

CONSUMER REPORT

AGOSTO 2023



**SINTIENDO QUE COMPRAMOS LAS MISMAS
COSAS:**

UNA INFLACIÓN PROGRESIVAMENTE MENOR EN LA CANASTA DE ALIMENTOS, UNIDO A MAYORES INGRESOS DE LOS HOGARES, GENERÓ QUE DESPUÉS DE DOS AÑOS LOS HOGARES SINTIERAN QUE ESTÁN ADQUIRIENDO LAS MISMAS COSAS.

En agosto de 2023, hubo una caída del 3,2% en el gasto de los hogares en comparación con el mismo mes del año previo, mostrando una ligera contracción en su tendencia.

De acuerdo con la Gastometría de RADDAR, el gasto de los hogares en Colombia en agosto de 2023 ascendió a 82,4 billones de pesos, totalizando 998,1 billones de pesos en los últimos 12 meses. Esta cifra representó un aumento anual corriente del 7,83%, que en este mes evidenció una leve mejora en la dinámica del gasto.

El gasto experimentó un cambio del -15,15% en pesos corrientes en relación al mes anterior. Los hogares experimentaron una inflación mensual del 0,70% y un 11,43% en comparación al año anterior. Esto provocó una caída del 15,74% en términos reales con respecto al mes anterior y una disminución del 3,23% en comparación con el mismo mes del año pasado.

La desaceleración en el gasto de este mes podría atribuirse a la dinámica de la colocación de créditos, que ha estado en declive, siendo que la variación anual en la colocación con tarjetas de crédito para este periodo por fin se ubicó en terrenos negativos. Asimismo, la dinámica de los ocupados acumulado 12 meses volvió a ubicarse en números negativos.

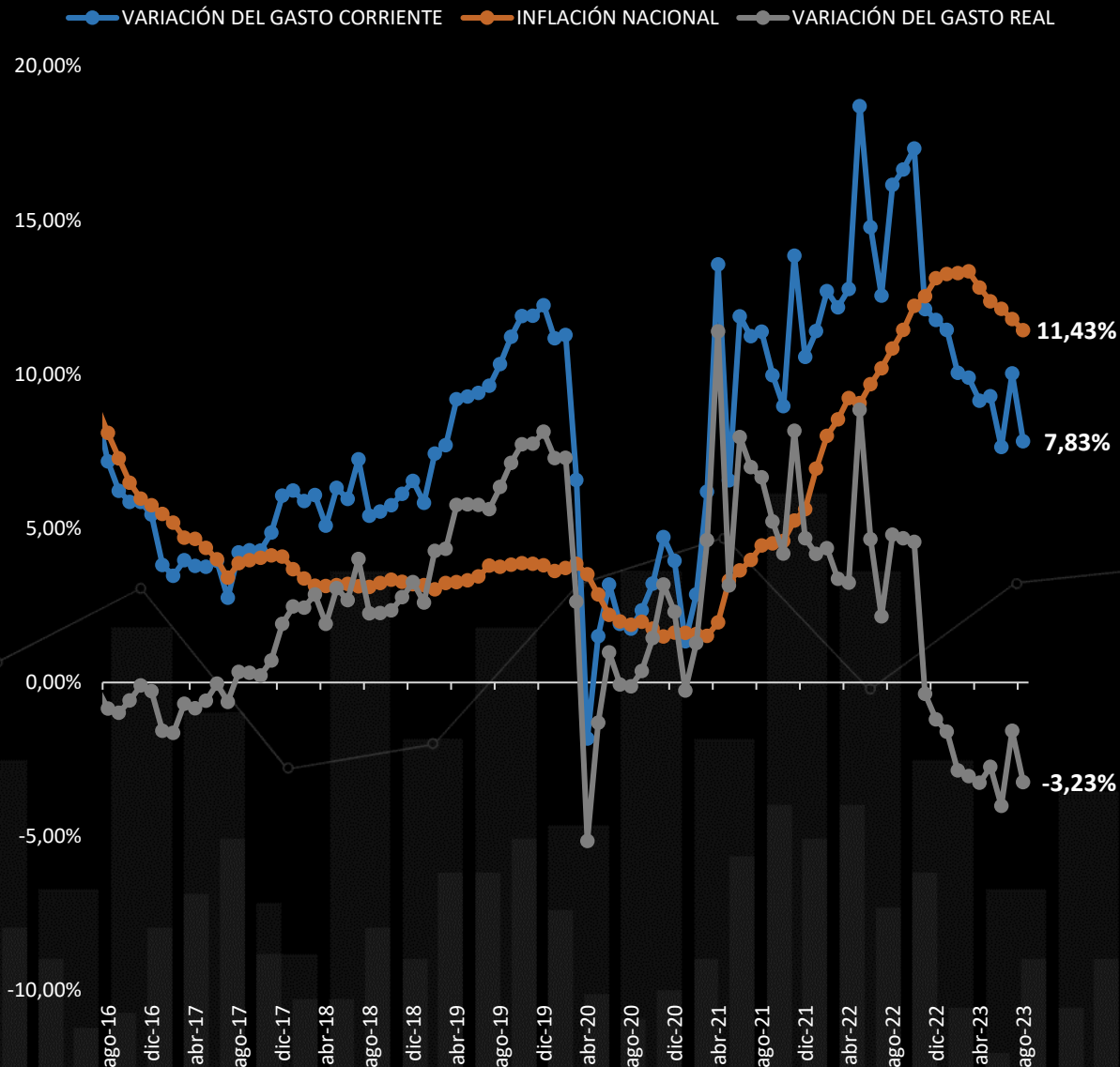


-3,2%

DECRECIÓ EL GASTO DE LOS HOGARES EN AGOSTO DE 2023, COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO PASADO.



DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES



El gasto experimentó un cambio del -15,15% en pesos corrientes en relación al mes anterior. Los hogares experimentaron una inflación mensual del 0,70% y un 11,43% en comparación al año anterior. Esto provocó una caída del 15,74% en términos reales con respecto al mes anterior y una disminución del 3,23% en comparación con el mismo mes del año pasado, **principalmente debido a que:**

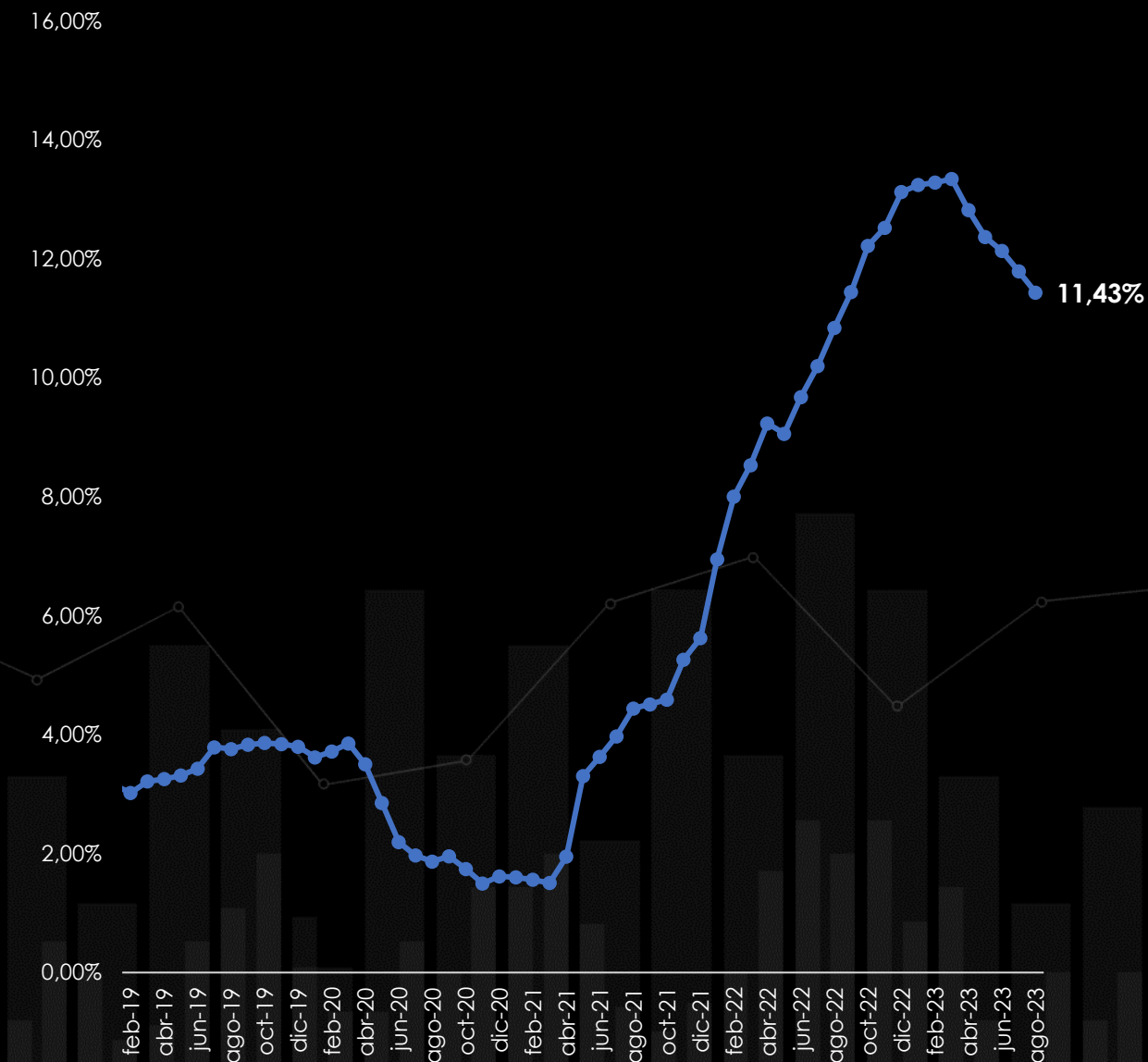
- A pesar de una dinámica de reducción en la inflación total, resultado de la desaceleración de los precios de los alimentos, otras canastas básicas comienzan a aumentar considerablemente sus precios en agosto, como lo fueron, transporte y comunicaciones impulsado principalmente por el precio de los combustibles, la canasta de vivienda con inflaciones en servicios de energía y suministro de agua, así como un aumento en arriendos. Todo este panorama lleva a que agosto presentara una contracción del gasto real.
- Las dinámicas de crédito aún están con decrecimientos y, en el caso de tarjetas de crédito, con crecimientos leves, debido a las altas tasas de interés que terminan por frenar el consumo.
- La disminución progresiva de la tendencia 12 meses acumulada de los ocupados que a pesar de presentar crecimientos en ingresos deja entre ver que existen cada vez más personas por fuera del mercado laboral.

