)

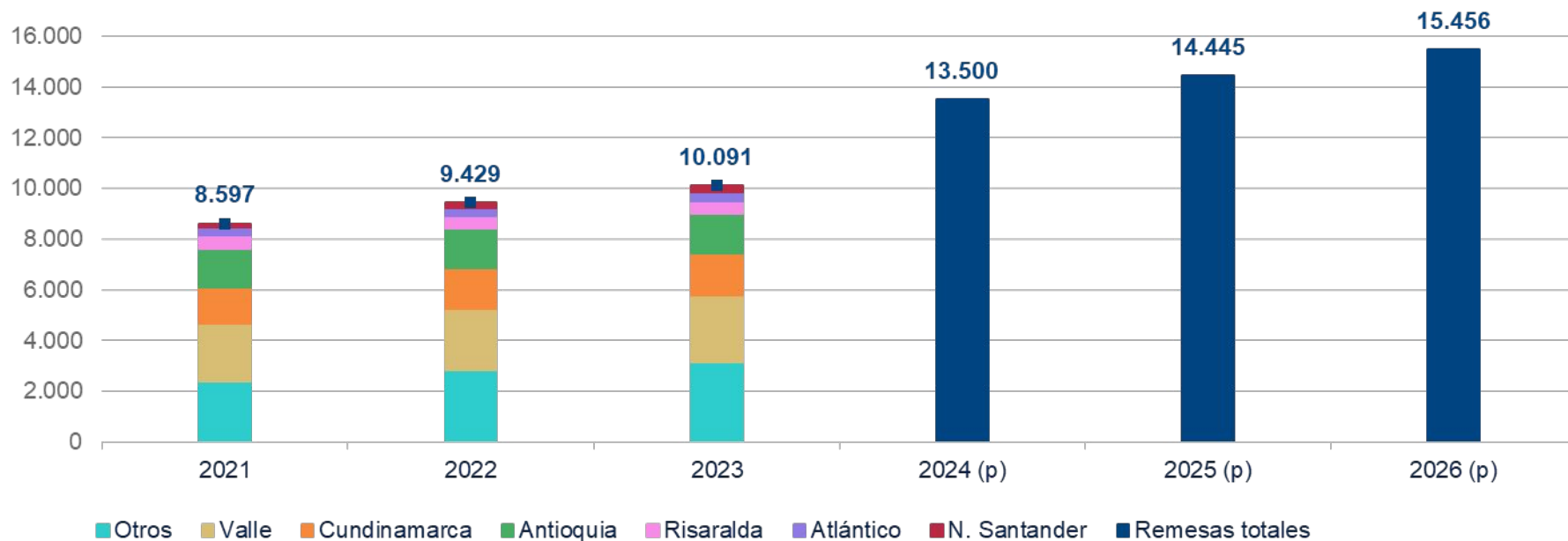


(\*) Borradores de economía, 956 (2016). y Reporte de Inclusión Financiera de 2023. (p): previsiones de BBVA Research.  
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

# Aumento de otros ingresos: las remesas y los subsidios públicos aumentarán. Las primeras son muy importantes a nivel nacional y más en algunas regiones

## INGRESOS POR REMESAS

(MILLONES DE DÓLARES)

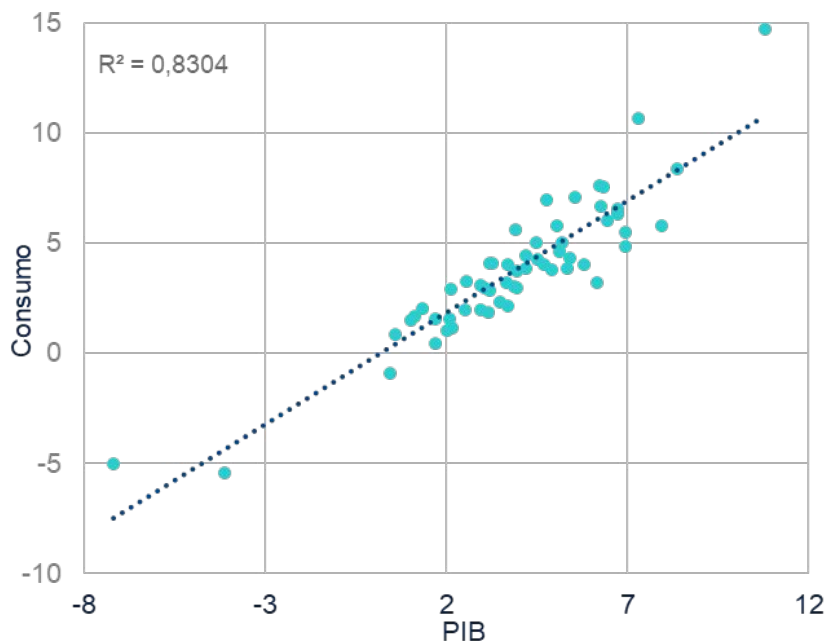


(p): previsiones de BBVA Research.  
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

# Recuperación cíclica: la correlación entre PIB y el consumo es la más alta entre los componentes de la demanda. Su recuperación suele ser conjunta

## PIB Y CONSUMO PRIVADO

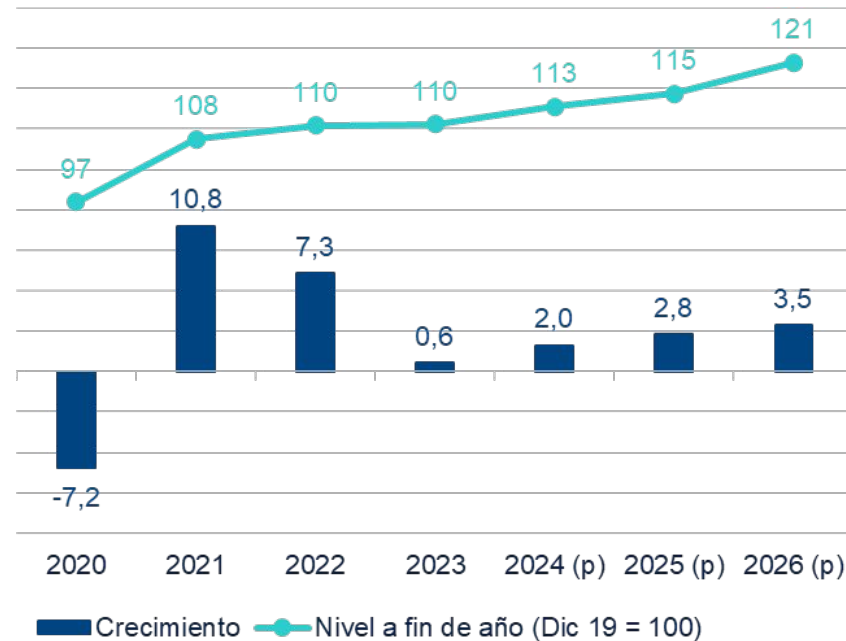
(VARIACIÓN ANUAL REAL, %; AÑOS: 1965 - 2023)



(p): previsiones de BBVA Research.  
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

## PIB

(VARIACIÓN ANUAL REAL, %; NIVEL: DIC 19 = 100)

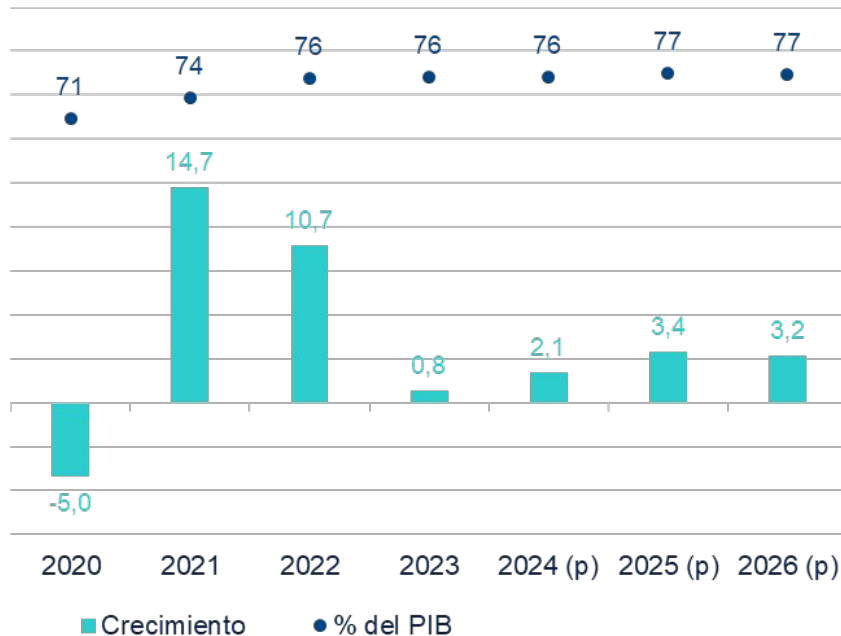


■ Crecimiento ● Nivel a fin de año (Dic 19 = 100)

# Proyecciones del consumo de los hogares: crecerá impulsado por los bienes y, desde 2026, se unirá el mejor comportamiento de los servicios

## CONSUMO PRIVADO

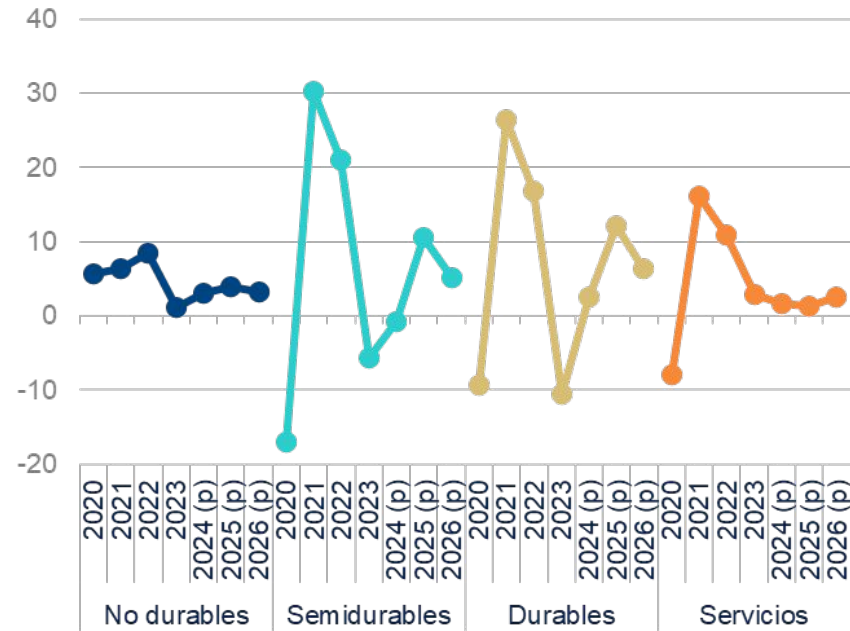
(VARIACIÓN ANUAL REAL Y PORCENTAJE DEL PIB, % )



(p): previsiones de BBVA Research.  
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

## CONSUMO PRIVADO: COMPONENTES

(VARIACIÓN ANUAL REAL, %)



## Para llevar...



**El consumo privado mantiene su relevancia tras la pandemia:** a pesar de la moderación en 2023, el consumo privado sigue siendo un componente clave del PIB, con una estructura similar a la de 2019.



**La formalización laboral impulsa el crecimiento del consumo:** el aumento en la formalización desde 2021 ha sido fundamental para mantener el crecimiento del consumo privado.



**El ahorro de los hogares mejora, pero sigue siendo bajo:** aunque el ahorro de los hogares mostró una leve recuperación, sigue por debajo de los niveles de antes de la pandemia, limitando la capacidad de inversión del país.



**Son al menos cuatro los factores que impulsarán el consumo en los próximos años:** el consumo privado se verá estimulado por la mejora de las condiciones financieras, la recuperación del empleo, el aumento de ingresos, como remesas y subsidios estatales, y la recuperación cíclica de la economía.



**La recuperación cíclica de la economía impulsará el consumo privado:** a medida que la economía se recupere, el consumo, altamente correlacionado con el PIB, aumentará de forma proporcional.



