TransUnion

El impacto financiero en los consumidores colombianos de la pandemia del COVID-19

La pandemia del COVID-19 está creando una nueva realidad en la medida en que su impacto se ha extendido a consumidores de todas las generaciones y niveles de ingresos.

TransUnion está monitoreando los cambios de estos datos mensualmente y los estará compartiendo con ustedes.

MES 2

Datos recogidos en la semana del **4 DE MAYO DE 2020**

ANTECEDENTES

La actual pandemia mundial del COVID-19 está creando grandes dificultades económicas y financieras para los consumidores de todo el mundo. Muchos puestos de trabajo de la economía colombiana ya están siendo afectados o están en riesgo debido a los drásticos cambios en la demanda. Hemos realizado un estudio para comprender mejor cómo esta situación de rápida evolución está afectando su situación financiera y la consecuente capacidad para pagar sus obligaciones. Los hallazgos de este informe tienen como objetivo ayudarles a tomar decisiones informadas en un momento en que la información sobre el impacto en los consumidores aún está emergiendo. Estamos proporcionando este informe y recursos adicionales para que podamos unirnos para apoyar a las personas durante este difícil momento.

Los hallazgos presentados a lo largo de este reporte son comparados con los resultados del mes anterior.

Hallazgos Clave

- El impacto financiero del COVID-19 en los hogares colombianos continúa siendo significativo. Más de ocho de cada diez colombianos (83%) dicen que los ingresos de sus hogares se han visto afectados negativamente, mientras que otro 10% espera o no está seguro de que se verán afectados en el futuro (este resultado no ha cambiado respecto al primer mes de la encuesta, que se realizó durante la semana del 13 de abril de 2020).
- Los consumidores en los sectores de actividad económica más vulnerables están sintiendo el mayor impacto en sus ingresos. En particular, más del 85% de los consumidores empleados en el comercio minorista, entretenimiento, restaurantes y servicios de comida, hoteles y alojamiento y la industria manufacturera indicaron impacto negativo.
- Los consumidores que están empleados en pequeñas empresas (menos de 10 trabajadores) son los más afectados por el COVID-19 con un 90% que indica un impacto negativo.
- Un porcentaje menor de personas están preocupadas por su capacidad de pagar obligaciones (80%, frente a 83% en el mes anterior), y el 34% de ellos esperan tener un déficit en menos de 1 mes.
- Un mayor porcentaje de consumidores con impacto financiero está considerando opciones estratégicas para continuar realizando pagos (83%, frente al 80% en abril). El crédito parece ser clave para permitir esto, ya que cada vez más consumidores indican estar evaluando la refinanciación de sus pagos, la consolidación de préstamos y el uso de períodos de gracia y otros programas de alivios ofrecidos por las entidades.

 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

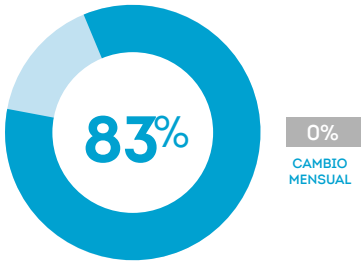
Esta encuesta en línea, realizada a 1.100 adultos en Colombia, fue realizada durante la semana del 4 de mayo de 2020 por TransUnion en asociación con el proveedor de investigación Qualtrics® Research Services. Adultos de 18 años y mayores residentes en Colombia fueron encuestados utilizando un método de panel de investigación en línea a través de una combinación de computadores, dispositivos móviles y tabletas. Las preguntas de la encuesta se administraron en español. Para garantizar la representatividad de la muestra de la población general en toda la demografía residente en Colombia, la encuesta incluyó cuotas para equilibrar las respuestas a las estadísticas del censo sobre las dimensiones de edad, género, ingresos familiares y región. Los resultados de la investigación no están ponderados y son estadísticamente significativos con un nivel de confianza del 95% dentro de ±2,95 puntos porcentuales basados en el margen de error calculado.

IMPACTO FINANCIERO

¿CUÁL ES LA MAGNITUD Y EL TIPO DE IMPACTO?