Fuente: Gastometría Raddar, agosto-2023

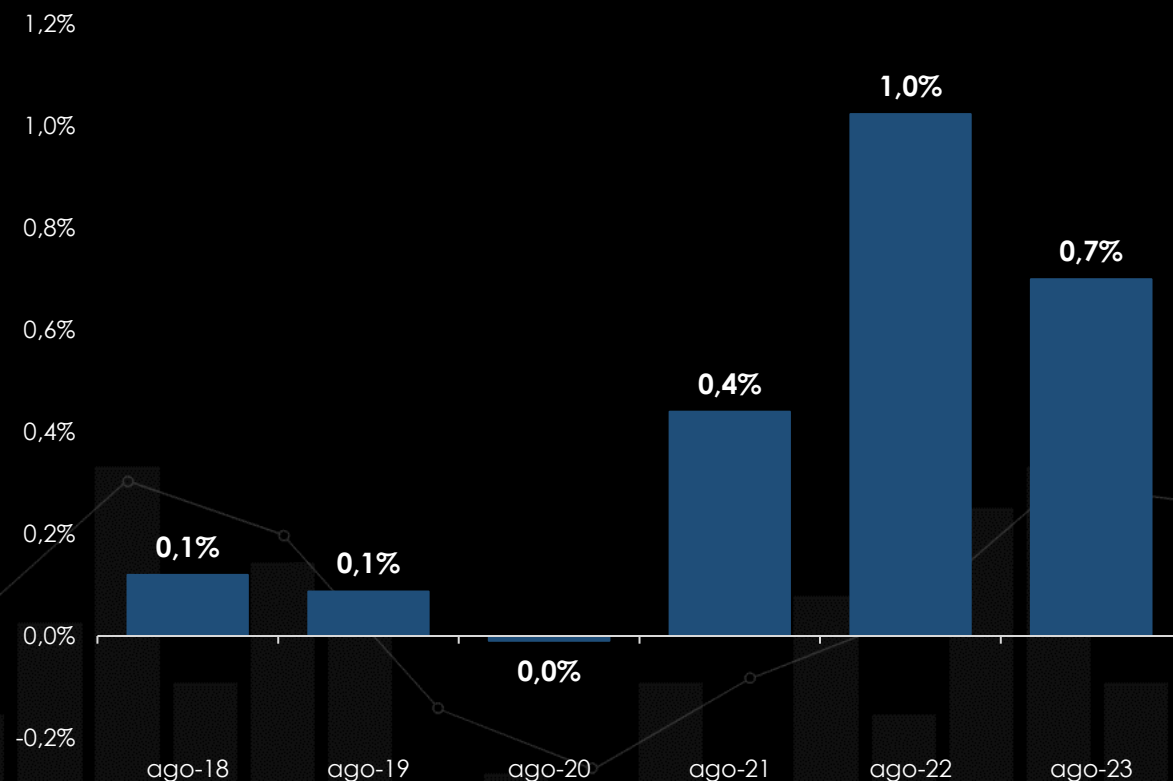
CONSUMER REPORT - AGO 2023



INFLACIÓN ANUAL



INFLACIÓN MENSUAL



Tanto la inflación anual como mensual presentaron una dinámica de contracción para el mes de agosto de 2023, dinámica que se presenta gracias a la disminución de la inflación en canastas como, moda, educación, recreación y cultura entre otros. Si bien la canasta de alimentos continúa aportando de forma importante a la inflación (0,22 p.p) su tendencia va dirigida a la contracción.



DINÁMICA DE COLOCACIÓN DE CRÉDITOS

350,0%

300,0%

250,0%

200,0%

150,0%

100,0%

50,0%

0,0%

-50,0%

-100,0%

ago-20
oct-20
dic-20
feb-21
abr-21
jun-21
ago-21
oct-21
dic-21
feb-22
abr-22
jun-22
ago-22
oct-22
dic-22
feb-23
abr-23
jun-23
ago-23

TARJETA DE
CRÉDITO; 0,3%

COLOCACIÓN DE
CRÉDITO; -18,1%

CRÉDITO
HIPOTECARIO; -
26,1%

CRÉDITO DE
CONSUMO; -32,7%

FUENTES DEL GASTO DE LOS HOGARES

SALARIOS Y RENTAS REMESAS CRÉDITO

23,9%	3,8%	72,4%	AGO-23
18,4%	3,2%	78,4%	JUL-23
20,9%	4,1%	75,0%	JUN-23
26,1%	4,9%	69,0%	MAY-23
16,3%	4,4%	79,4%	ABR-23
21,5%	5,2%	73,2%	MAR-23
32,7%	4,9%	62,4%	FEB-23
12,4%	4,6%	83,0%	ENE-23
22,5%	4,0%	73,5%	DIC-22
31,5%	4,9%	63,5%	NOV-22
23,2%	5,3%	71,5%	OCT-22
28,2%	4,3%	67,5%	SEP-22
31,1%	4,4%	64,6%	AGO-22
25,3%	4,4%	70,3%	JUL-22
27,2%	4,3%	68,5%	JUN-22
37,0%	4,6%	58,5%	MAY-22
20,2%	4,1%	75,7%	ABR-22
30,4%	3,9%	65,7%	MAR-22
48,4%	3,4%	48,2%	FEB-22
13,8%	3,7%	82,5%	ENE-22
25,7%	3,6%	70,7%	DIC-21
38,1%	4,4%	57,5%	NOV-21
26,4%	3,7%	69,9%	OCT-21
30,8%	4,0%	65,3%	SEP-21
31,6%	4,4%	64,0%	AGO-21
25,9%	3,6%	70,5%	JUL-21
23,0%	3,9%	73,1%	JUN-21
31,9%	4,6%	63,5%	MAY-21
17,6%	4,2%	78,3%	ABR-21
26,1%	4,5%	69,4%	MAR-21
36,6%	3,2%	60,2%	FEB-21
10,6%	9%	86,5%	ENE-21
22,5%	2,8%	74,7%	DIC-20
29,3%	3,5%	67,2%	NOV-20
19,3%	4,0%	76,7%	OCT-20
20,2%	4,1%	75,7%	SEP-20
18,5%	4,1%	77,4%	AGO-20

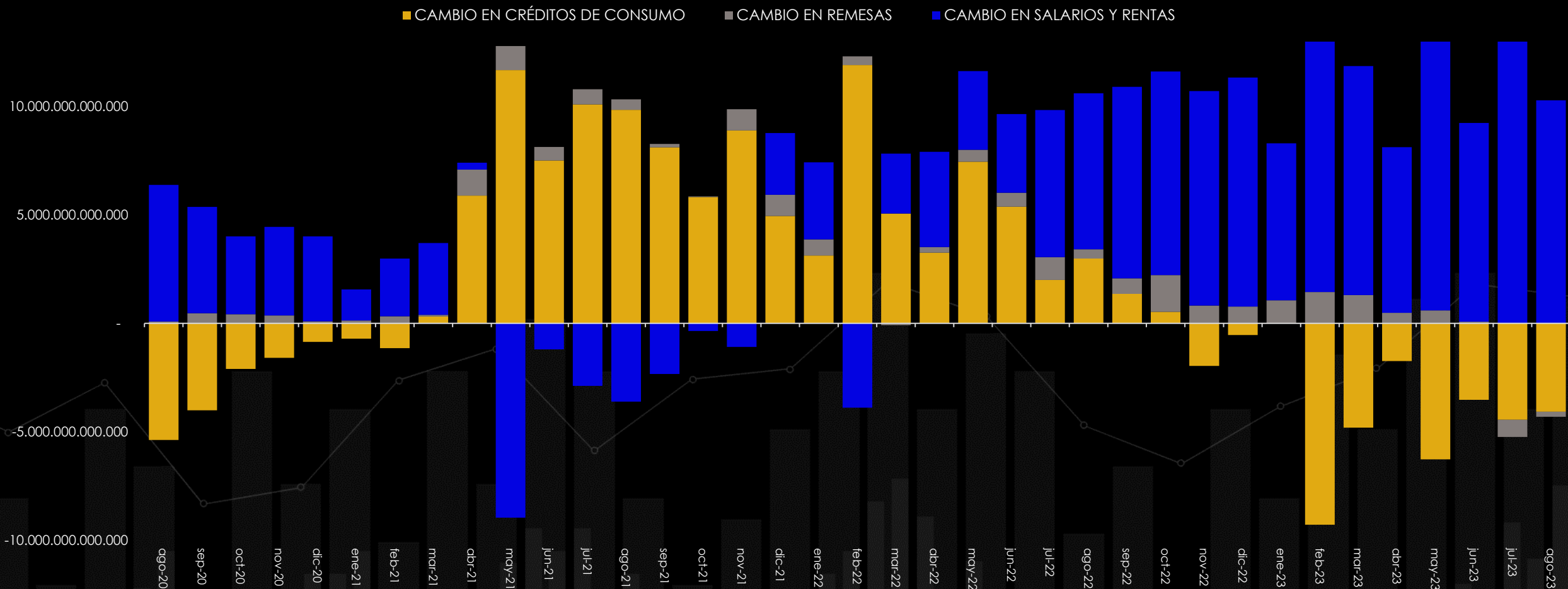
La participación del crédito como fuente de gasto presentó una leve expansión, dejando que tarjetas de crédito recuperara su aporte negativo del mes de agosto, y en agosto creciera 0,3%. Sin embargo, la dinámica aún es baja y podría estar relacionada con la contracción del gasto que se vivió en general durante el mes de análisis.