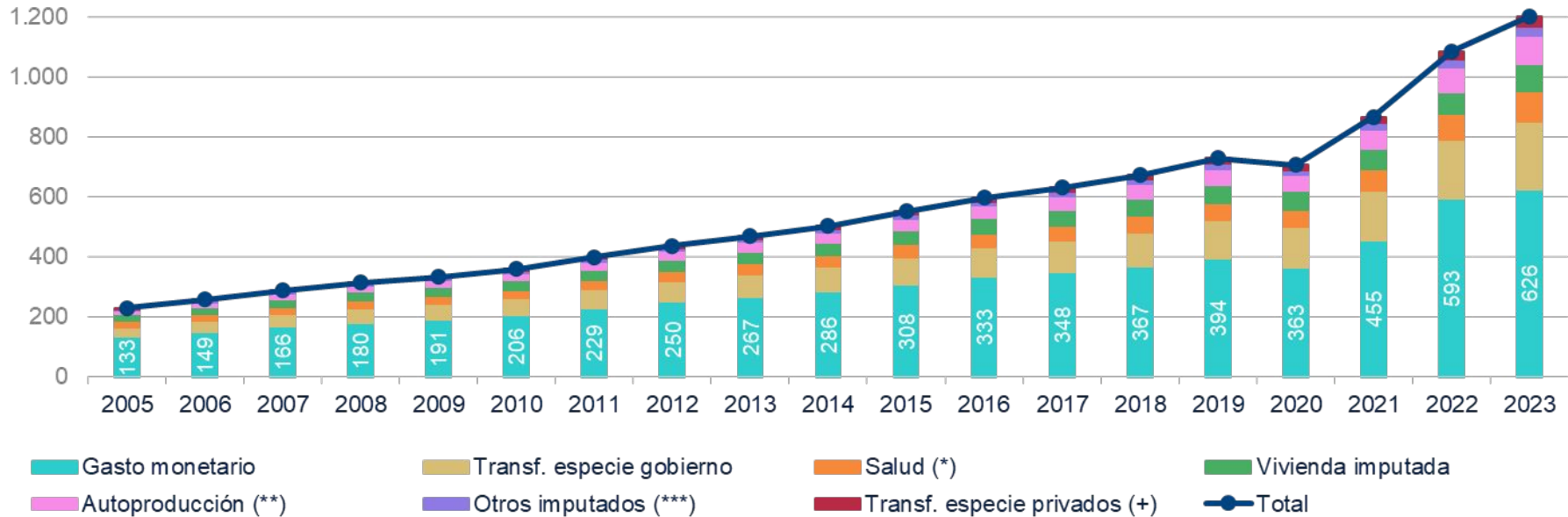
**El consumo de bienes liderará el consumo privado en 2025 y 2026:** se espera que el consumo de bienes lidere el crecimiento en 2025, mientras que los servicios experimentarán una mayor recuperación a partir de 2026.

# 03

## Ingresos y capacidad de compra

# El consumo privado en las cuentas nacionales es mucho mayor que el gasto monetario de los hogares porque incluye otros rubros no monetarios

## CONSUMO PRIVADO DE LOS HOGARES EN LAS CUENTAS NACIONALES, SEGÚN FUENTE (BILLONES DE PESOS ANUALES)



(\*): La salud pública es pagada mayoritariamente por recursos del sistema de seguridad social (no se logró descomponer el componente privado, pero es menor). (\*\*): Incluye producción para el autoconsumo, combustibles artesanales y auto reparaciones domésticas. (\*\*\*) : Comisiones imputadas en los diferenciales de tasas de interés. (+): Principalmente, desde asociaciones privadas, sin ánimo de lucro, cooperativas o ONG's (ayudas en especie) y beneficios empresariales no monetarios.

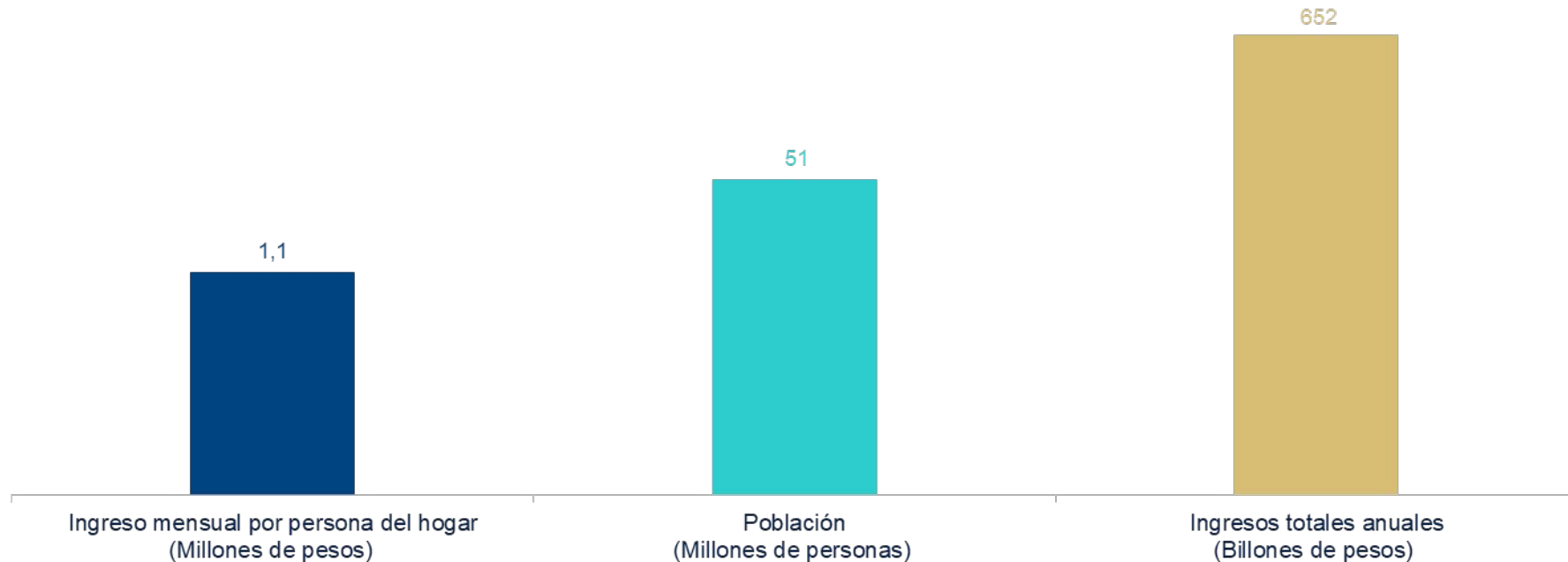
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.



**A nivel nacional el total de ingresos anuales de las personas son COP652bn, con un ingreso por persona de 1,1 mill./mes y una población de 51 millones**

### INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES NACIONALES

(MILLONES DE PESOS MENSUALES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)



# En Colombia, las zonas urbanas concentran el 90% (COP586bn) del ingreso nacional anual de las personas (COP652 bn)

## INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES POR ZONAS

(MILLONES DE PESOS MENSUALES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)

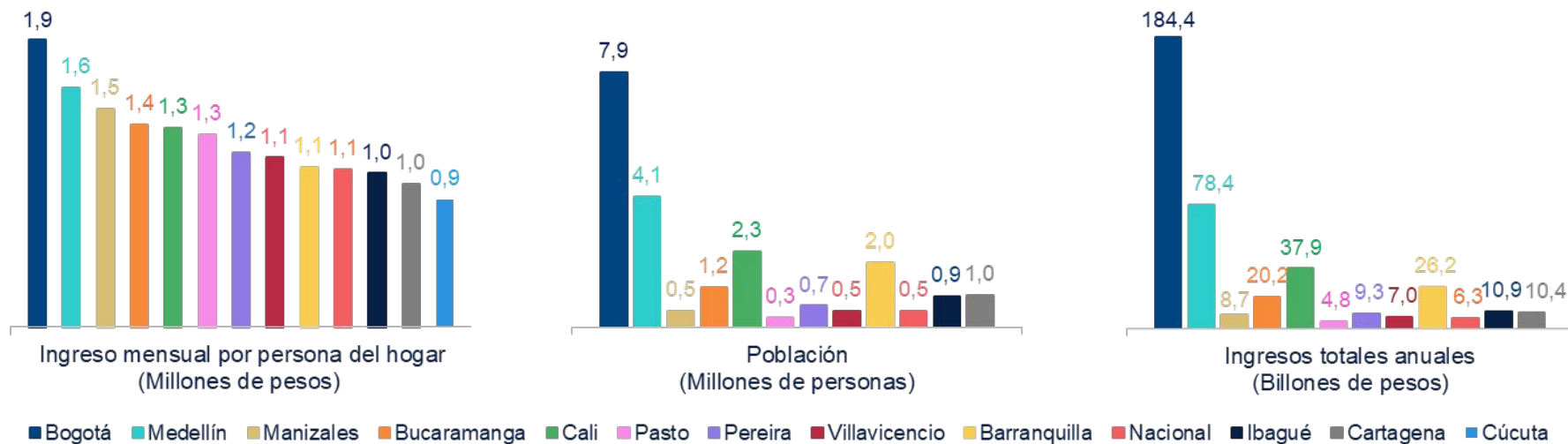


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

En las zonas urbanas, las 13 ciudades principales concentran el 70% (COP 409 bn). Además, en las áreas urbanas, el ingreso promedio de las personas es mayor al promedio nacional.

## Entre las ciudades, Bogotá es la de mayor ingreso promedio por persona y mayor población, siendo de lejos la de mayor ingreso y mercado potencial

### INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES EN LAS 13 PRINCIPALES CIUDADES (MILLONES DE PESOS AL MES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)

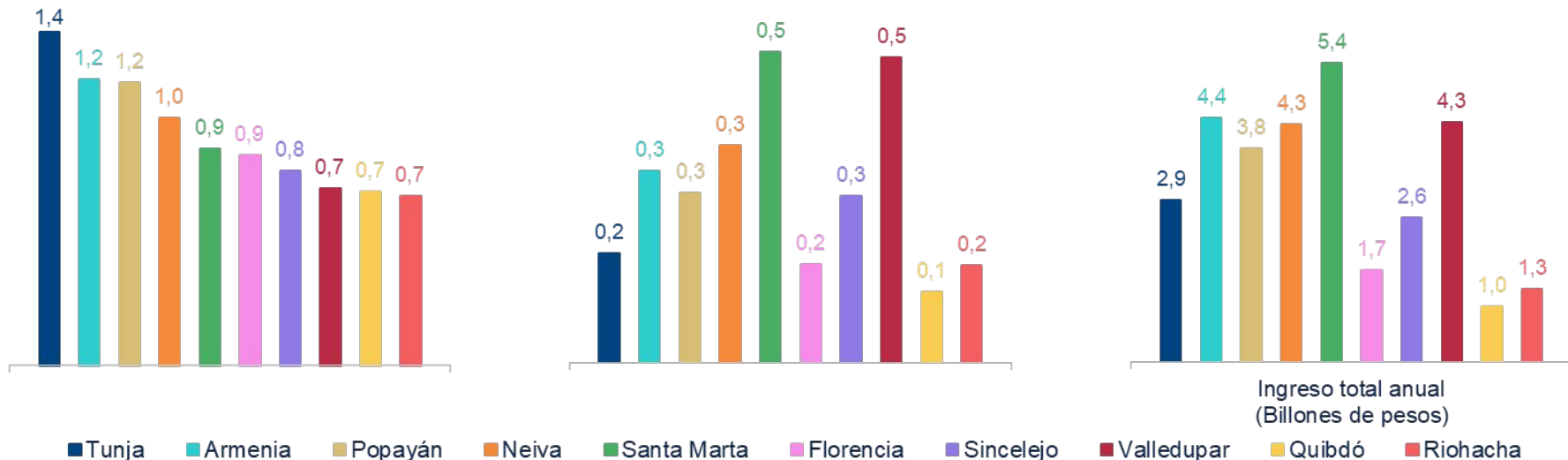


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Le sigue en ingresos totales anuales Medellín, en donde tanto el ingreso por persona como la población ocupan el segundo lugar.

## Los ingresos totales anuales de las personas en las ciudades intermedias<sup>(\*)</sup> son 31,7bn de pesos, siendo Santa Marta la ciudad de mayor ingreso total

### INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES EN LAS DIEZ CIUDADES INTERMEDIAS (MILLONES DE PESOS AL MES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)



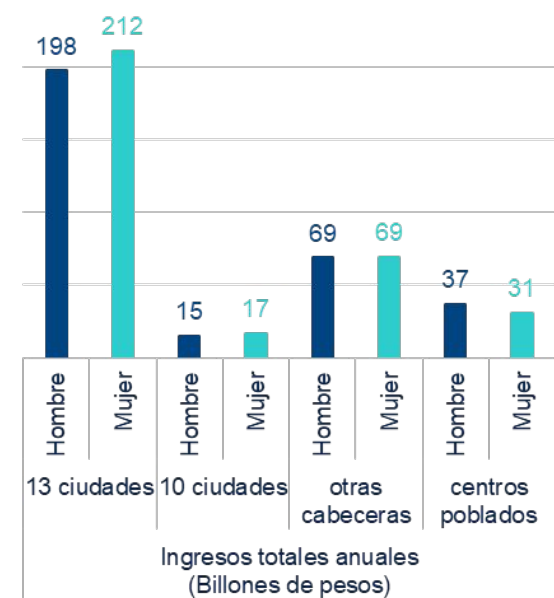
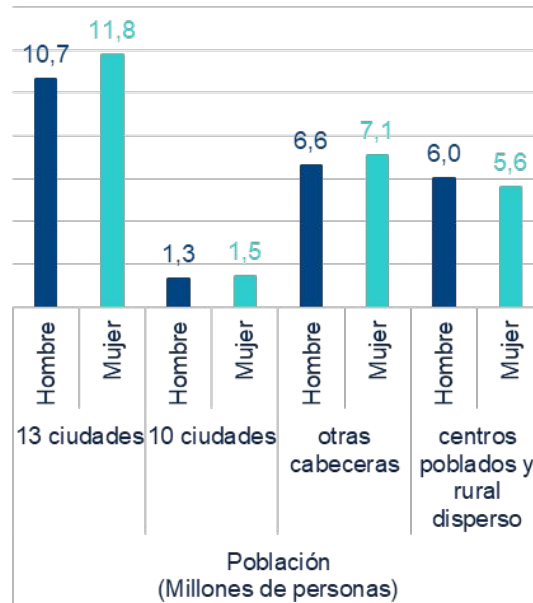
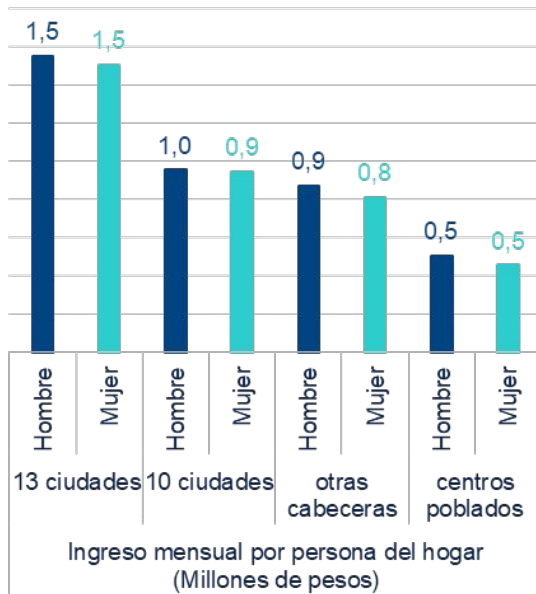
(\*): Las ciudades intermedias se definen como las 10 ciudades capitales de departamento de menor tamaño que las 13 principales ciudades del país.

Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Por fuera de las 23 ciudades principales, a nivel urbano se concentra el 6% de los ingresos.

# Las mujeres acumulan la mayor cantidad de los ingresos urbanos, pues son más, si bien tienen un ingreso por persona similar

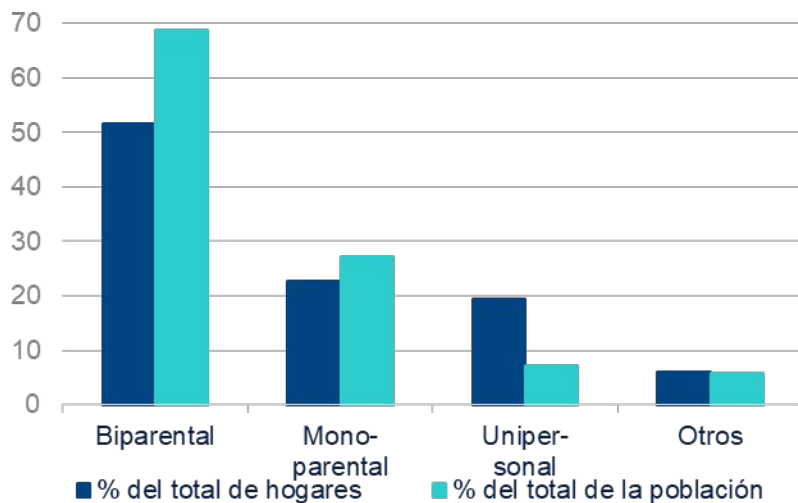
## INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES SEGÚN ZONA Y SEXO (MILLONES DE PESOS AL MES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)



# Por estructura del hogar, los de tipo biparental son más del 50% de los hogares y cerca del 70% de la población, seguidos de los monoparentales

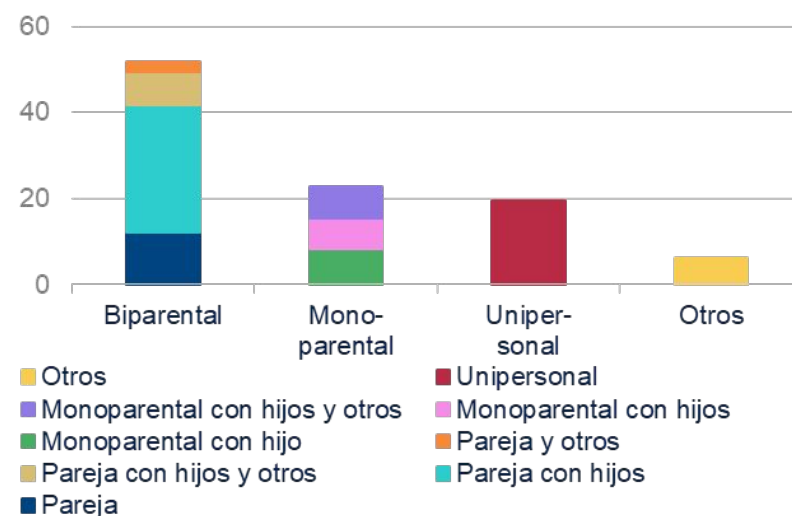
## HOGARES SEGÚN COMPOSICIÓN

(% DEL TOTAL DE HOGARES Y DE LA POBLACIÓN, 2023)



## HOGAR SEGÚN COMPOSICIÓN

(% DEL TOTAL DE HOGARES, 2023)



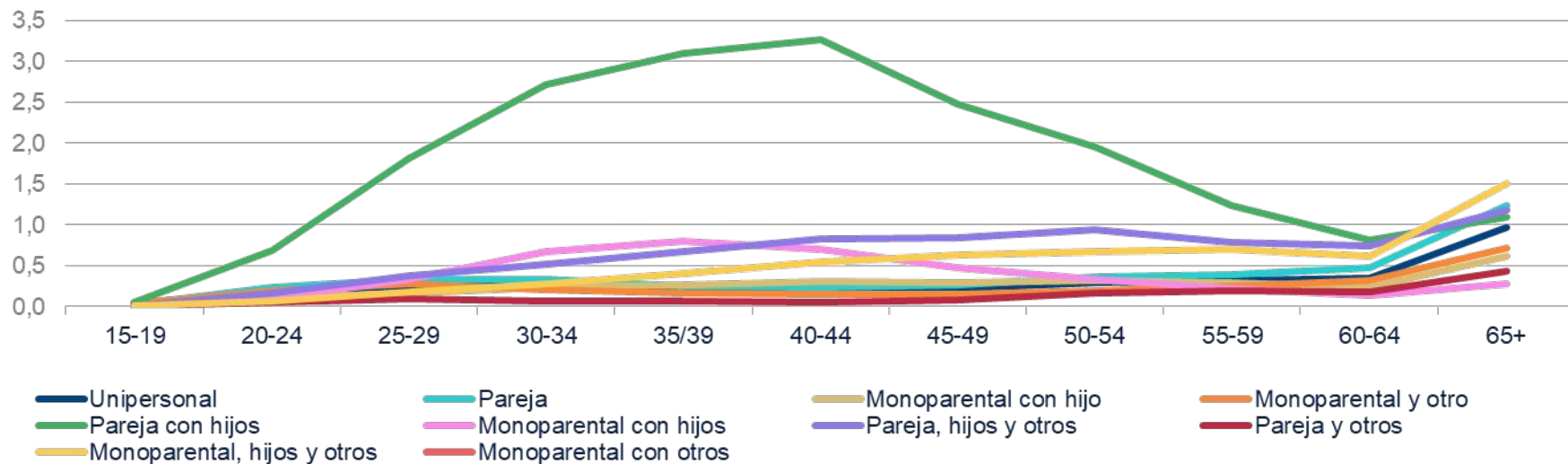
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Además, los más representativos entre los hogares son los de tipo pareja con hijos y los unipersonales.

# Por tipo de hogar y edad de la cabeza del hogar, hay más población en los de tipo pareja con hijos cuyas cabezas están entre 30-44 años

## PERSONAS SEGÚN EDAD DEL JEFE DE HOGAR Y TIPO DE HOGAR

(MILLONES DE PERSONAS, 2023)



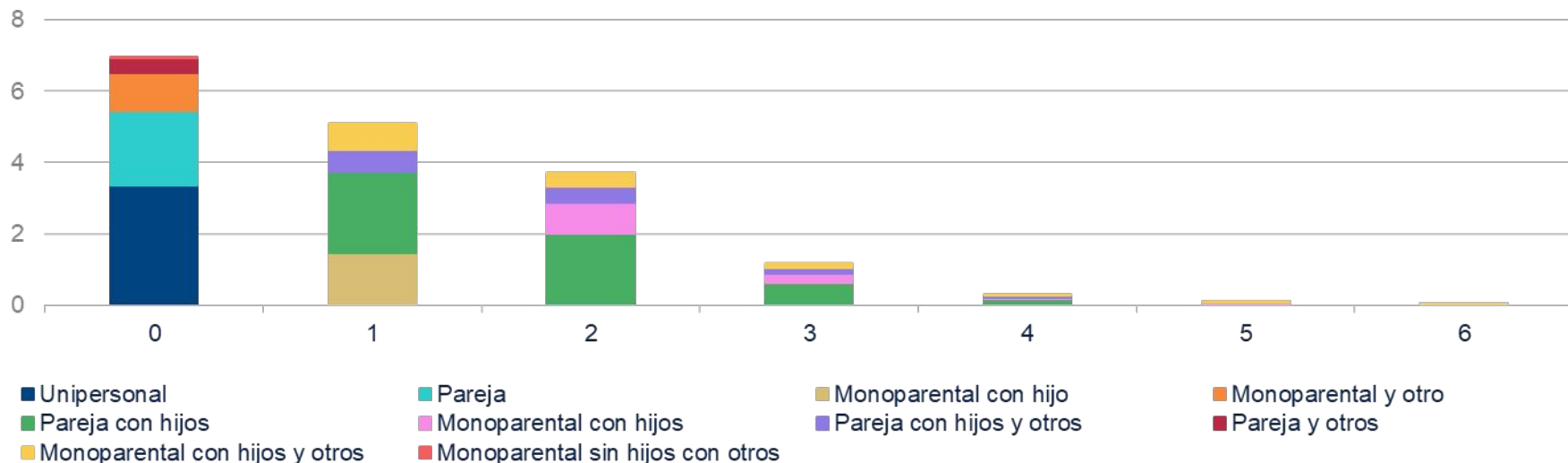
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

En los hogares unipersonales, de pareja y monoparentales con un hijo hay una mayor presencia de personas cuando el jefe de hogar es de 65 años y más.

# De los más de 17m.<sup>(\*)</sup> de hogares, casi 7m. son hogares sin hijos. Entre los hogares biparentales con hijos, la mayor parte tienen 1 y 2 hijos

## HOGARES SEGÚN NÚMERO DE HIJOS Y ESTRUCTURA DEL HOGAR

(MILLONES DE HOGARES, 2023)



(\*): m.: millones

Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

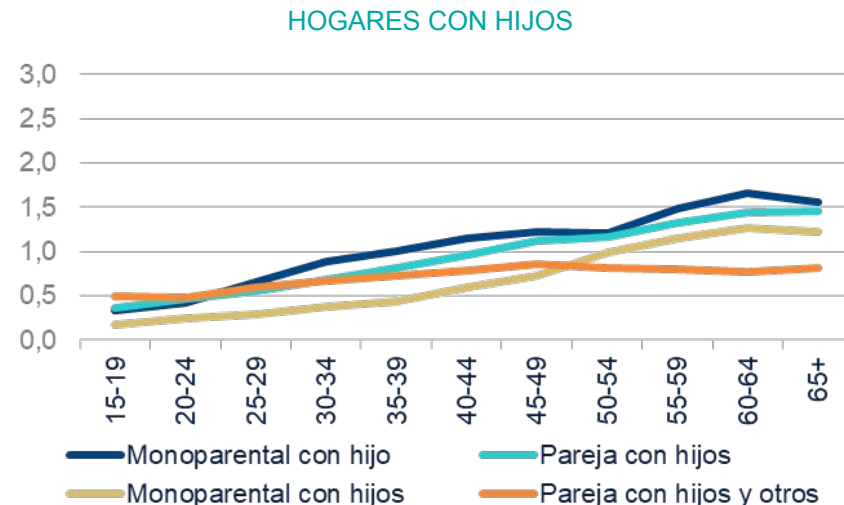
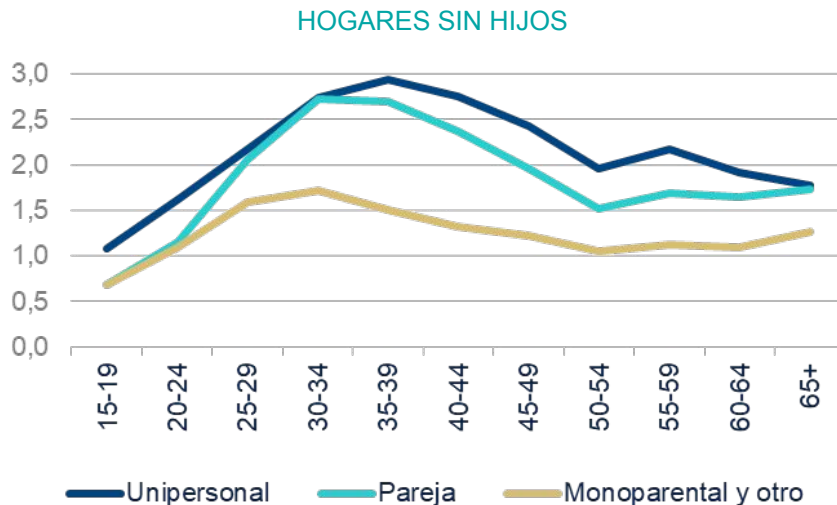
De los 51 millones de habitantes, casi 12 millones pertenecen a hogares en los que no hay hijos