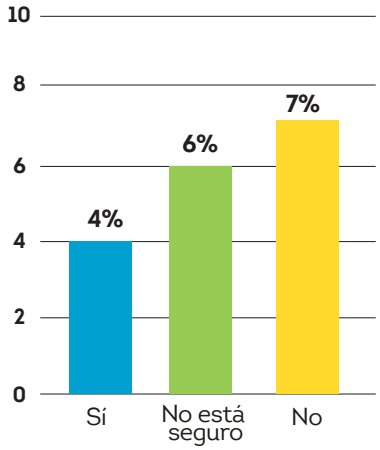
- El impacto financiero del COVID-19 en los hogares colombianos continúa siendo significativo. Más de ocho de cada diez colombianos (83%) dicen que los ingresos de sus hogares se han visto afectados negativamente, mientras que otro 10% espera o no está seguro de que se verán afectados en el futuro (este resultado no ha cambiado respecto al primer mes de la encuesta, que se realizó durante la semana del 13 de abril de 2020).
- Si bien es mayor en consumidores de menores ingresos, el impacto financiero del COVID-19 ha sido generalizado en todos los niveles de ingresos.
- Los consumidores en los sectores de actividad económica más vulnerables están sintiendo el mayor impacto en sus ingresos. En particular, más del 85% de los consumidores que están empleados en el comercio minorista, entretenimiento, restaurantes y servicios de comida, hoteles y alojamiento y la industria manufacturera indicaron un impacto negativo.
- Los consumidores que están empleados en pequeñas empresas (menos de 10 empleados) son los más afectados por el COVID-19 con un 90% que indica un impacto negativo.
- El 37% de los adultos afectados señala que sus horas de trabajo fueron reducidas (en comparación con el 33% en abril) y el 24% reportó haber perdido su empleo (en comparación con el 21% en abril). La encuesta también encontró que el 20% dijo ser dueño de una pequeña empresa que tuvo que cerrar o que ha visto reducidas sus ventas de forma significativa como resultado de las restricciones del COVID-19 (menor al 23% en abril).

Figura 1. Impacto percibido



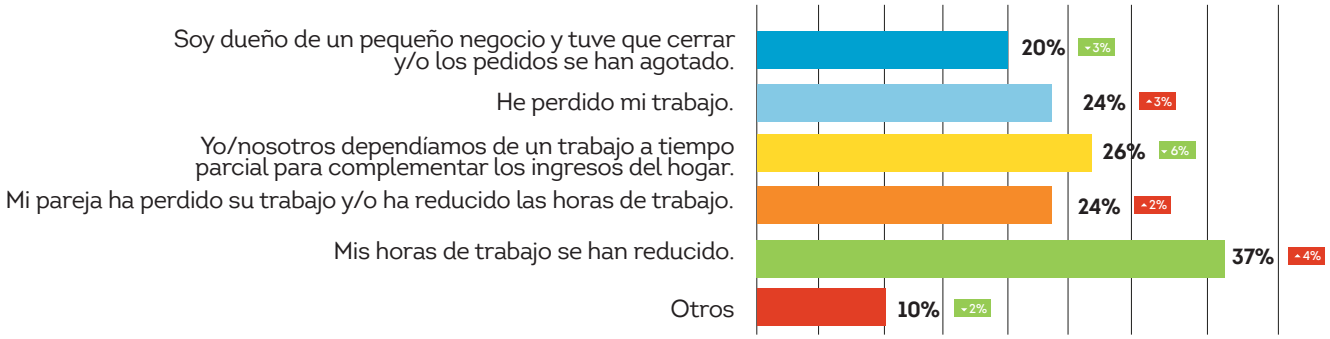
Porcentaje de consumidores que indicaron que sus ingresos familiares se han visto afectados.

Figura 2. ¿Espera ser impactado en el futuro?



 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.

Figura 3. ¿Cómo se ven afectados los ingresos actuales de su hogar?



OBLIGACIONES

¿CUÁL SERÁ EL IMPACTO SOBRE EL PAGO DE OBLIGACIONES?