Fuente: Gastometría Raddar, agosto-2023

CONSUMER REPORT - Ago 2023


Para mayor información: www.raddar.net

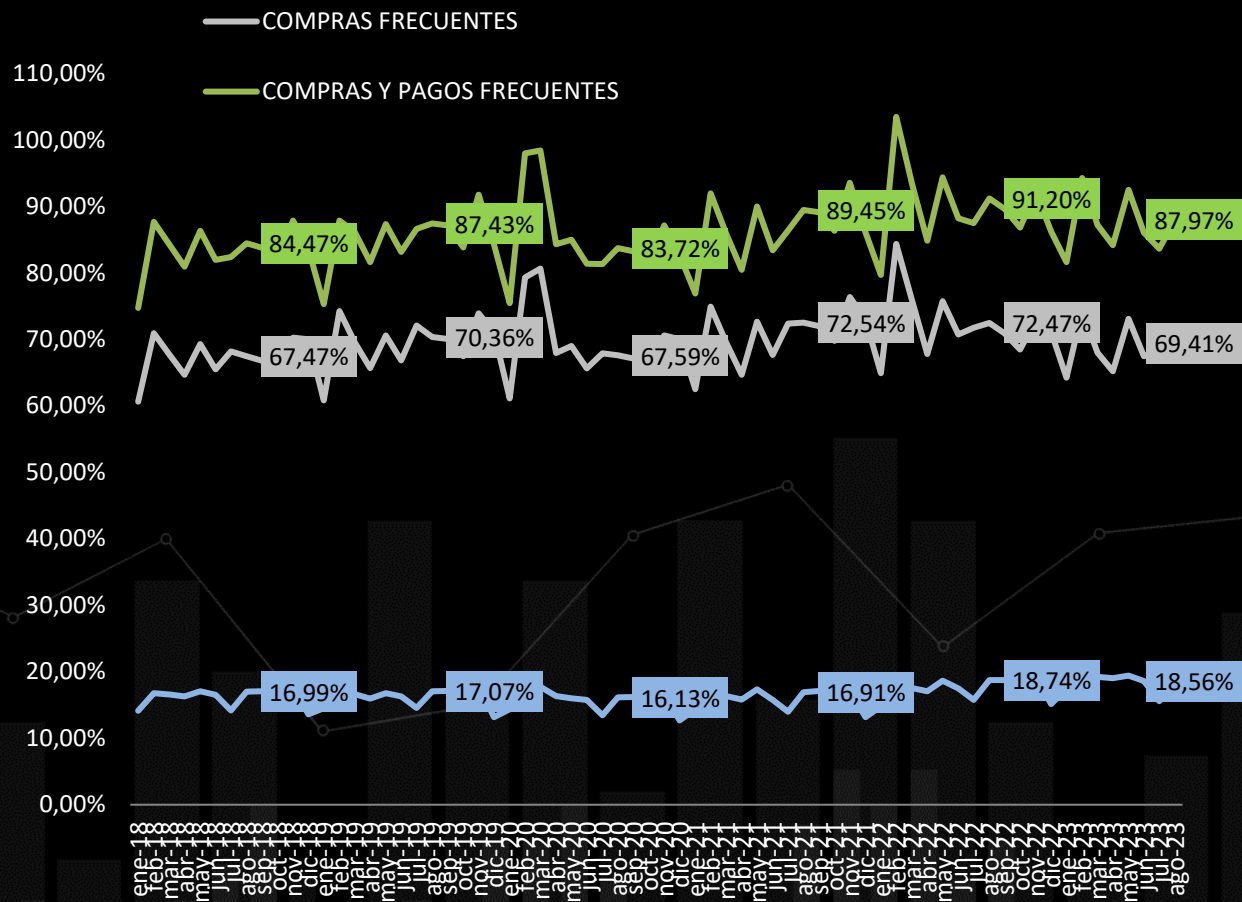
RADDAR Consumer Knowledge Group

APORTES AL CAMBIO EN EL GASTO


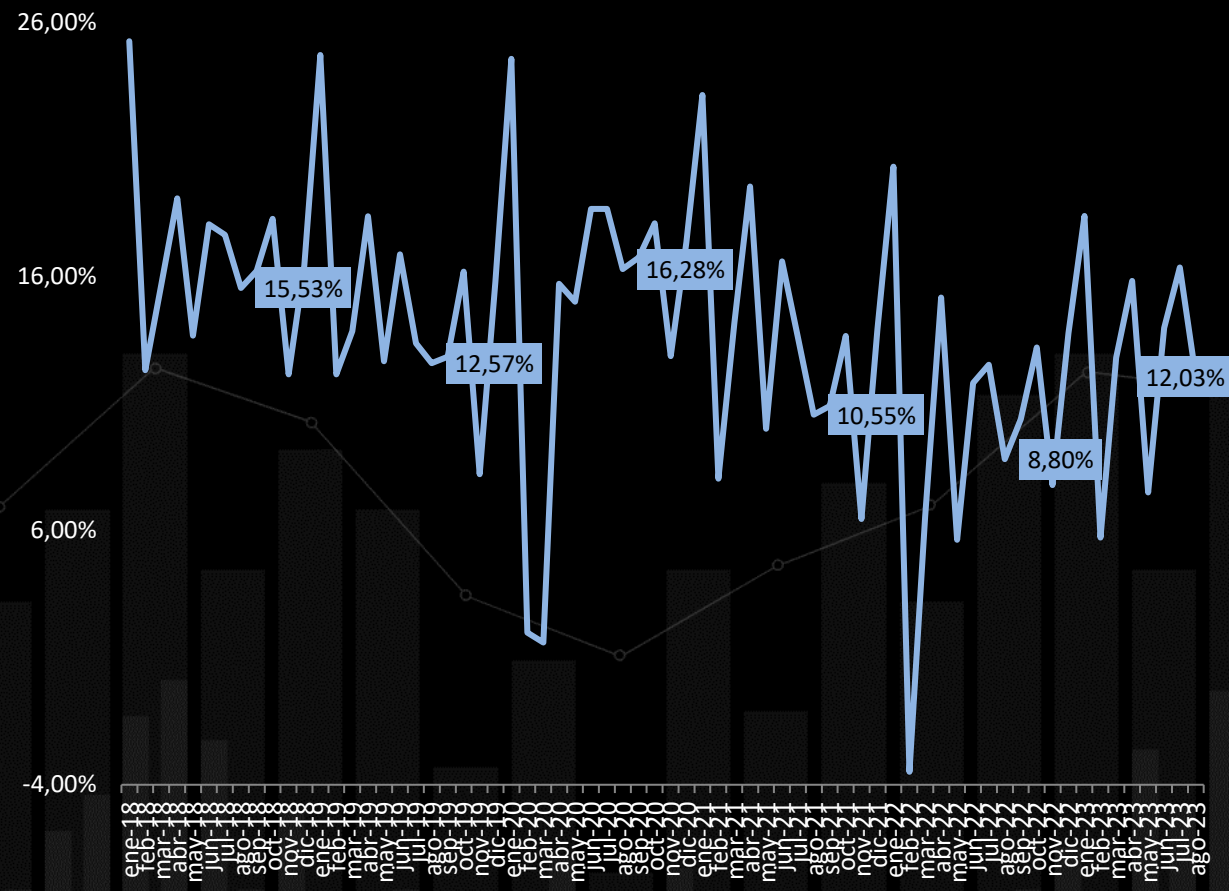
Los salarios y las rentas se ubican por tercer mes consecutivo siendo los únicos responsables del crecimiento del gasto. Esto probablemente como resultado de unas tasas de interés históricamente altas, un nivel de endeudamiento significativo y una apreciación del peso colombiano, lo que hace que entren menos remesas comparativamente a otros periodos.



ESTRUCTURA DEL GASTO RECURRENTE DE LOS HOGARES



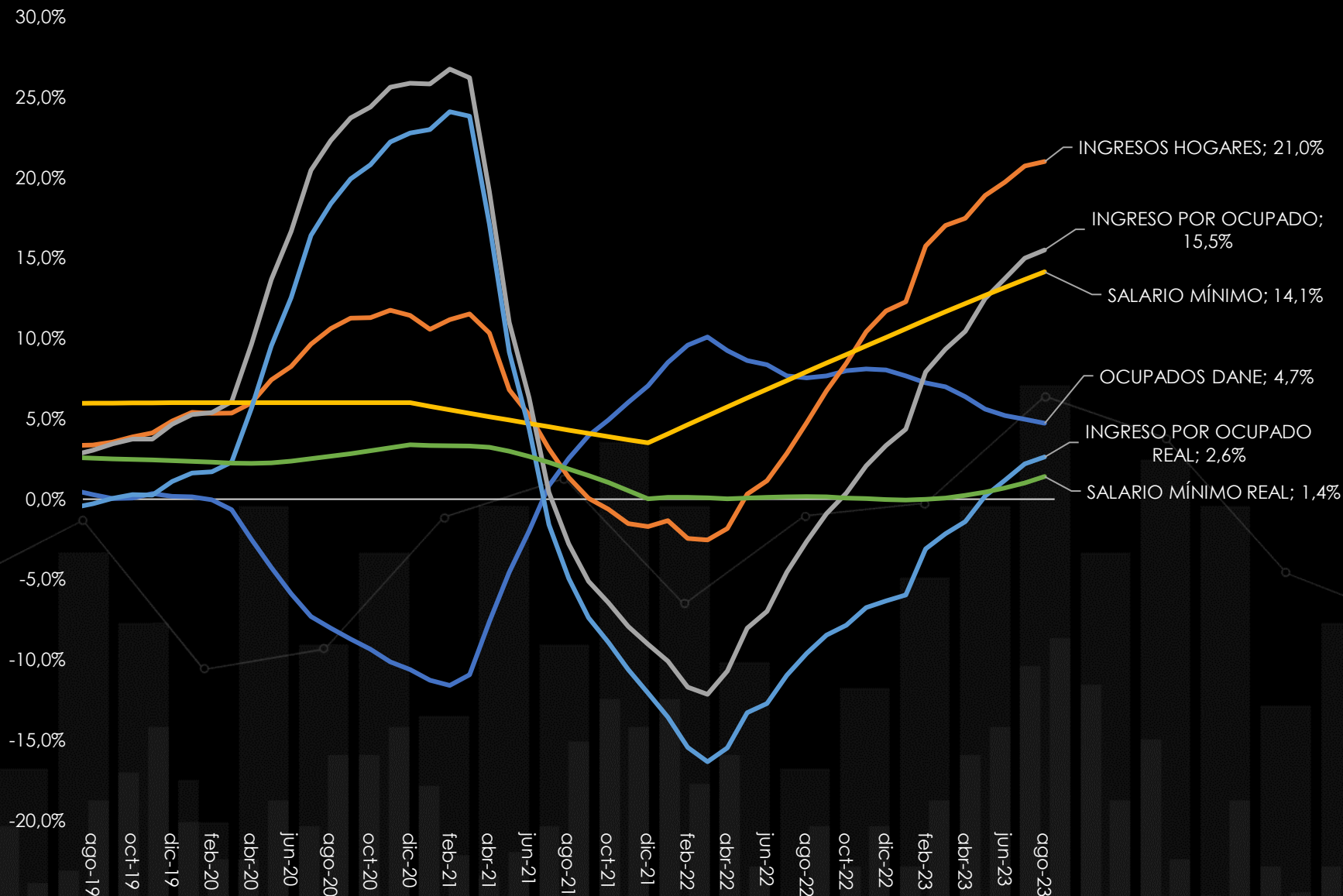
INGRESO DISPONIBLE SOBRE EL INGRESO DE LOS HOGARES



La estructura del gasto de los hogares muestra una disminución del peso de compras y pagos frecuentes, lo cual permite un aumento del ingreso disponible de los hogares en los últimos meses. Esta mejora en el disponible se debe principalmente a la disminución de la inflación y un menor uso de crédito como fuentes de gasto.