## Por tipo de hogar, los mayores ingresos promedio de las personas están en los hogares sin hijos y más en los unipersonales y de pareja

### INGRESO POR PERSONA SEGÚN EDAD DEL JEFE DE HOGAR Y TIPO DE HOGAR

(MILLONES DE PESOS MENSUALES, 2023)

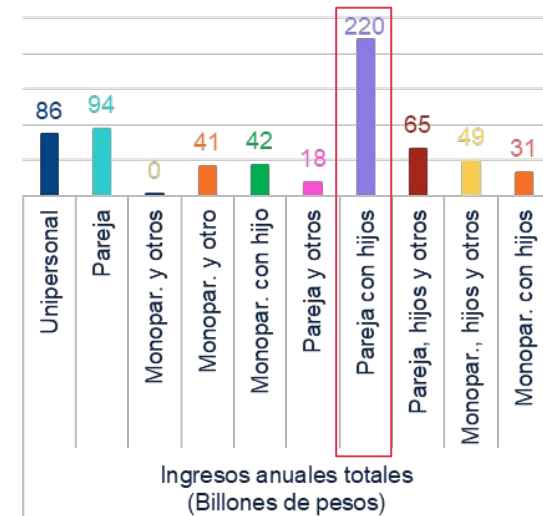
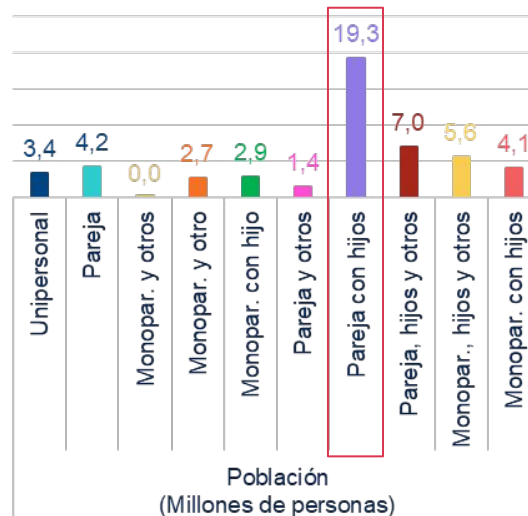
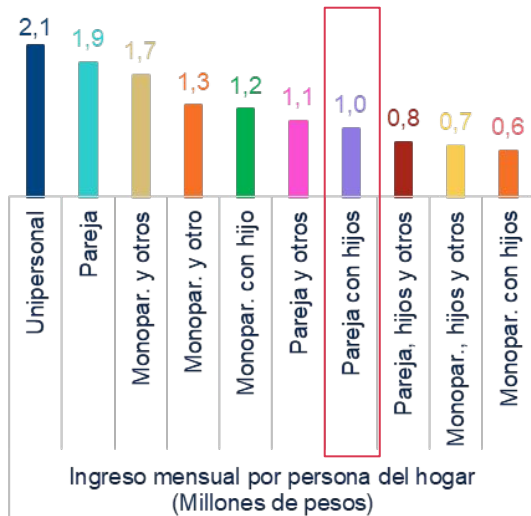


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Los ingresos son mayores en los hogares sin hijos con cabeza de hogar entre 30 y 44 años. Cuando hay hijos en el hogar los ingresos promedio de los hogares se reducen y se reducen a medida que aumenta el número de hijos en el hogar.

# Las parejas con hijos son los que más aportan al ingreso total anual de los hogares, aunque su ingreso por persona es de los más bajos

## INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES SEGÚN COMPOSICIÓN DEL HOGAR (MILLONES DE PESOS AL MES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)



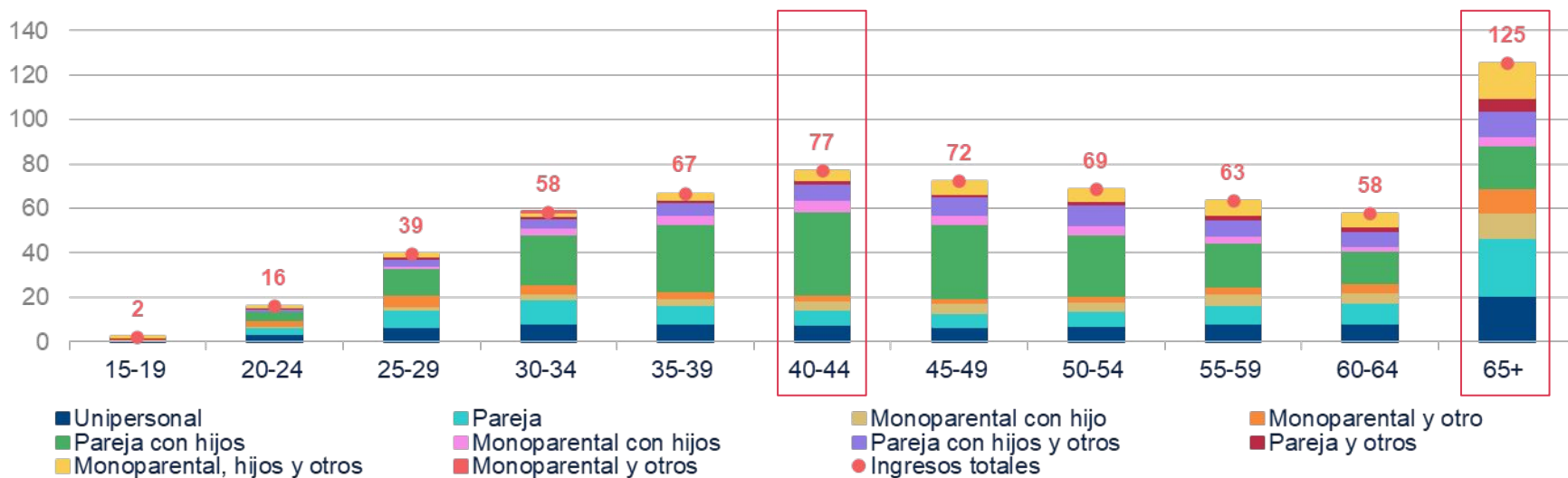
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

Luego, les siguen los hogares de tipo pareja solas, con ingresos totales de 94 billones de pesos, y los hogares unipersonales, con 86 billones de pesos.

# Por edad de la cabeza del hogar, los ingresos se concentran más en aquellos de mayores de 65 años y entre 40 y 44 años

## INGRESO TOTALES SEGÚN EDAD DEL JEFE DE HOGAR Y TIPO DE HOGAR

(BILLONES DE PESOS, 2023)



Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

En el rango de mayor edad los que más contribuyen a los ingresos son los hogares de tipo parejas solas, uniparentales y parejas con hijos. En el rango de 40-44 años los de mayor participación son los hogares de parejas con hijos.

## Por ingresos totales de los hogares, las que más aportan son las personas que tienen 4 o más salarios mínimos de ingreso per cápita del hogar...

### INGRESO MENSUAL POR PERSONA DEL HOGAR, POBLACIÓN E INGRESOS TOTALES ANUALES SEGÚN RANGOS DE SALARIOS MÍNIMOS (MILLONES. DE PESOS AL MES, MILLONES DE PERSONAS Y BILLONES DE PESOS, 2023)

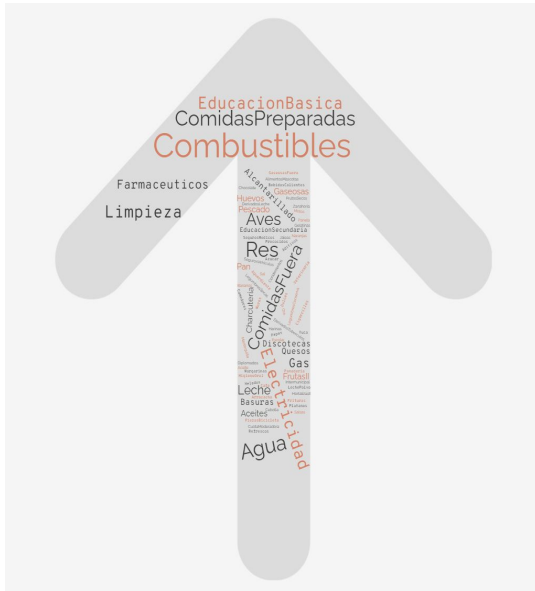


Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

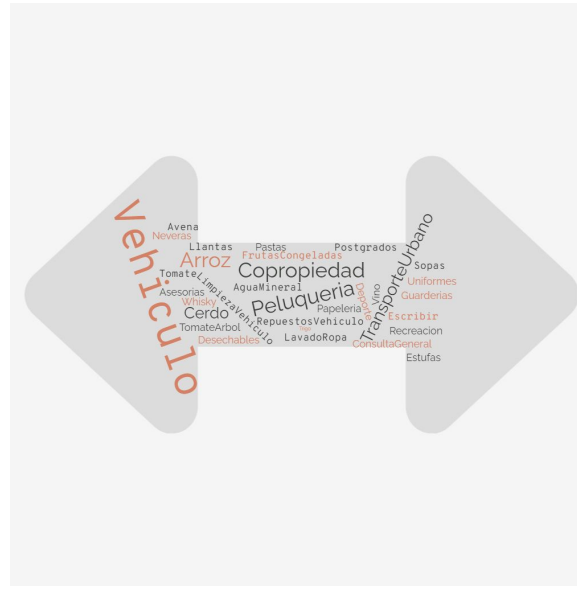
...y entre ½ y 1 salarios mínimos. Cerca del 50% de la población en Colombia tiene un ingreso menor a medio salario mínimo mensual (en 2023, 650 mil pesos) y el 33% de menos de 435 mil pesos, con lo que el 33% de la población es pobre

# Capacidad de compra de los hogares: ¿cómo se comportaron los precios de los bienes de la canasta familiar respecto a la variación del IPC total 2015-24?

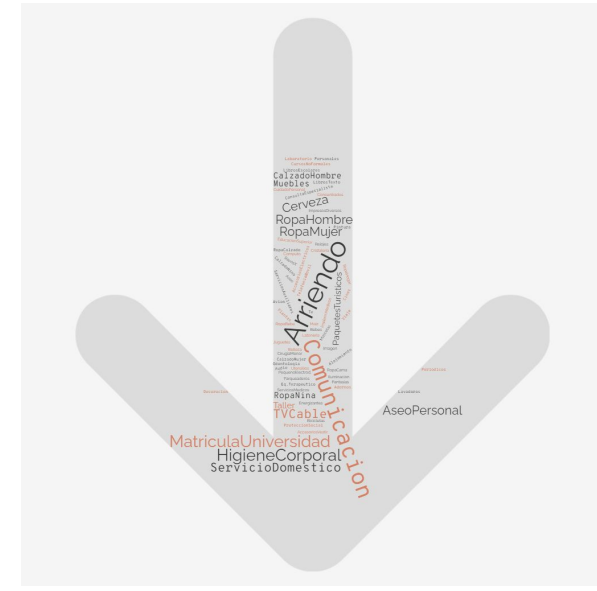
**LOS QUE CRECEN  
MÁS QUE EL IPC**  
(39% DE LA CANASTA)\*



**LOS QUE CRECEN  
SIMILAR AL IPC**  
(14% DE LA CANASTA)



**LOS QUE CRECEN  
MENOS QUE EL IPC**  
(47% DE LA CANASTA)



(\*): Sumando las participaciones que tiene cada bien en el IPC total.  
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

## Para llevar...



**No todo el consumo privado de los hogares es gasto monetario:** los hogares consumen bienes que no representan transacciones monetarias porque son gastos imputados (como el arriendo que pagarían por su propia vivienda), las transferencias (donaciones) en especie desde el gobierno (y entes privados) y la autoproducción para el consumo.



**Una persona en Colombia gana en promedio 1,1 millones de pesos al mes:** el total de ingresos anuales de las personas es de COP 652 billones, con una población de 51 millones de personas.



**Las zonas urbanas concentran la mayor parte del ingreso del país:** el 90% de los ingresos se concentra en las zonas urbanas, con Bogotá como la ciudad de mayor ingreso por persona y mercado potencial. Las ciudades intermedias como Santa Marta también tienen un peso importante.



**La desigualdad de ingresos es alta en Colombia:** cerca del 40% de la población tiene ingresos menores a medio salario mínimo (650 mil pesos), y el 33% vive con menos de 435 mil pesos mensuales, lo que refleja altos niveles de pobreza.



**La distribución de los ingresos es diferente según el tipo del hogar:** las parejas con hijos aportan más al ingreso total de los hogares, aunque el ingreso por persona en esos hogares es de los más bajos. Los hogares sin hijos y unipersonales tienen los mayores ingresos per cápita.



**Subsiste una elevada desigualdad rural-urbana:** las zonas rurales tienen ingresos significativamente menores que las urbanas. La brecha de ingresos entre el 20% más rico y el 20% más pobre es mayor en las ciudades.



