



RADDAR REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

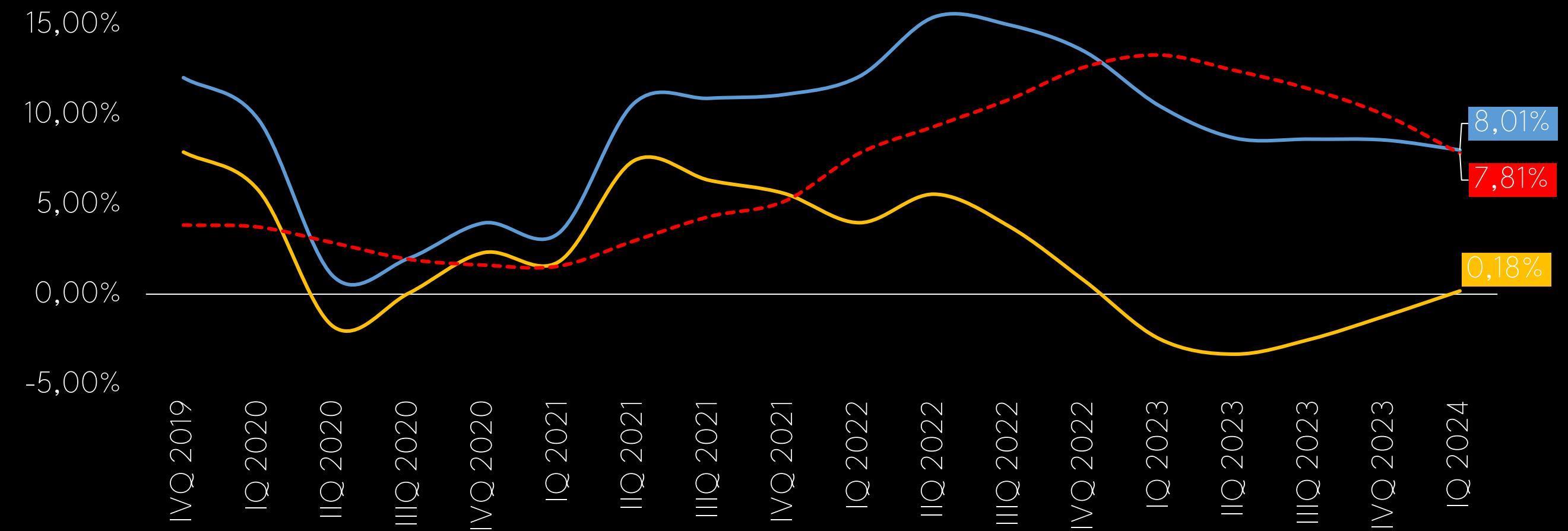
TE PRESENTAMOS LOS NUEVOS
INFORMES LIBRES DE RADDAR CKG.

Aquí podrás encontrar una contextualización general de cómo vemos el gasto y al consumidor colombiano desde nuestras herramientas de medición anuales, mensuales y diarias.

MARZO 2024

DINÁMICA TRIMESTRAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

— VAR. ANUAL GASTO CORRIENTE — VAR. ANUAL GASTO REAL - - - INFLACIÓN ANUAL



FACTORES AL ALZA:

- ▲ Gastos relacionados con la temporada vacacional de inicio de año, temporada escolar, semana santa y celebraciones como San Valentín y días de la mujer.
- ▲ Confianza del consumidor en mejor nivel que el primer trimestre de 2023.
- ▲ Incremento del salario mínimo que potenció el ingreso real de los hogares.
- ▲ Aceleración de recortes en tasas de interés por parte del Banco de la República.
- ▲ La apreciación del peso que implica menores precios en productos importados.

FACTORES A LA BAJA:

- ▼ Aumento en tarifas de transporte público en diversas ciudades del país y precios de bienes y servicios indexados.
- ▼ Permanece fuerte incentivo al ahorro por altas tasas de interés.
- ▼ Posible tenue actividad económica del primer trimestre que actuó como freno la generación de empleo y con ello, los ingresos de los hogares.
- ▼ Impactos del fenómeno de El Niño en los precios de alimentos y servicios.
- ▼ Pago de impuestos directos como el predial e impacto de impuestos indirectos como el de ultra procesados.

EL GASTO DE LOS HOGARES EN
EL IQ 2024 FUE DE

\$261,10

BILLONES DE PESOS

CON UN CRECIMIENTO
CORRIENTE ANUAL DE

8,01%

UNA INFLACIÓN ANUAL
PROMEDIO DEL TRIMESTRE

7,81%

Y UN CRECIMIENTO ANUAL DEL
GASTO REAL DE

0,18%

FUENTE: Gastometría Marzo-2024, RADDAR.

EN MARZO DE 2024, LA VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES VUELVE A CAER

En marzo de 2024, el gasto de los hogares, desde la medición de Gastometría de RADDAR, fue de \$83,9 billones de pesos. En marzo de 2023, el gasto de los hogares fue de \$78,5 billones, lo que significa un crecimiento en términos corrientes de 6,92%, menor que el mes anterior.

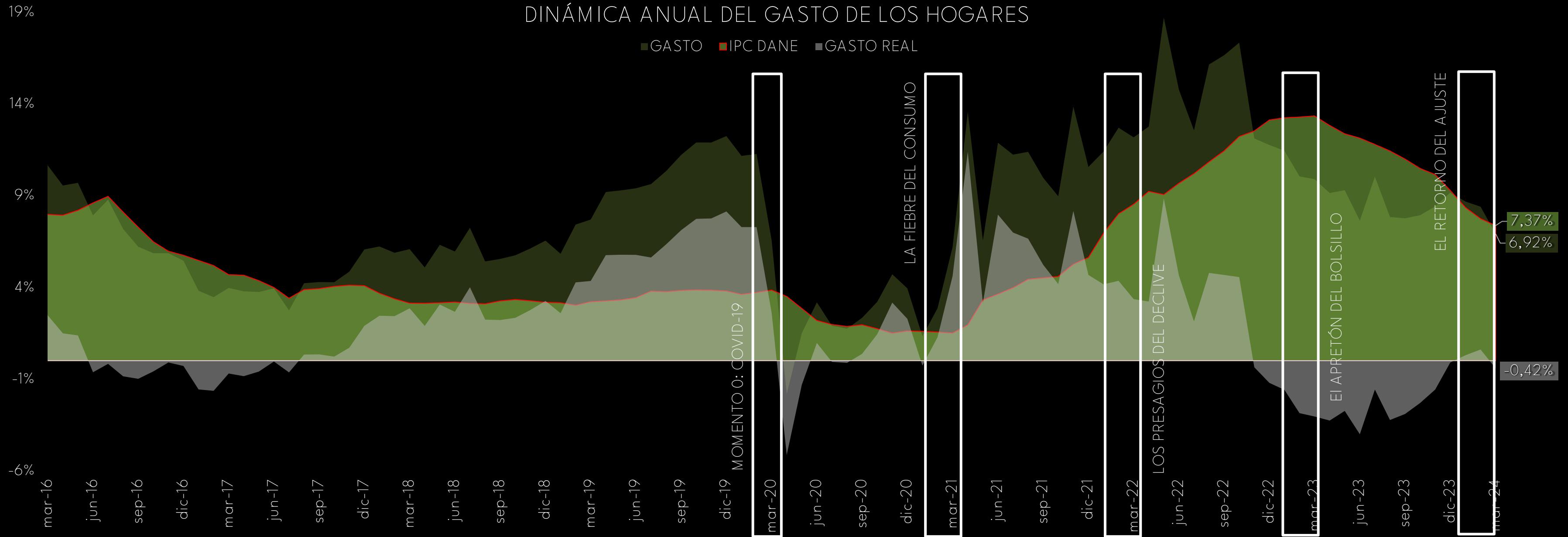
En términos reales, el crecimiento anual del gasto fue de -0,41%, después de dos meses de crecimiento. La colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 10,1%, debido mayormente a la dinámica en colocación de crédito hipotecario frente al año pasado (53,6%); la colocación con tarjeta de crédito tuvo un crecimiento anual de 3,9%, inferior a la inflación de 7,36%.

Este comportamiento refleja una menor disposición de compra de los hogares en Colombia donde la lenta contracción de la inflación no genera un alivio suficiente en el bolsillo. Un año después del mayor pico inflacionario (13,34%) los hogares pueden mantener una posición cautelosa frente al gasto.

-0,4%

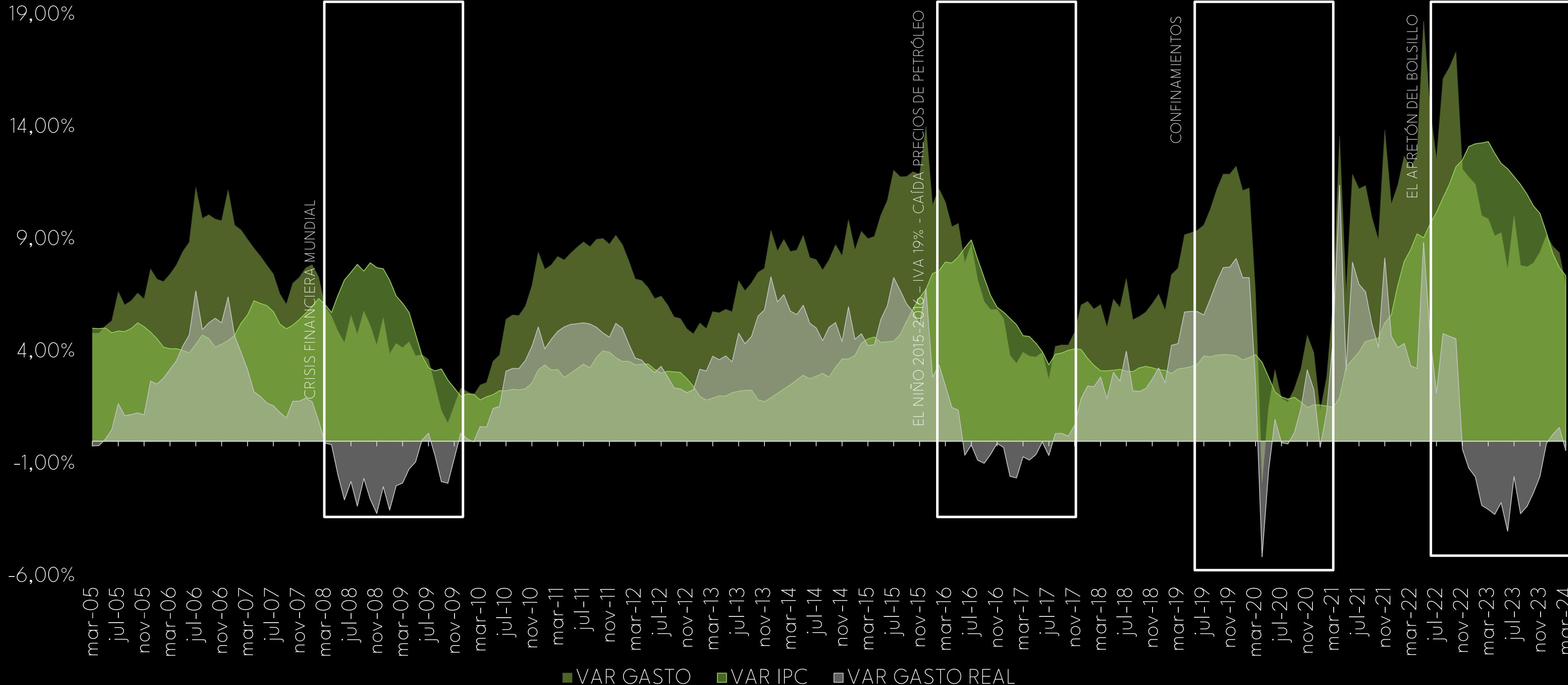
DECRECIÓ EL GASTO DE LOS HOGARES EN MARZO DE 2024,
COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO PASADO.