VAR ANUAL MERCADO LABORAL Y SALARIOS - PROMEDIO 12 MESES

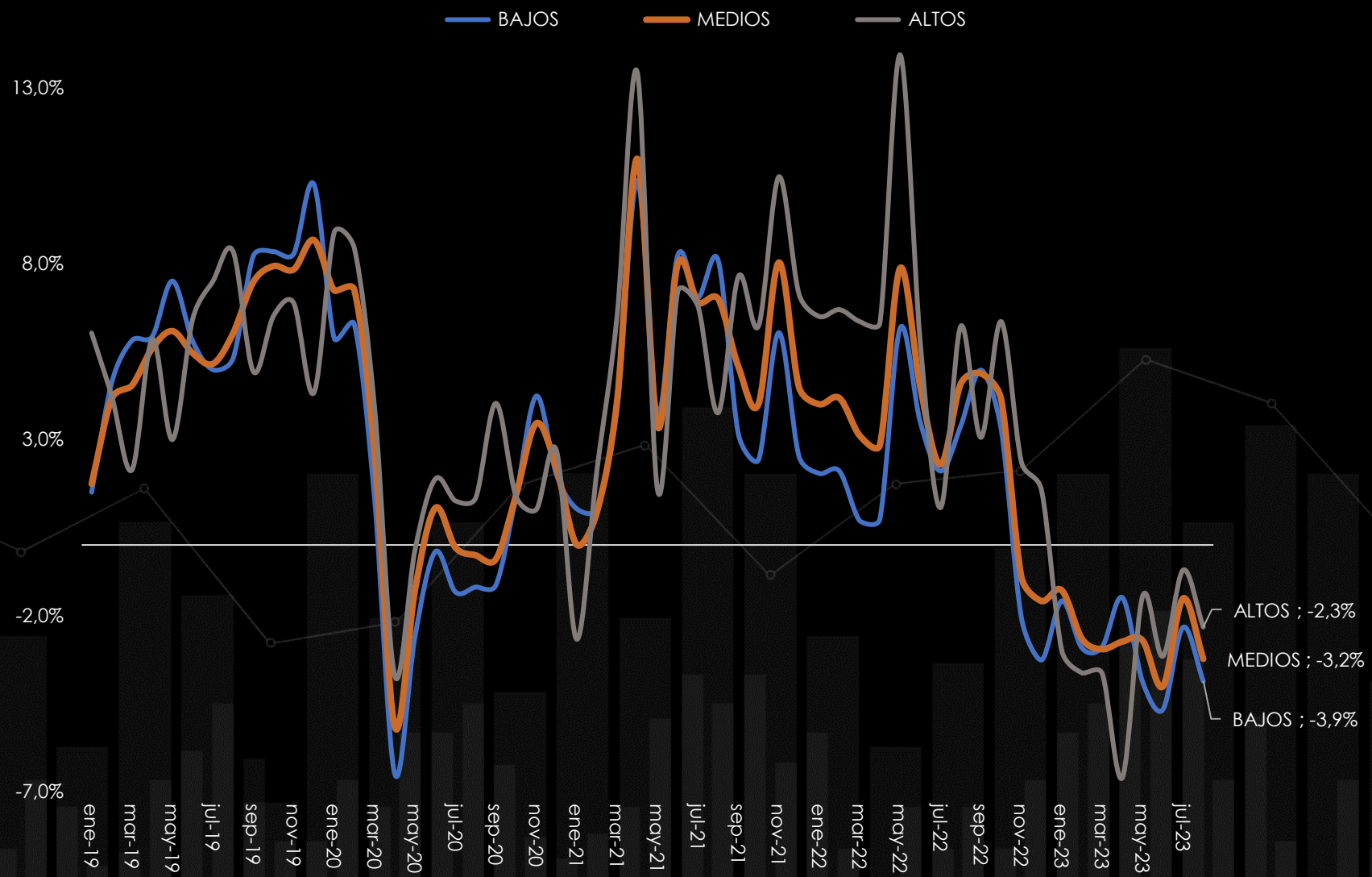


Los sueldos de los trabajadores siguieron mejorando en un panorama de contracción inflacionaria, aunque la recuperación ha sido gradual y lenta.

Sin embargo, los ingresos de los hogares podrían verse afectados debido a la disminución en el número de personas empleadas, una tendencia que ha estado ocurriendo durante los últimos 12 meses y que refleja menos personas en el mercado laboral generando así inestabilidad en los ingresos de los hogares en Colombia.



COMPORTAMIENTO DEL GASTO REAL NACIONAL POR NIVELES



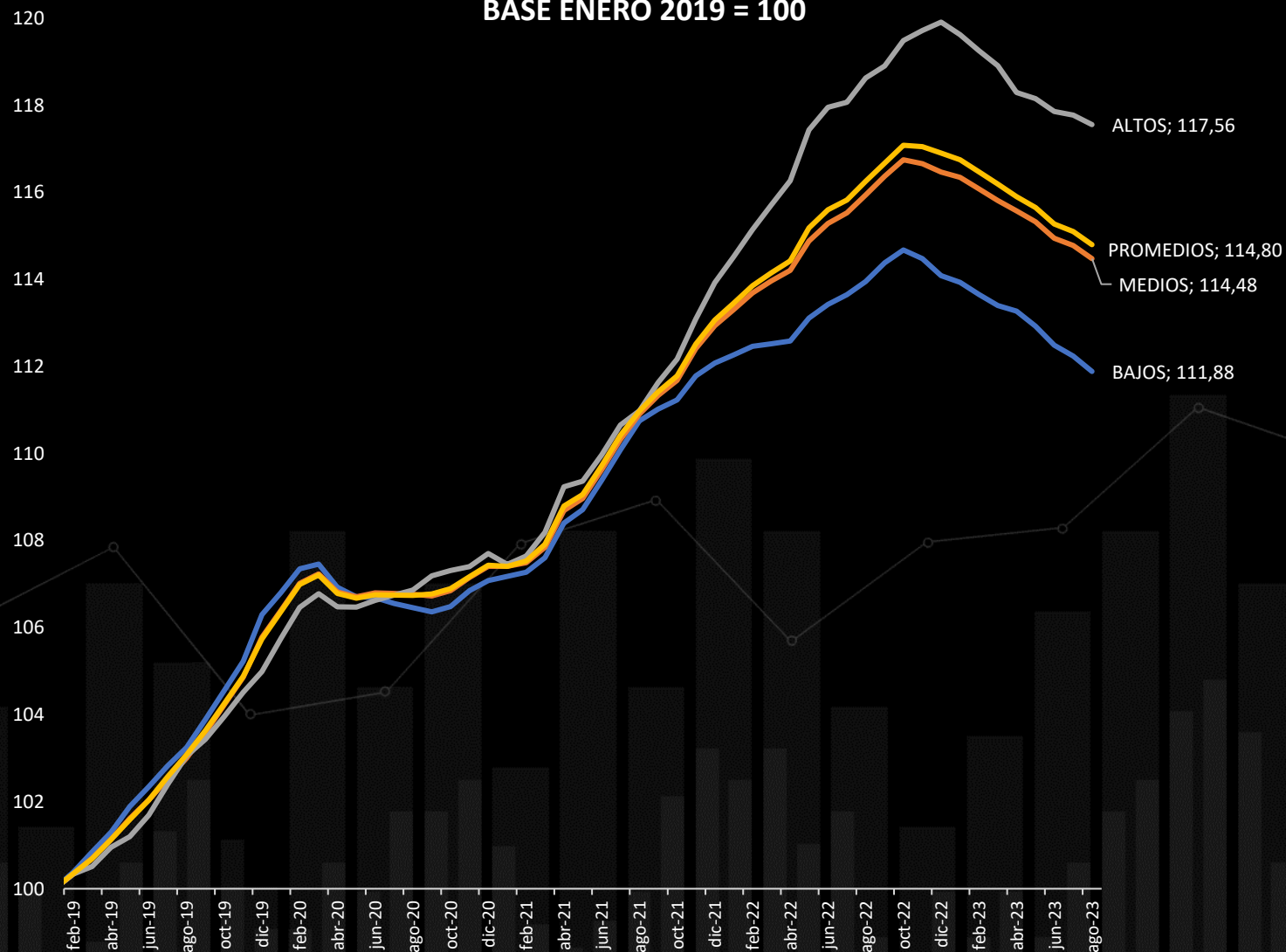
El gasto para todos los niveles de ingreso muestra una contracción, donde los niveles bajos muestran la mayor contracción. Esta caída generalizada está relacionada con un aumento de los precios de servicios esenciales como agua, electricidad y arriendos.

En cuanto a los hogares de ingresos altos y medios, estos se han visto afectados por el incremento de los precios de la gasolina, ya que estos niveles de ingreso tienen una alta participación de este producto en su gasto.

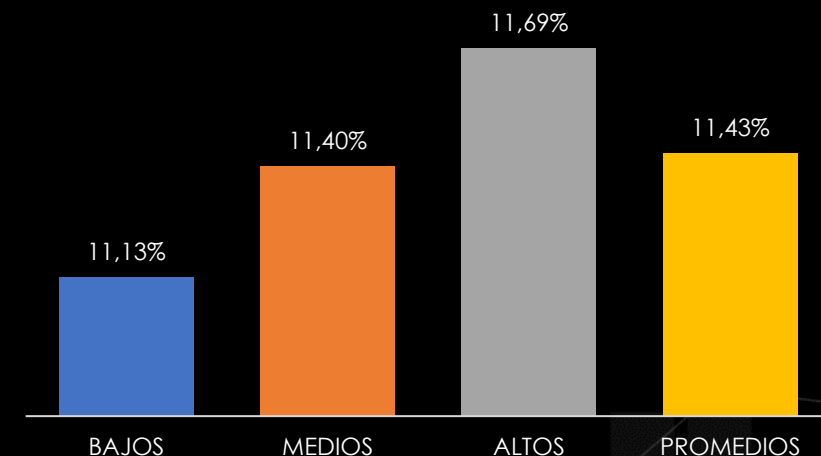
Adicionalmente, la menor colocación de crédito está afectando el gasto especialmente en bienes durables de los hogares de ingresos altos.