- Un menor porcentaje de consumidores están preocupados por su capacidad para pagar obligaciones (80%, versus 83% en el mes anterior), y un 34% de ellos esperan tener un déficit en menos de 1 mes. Este tiempo no ha cambiado en relación con el mes anterior.
- Entre las obligaciones financieras que preocupan a los consumidores, los servicios públicos siguen siendo las que con mayor frecuencia indican que no podrán pagar, con el 49%. A estos les siguen las tarjetas de crédito, créditos personales, teléfonos móviles y pagos de alquiler (40%, 38%, 36% y 36%, respectivamente).
- El porcentaje de consumidores que indica que no podrán pagar su alquiler o su crédito de vivienda disminuyó en mayo con respecto a abril, de 56% a 50%. Para Millennials y Gen X, este número es mayor (53%, frente al 63% en abril para Millennials y 52% para Gen X).
- El déficit promedio que los encuestados indican al momento de pagar sus obligaciones aumentó entre las dos encuestas, de 976.700 COP a 1.005.043 COP.

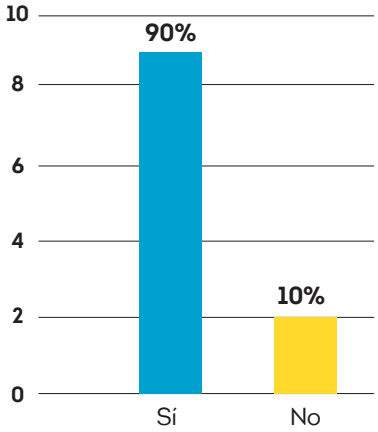
Figura 4. ¿Cuánto es su déficit presupuestal?

En promedio, la cantidad en que los consumidores que fueron afectados esperan quedarse cortos al pagar sus obligaciones es:

COP 1.005.043

¿Cuándo no podrá pagar?
Los consumidores afectados esperan no poder pagar sus obligaciones en 7,6 semanas.

Figura 5. ¿Le preocupa su capacidad para pagar sus obligaciones actuales?



 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.

Figura 6. Nivel regional de preocupación respecto a la capacidad de pago de obligaciones