EL MES DE MARZO NO HA SIDO FÁCIL PARA EL GASTO DE LOS HOGARES: LUEGO DE DOS MESES DE RECUPERACIÓN, EL GASTO REAL REGRESA A TERRENOS NEGATIVOS

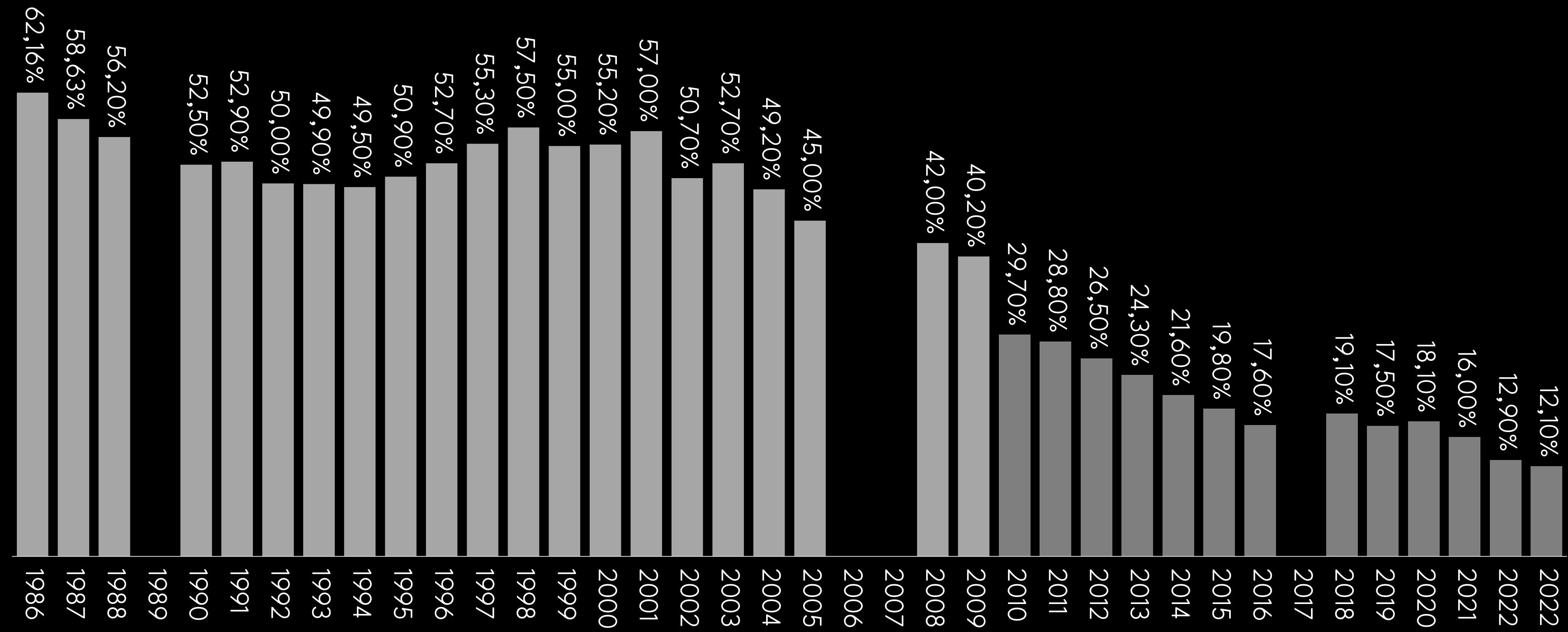


Durante los últimos años, el mes de marzo se ha consolidado como un periodo retador. Desde la llegada de la pandemia en marzo de 2020, las cosas han cambiado, pues fue allí donde el gasto de los hogares emprendería un terreno poco firme, con un poco de volatilidad e incertidumbre. En marzo de 2021, las jornadas de vacunación tomaban impulso y con ello, una evidente reactivación del gasto, sin embargo, desde marzo de 2022 se empezaban a evidenciar las señales de desaceleración, que, junto con la invasión rusa de Ucrania, complejizaba la dinámica inflacionaria de algunos productos a nivel mundial. Un año después, en marzo de 2023, los hogares se enfrentarían a la inflación más alta de los últimos años y con ello, la obligación de ajustarse el cinturón, propiciando posteriormente una contundente caída del gasto. Entre subidas y bajadas, marzo de 2024, vuelve a mostrarnos un cambio en la tendencia, pues luego de un breve respiro, con dos meses de recuperación, el gasto real de los hogares regresa a terrenos negativos, pese a que la inflación continúa su lento camino de contracción.

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES – LA HISTORIA



POBLACIÓN EN POBREZA POR NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS Y POBREZA MULTIDIMENSIONAL (DANE EN DIFERENTES FUENTES)





RADV Consumer Knowledge Group

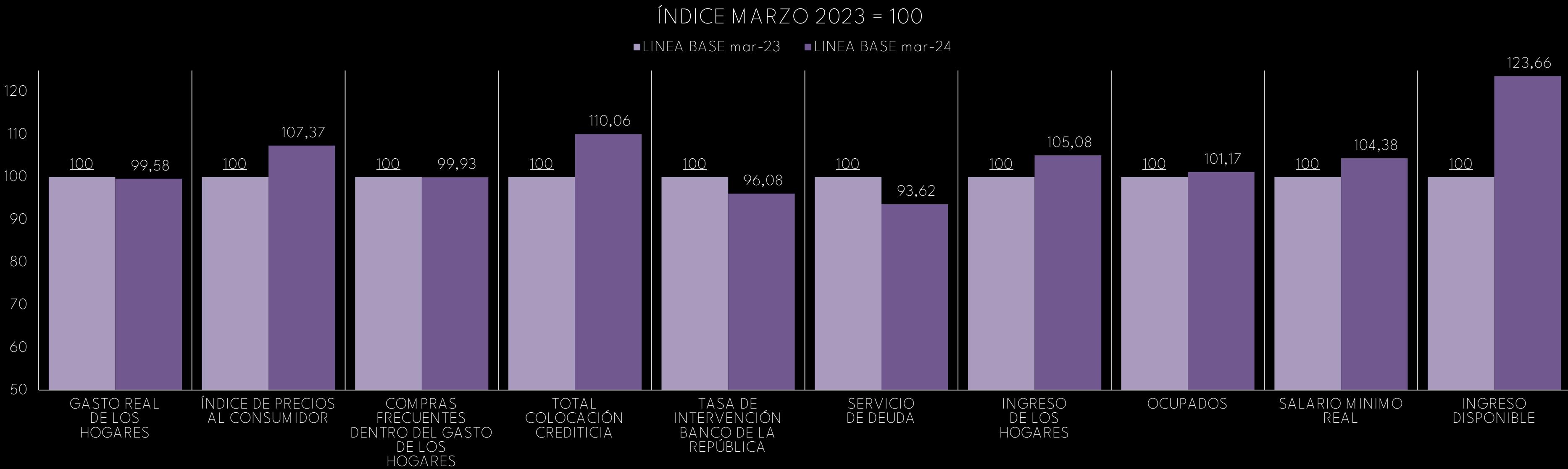
FINANCIAL REPORT

Analiza los principales indicadores financieros que afectan a los hogares en Colombia: tasas de interés, colocación de crédito, fuentes del gasto y otros indicadores económicos.

En el escenario económico actual, los salarios y rentas siguen siendo los motores principales del gasto, pero las señales de declive en el mercado laboral podrían encender las alarmas. Mientras tanto, la capacidad crediticia permanece en un estado debilitado, añadiendo incertidumbre al panorama financiero.

MARZO 2024

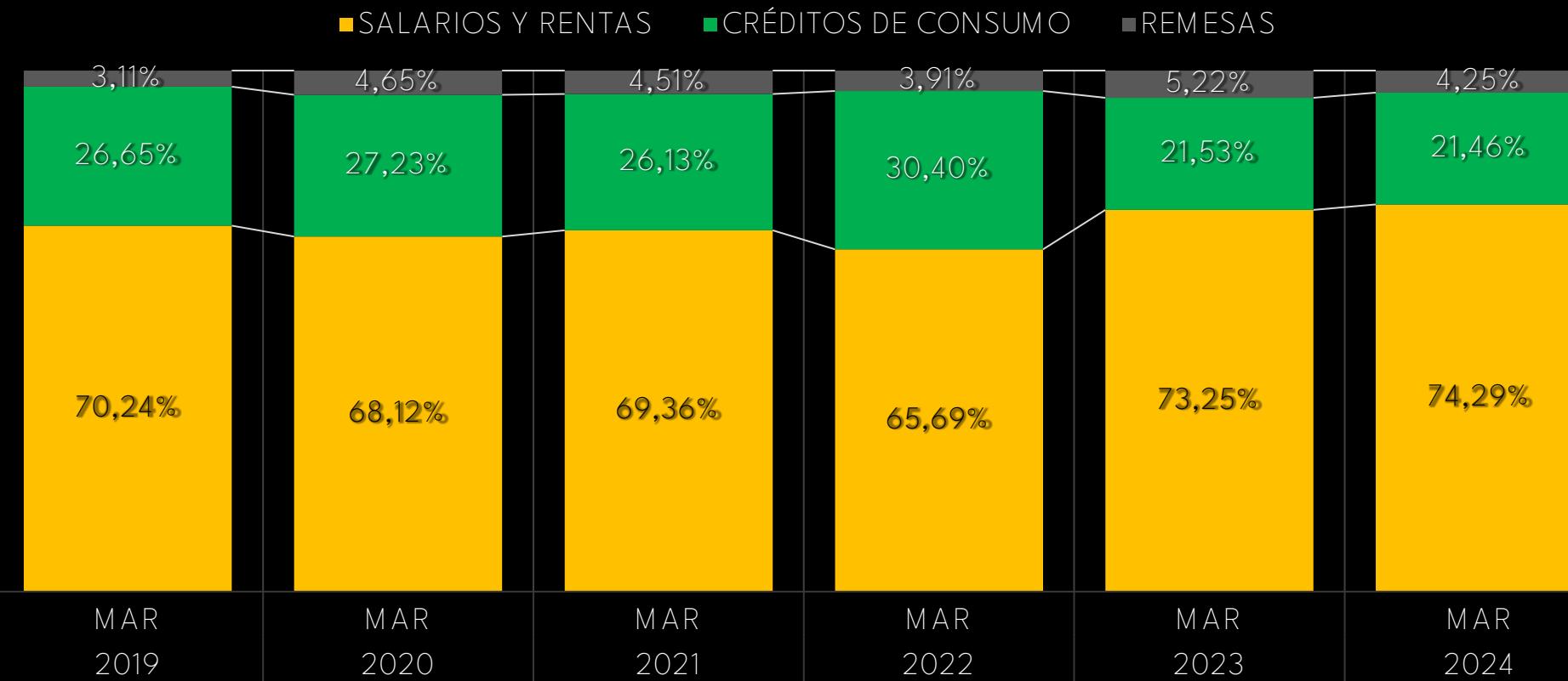
¿CÓMO ESTÁN ALGUNOS INDICADORES DE LAS FINANZAS DE LOS HOGARES UN AÑO DESPUÉS DEL MAYOR PICO INFLACIONARIO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS?



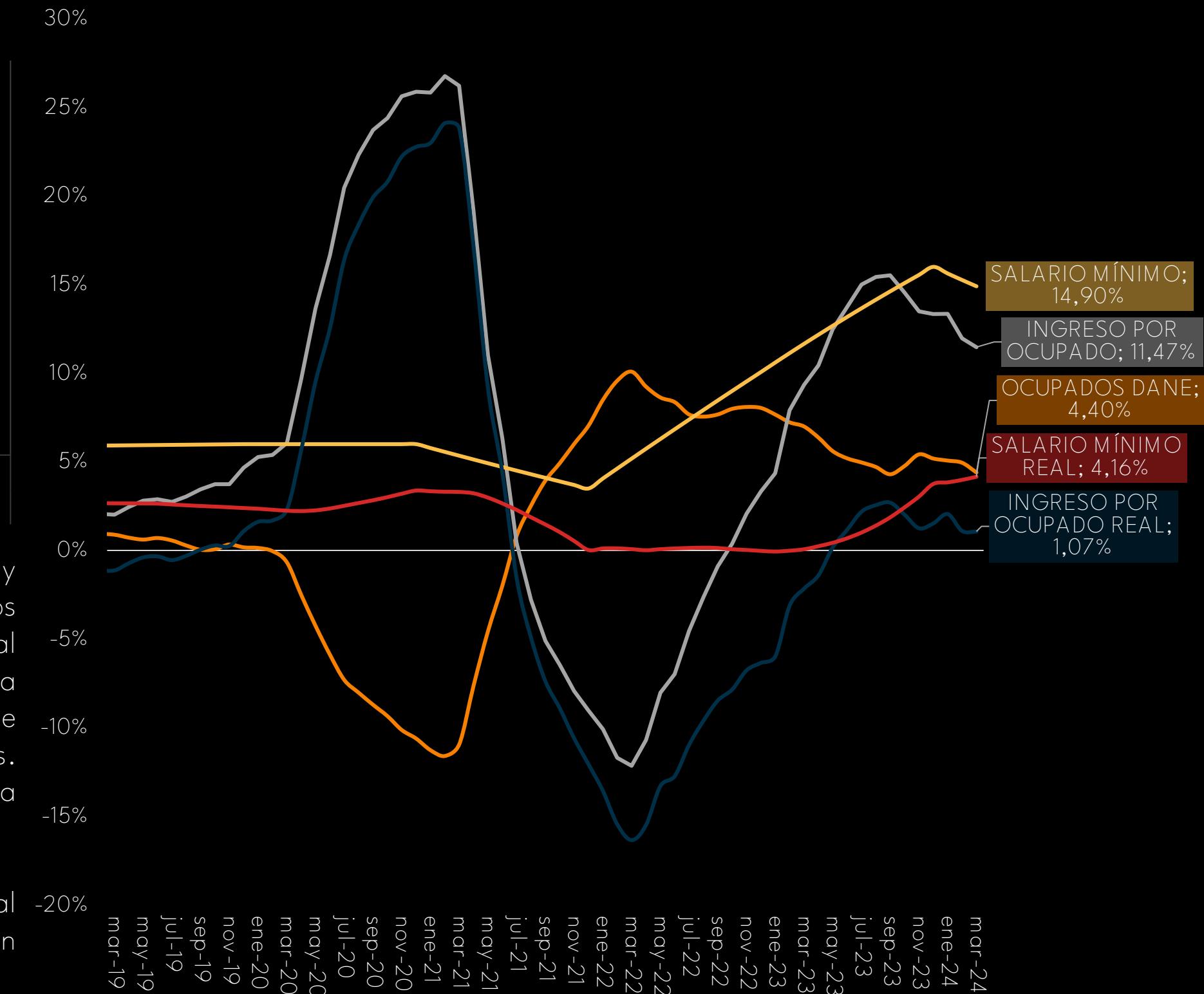
En marzo de 2023, los hogares en Colombia experimentaron el pico inflacionario más alto registrado desde 1999. Desde entonces, la inflación ha completado un año de descenso, cediendo hasta el 7,36% en marzo de 2024. El fuerte incremento de los precios fue uno de los factores más influyentes en la desaceleración de la actividad económica durante el año 2023, así como uno de los factores que impactó en mayor medida el desempeño del gasto de los hogares. Un año después, se pueden seguir observando las consecuencias de este fenómeno: para marzo de 2024, el gasto real de los hogares volvió a registrar una contracción en su variación anual. Esto, a pesar de que indicadores como el número de ocupados en la economía y la dinámica del salario mínimo real han presentado una mejora, impactando el ingreso de los hogares. Aun así, una disminución en el servicio de la deuda y un incremento en el ingreso disponible podrían indicar que los hogares están siendo más cautelosos en cómo realizan sus compras, especialmente en el uso del crédito, lo cual puede ser resultado de unas menores expectativas frente al desempeño de la economía en este año.