ÍNDICE DEL GASTO REAL 12 MESES CORRIDO POR NIVEL DE INGRESOS **BASE ENERO 2019 = 100**



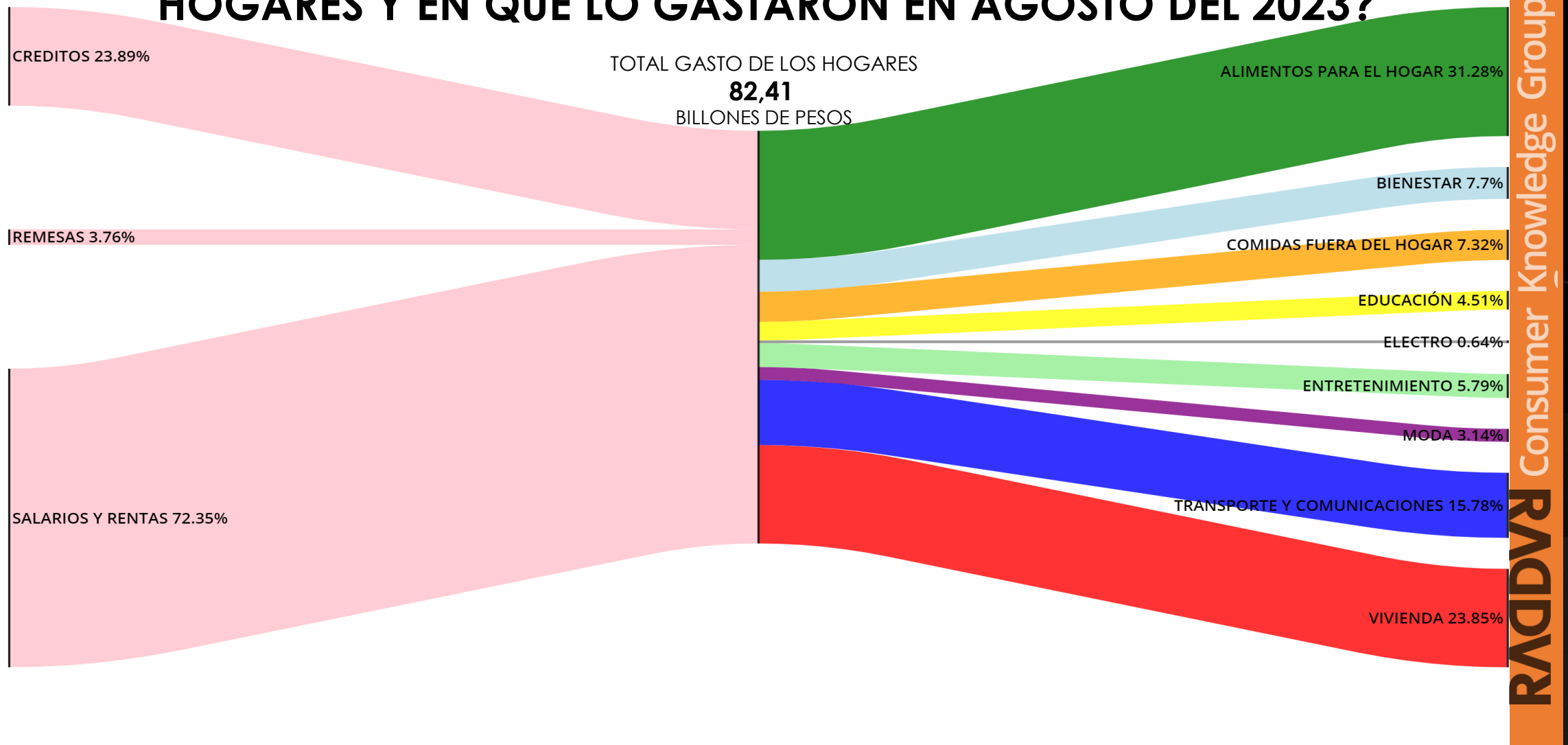
INFLACIÓN ANUAL (AGO-23)



Los hogares de ingresos altos son aquellos que presentan el mayor poder adquisitivo (17 % más que en enero del 2019); sin embargo, son aquellos que vivieron la inflación más alta en agosto del 2023,. Esto como posible resultado de la inflación en canastas diferentes a alimentos que golpean más a estos niveles, como energía, combustibles y servicios. Mientras tanto, la menor inflación en alimentos mejora la dinámica inflacionaria en bajos y medios.




¿DE DÓNDE VINIERON LAS FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES Y EN QUÉ LO GASTARON EN AGOSTO DEL 2023?

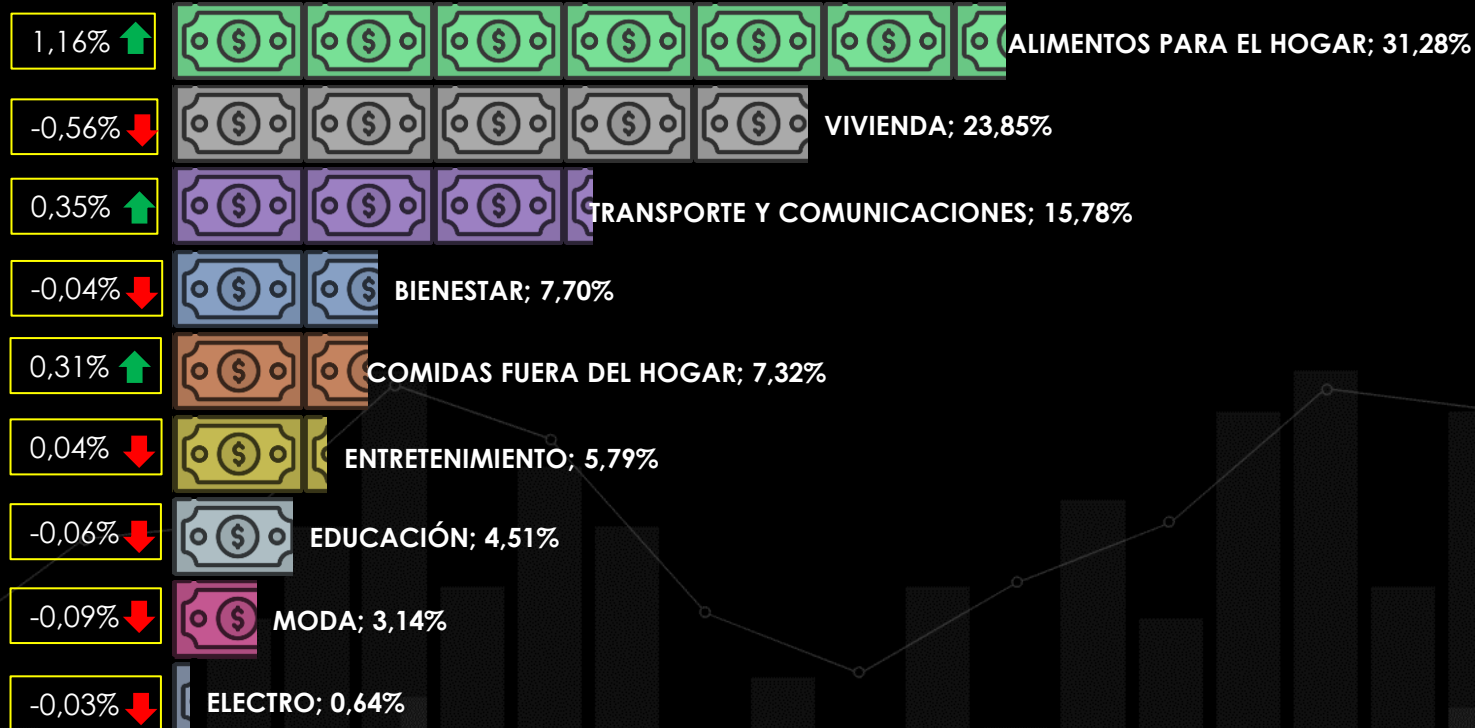


DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO AGOSTO-2023



Reestructuración
AGO 23 VS AGO 22

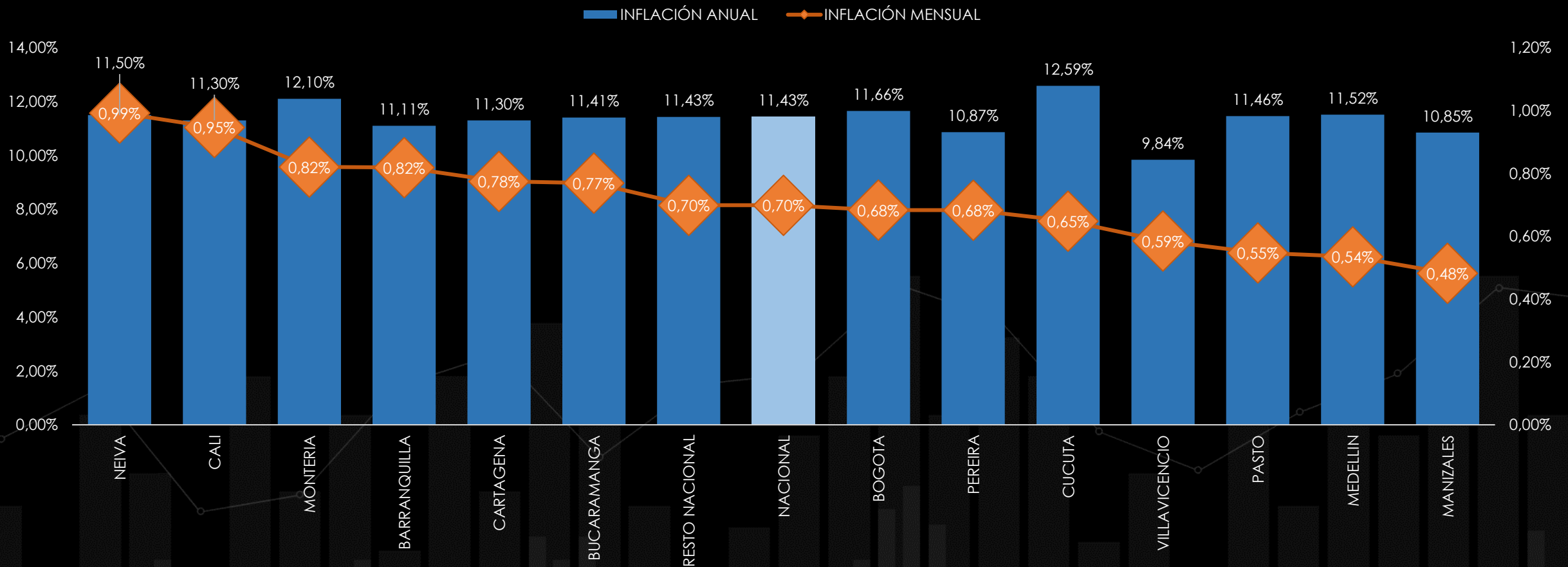
¿EN QUÉ NOS
GASTAMOS
100 PESOS?



Comparado con el mes de agosto del 2022, los hogares han asignado más dinero a canastas básicas como: Alimentos para el hogar y transporte y comunicaciones. Sin embargo, otra canasta recibe más dinero, posiblemente como una solución a la inflación de alimentos que golpeó de manera fuerte a los hogares y se podría estar convirtiendo en esa búsqueda de precios bajos; esta canasta es comidas por fuera del hogar que recibió 0,31% más que el año pasado.