**Las mujeres tienen una elevada participación en los ingresos de las principales ciudades:** el ingreso por persona en las zonas urbanas es similar entre mujeres y hombres.



**Desde 2015, los precios de los bienes se comportaron heterogéneamente:** los mayores aumentos de precio entre 2015 y 2024 se dieron en combustibles, comidas preparadas, educación básica, limpieza, carne de res y agua. En contraste, productos como arriendos, comunicaciones y ropa crecieron por debajo del IPC, mientras que vehículos y transporte urbano crecieron a tasas similares que el IPC.

# 04

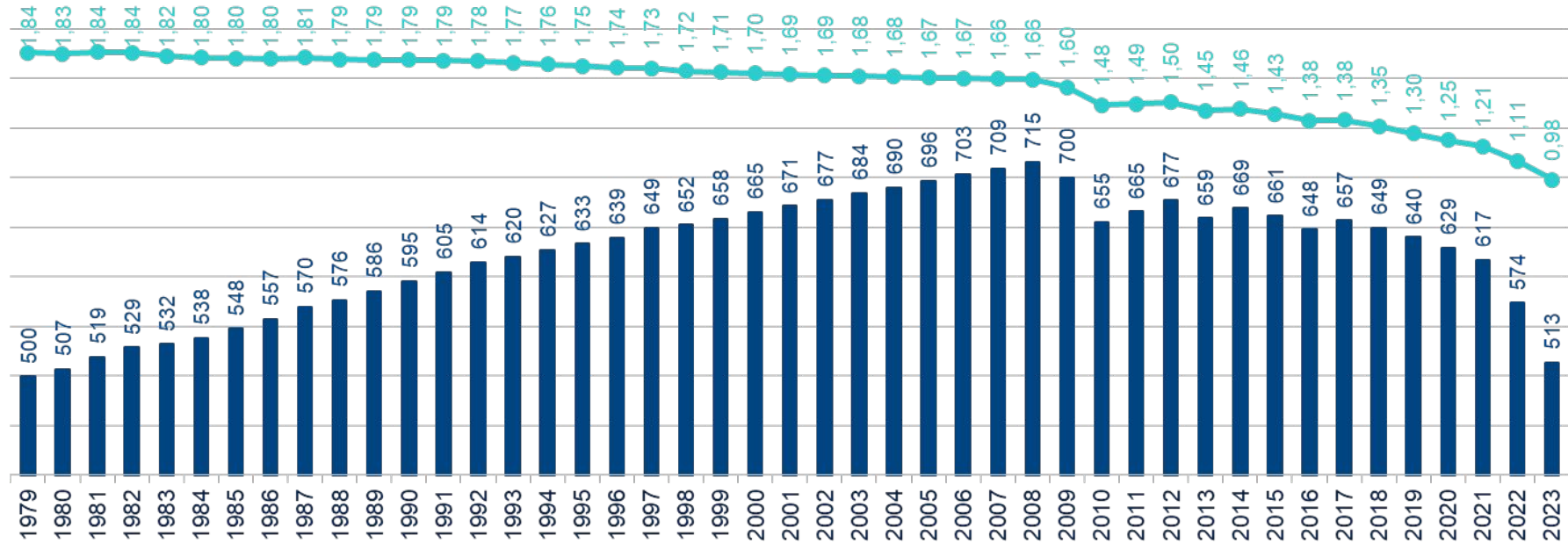
## El largo plazo:

¿cuáles son las grandes tendencias demográficas con efectos en el consumo?

# La natalidad se redujo dramáticamente en los diez años más recientes

## NACIMIENTOS ANUALES Y TASA DE NATALIDAD

(MILES DE PERSONAS Y % DE LA POBLACIÓN)<sup>(\*)</sup>



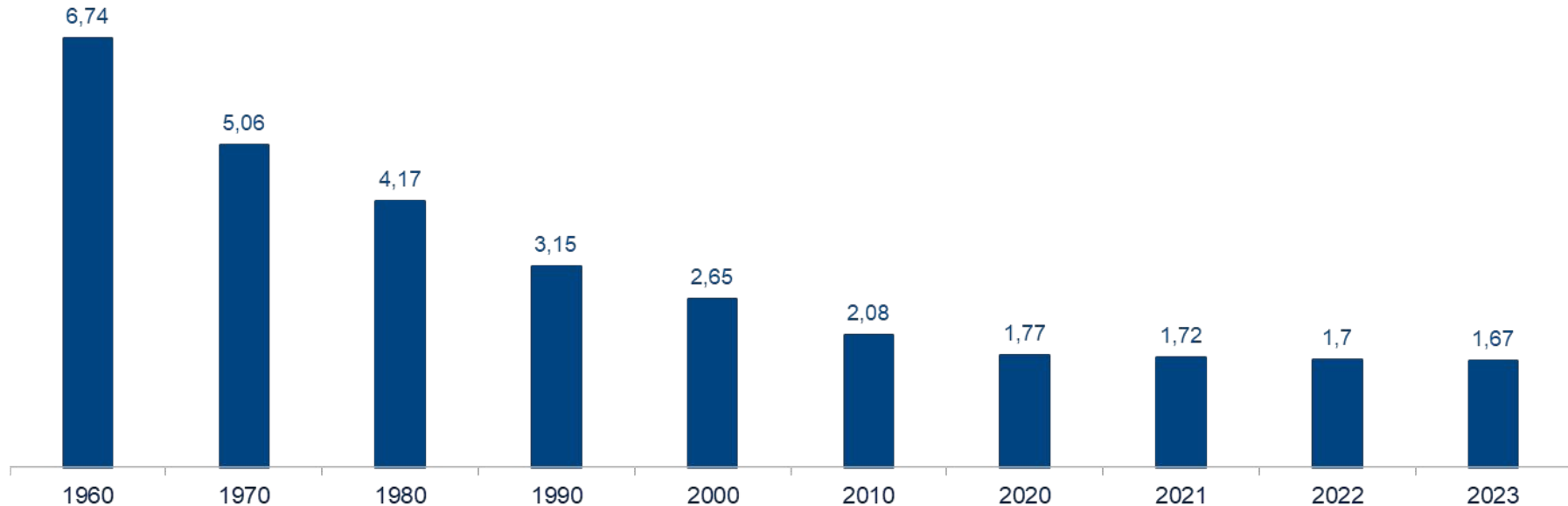
(\*): Cambio metodológico desde 2008.

Fuente: estimaciones de BBVA Research con datos de DANE y GHDx - Vital Statistics.



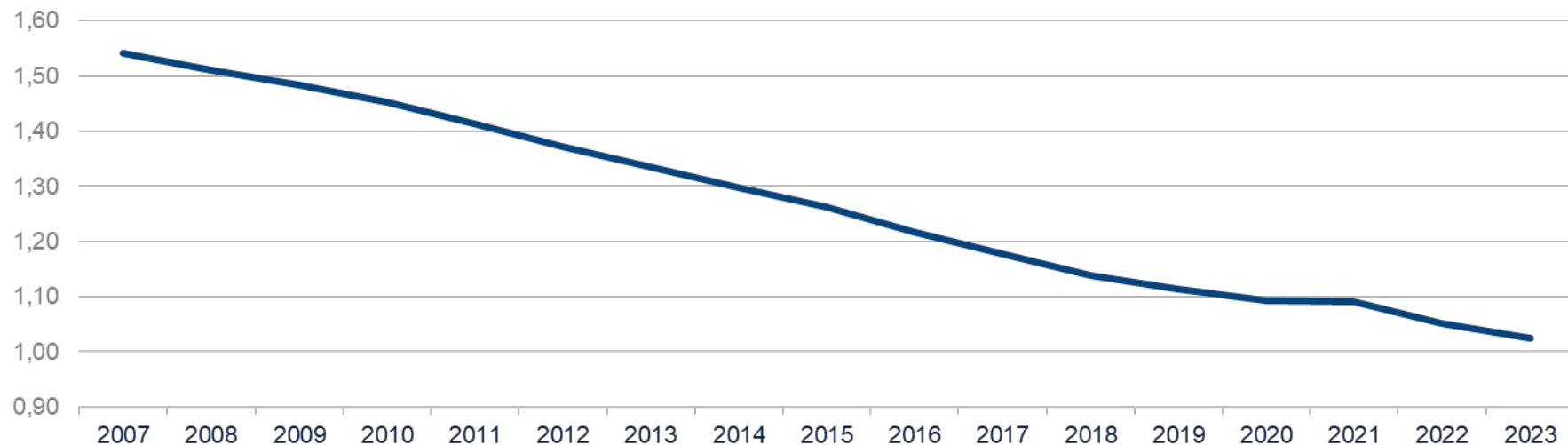
# La tasa de fertilidad es inferior a dos. Es decir que no se reemplaza en cantidad a la pareja que procrea, desde la década pasada

## TASA DE FERTILIDAD (NACIMIENTOS POR MUJER)



# El número de hijos por hogar se redujo desde más de 1,5 en 2007 a cerca de 1,0 en 2023

## HIJOS EN EL HOGAR (NÚMERO)



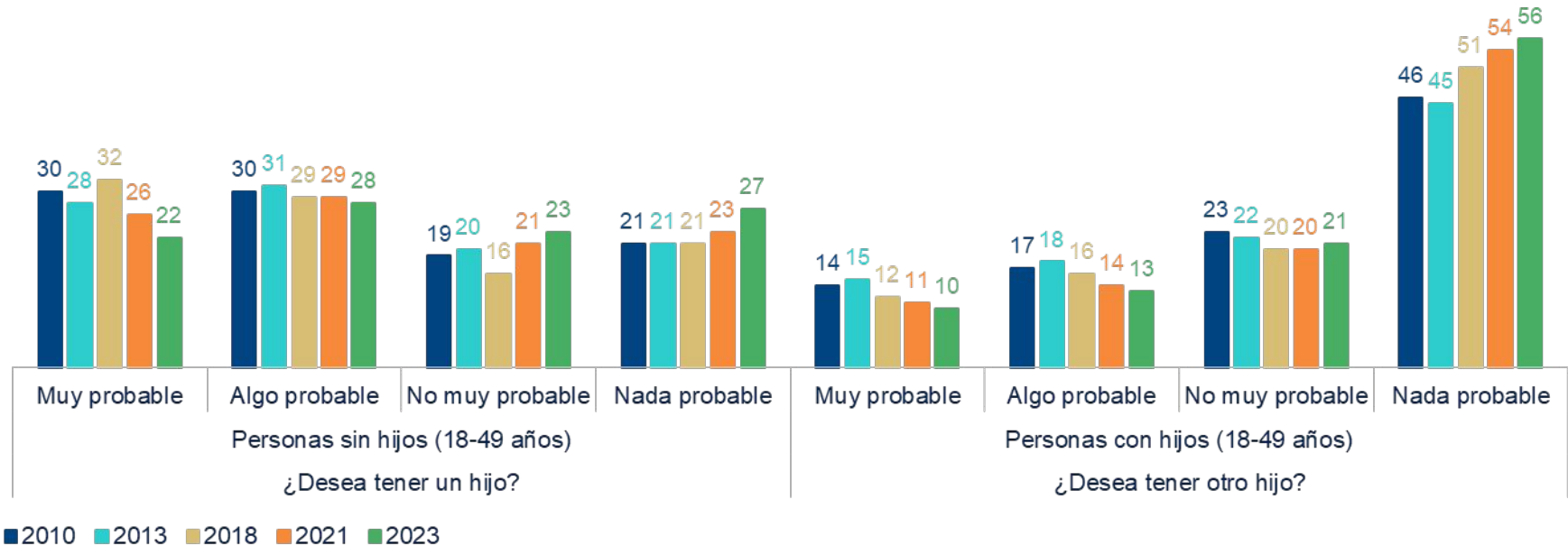
Fuente: BBVA Research con datos de DANE.

La reducción del número de hijos y la menor tasa de natalidad afectarán la estructura demográfica y la demanda de productos infantiles, educación y actividades recreativas para niños.