LOS SALARIOS CONTINÚAN SIENDO LA PRINCIPAL FUENTE DE INGRESO DE LOS HOGARES A PESAR DE LAS SEÑALES DE DETERIORO DEL MERCADO LABORAL

FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES - MARZO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS



VARIACIÓN ANUAL MERCADO LABORAL Y SALARIOS - PROMEDIO 12 MESES



Respecto a la dinámica de las fuentes de ingreso de los hogares, se observó que los salarios y rentas representaron cerca del 74% de las fuentes de gasto, uno de los niveles más altos de los últimos marzos. Sin embargo, el mercado laboral continúa dando señales de deterioro, lo cual puede ir en línea con la desaceleración de la actividad económica en el último año. De esta forma, la tendencia de 12 meses evidencia una desaceleración en la generación de puestos de trabajo, así como una menor dinámica del ingreso por ocupado en términos corrientes y reales. Esto podría tener un impacto en las dinámicas de gasto de los hogares dado el peso de esta fuente de ingreso.

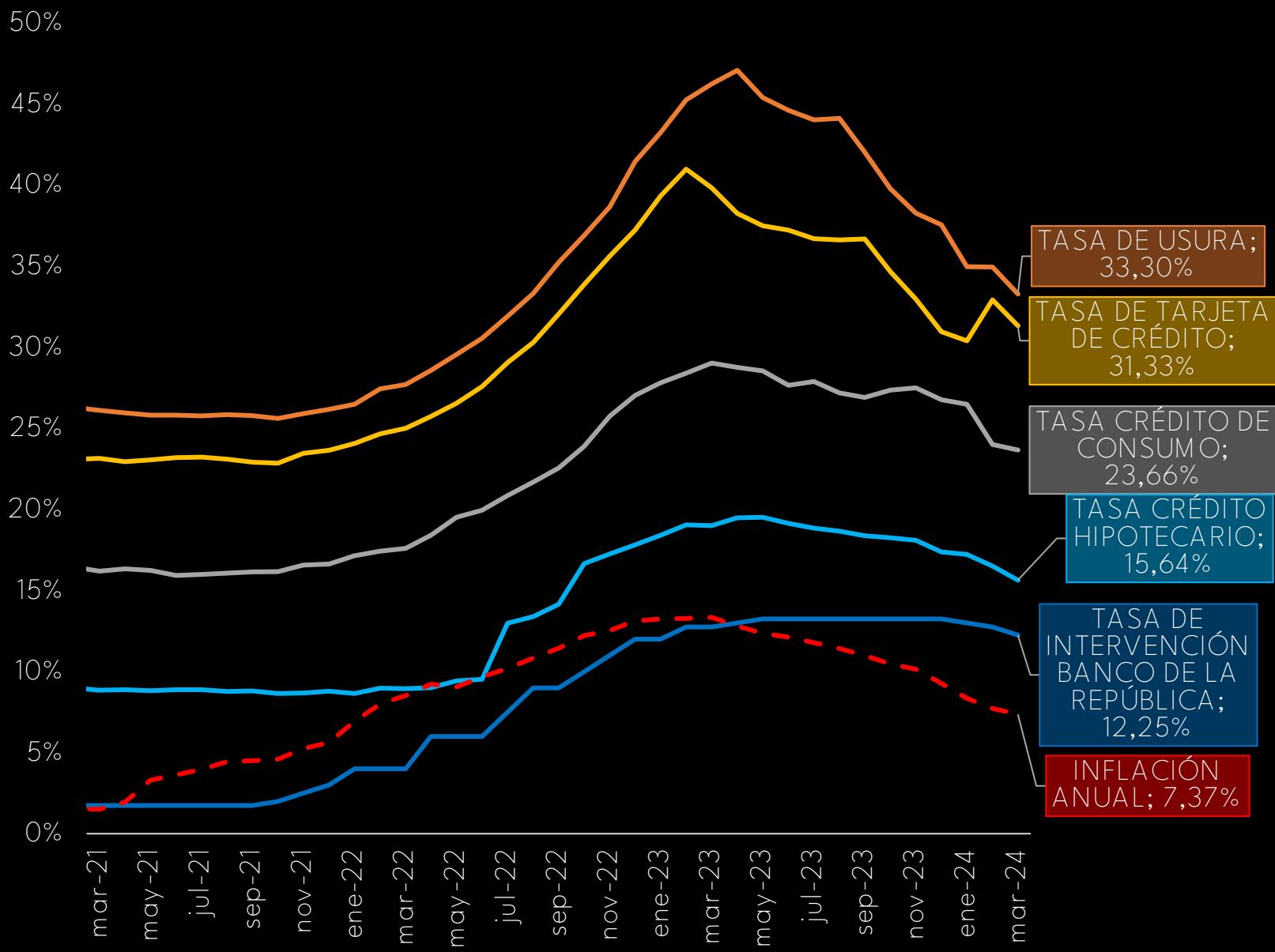
Por otro lado, para este mes los créditos de consumo volvieron a aportar positivamente al cambio en el gasto. Mientras tanto, a pesar de la buena dinámica en la recepción de remesas en dólares, el tipo de cambio ha hecho que cada dólar pueda comprar menos pesos colombianos.

FUENTES DEL CRECIMIENTO DEL GASTO - HISTORIA



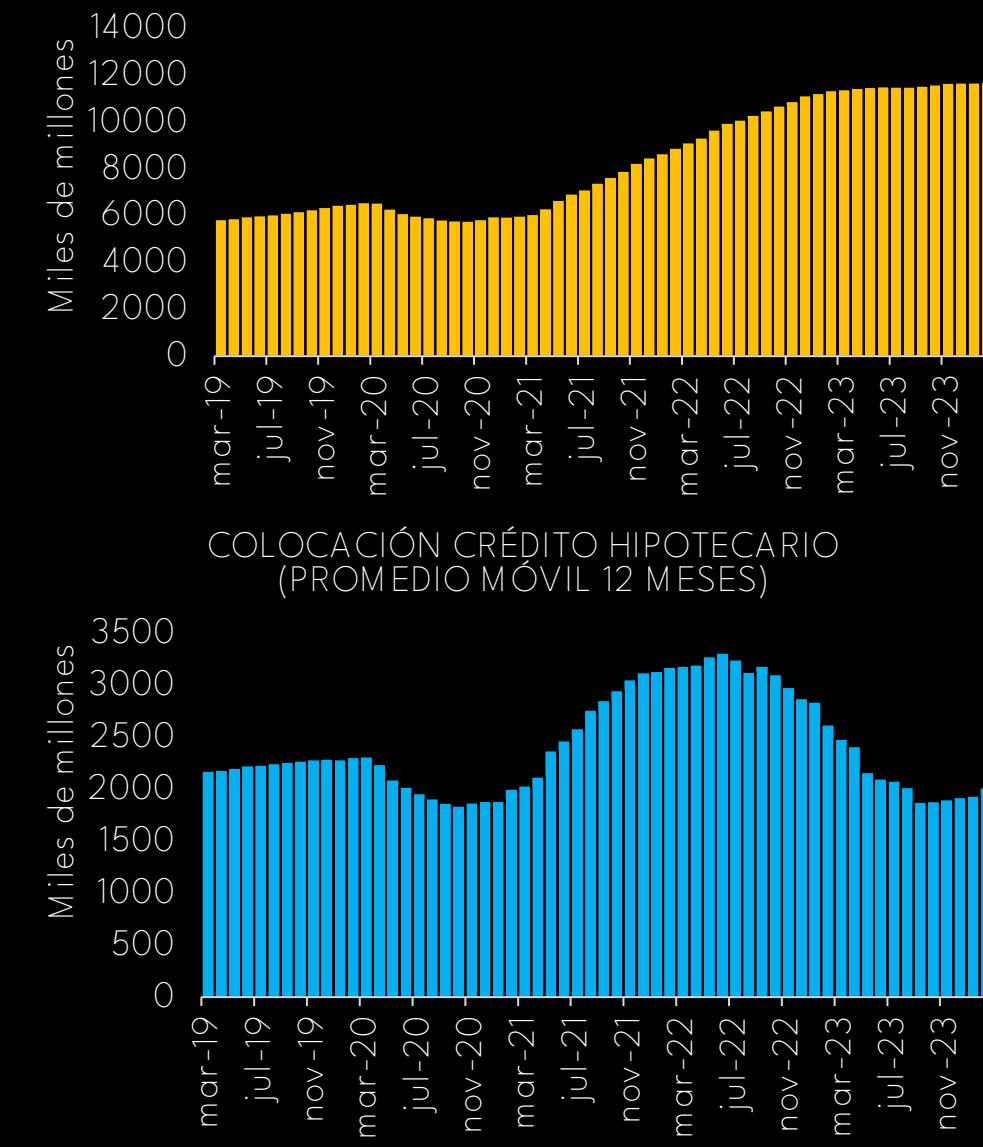
LA COLOCACIÓN DE CRÉDITOS SE ENCUENTRA ESTANCADA A PESAR DE LA DISMINUCIÓN DE LAS TASAS DE INTERÉS

TASAS DE ÍTERES CORRIENTES

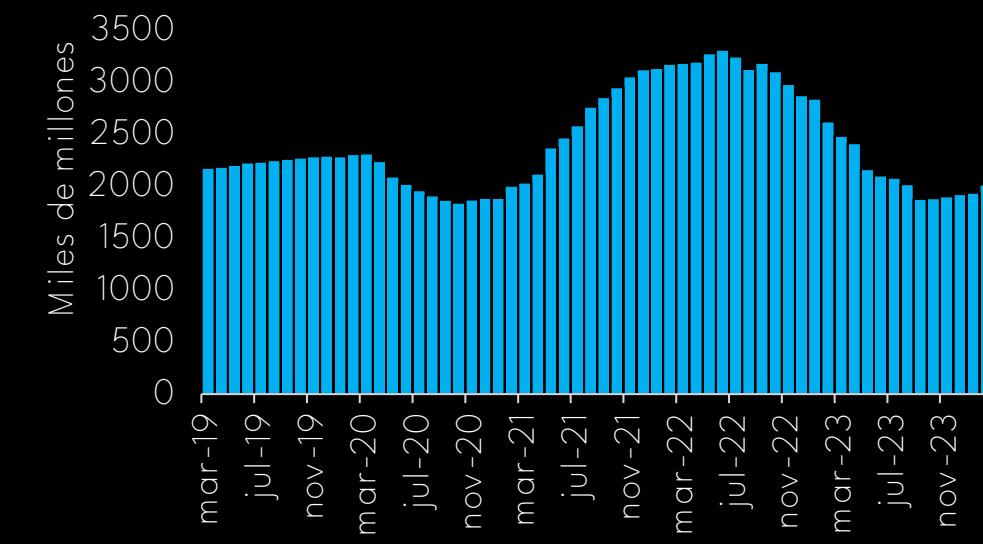


En cuanto a la dinámica de las tasas de interés en marzo de 2024, estas mantienen una tendencia a la baja en línea con la dinámica de la tasa de interés del Banco de la República y las decisiones de recorte en las últimas reuniones de la Junta Directiva. De hecho, la reducción de marzo (50 puntos) representó una aceleración respecto a los 25 puntos de descenso de las últimas dos reuniones. Esta dinámica se da a medida que las correcciones en la inflación se hacen más marcadas.