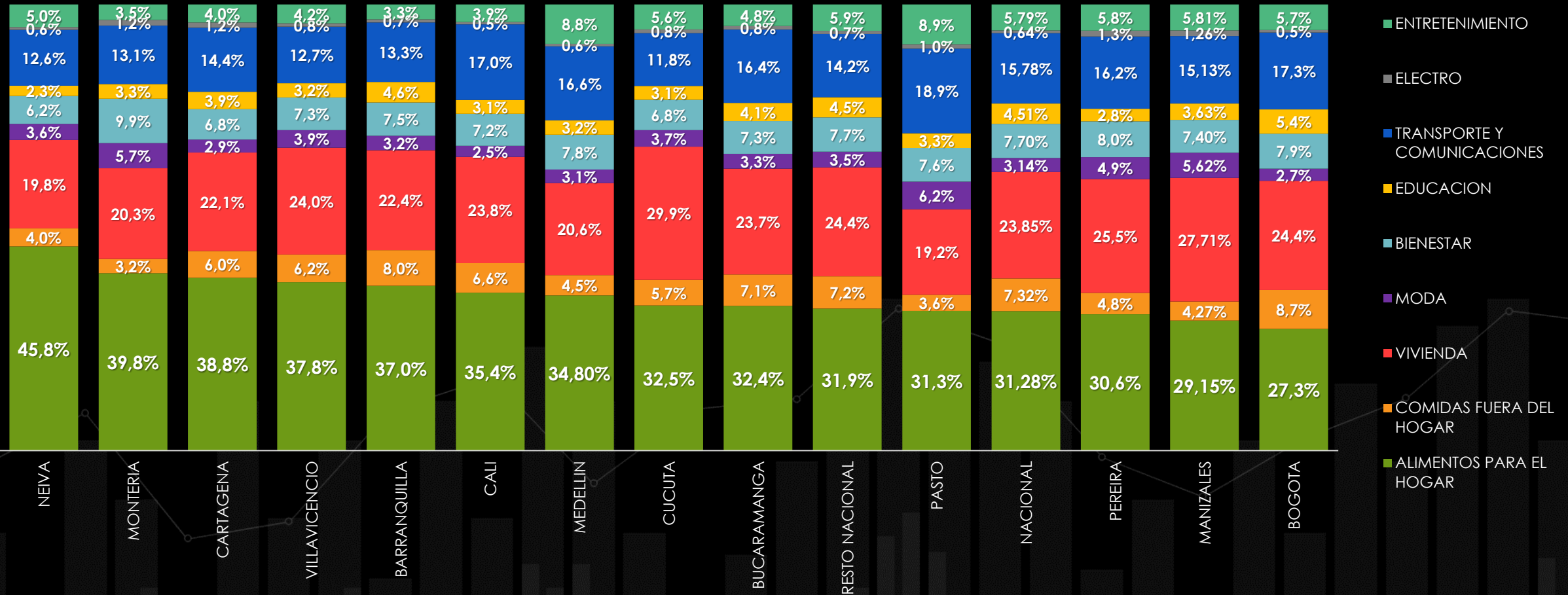
DINÁMICA DE LA INFLACIÓN EN LA CIUDADES DE COLOMBIA



Neiva, Cali y Montería son las ciudades con la inflación mensual más alta. Por el lado de la ciudad de Cali, el servicio de la energía eléctrica tuvo un incremento en su inflación del 7,32% algo sorprendentemente superior a cualquier otra ciudad medida. Por otro lado, Barranquilla fue la ciudad que presentó un mayor aumento en los precios del servicio de suministro de agua.



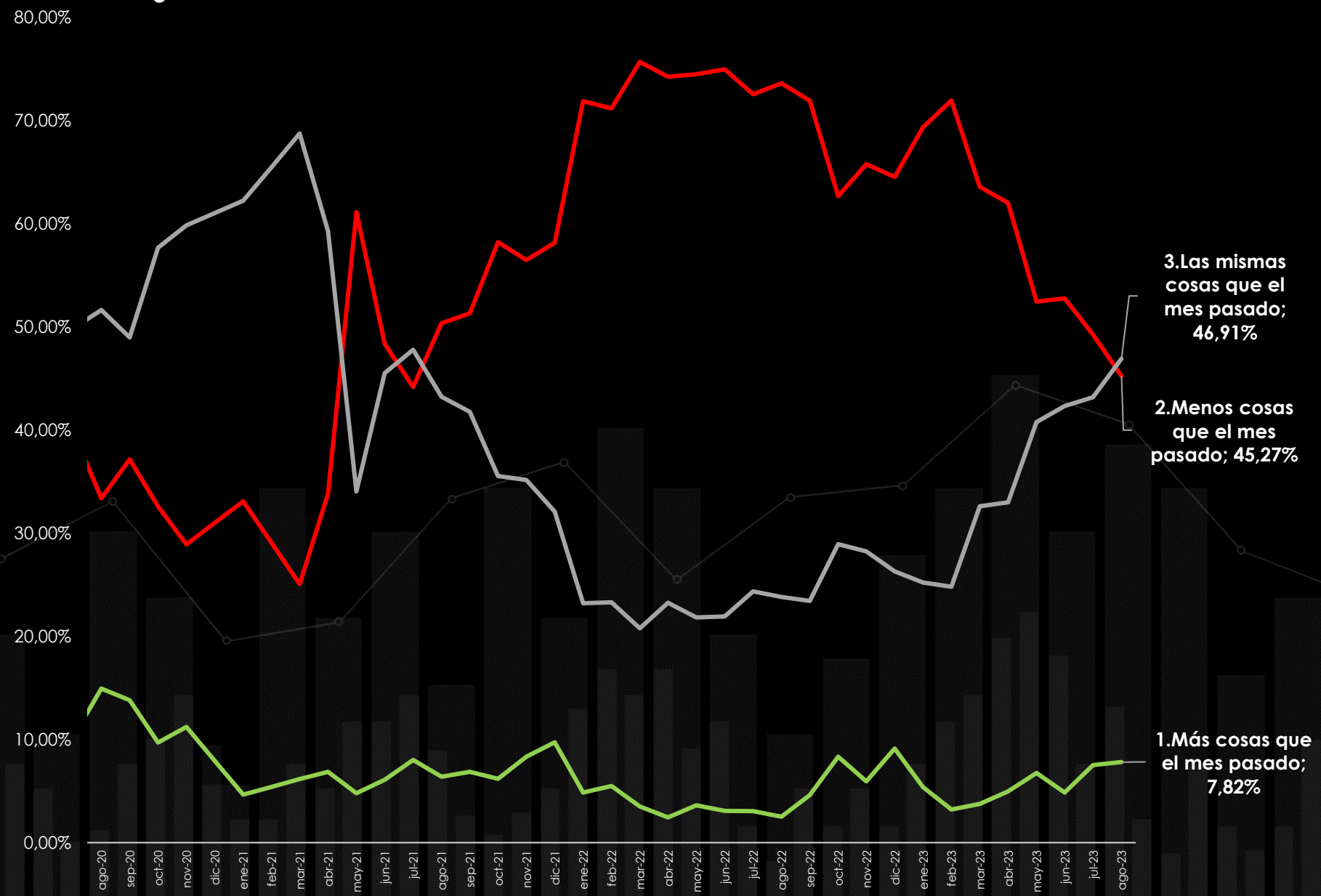
ASIGNACIÓN POR CIUDAD



Neiva al ser la ciudad con la mayor inflación mensual, produce que los hogares hayan tenido que priorizar su gasto y deja a la canasta de alimentos con la mayor asignación respecto a todas las demás ciudades. Cúcuta fue la ciudad con la mayor asignación a vivienda, resultado de la subida de las tarifas de servicios públicos en la región. Por otro lado, la ciudad de Pasto al asignar menos a las canastas de alimentos y vivienda han podido diversificar su bolsillo y por tanto presentar mayores asignaciones en entretenimiento, moda y transporte y comunicaciones.



¿CUÁNTO SIENTE QUE COMPRÓ ESTE MES COMPARADO CON EL MES PASADO?



Sin duda alguna, la reducción de los niveles de inflación de alimentos produce en los hogares en Colombia una sensación de bienestar, lo que deja ver que en agosto del 2023 la participación de personas que auto declaran haber comprado las mismas cosas que el mes pasado sobrepasa a la ganadora durante más de dos años “haber comprado menos cosas”. Este panorama demuestra que el consumidor está dejando atrás esta sensación de no poder adquirir las mismas cosas a las que está acostumbrado.

3. Las mismas cosas que el mes pasado; 46,91%

2. Menos cosas que el mes pasado; 45,27%

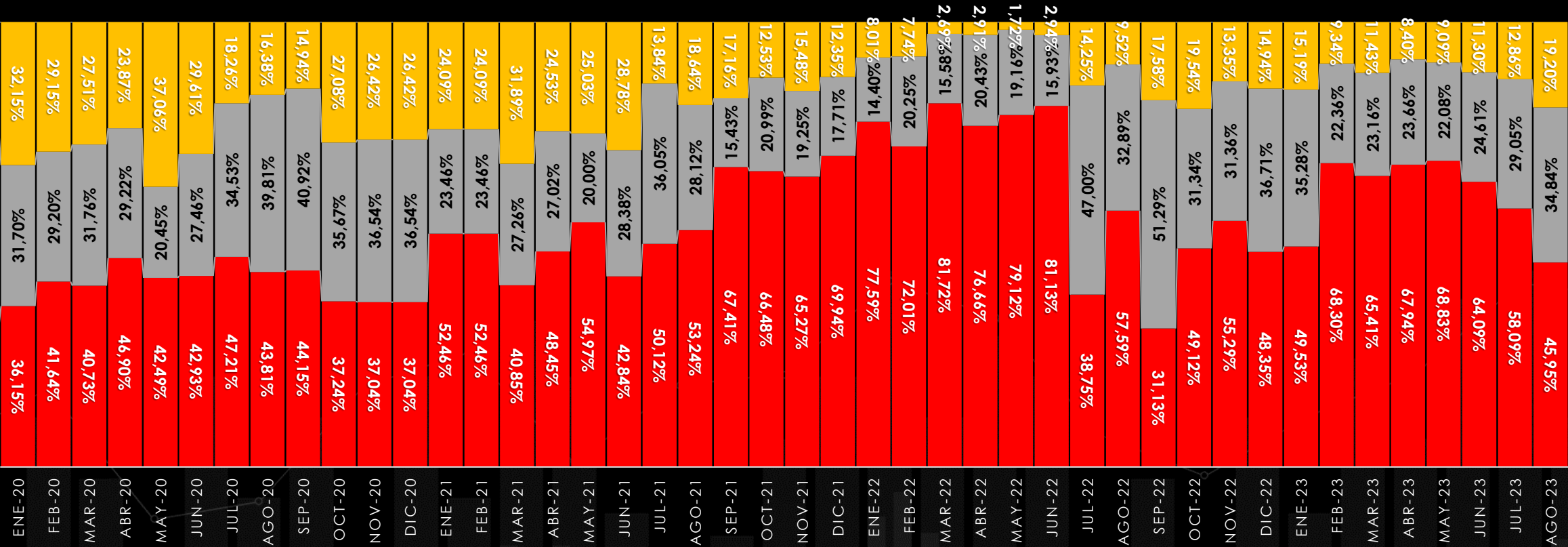
1. Más cosas que el mes pasado; 7,82%

Fuente: Gastometría Raddar, agosto-2023

Para mayor información: www.raddar.net

TIPOS DE COMPRADOR

■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES ■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ 3. CAZADOR DE VALOR