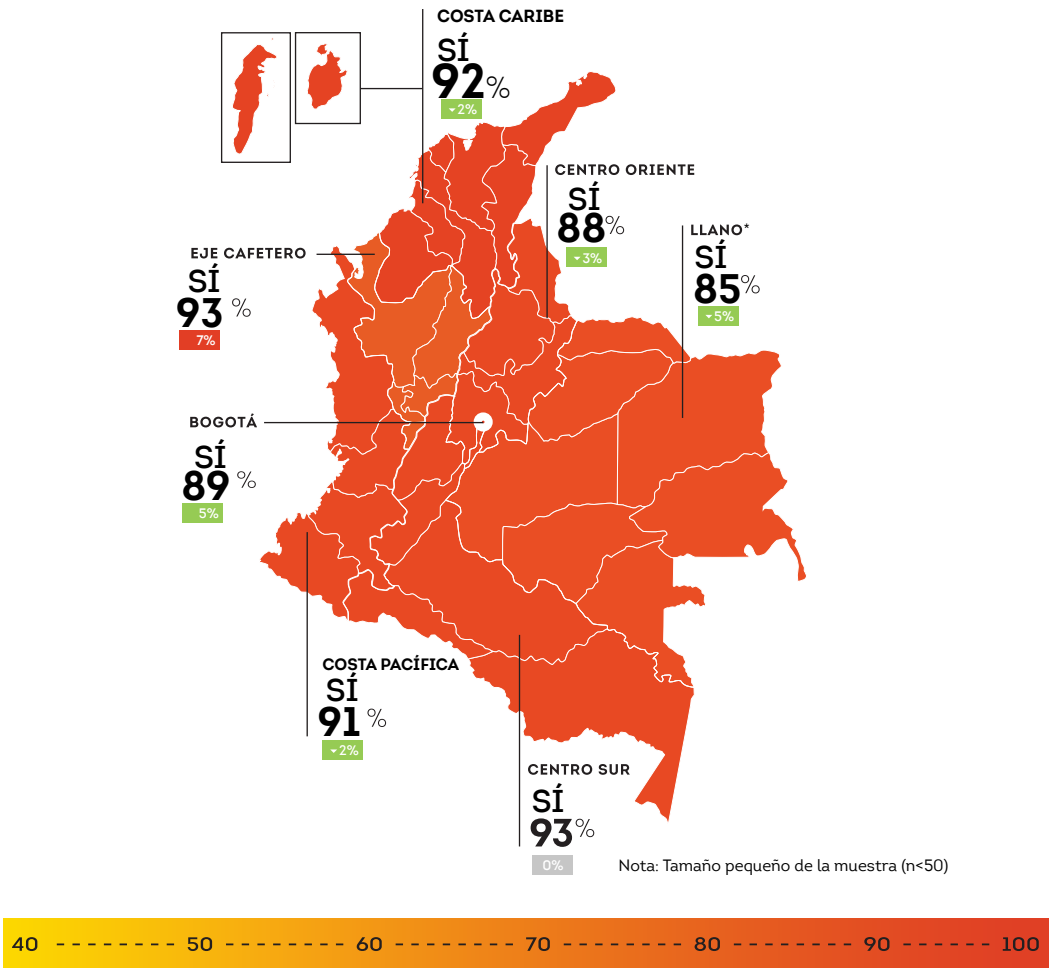
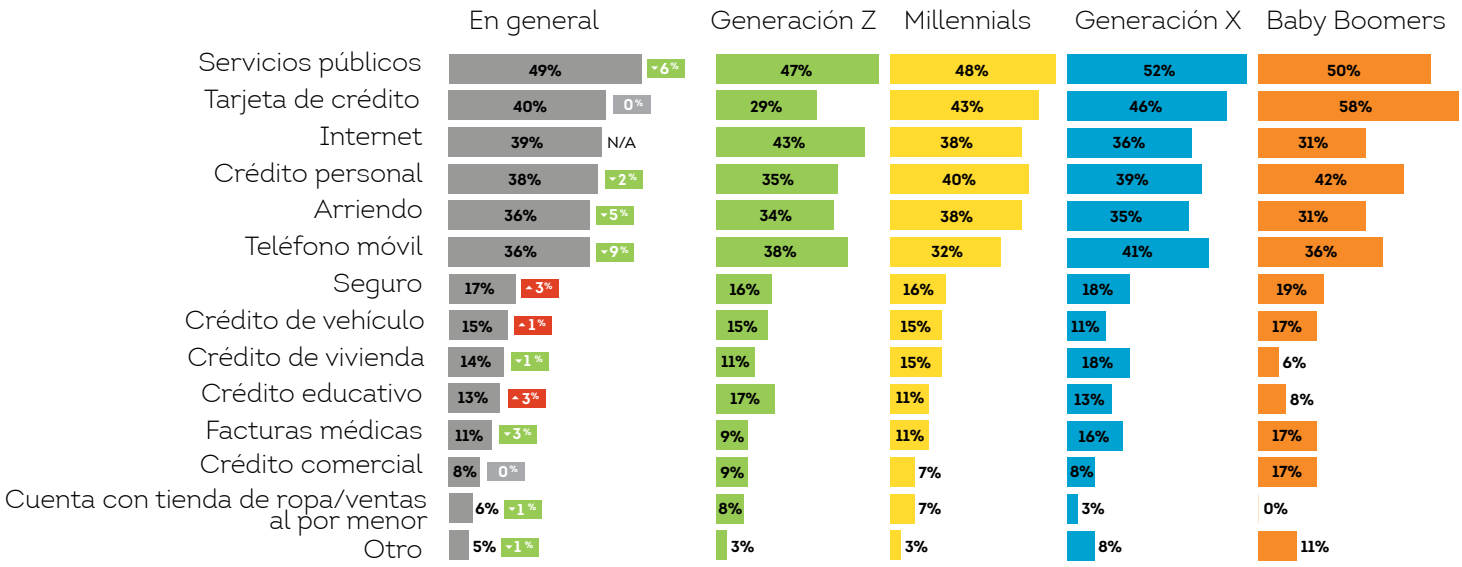


Figura 7. ¿Qué obligaciones le preocupan en términos de su capacidad de pago?