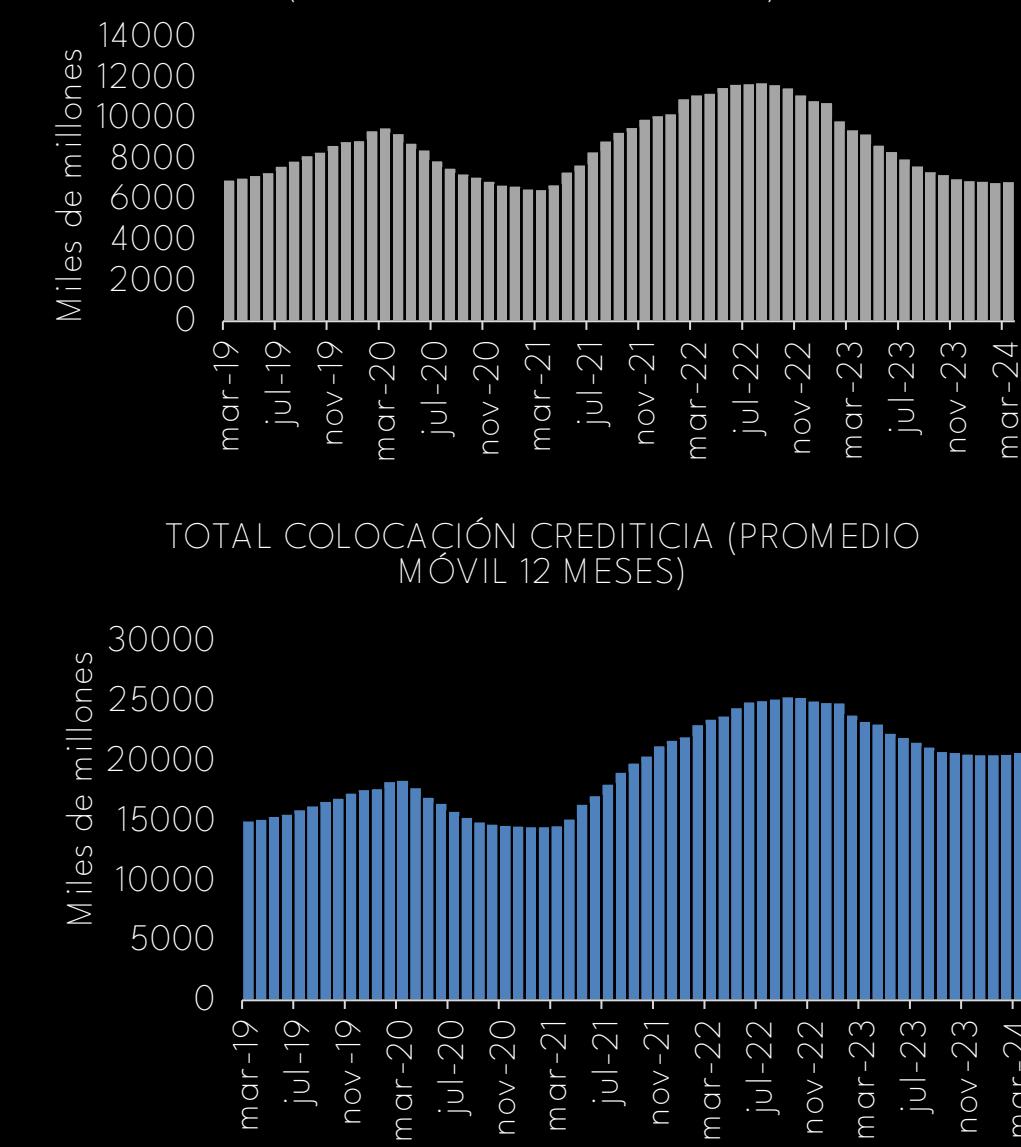
COLOCACIÓN TARJETA DE CRÉDITO (PROMEDIO MÓVIL 12 MESES)



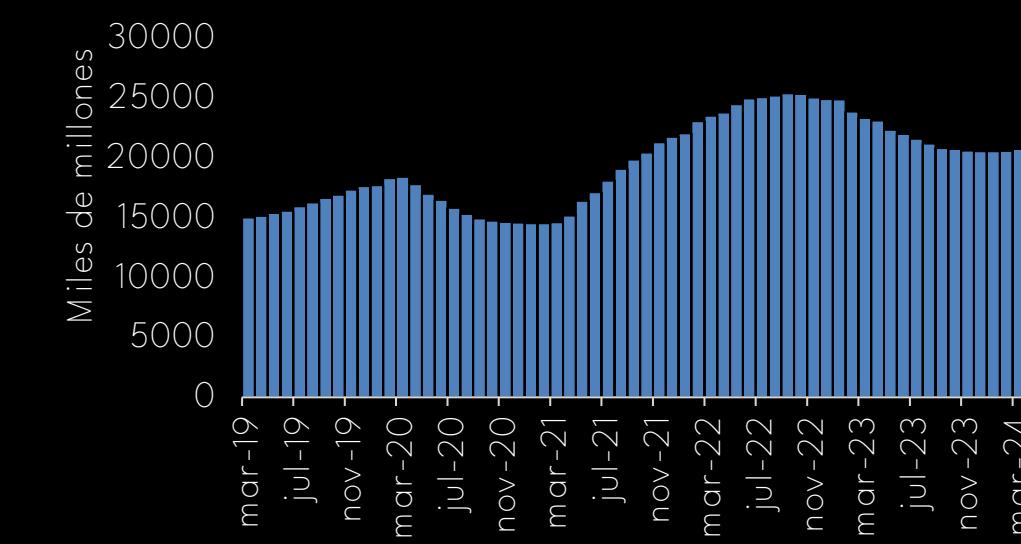
COLOCACIÓN CRÉDITO HIPOTECARIO (PROMEDIO MÓVIL 12 MESES)



COLOCACIÓN CRÉDITO DE CONSUMO (PROMEDIO MÓVIL 12 MESES)



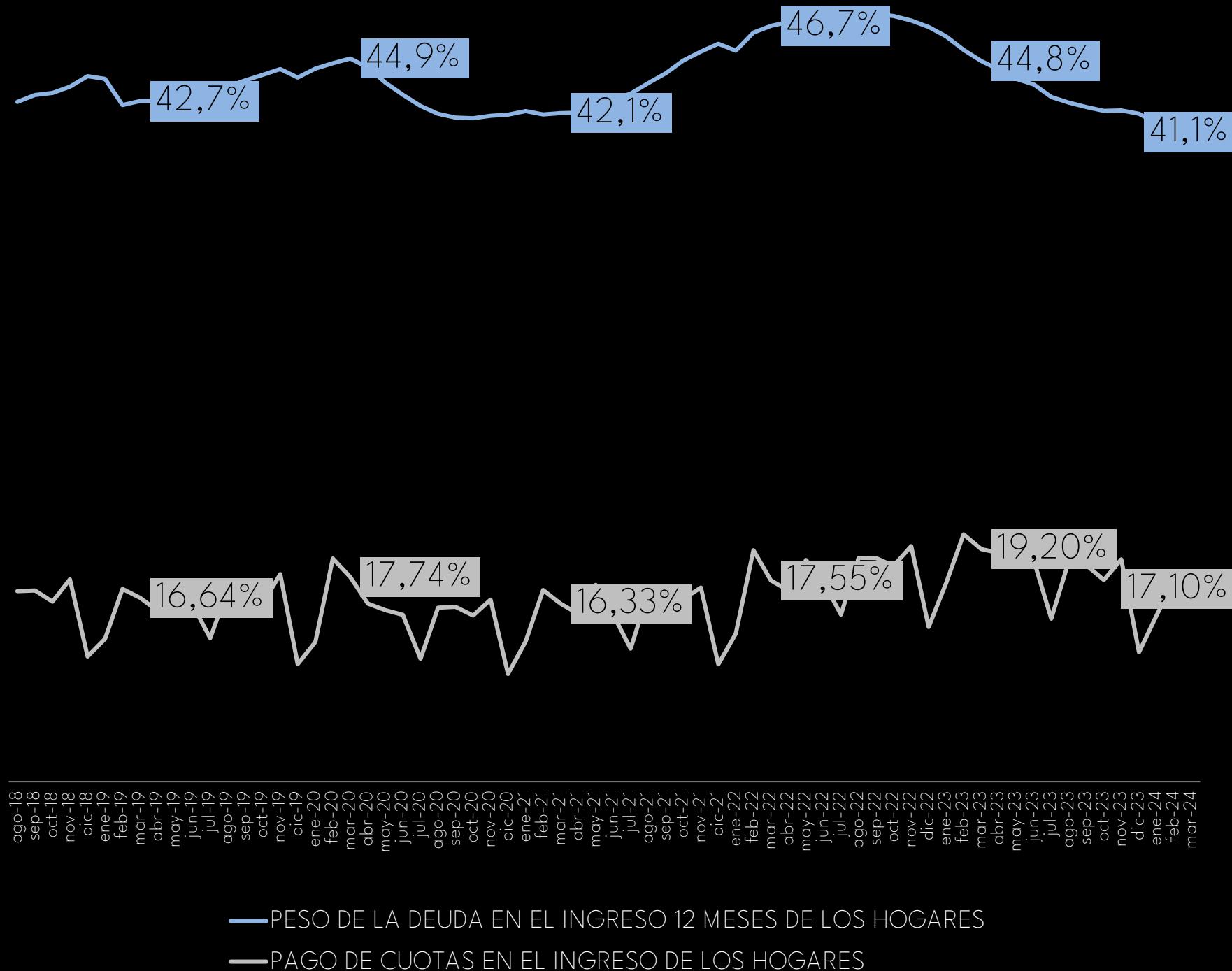
TOTAL COLOCACIÓN CREDITICIA (PROMEDIO MÓVIL 12 MESES)



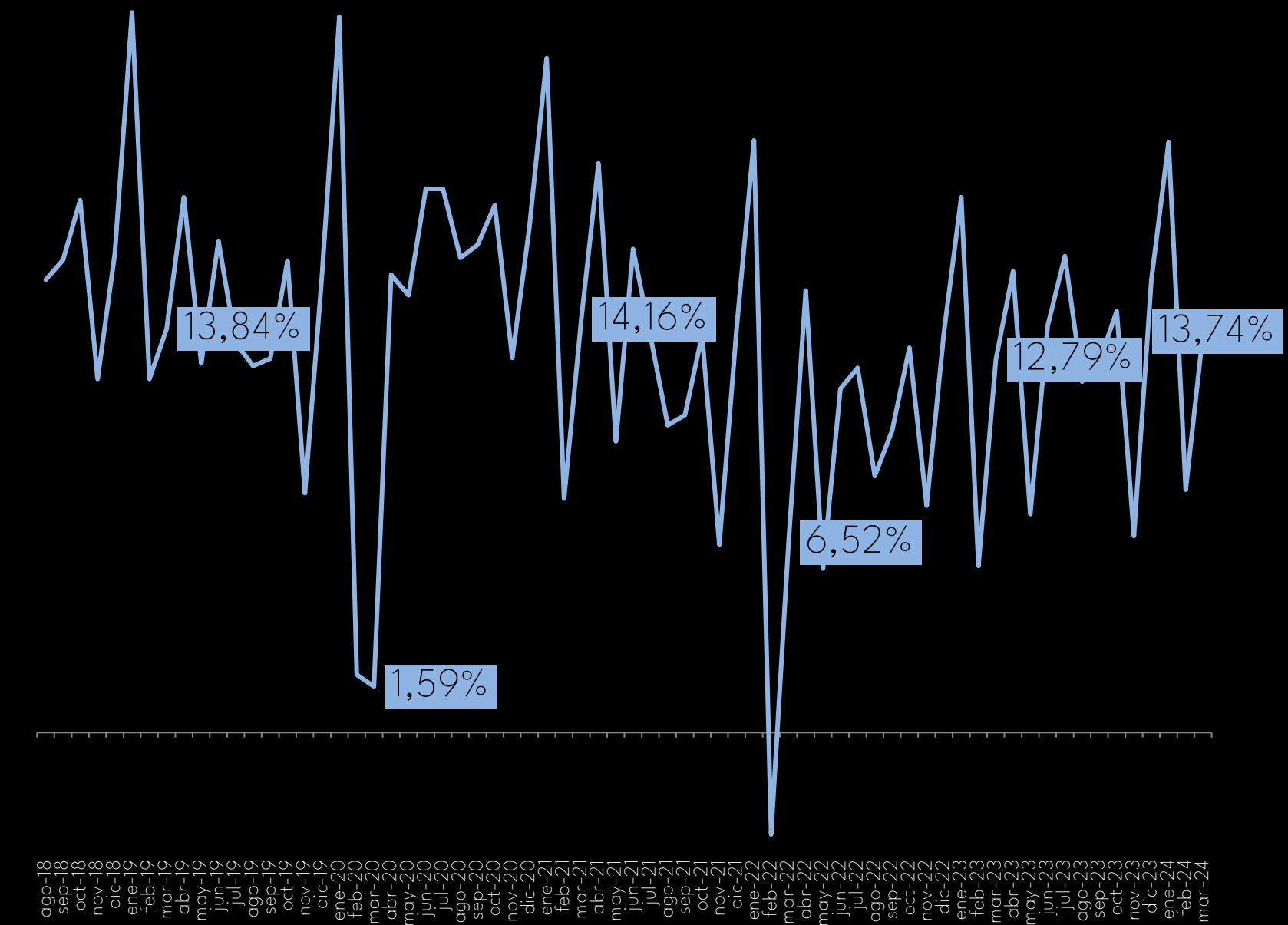
Aun así, el escenario que se observa en la tendencia de la colocación crediticia no es muy alentador, pues el recorte en las tasas de interés aún no exhibe un impacto importante en la debilitada colocación crediticia. Esto puede indicar que los consumidores pueden estar tomando una postura más conservadora frente al endeudamiento, lo cual puede ser resultado de una menor confianza en medio de la incertidumbre política y las bajas previsiones de crecimiento económico. Estas circunstancias pueden tener amplias implicaciones para la economía y el gasto de los hogares, especialmente en rubros de grandes desembolsos como vehículos o electrodomésticos, así como la venta de vivienda.