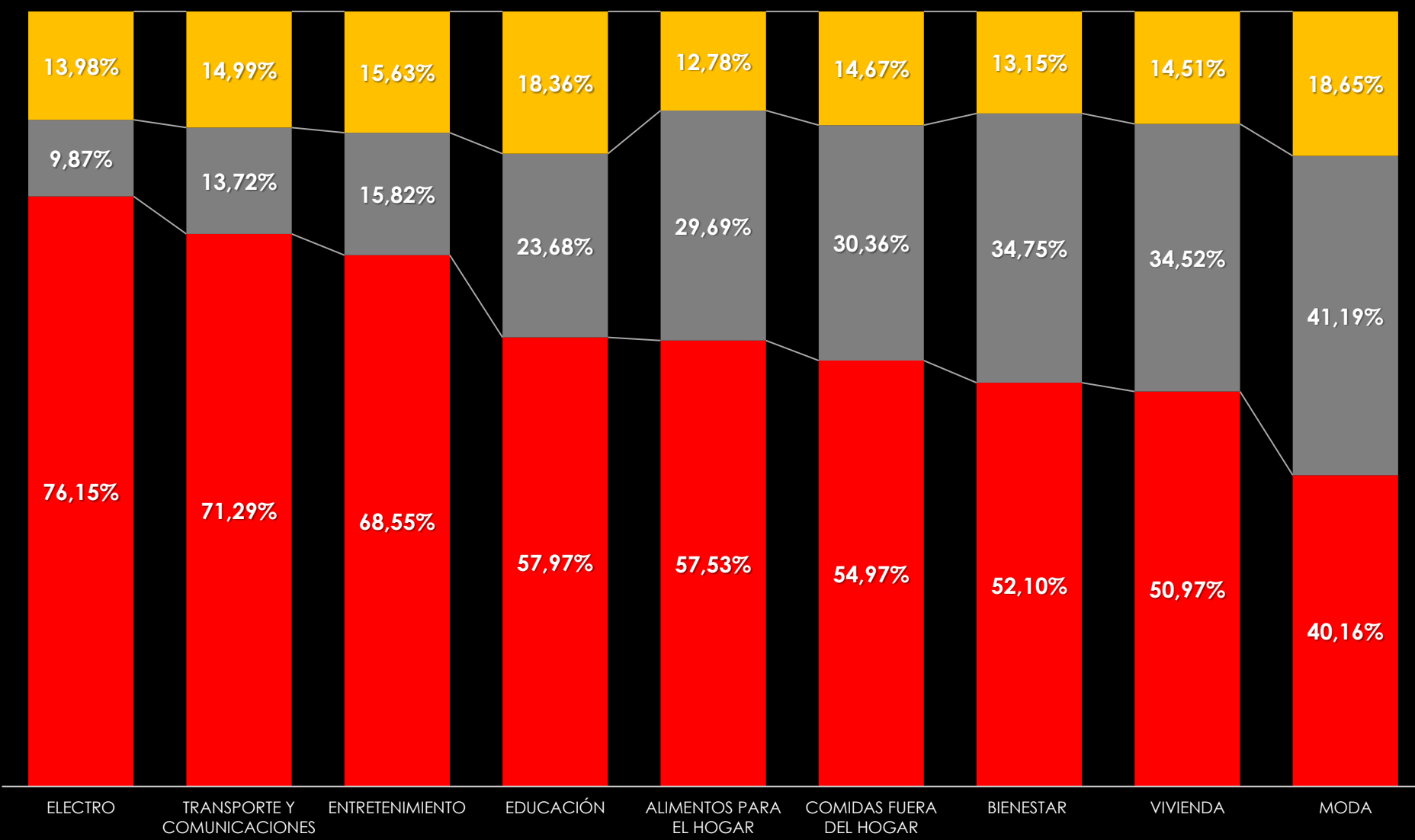


Desde mayo de este año, el cazador de promociones ha cedido terreno y la dinámica comienza a tomar una senda parecida a lo que se vivió en agosto del 2020, dónde el cazador de oportunidad gana terreno; pero lo que se hace más relevante es que el cazador de valor no había crecido de forma similar desde octubre de 2022, básicamente lo que está buscando el consumidor en este panorama inflacionario es un consumo “a la fija”, productos que conocen y saben el beneficio que aporta, pero no se restringen de comparar para encontrar los mejores precios del mismo.



TENDENCIA DE COMPRADOR POR CANASTAS DE CONSUMO (ENE-AGO 2023)

■ CAZADOR DE PROMOCIONES ■ CAZADOR DE OPORTUNIDAD ■ CAZADOR DE VALOR



Ahora bien, cuando estas tendencias se abren por canasta de consumo se puede evidenciar que el cazador de valor se concentra en canastas como educación, moda y entretenimiento. Mientras que el cazador de promociones está concentrado en electro y transporte y comunicaciones (canastas con inflaciones significativas).

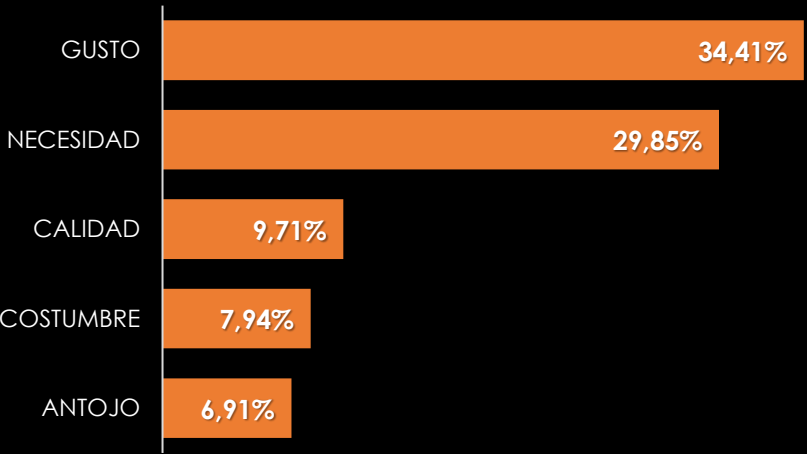
Por el lado del cazador de oportunidad, es en moda, en vivienda y en bienestar que se hacer más fuerte la tendencia.

Por el lado de alimentos dentro y fuera del hogar se evidencia cómo hay una búsqueda de promociones, pero sin dejar de lado el valor y la oportunidad de encontrar el mejor precio.

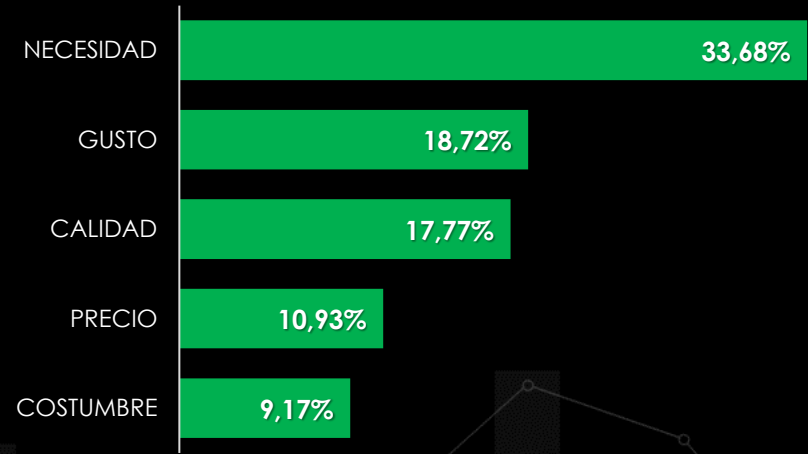


MOTIVOS DE COMPRA POR GENERACIONES (ENE-AGO 2023)