# La evidencia internacional muestra que el deseo de tener menos hijos puede ser una tendencia global

## ESTADOS UNIDOS: DECISIÓN DE TENER UN HIJO O UN HIJO ADICIONAL

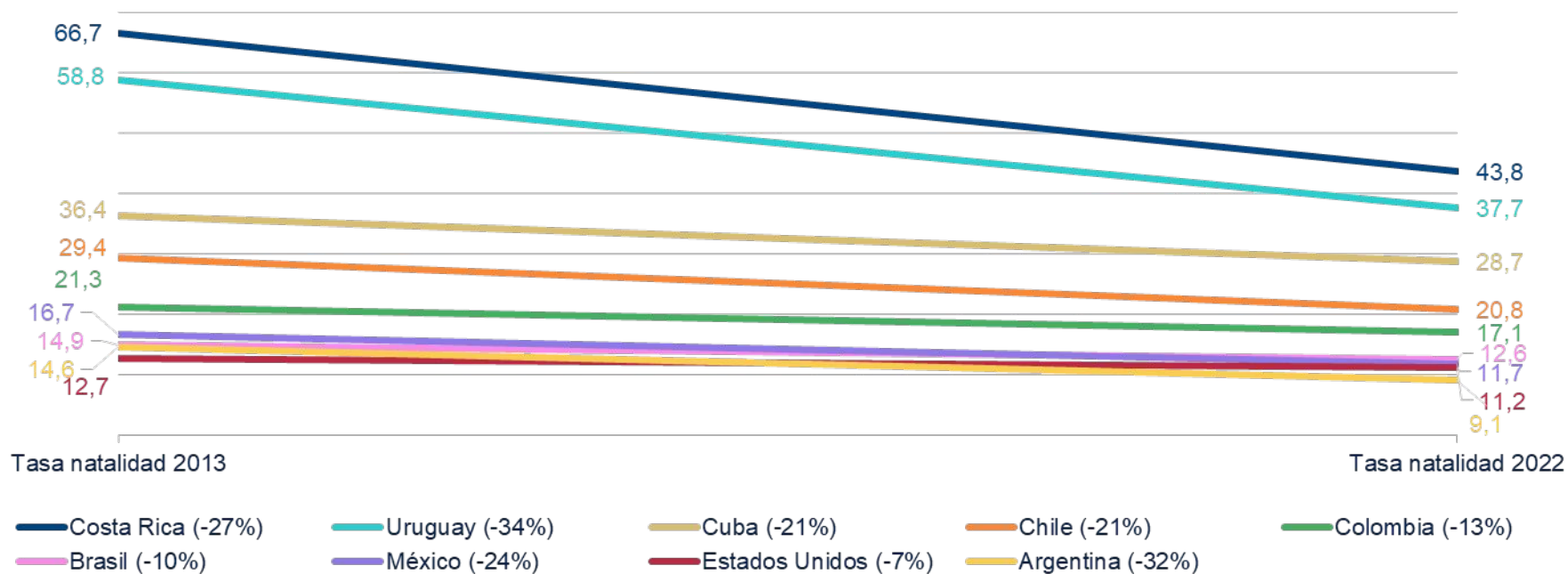
(% DEL TOTAL POR CATEGORÍA)



# Como consecuencia, la menor natalidad no solo es un fenómeno de Colombia

## TASA DE NATALIDAD EN PAÍSES SELECCIONADOS

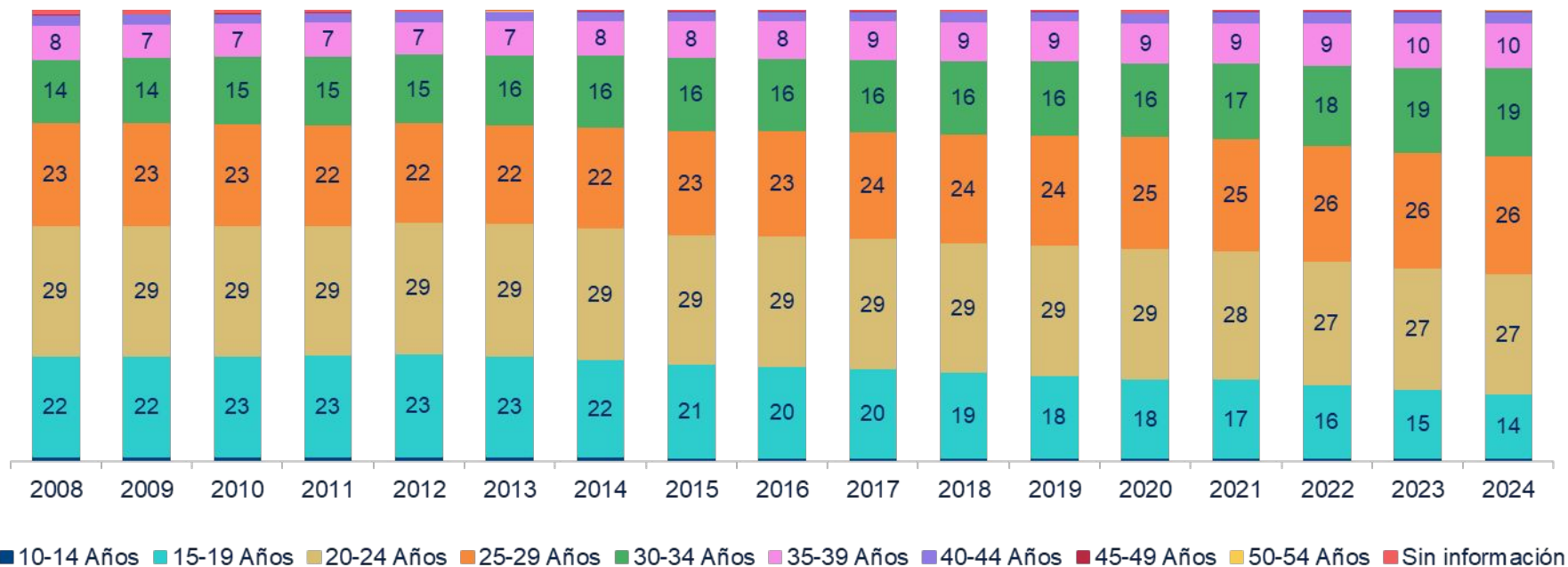
(NACIDOS POR MIL HABITANTES; EN PARÉNTESIS: LA CAÍDA PORCENTUAL DE LOS NACIMIENTOS BRUTOS ENTRE 2013 Y 2022)



# En Colombia, la mayoría de nacimientos corresponde a madres de 25-34 años, a diferencia de los 2000, cuando predominaban las menores de 24 años

## NACIMIENTOS SEGÚN LA EDAD DE LA MADRE

(% DEL TOTAL)



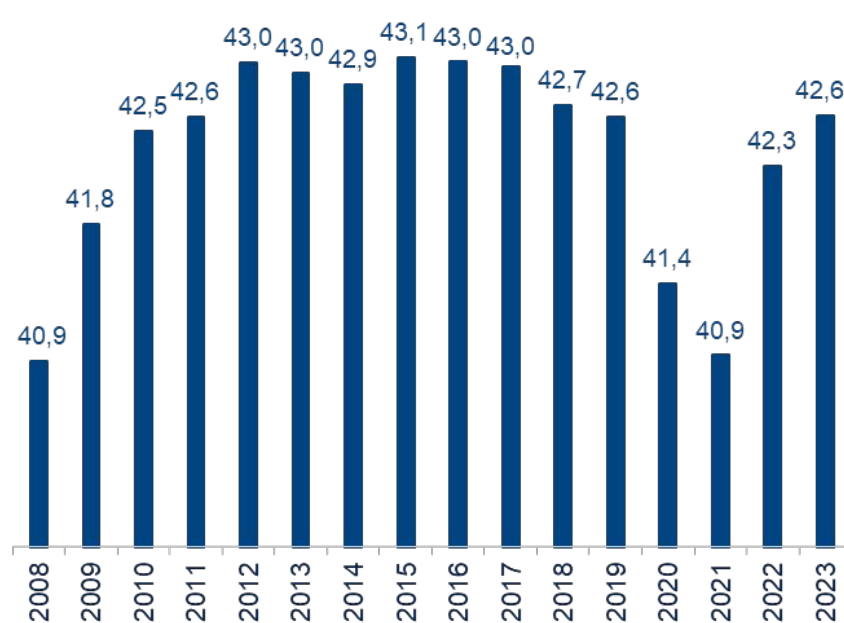
(\*): Para 2024, datos a junio.

Fuente: estimaciones de BBVA Research con datos de DANE.

# Menor natalidad en Colombia puede deberse a la participación más alta de la mujer en el mercado laboral: 10,8 m. en fuerza laboral y 9,4 m. ocupadas

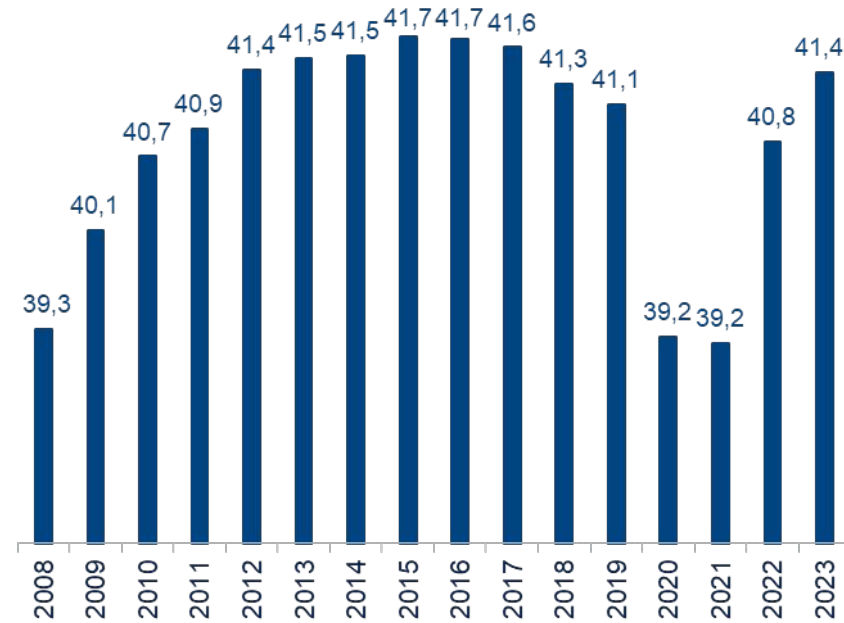
## PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA FUERZA LABORAL

(% DEL TOTAL DE LA FUERZA LABORAL)



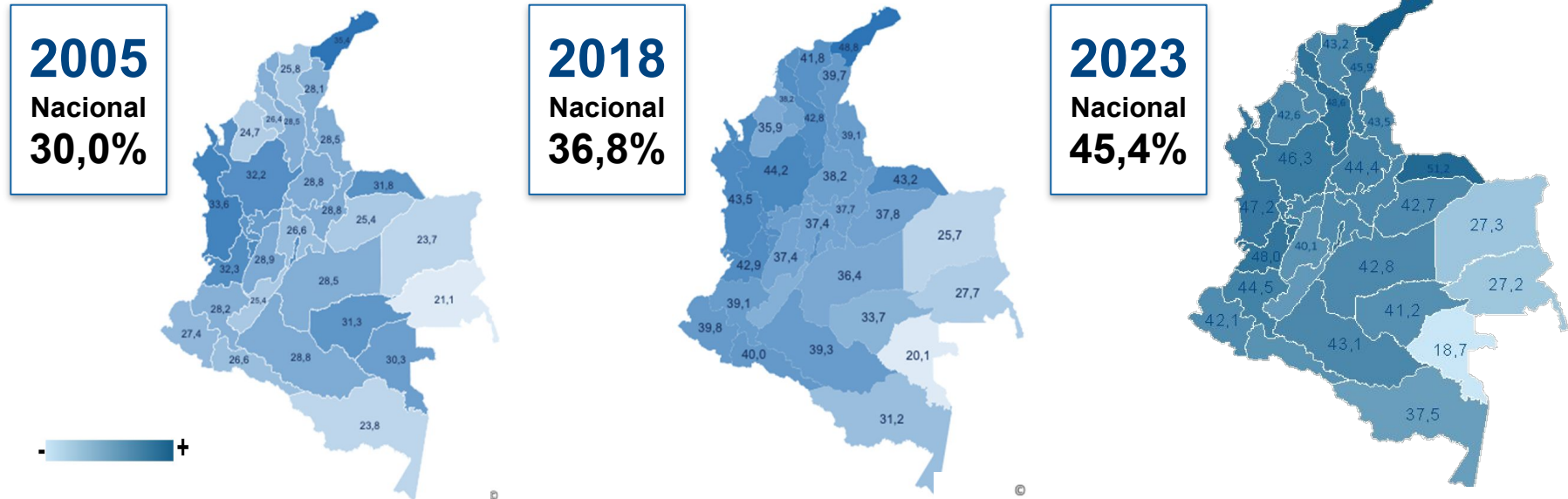
## PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LOS OCUPADOS

(% DEL TOTAL DE LOS OCUPADOS)



# Más mujeres toman decisiones financieras en el hogar. Esto impulsa servicios de cuidado infantil, la educación y productos dirigidos a mujeres trabajadoras

## HOGARES CON CABEZA DE HOGAR FEMENINA (% DEL TOTAL DE HOGARES)

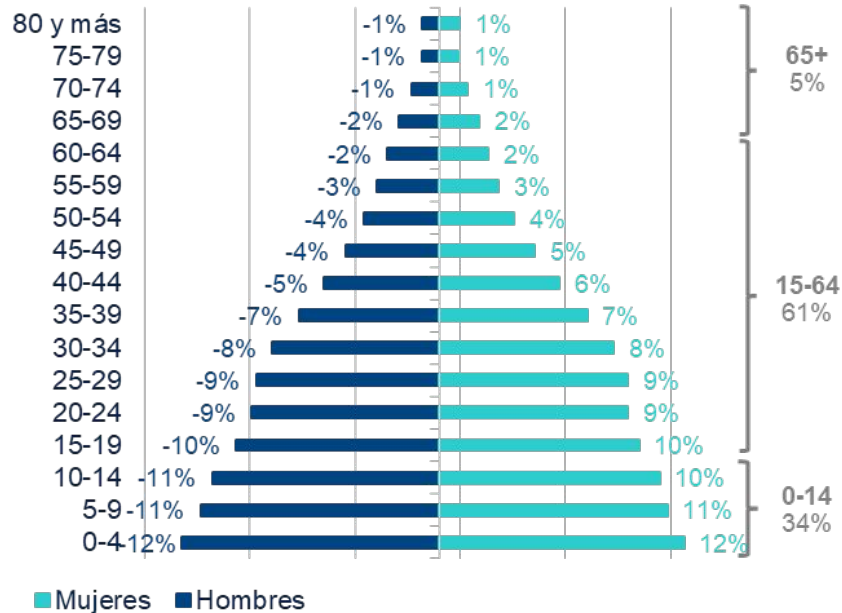


En 2023, el **69%** de los hogares encabezados por mujeres no tenía cónyuge. En la **Guajira, Arauca, Bogotá y Bolívar** el porcentaje de hogares con Jefatura femenina en 2023 era del **49%** o más y en **Guainía, Vaupés y Vichada**, departamentos muy rurales, menor al **30%**.