LA COLOCACIÓN DE CRÉDITOS SE ENCUENTRA ESTANCADA A PESAR DE LA DISMINUCIÓN DE LAS TASAS DE INTERÉS

PESO DE LA DEUDA VS SERVICIO DE DEUDA

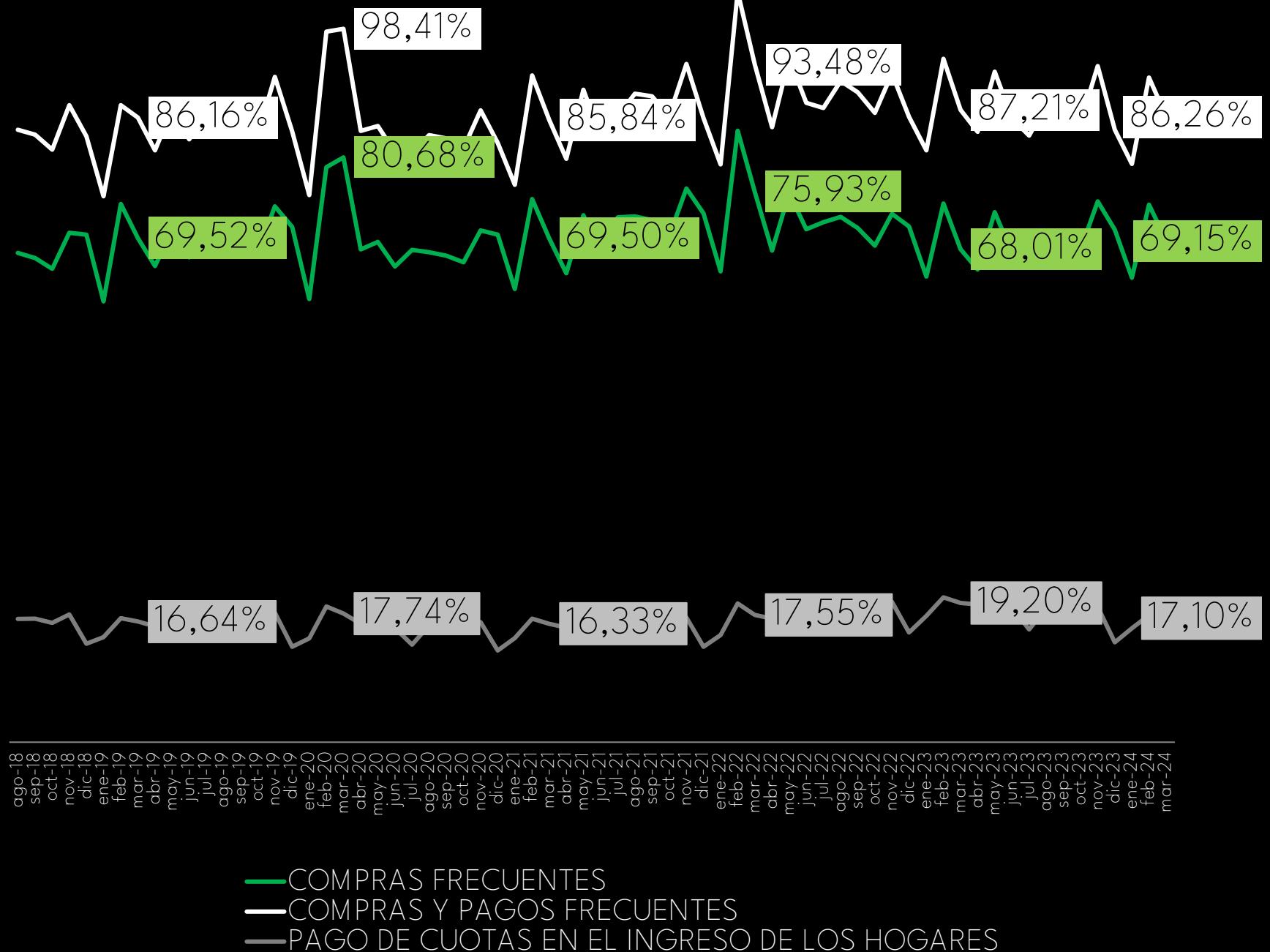


INGRESO DISPONIBLE SOBRE EL INGRESO DE LOS HOGARES

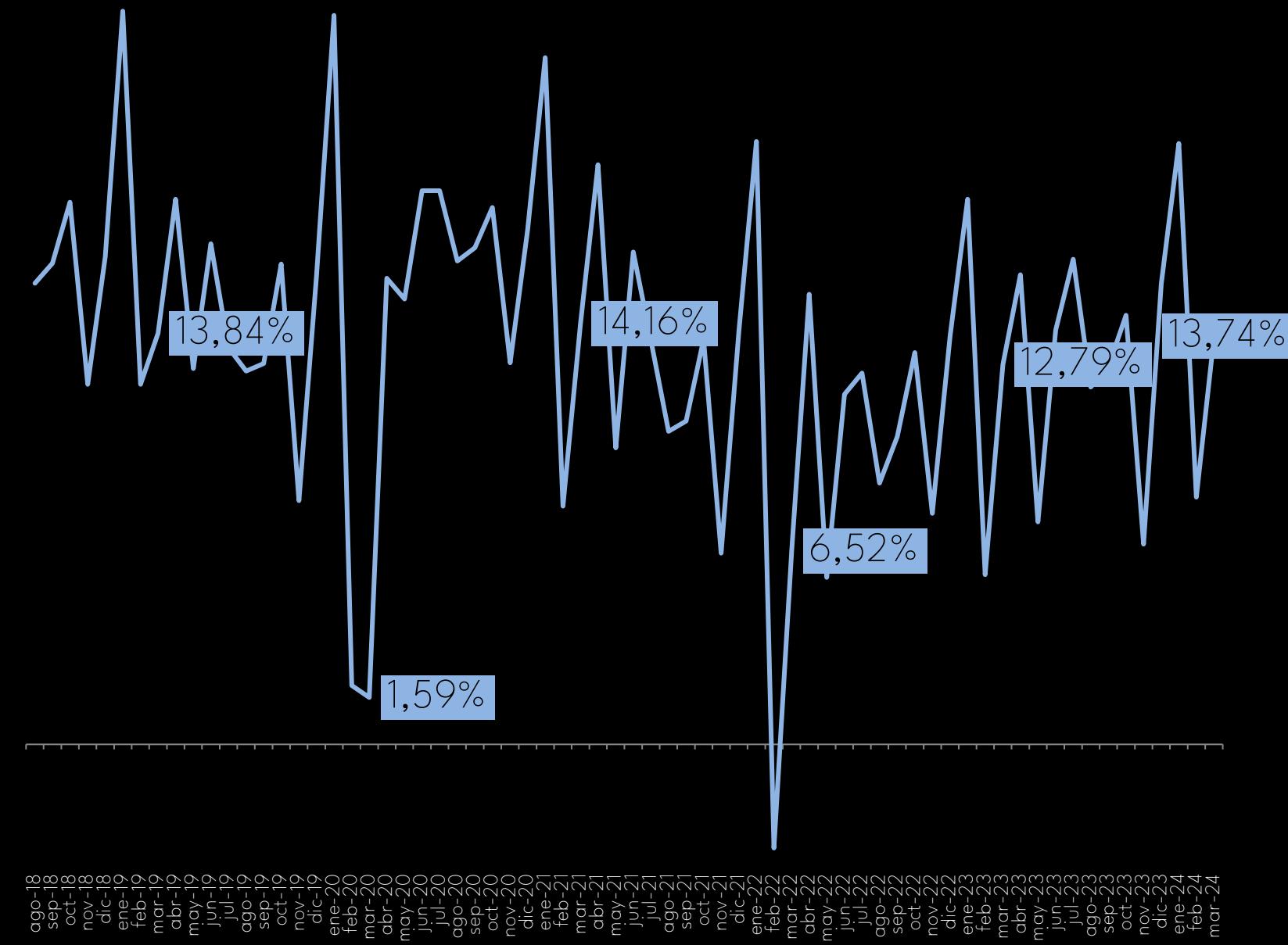


LA COLOCACIÓN DE CRÉDITOS SE ENCUENTRA ESTANCADA A PESAR DE LA DISMINUCIÓN DE LAS TASAS DE INTERÉS

ESTRUCTURA DEL GASTO RECURRENTE DE LOS HOGARES



INGRESO DISPONIBLE SOBRE EL INGRESO DE LOS HOGARES





RAADV Consumer
Knowledge Group

GASTOMETRÍA

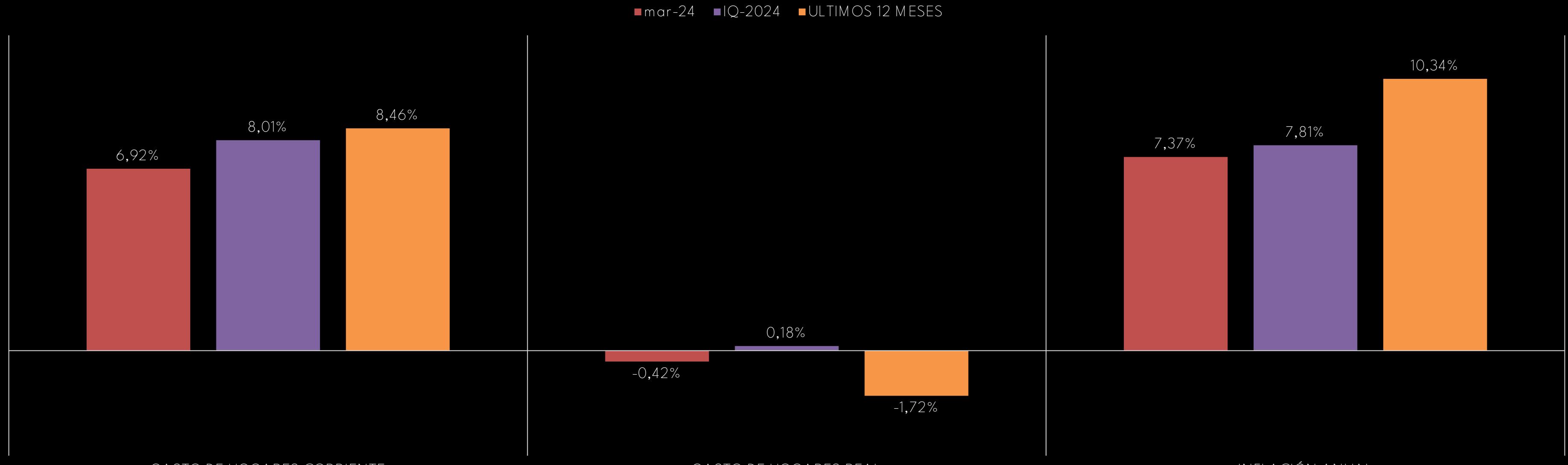
Analiza la dinámica del gasto de los hogares en diferentes canastas de consumo abierto a las 13 ciudades principales del país.