Porcentaje de consumidores de cada generación que podrá pagar cada obligación

* Los totales por generación pueden sumar más de 100% dado que cada persona puede elegir más de una opción

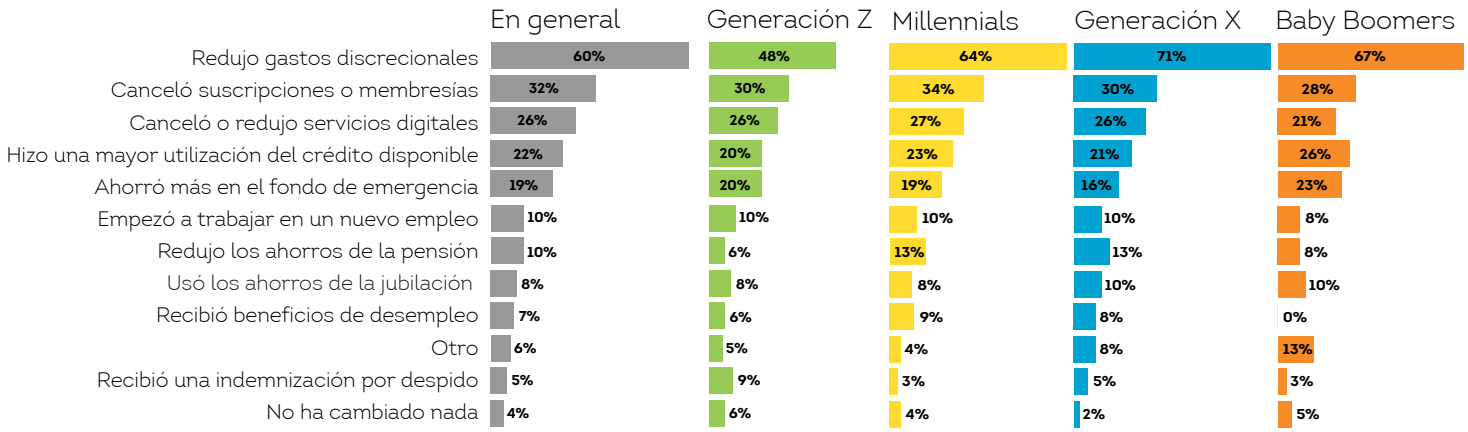
 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.

PRÓXIMOS PASOS

¿CÚAL ES SU PLAN?