# Como resultado, la población colombiana se ha ido envejeciendo progresivamente (I)

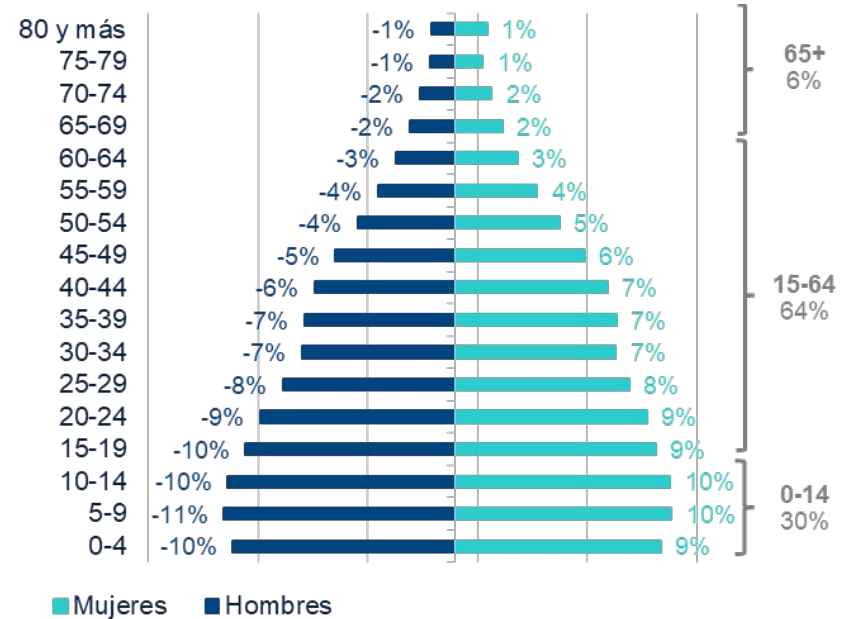
## PIRÁMIDE DEMOGRÁFICA 1994

(% DEL TOTAL DE LA POBLACIÓN)



## PIRÁMIDE DEMOGRÁFICA 2005

(% DEL TOTAL DE LA POBLACIÓN)

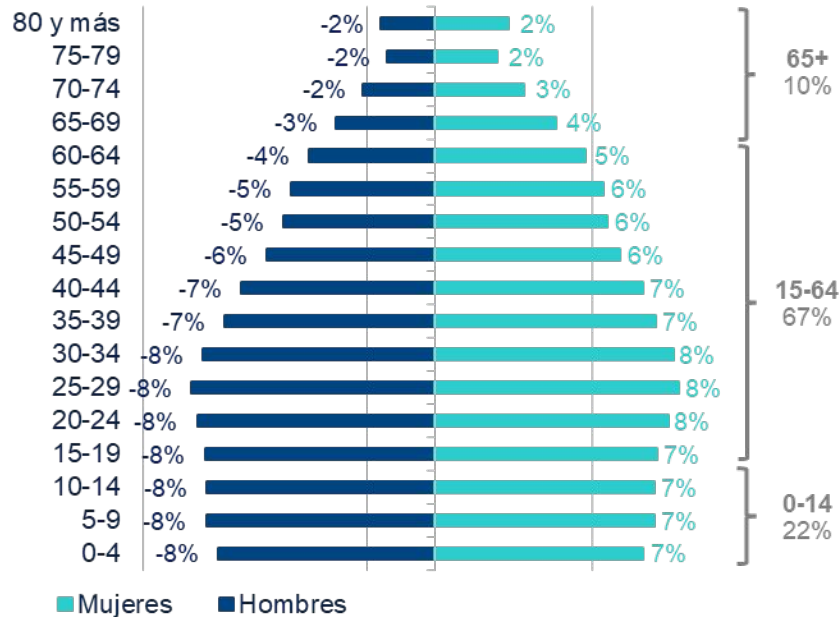




# Como resultado, la población colombiana se ha ido envejeciendo progresivamente (II)

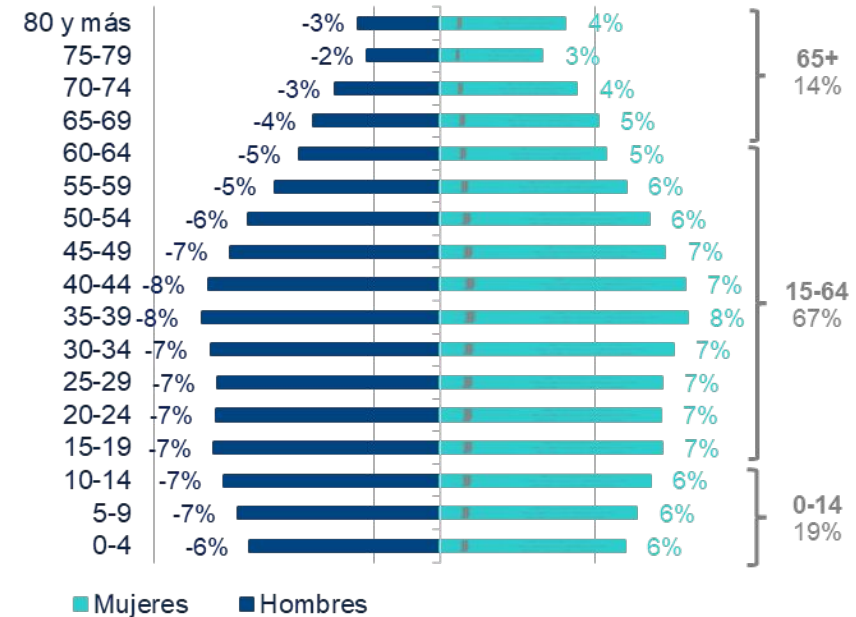
## PIRÁMIDE DEMOGRÁFICA 2024

(% DEL TOTAL DE LA POBLACIÓN)



## PIRÁMIDE DEMOGRÁFICA 2035

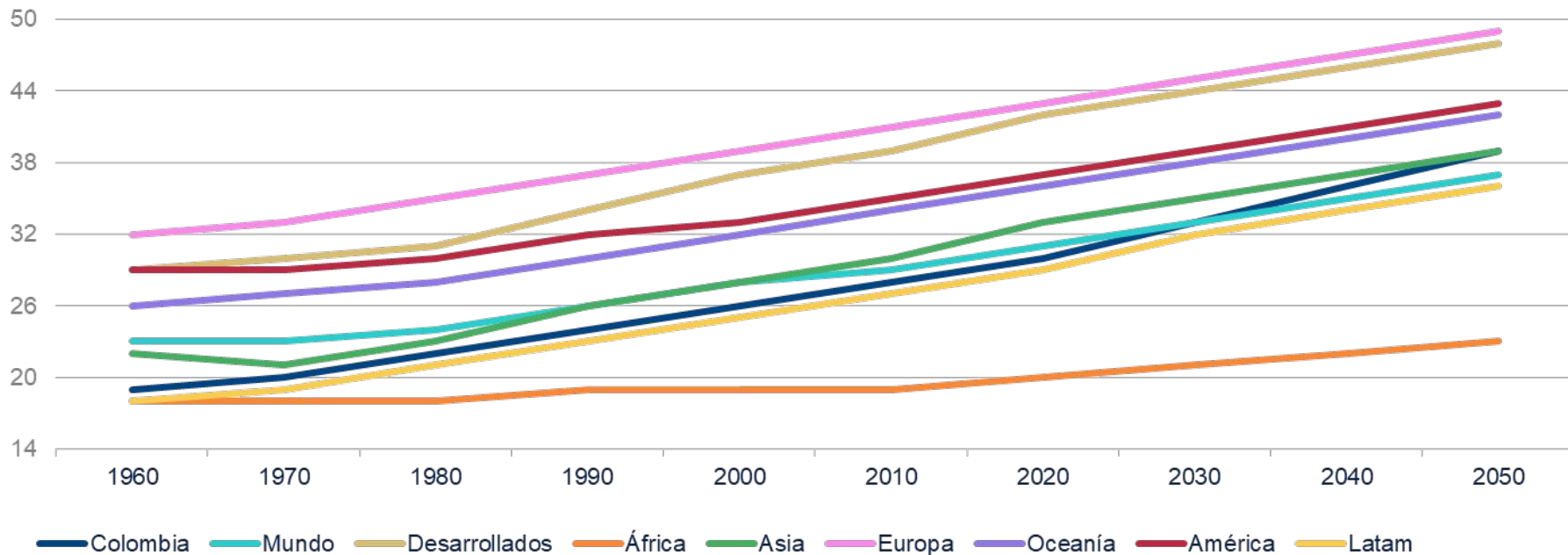
(% DEL TOTAL DE LA POBLACIÓN)



# Colombia supera en edad media a África, LatAm y el mundo. Iguala a Asia. Y es más joven que Europa, países desarrollados, América y Oceanía

## EDAD PROMEDIO POR REGIONES

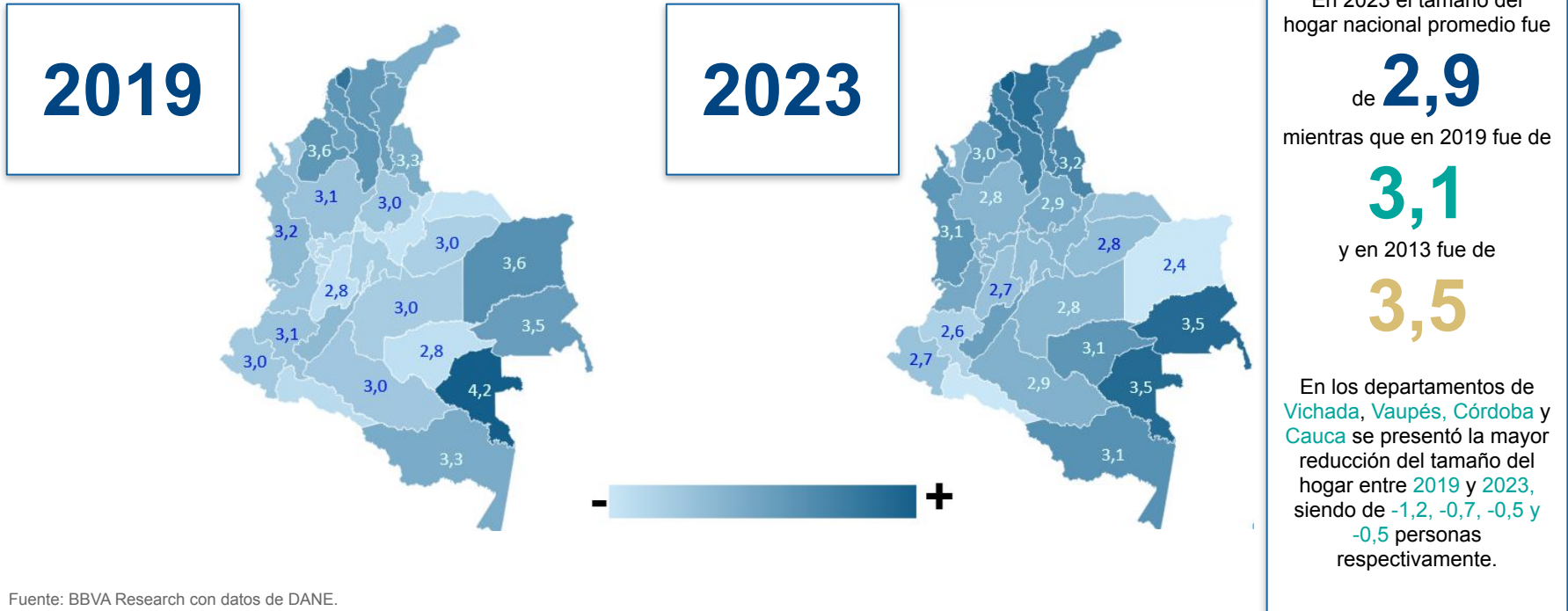
(AÑOS)



# El tamaño de los hogares se ha reducido en Colombia. Esto cambiará las preferencias hacia un mayor énfasis en productos y servicios personalizados