El gasto de los hogares durante los últimos marzos ha sido un baile entre desafíos y recompensas, marcando una historia de cambios en el bolsillo del consumidor

MARZO 2024

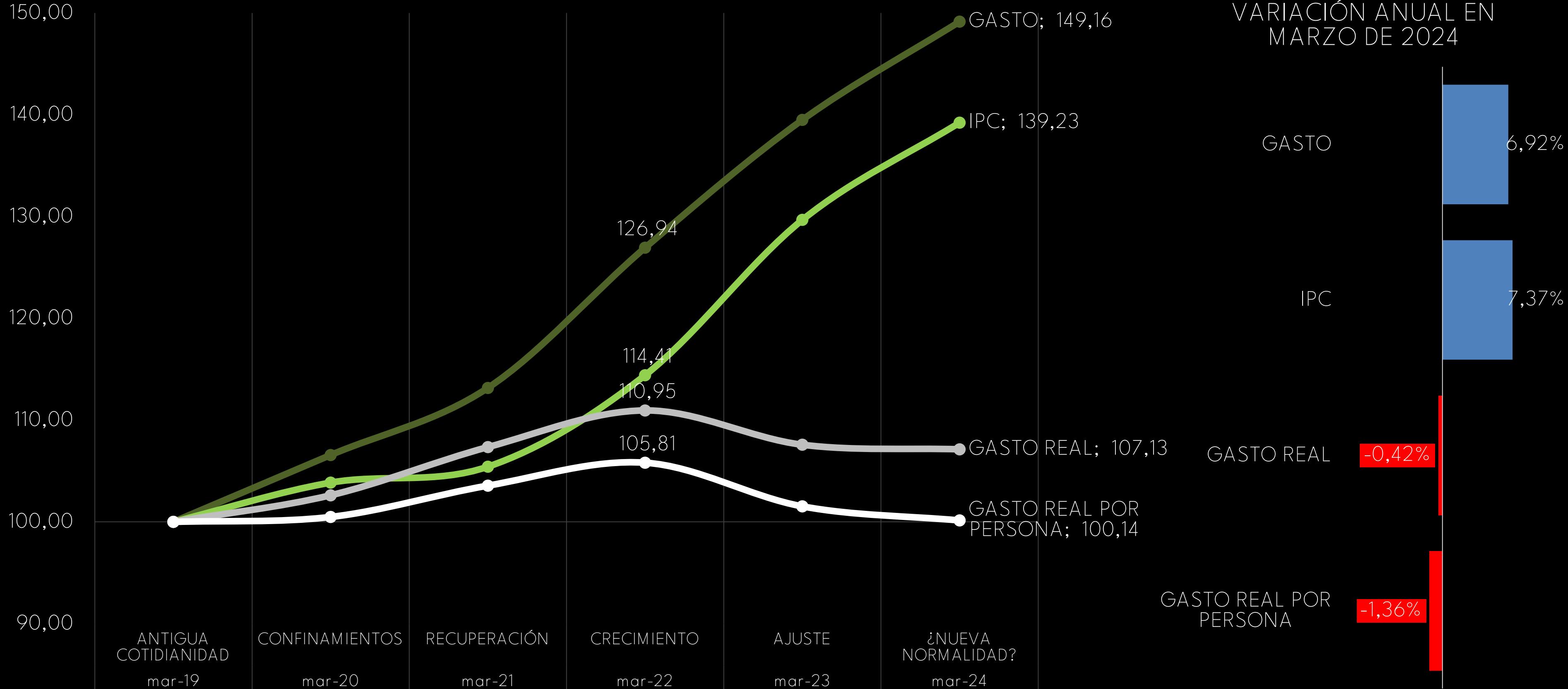
MARZO: UN TROPIEZO EN EL CAMINO, PERO UN PRIMER TRIMESTRE CON BALANCE POSITIVO

VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES EN COLOMBIA
(CANASTA RADDAR - QUE INCLUYE COMPRAS EN BIENES USADOS)

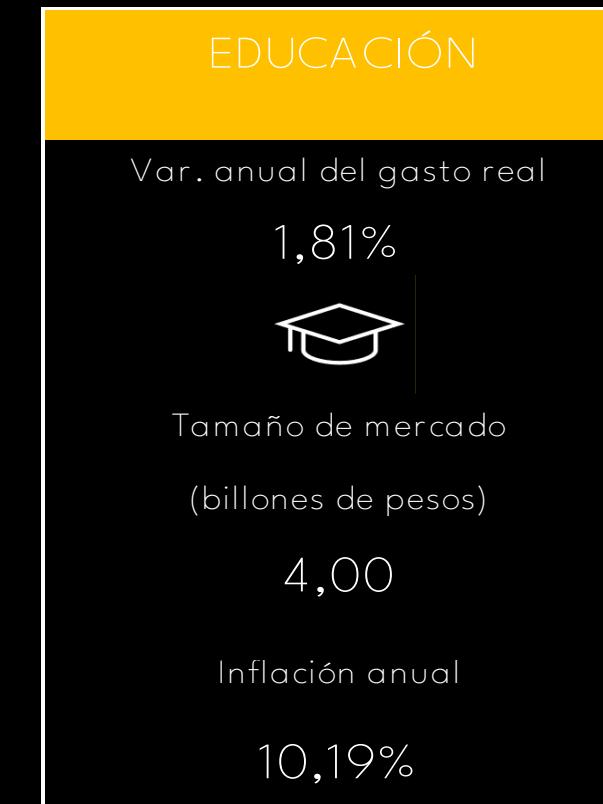
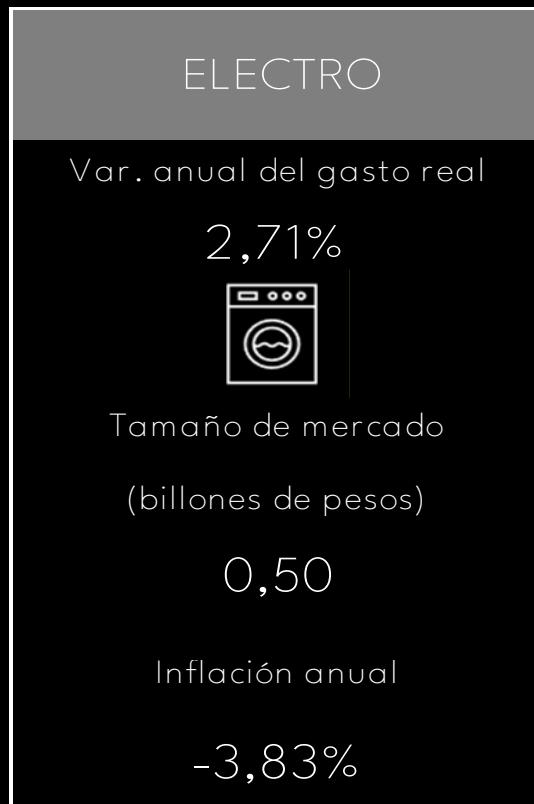


Si bien, la cifra anual del gasto real en marzo cerró nuevamente en terreno negativo, el primer trimestre evidenció leves señales de recuperación. Esto, podría ser el resultado de un inicio de año con mejores expectativas, que incluso se vieron reflejadas en una importante recuperación de la confianza del consumidor (ene 24 vs dic 23), así como también por la presencia de las festividades de reyes magos y las ferias y fiestas que se llevan a cabo en varias ciudades del país en los primeros meses del año. A su vez, la presencia de la temporada escolar, liquidación de colecciones, San Valentín, los aniversarios de cadenas, el día de la mujer y la jornada vacacional de semana santa pudieron permitir una mayor disposición de compra en el primer trimestre de 2024.

¿QUÉ HA PASADO DESDE 2019 EN EL GASTO DE HOGARES?

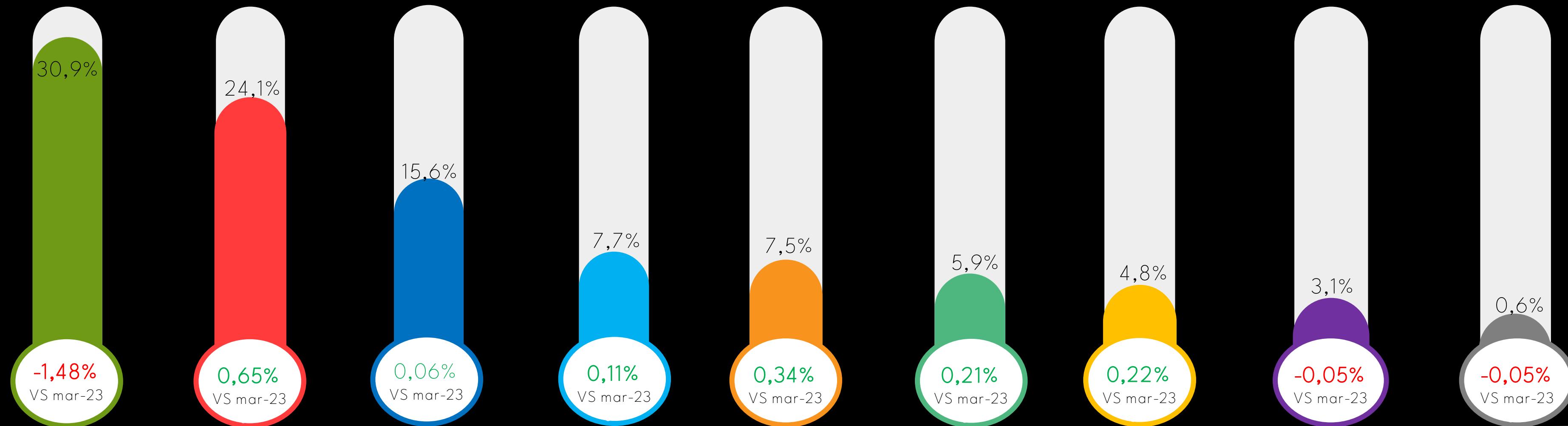


DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO MARZO-2024



POCKETSHARE EN COLOMBIA EN MARZO DE 2024

¿DE CADA 100 PESOS QUE GASTAN LOS HOGARES EN COLOMBIA CUÁNTO GASTAN EN...?



ALIMENTOS
PARA EL
HOGAR



VIVIENDA



TRANSPORTE Y
COMUNICACIONES



BIENESTAR



COMIDAS
FUERA DEL
HOGAR



ENTRETENIMIENTO



EDUCACIÓN



MODA

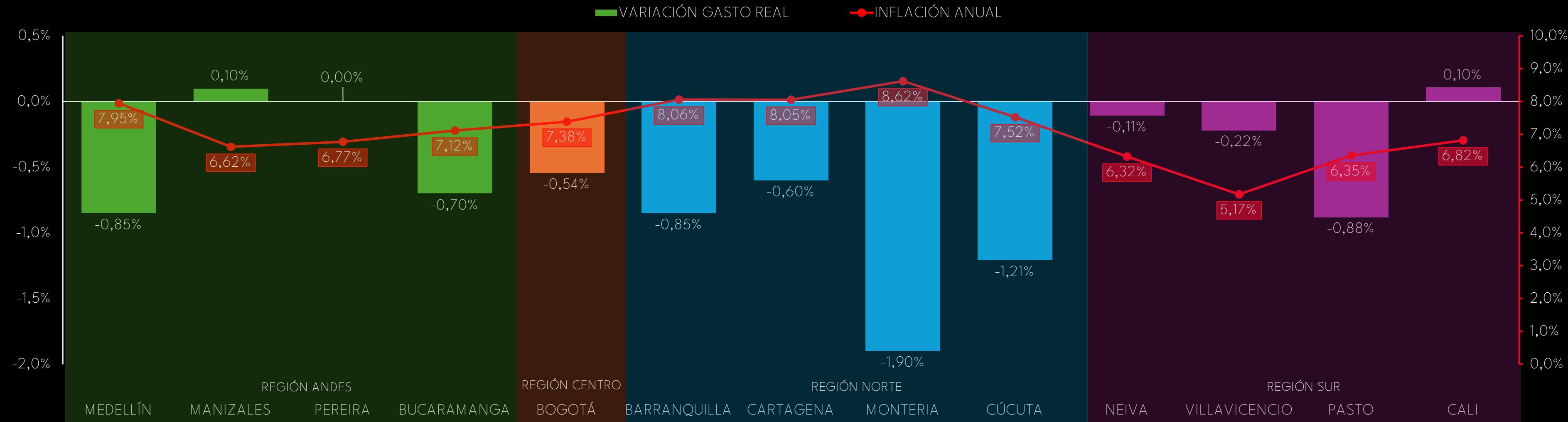


ELECTRO

Los dolores en el bolsillo ya no son los mismos que un año atrás. Al reestructurar el bolsillo de los hogares, se evidencia como la canasta vivienda es la que más gana terreno dentro del bolsillo con un incremento del 0,65% en su asignación, vinculada principalmente a la fuerte inflación que experimentó esta canasta en el mes de marzo, como producto del fuerte aumento en los precios de energía eléctrica y acueducto, alcantarillado y aseo. Adicionalmente, se ha evidenciado una presión al alza por el lado de los arriendos, que para marzo de 2024 se convirtió en uno de los servicios que más están aportando a la inflación en todos los niveles de ingreso. Esta situación podría incidir en negociaciones con arrendatarios, búsqueda de opciones más económicas, considerar compañeros de vivienda, o como lo han venido haciendo los hogares, desplazarse entre las diferentes canastas de consumo para reducir el gasto en unas y compensar el aumento del costo del alquiler. En contraste con marzo de 2023, los alimentos para el hogar han tenido una menor asignación lo que deriva de la estabilización y reducción en los precios de algunos productos de la canasta, como por ejemplo en huevo y leche.