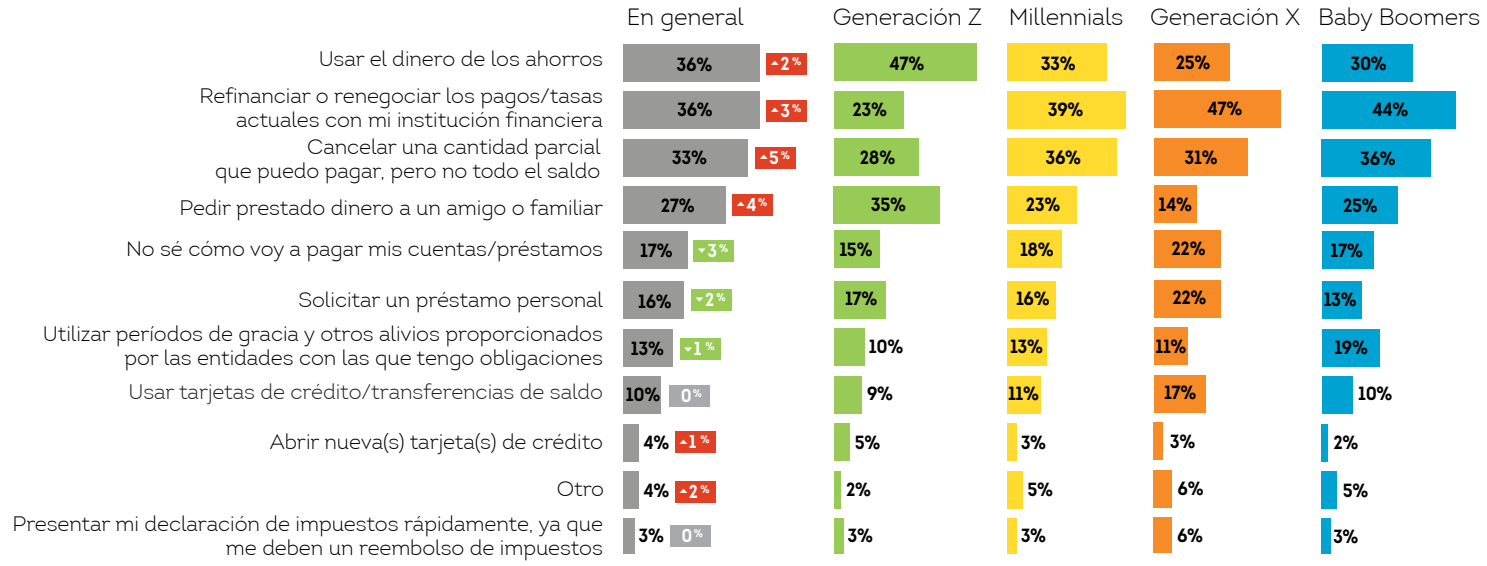
- Un mayor porcentaje de consumidores con impacto financiero está considerando opciones estratégicas para poder continuar realizando pagos (83%, frente al 80% en abril). El crédito parece ser clave para permitir esto, ya que el 36% de los consumidores indican que refinanciarán sus pagos actuales con su proveedor de servicios financieros, el 33% dijo que pagará una cantidad parcial y el 16% que pedirá un nuevo crédito. Además, los consumidores planean hacer frente a sus déficits utilizando los períodos de gracia y programas de alivio ofrecidos por las entidades (13%) y sus tarjetas de crédito existentes (10%).
- Los consumidores continúan siendo proactivos, con un 60% que indica que se han comunicado con las entidades con las que tienen cuentas para analizar las opciones de pago. Además, las entidades están creando conciencia sobre las opciones de pago, ya que el 67% de los consumidores informan haber recibido algún tipo de orientación al respecto.
- Muchos consumidores indicaron estar retrasando compras importantes, lo que podría ayudar en parte a mitigar el impacto económico negativo del COVID-19. En particular, el 26% de todos los encuestados dijeron que estaban retrasando la compra de una vivienda (frente al 21% en abril) y el 22% retrasaron la compra de un automóvil (frente al 18% en abril).
- Al mismo tiempo, los consumidores han comenzado a cambiar sus patrones de gasto para hacer frente al impacto negativo en los ingresos del hogar. El 60% indicó que ha reducido el gasto discrecional (por ejemplo, comer fuera, entretenimiento), mientras que el 32% ha cancelado membresía o suscripciones.

Figura 8. ¿Qué ha cambiado en su presupuesto familiar durante la pandemia del COVID-19?



* Los totales por generación pueden sumar más de 100% dado que cada persona puede elegir más de una opción

Figura 9. ¿Cuál es su plan para ayudar a pagar sus obligaciones actuales?



* Los totales por generación pueden sumar más de 100% dado que cada persona puede elegir más de una opción

 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.

Figura 10. ¿Se ha puesto en contacto con las empresas con las que tiene obligaciones para discutir las opciones de pago?