## HOGARES SEGÚN TAMAÑO

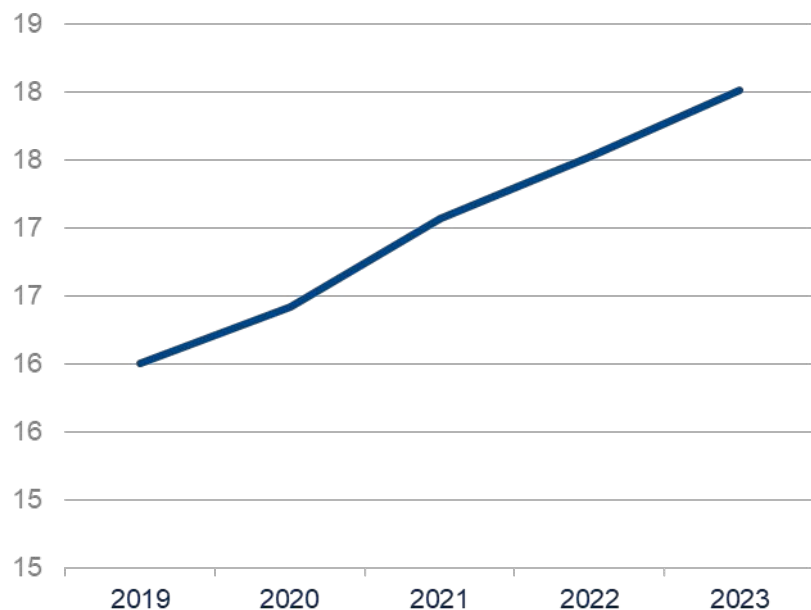
(Número de personas en el hogar)



## El menor tamaño ayudó a que el número de hogares siguiera aumentando pese al bajo crecimiento poblacional

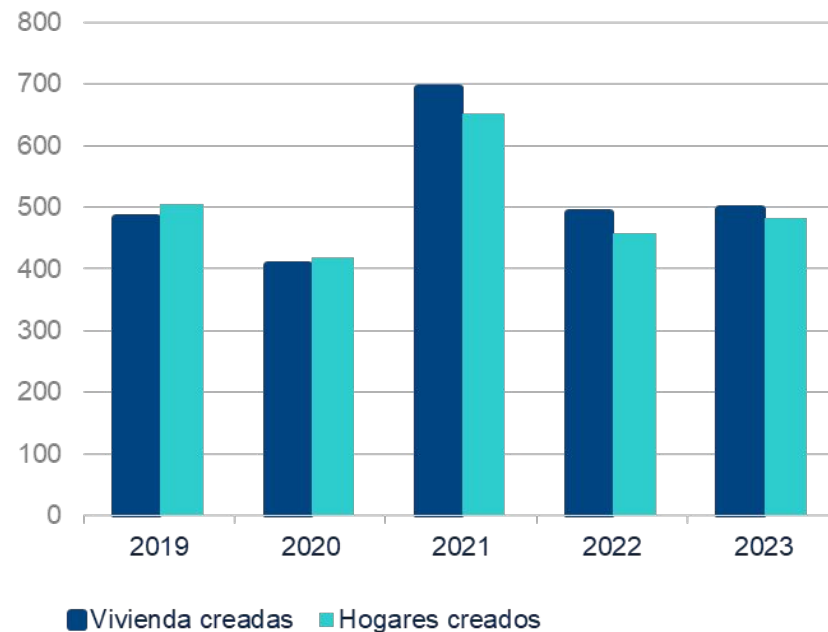
### HOGARES

(MILLONES DE HOGARES)



### CREACIÓN DE HOGARES

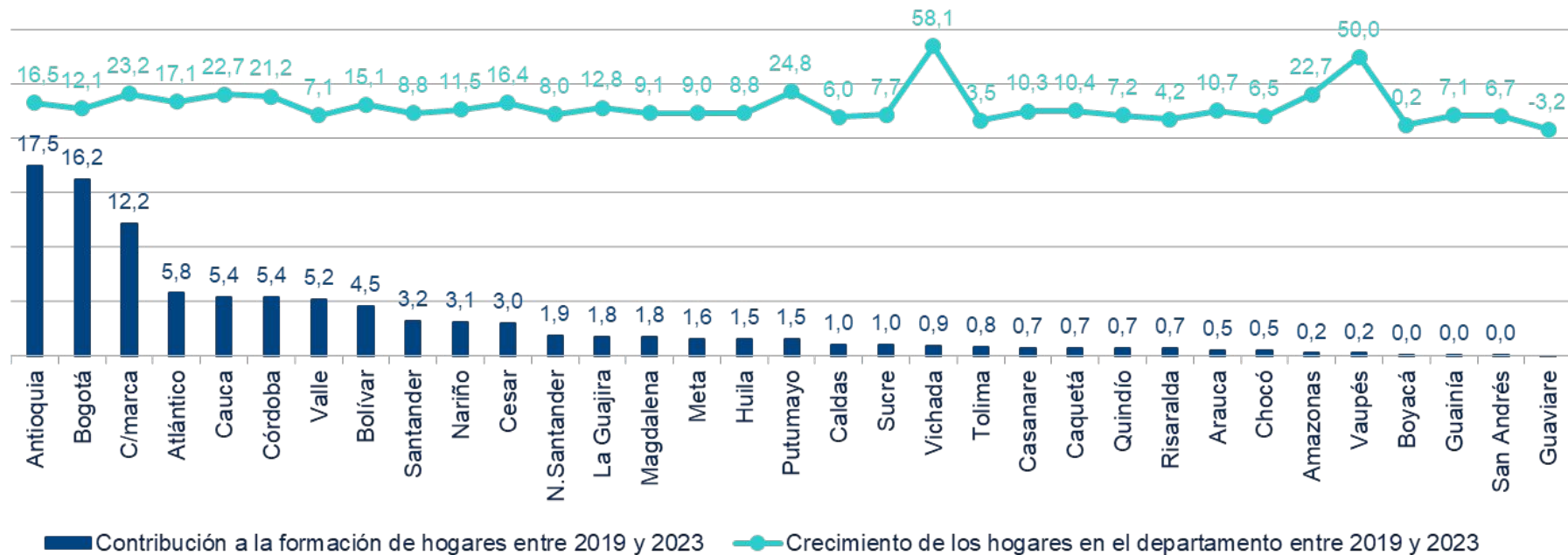
(MILES DE HOGARES)



# Antioquia, Bogotá y C/marca, los que más aportaron a la creación de hogares en 2019-23. El crecimiento de los hogares fue mayor en las zonas periféricas

## HOGARES

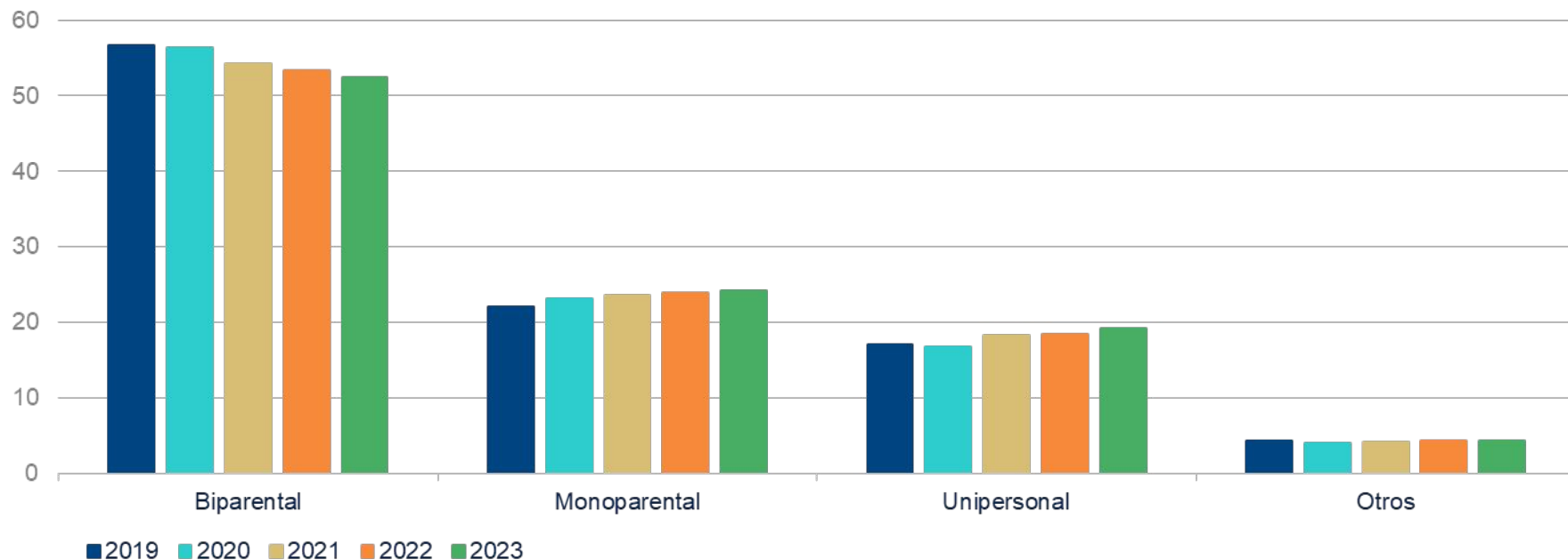
(MILLONES DE HOGARES)



# En la composición, siguen ganando participación los hogares monoparentales y unipersonales, mientras se reduce el porcentaje de biparentales


## HOGARES SEGÚN COMPOSICIÓN


(% DEL TOTAL DE HOGARES)




# ¿Cuál es el impacto de las condiciones demográficas en el consumo? Lo que dice la literatura económica:

## 1 Menor natalidad y consumo


 **Menor natalidad** reduce el consumo infantil (ropa, juguetes, educación).


 A **mediano plazo: menores gastos** en educación secundaria y terciaria.


 A **corto plazo: más ingresos disponibles** para otros gastos.


 A **largo plazo: menor demanda agregada**.

## 2 Personas mayores y consumo

 Gasto concentrado en **necesidades básicas y servicios médicos**.

 **Disminuye** el consumo de **bienes duraderos y de lujo**.

 Menor participación laboral **reduce ingresos**.

 **Dependencia** de ingresos pasivos (pensiones)

# ¿Cuál es el impacto de las condiciones demográficas en el consumo? Lo que dice la literatura económica:

## 3 Mujer y consumo



Mayor participación laboral femenina **incrementa ingresos**.



**Incremento en gasto** en cuidado infantil, educación, alimentos preparados, servicios de limpieza.



**Mayor consumo** discrecional en moda y entretenimiento, reflejando mayor autonomía económica.

## 4 Menor tamaño del hogar y consumo



**Gasto per cápita mayor** en entretenimiento, viajes y tecnología.



**Más ingresos disponibles** por persona



**Mayor gasto** proporcional en **vivienda** y **servicios públicos** por la falta de distribución de costos fijos.



Inversión en **comodidades** y **mejoras del hogar** para maximizar confort y eficiencia.



**Mayor vulnerabilidad a choques económicos**, como el desempleo, por menor diversificación de ingresos.



## Para llevar...



**La estructura demográfica está cambiando, con un menor tamaño de los hogares y un envejecimiento de la población que redefinirán las prioridades de consumo en los próximos años:** la tasa de natalidad ha disminuido drásticamente en los últimos diez años. El promedio de hijos por hogar ha caído de más de 1,5 en 2007 a aproximadamente 1,0 en 2023. Además, la tasa de fertilidad está por debajo de dos hijos por mujer, lo que implica que las generaciones no se están reemplazando. Esto ha llevado a un progresivo envejecimiento de la población, con los mayores de 65 años representando ya el 10% del total.



**Los hogares son más pequeños y aumentan los unipersonales:** el tamaño promedio del hogar ha disminuido de 3,5 personas en 2013 a 2,9 en 2023. Este menor tamaño ha impulsado el crecimiento en el número total de hogares, con un aumento destacado en hogares unipersonales y monoparentales. Antioquia, Bogotá y Cundinamarca han sido las regiones que más han aportado a la creación de nuevos hogares entre 2019 y 2023, con un crecimiento más fuerte en las zonas periféricas menos pobladas.



**La participación económica de la mujer transforma las dinámicas de los hogares:** la participación laboral femenina ha crecido, lo que ha contribuido a la disminución de la natalidad. En 2023, en el 45,4% de los hogares la mujer tomaba las decisiones económicas y financieras, siendo mayor este porcentaje en las áreas urbanas.



**La demografía y el consumo se relacionan directamente:** la transformación demográfica de Colombia, con un envejecimiento de la población y la disminución en el tamaño de los hogares, cambiará drásticamente las prioridades de consumo en las próximas décadas. Las industrias que se adapten a estas nuevas realidades serán las que lideren el mercado en el futuro.

# 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 en su sitio web [www.bbvarsearch.com](http://www.bbvarsearch.com).

## Este informe ha sido elaborado por:

### Economista Jefe

Juana Téllez

juana.tellez@bbva.com

Mauricio Hernández

mauricio.hernandez@bbva.com

María Claudia Llanes

maria.llanes@bbva.com

María Paula Murcia

mariapaula.murcia@bbva.com

Estudiante en práctica

Daniel Guerrero

danielalejandro.guerrero@bbva.com

Estudiante en práctica

# Colombia: Situación Consumo

Patrones de consumo: tendencias  
y cambios recientes

Octubre 2024