EL GASTO DE LOS HOGARES NO ES HOMOGENEO EN EL PAÍS: UN VISTAZO A LOS DIFERENTES IMPACTOS REGIONALES

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL E INFLACIÓN EN LAS 13 CIUDADES



- Medellín lidera en la región Andina con la mayor contracción del gasto real e inflación.
- Se observa una mayor presión en rubros como frutas, debido a condiciones climáticas que afectan las cosechas.

- Todas las ciudades de la región mostraron variaciones de gasto real negativas.
- Esto puede responder a una reestructuración del presupuesto familiar, debido al aumento significativo de las tarifas de electricidad y los rubros relacionados con la vivienda, agravado por las altas temperaturas.

- La emergencia en el centro y sur de Pasto, debido a la suspensión del servicio de agua potable y el decreto de calamidad pública por avalancha, llevó a los hogares a priorizar su gasto en artículos y servicios de mayor necesidad.
- Esto pudo resultar en una contracción del gasto real en comparación con el año anterior, al desplazar otras categorías de gasto.



RADDV Consumer
Knowledge Group

SHOPPER REPORT

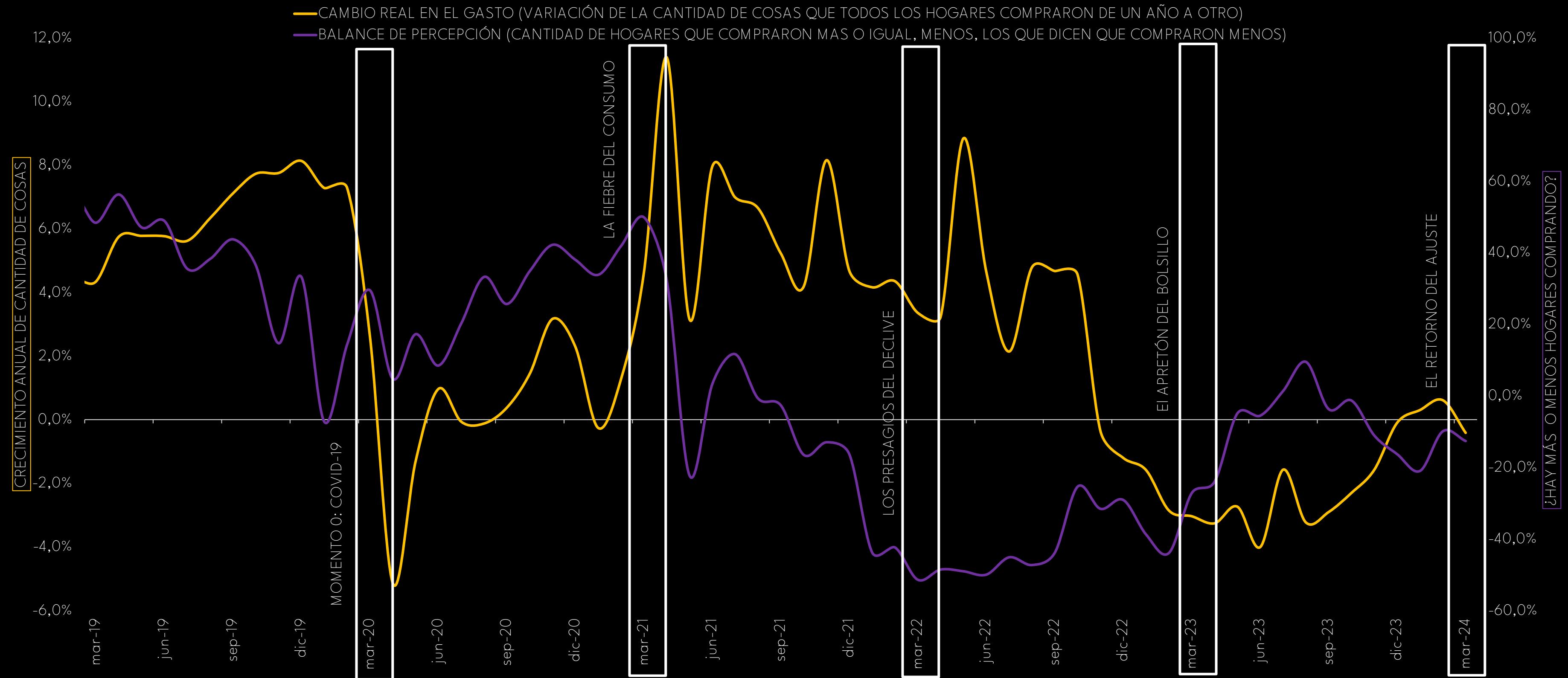
Estudia la dinámica de los compradores en Colombia por medio de indicadores como: motivos, canales y frecuencias de compra.

Los compradores han migrado entre la búsqueda de promociones, oportunidades y valor, donde este último se mantiene firme a través de la calidad, que también se busca entre los diferentes canales de compra, creando un paisaje dinámico de preferencias y exigencias del consumidor.

MARZO 2024

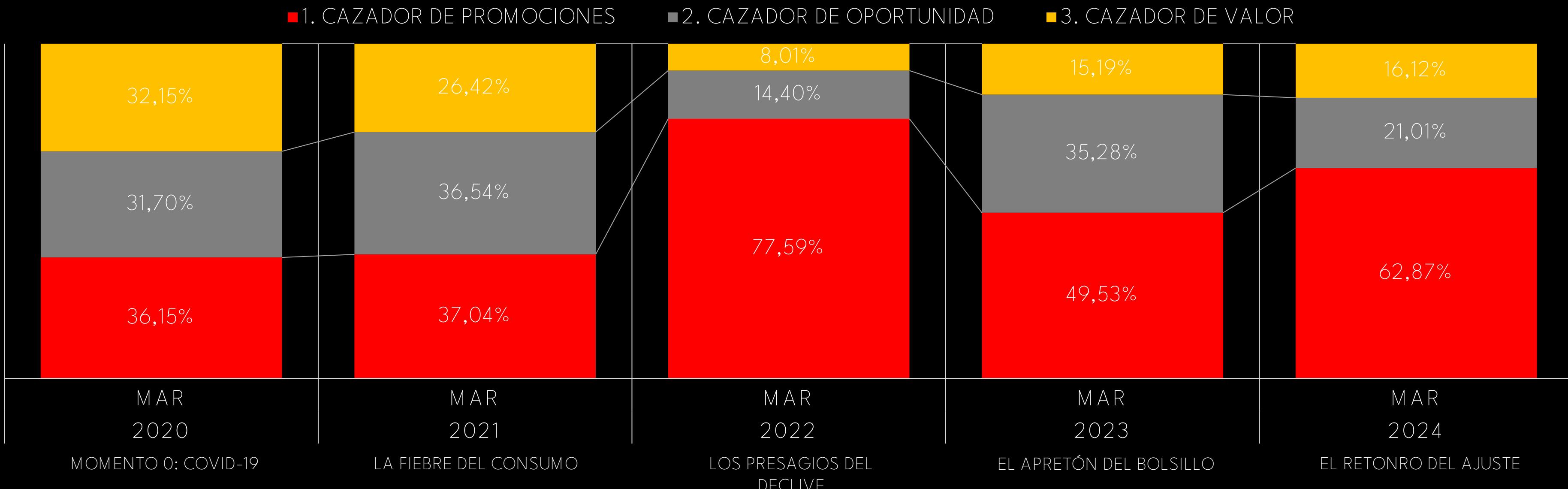
LOS CONSUMIDORES MANTIENEN UNA PERCEPCIÓN MÁS NEGATIVA CUANDO EL GASTO REAL SE CONTRAE

CAMBIO EN EL GASTO FRENTE A PERCEPCIÓN



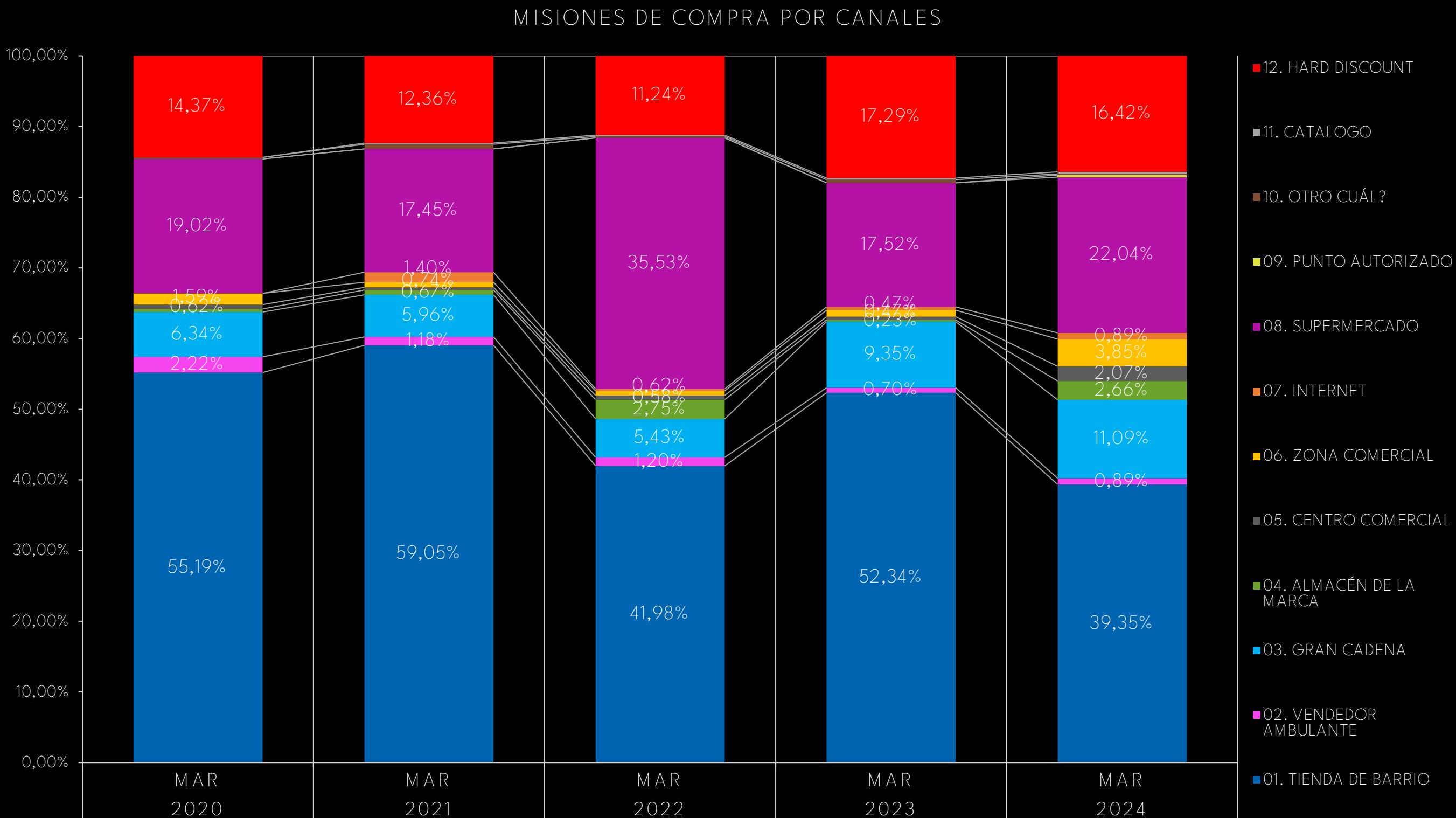
EL CAZADOR DE PROMOCIONES VUELVE A REPUNTAR, PERO LA CAZA DE VALOR SE MANTIENE

TIPOS DE COMPRADOR EN COLOMBIA



El comprador en Colombia también ha migrado entre la caza de promociones, oportunidad y valor. En el momento 0, cuando llega la pandemia, el comprador se repartía de manera similar en los tres tipos, sin embargo, cuando se da la fiebre de consumo en el 2021, la oportunidad gana terreno, pues se tenían en cuenta todo lo que, durante año, estuvieron cohibidos, precio, canal, producto, entre otras cosas, pero que terminaría llevando al comprador a ser un cazador de promociones luego de haberse abastecido desmesuradamente acompañado a su vez por la cantidad de promociones que el mercado logró ofrecer durante este periodo. Ahora bien, durante 2023, con una inflación galopante, los compradores retornaron a la oportunidad y el valor, y no solo por una menor presencia de promociones, sino también por el apretón de bolsillo que implicó una mayor reflexividad a la hora de comprar. En el retorno del ajuste, los compradores vuelven a notar la presencia de promociones, que no dejarán de aprovechar, pero el valor se mantiene en medio de un escenario con bajas expectativas al futuro –el indicador que jalónó la confianza a la baja fue el índice de expectativas- y una inflación que mantiene cautelosos a los hogares.