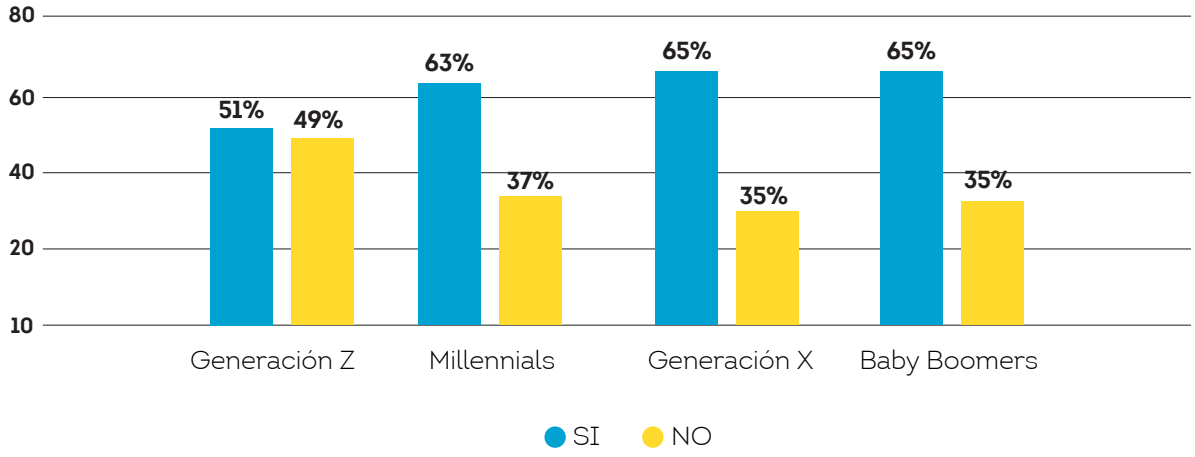
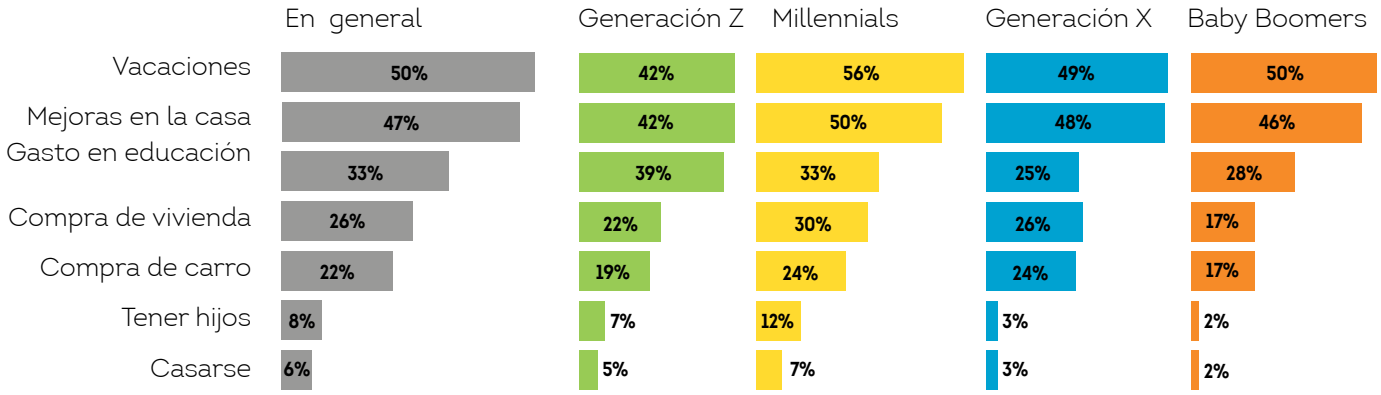


Figura 11. ¿Está posponiendo alguna de las siguientes compras importantes?



* Los totales por generación pueden sumar más de 100% dado que cada persona puede elegir más de una opción

Otros Hallazgos Importantes

→ La comunicación entre entidades y consumidores es hoy más importante que nunca, ya que los estafadores buscan aprovechar la pandemia. En mayo, el 21% de los consumidores colombianos fueron víctimas de esquemas de fraude relacionados con el COVID-19.

 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.

Figura 12. ¿Qué afirmación describe mejor su experiencia personal con cualquier intento de fraude digital relacionado con el COVID-19?