MIENTRAS LA TIENDA DE BARRIO LLEGA A SU MENOR PARTICIPACIÓN EN LOS ÚLTIMOS MARZOS, LAS GRANDES CADENAS LOGRAN SU MEJOR REGISTRO



En línea con lo anterior, las misiones de compra también han evolucionado en los diversos canales de compra, donde la tierra de barrio llega a su menor participación en los marzos de los últimos años. Esta dinámica puede responder, a que en este canal si bien se puede dar el “regateo” o las compras “fiadas”, los hogares pueden estar buscando tanto opciones que brinden mayor calidad como también diversidad a la hora de elegir en cuestiones de tamaño, cantidad, empaques, entre otras. Allí pueden destacar las grandes cadenas, que también presentan la mejor participación en los periodos analizados.

Ahora bien, como se ha evidenciado, las promociones ganan terreno, lo que se refleja en la estabilidad en la participación de los hard discount y un mayor terreno que acogen las zonas comerciales.



RADDY Consumer
Knowledge Group

BRANDING REPORT

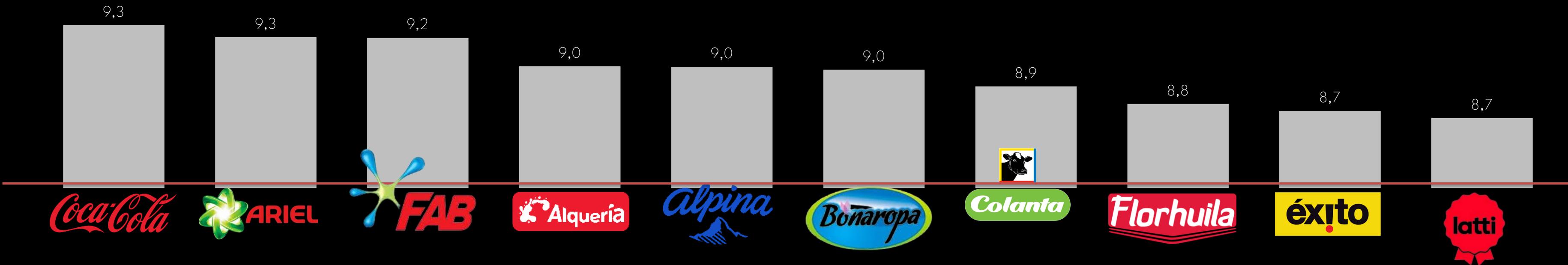
Analiza diariamente la relación entre los consumidores en Colombia y las marcas presentes en este mercado con indicadores como: Top of Heart, Top of Mind, observación en publicidad, confianza en marcas, recomendación de marcas, entre otros.

La Coca Cola no falla en satisfacer a los consumidores y el Fab se recomienda ante su eficacia y versatilidad en la limpieza.

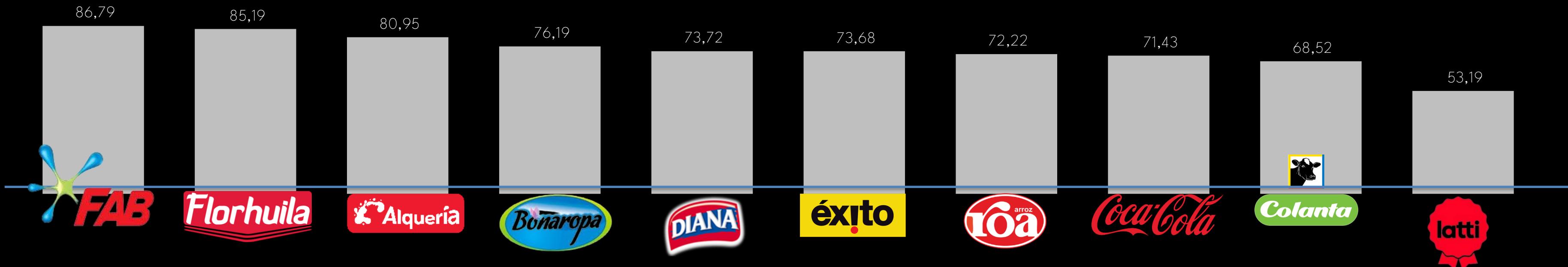
MARZO 2024

INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD

TOP 10 MARCAS CON MAYOR NIVEL DE SATISFACCIÓN EN IQ 2024



TOP 10 MARCAS CON MAYOR RECOMENDACIÓN EN IQ 2024





RADDY Consumer
Knowledge Group

POLITICAL REPORT

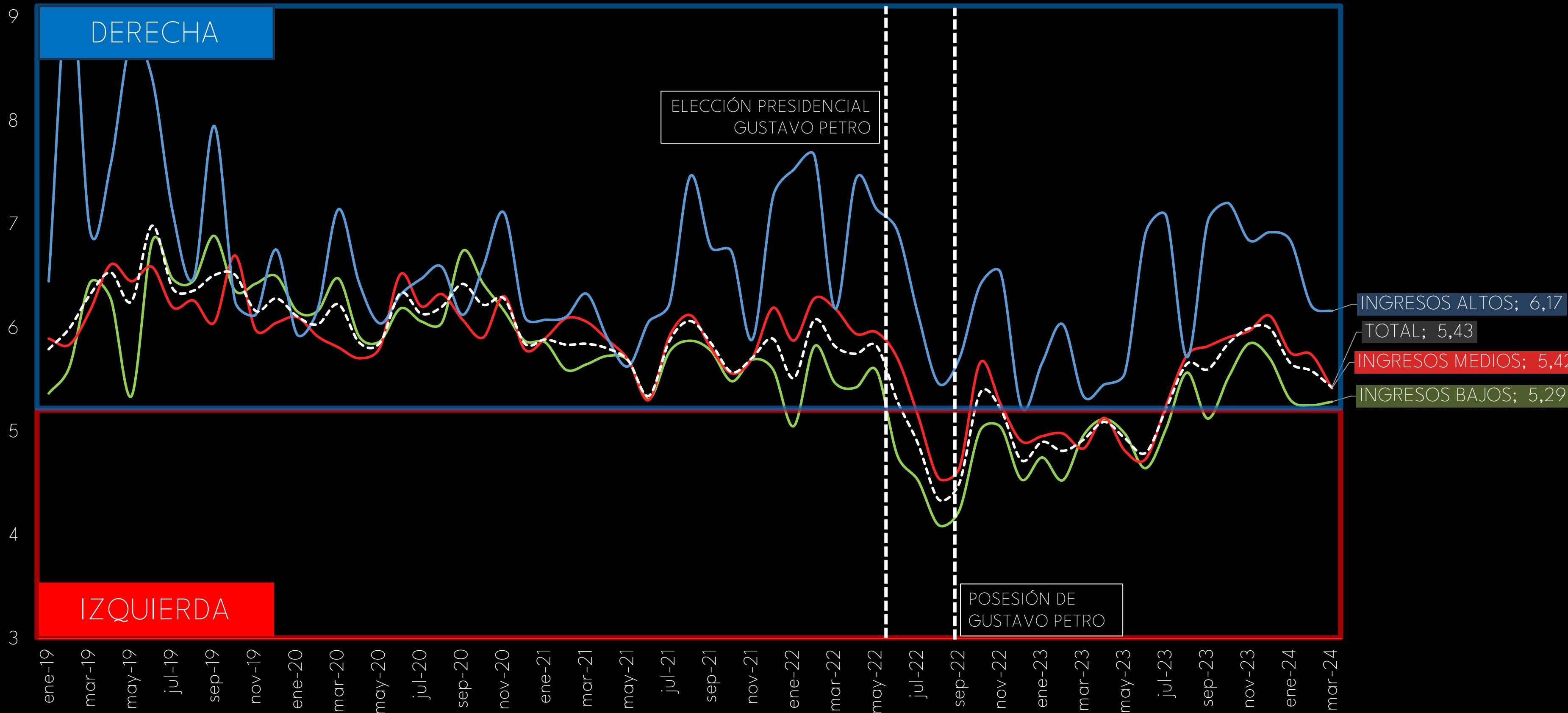
Registra diariamente el espectro político del país, intenciones de voto, respaldo al gobierno vigente, principales preocupaciones sociales, votaciones pasadas, entre otros.

Todos los niveles de ingreso retoman espectros políticos de centro- derecha después de 19 meses del gobierno de Gustavo Petro.

MARZO 2024

¿CÓMO HA CAMBIADO LA TENDENCIA POLÍTICA DE LOS HOGARES EN COLOMBIA?

POLÍTICAMENTE HABLANDO, EN UNA ESCALA DE 1 A 10 DONDE 1 ES IZQUIERDA Y 10 DERECHA USTED SE CONSIDERA ...





EN EL MUNDO:

- ▲ Impactos políticos, sociales y económicos ante el conflicto en medio oriente.
- ▲ Próxima reunión de la FED (30 de abril y 1 de mayo) y Banco Central Europeo, donde se espera que haya movimientos de tasas y con ello, una mayor apreciación de monedas locales.
- ▲ Efectos del fenómeno de El Niño y La Niña.
- ▲ Elecciones presidenciales en Estados Unidos, México y Panamá.
- ▲ Tensiones geopolíticas en América Latina.
- ▲ Eventos deportivos como Olímpicos, Eurocopa y Copa América.

EN COLOMBIA:

- Los movimientos en el tipo de cambio pueden tener impactos en los precios de productos importados y el poder adquisitivo de las remesas.
 - Día de la madre y el padre, siendo Electro, Moda y Comidas por fuera del hogar las canastas que se pueden beneficiar positivamente de la jornada.
 - Pago de la prima de mitad de año y jornada vacacional.
 - Medidas preventivas de los gobiernos locales frente a la escasez de agua y crisis energética.
 - Nuevos debates en el Congreso alrededor de las reformas propuestas por el gobierno, especialmente en la reforma pensional.
 - Desde abril hasta diciembre se contará con 4 días laborales más que los de 2023.
 - Indexación y pagos salariales de otros empleados no atados al salario mínimo.
 - Pago de impuestos como vehicular y predial.
-

EN RESUMEN

R&D DATA

¿QUÉ SUCEDIÓ EN MARZO DE 2024 Y EL PRIMER TRIMESTRE DE 2024?



- ✓ En el primer trimestre se llevaron a cabo celebraciones como San Valentín, Día de la mujer y del hombre y Semana Santa junto con las ferias y fiestas en varias ciudades del país.
- ✓ Se culminó la temporada vacacional en enero, y se dio la temporada escolar entre enero y febrero.
- ✓ En marzo se llevó a cabo el Hot Sale, una iniciativa de descuentos online en diversas marcas.
- ✓ Aumento del impuesto de alimentos ultraprocesados de 10% a 15%.

- La importante revaluación del peso colombiano respecto al dólar en comparación con el año anterior ha sido impulsada por la disminución del riesgo percibido por las reformas gubernamentales, lo que ha impactado negativamente en los ingresos de los hogares receptores de remesas
- El incremento en los incentivos al ahorro e inversión en instrumentos de renta fija, como los CDT, ha sido otra de las razones que ha podido contribuir a la disminución de la demanda de crédito. Esta tendencia podría mantenerse en los próximos meses.
- Durante el IQ, la canasta Alimentos para el hogar perdió espacio dentro del bolsillo de los hogares tras la disminución considerable de su inflación. Lo que permitió a los hogares disminuir su gasto bienes no durables.
- La calidad se convirtió en el principal motivo de compra en el 2024 frente años anteriores, para la mayoría de los canastas de gasto, y en la mayoría de los canales de compra; destacó por primera vez la búsqueda de calidad en los Hard Discount superando el precio, que fue el principal diferencial de estos canales.
- Los hogares se sintieron más satisfechos con las compras que realizaron por promoción, gusto y calidad, y sólo recomiendan en mayor medida aquellas compras por calidad.
- Las regiones que apalancaron el gasto para el primer trimestre fueron Sur, Centro y el Resto Nacional, teniendo en cuenta que cada una representa el 9,39%, 36,71% y el 32,25% del gasto a nivel nacional respectivamente. No obstante, un mayor crecimiento estuvo frenado en gran parte por la alta inflación en rubros como Transporte y Vivienda.

MAR 24

6,92%

-0,42%

7,37%

12,25%

IQ 24

8,01%

0,28%

7,81%

12,75%

Gasto corriente
vs 10,46%
IQ 2023

Gasto real
vs -2,49%
IQ 2023

Inflación anual
vs 13,29%
IQ 2023

Tasa de Política Monetaria
vs 12,75%
IQ 2023

SI QUIERES PROFUNDIZAR EN
ALGUNAS DE NUESTRAS
HERRAMIENTAS

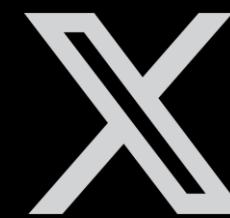
¡VISÍTANOS!



RADDAR REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

MARZO 2024



@Raddarckg



Raddarckg



Raddar CKG



RADDAR CKG