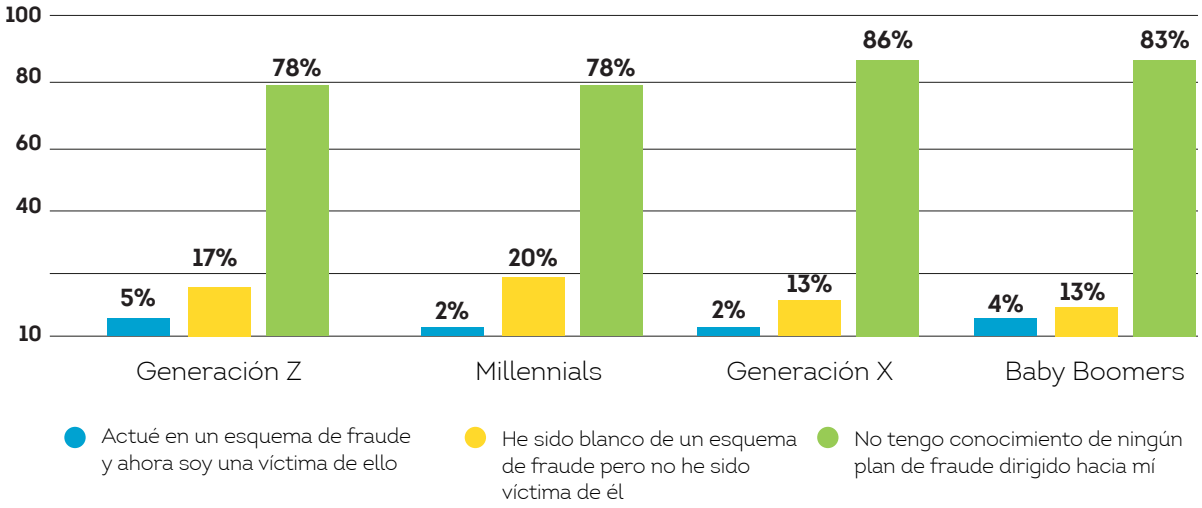
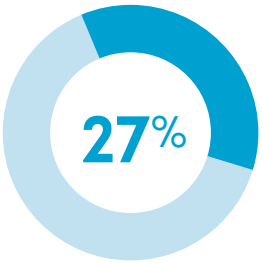
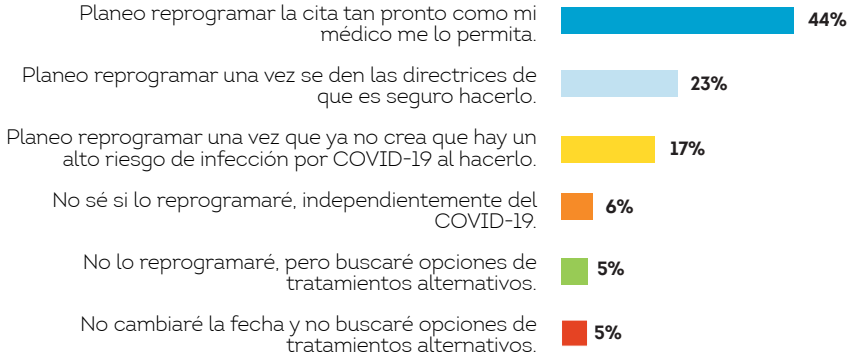


Figura 13a. Retraso en procedimientos médicos



Porcentaje de consumidores que han tenido una cirugía electiva, cita médica o procedimiento retrasado o cancelado debido al COVID-19.

Figura 13b. ¿Con qué urgencia planea reprogramar su cirugía electiva, cita o procedimiento médico?



CONTINÚE INFORMÁNDOSE

Si esta información le ha sido de utilidad y desea conocer más, regrese para el informe del próximo mes y visite nuestro sitio web del Estudio de dificultades financieras del consumidor de Colombia.
En TransUnion estamos comprometidos a continuar proporcionándole las actualizaciones, herramientas y recursos necesarios para poder comprender esta situación en constante evolución.

Para más información, por favor contacte a su Gerente de Cuenta de TransUnion.

 © 2020 TransUnion LLC. All Rights Reserved.