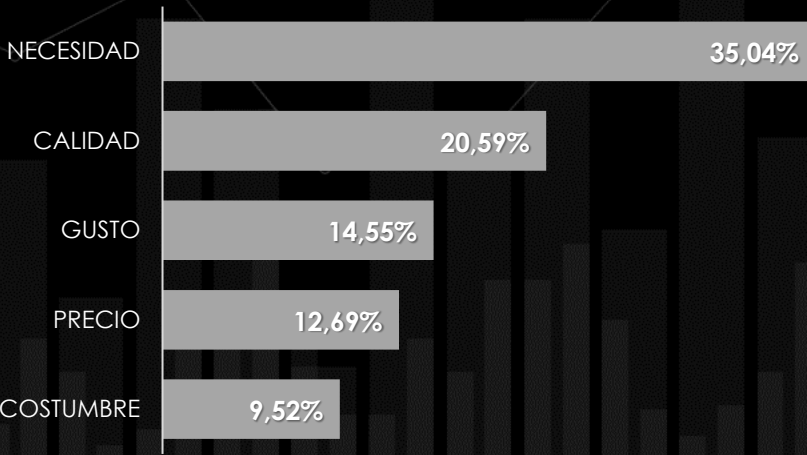
CENTENNIAL



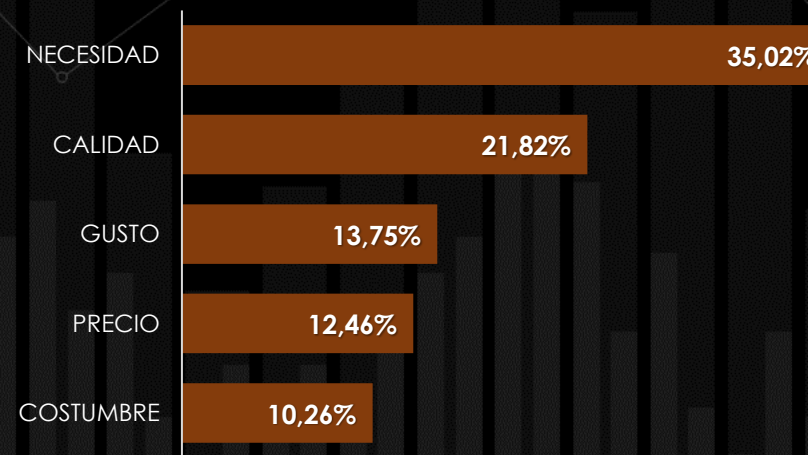
MILLENIAL



GEN X



BABY BOOMERS



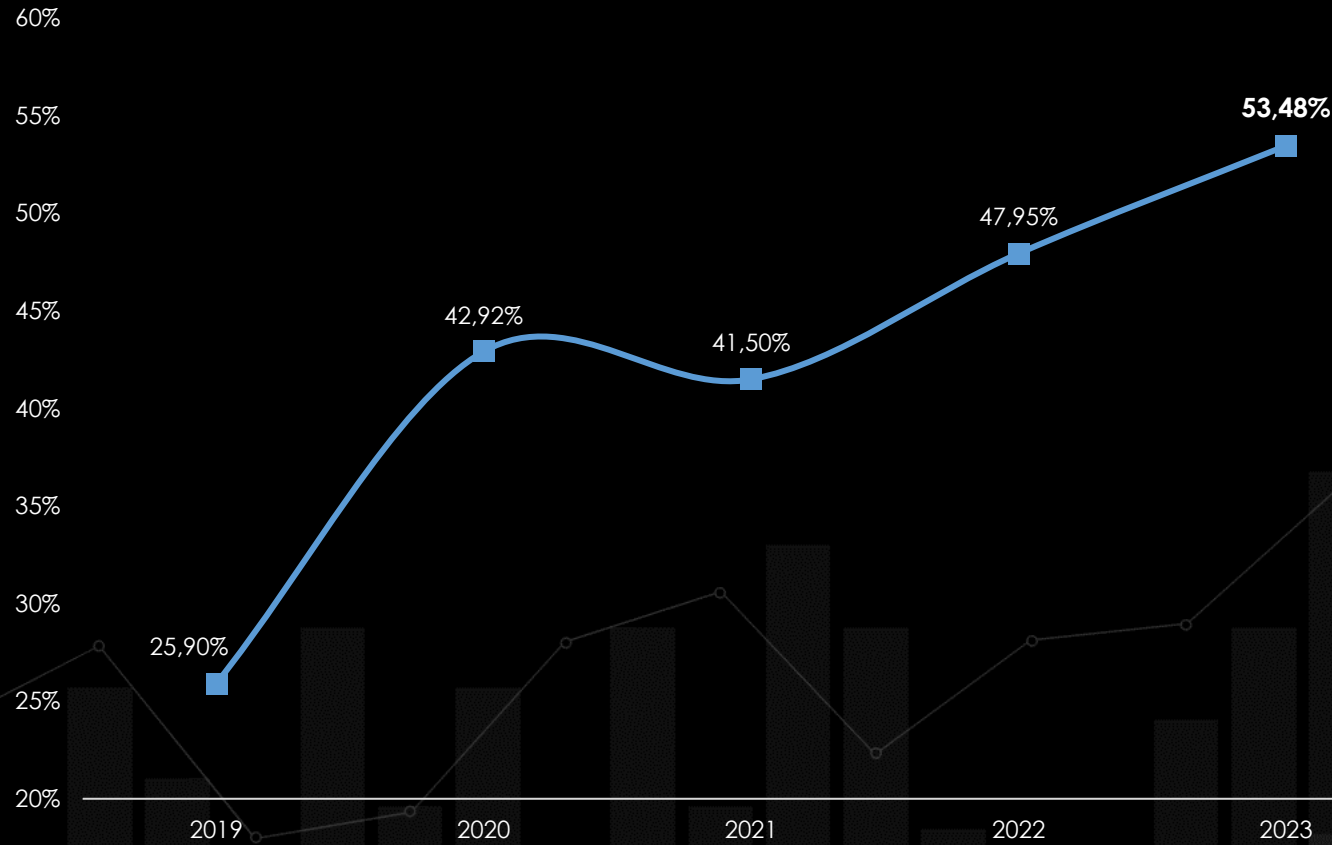
Al revisar los motivos de compra por generaciones en lo corrido del 2023, se puede observar que las compras por necesidad están siendo lo más importante para los Millenials, Generación X y Baby Boomers. Por su parte, los Centennials adquieren sus productos más por gusto que por necesidad.

De igual manera, cabe mencionar que el gusto y la calidad empiezan a tomar relevancia en los motivos de compra, rezagando levemente al precio, seguramente por la tímida, pero continua desaceleración de la inflación.

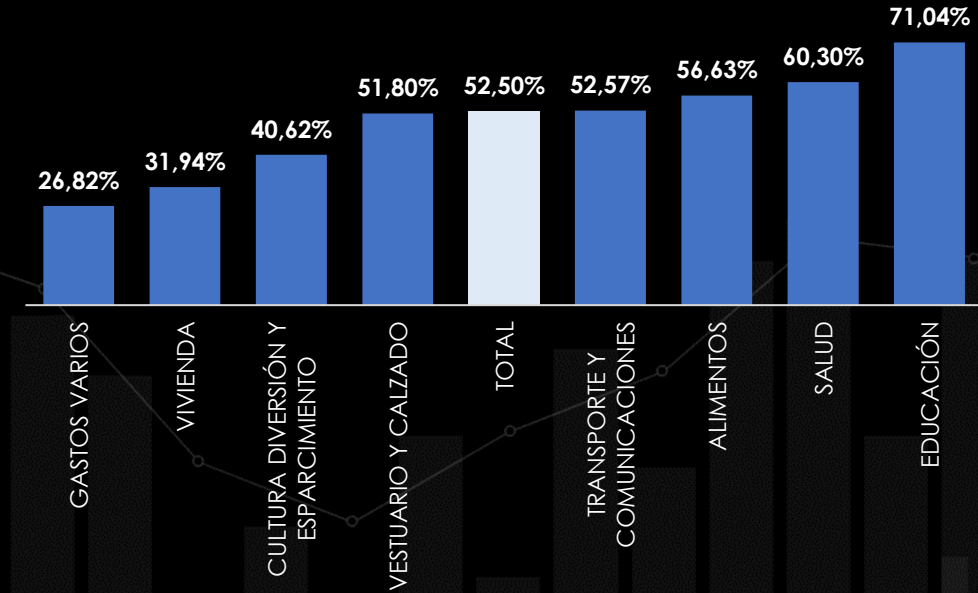


¿CUÁL ES LA MARCA DEL ÚLTIMO PRODUCTO QUE COMPRÓ?, NS/NR

HÁBITOS DE COMPRA



¿CUÁL ES LA MARCA DEL ÚLTIMO PRODUCTO QUE COMPRÓ?, NS/NR (POR CANASTA DE CONSUMO)

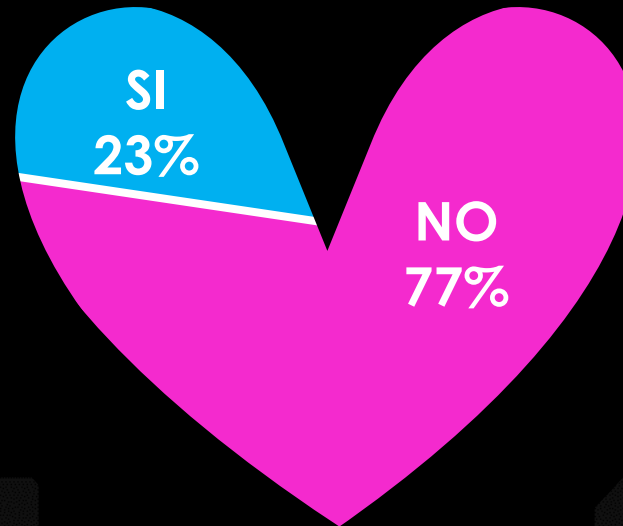


En un panorama de inflaciones altas los consumidores al encontrarse en una búsqueda de precios asequibles terminan por comprar productos motivados en gran medida por el precio, más allá de la fidelidad o el valor que le otorgan a la marca comprada. Esto termina generando que cada vez el consumidor no recuerde o no le sea relevante la marca que compra, ejemplos de este son: educación, explicado más por útiles escolares, alimentos, canasta con mayor inflación en 2022 y parte del 2023, y transporte y comunicaciones, que se centra en la búsqueda de la promoción del galón más que de la empresa distribuidora.

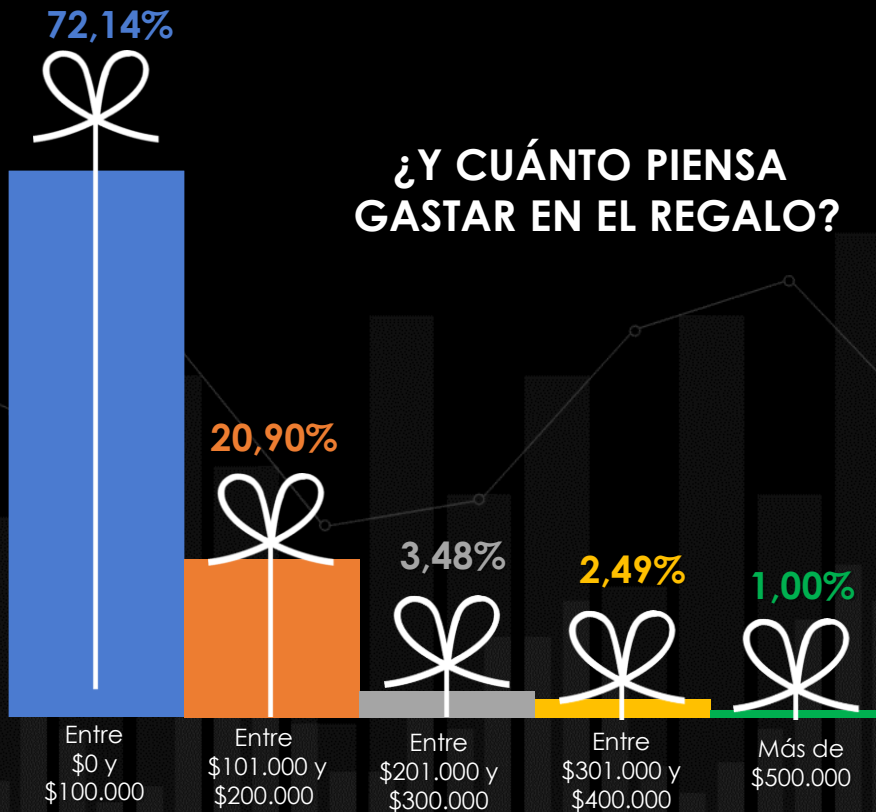


ADELANTO ESPECIAL AMOR Y AMISTAD

¿VA A CELEBRAR
AMOR Y AMISTAD?



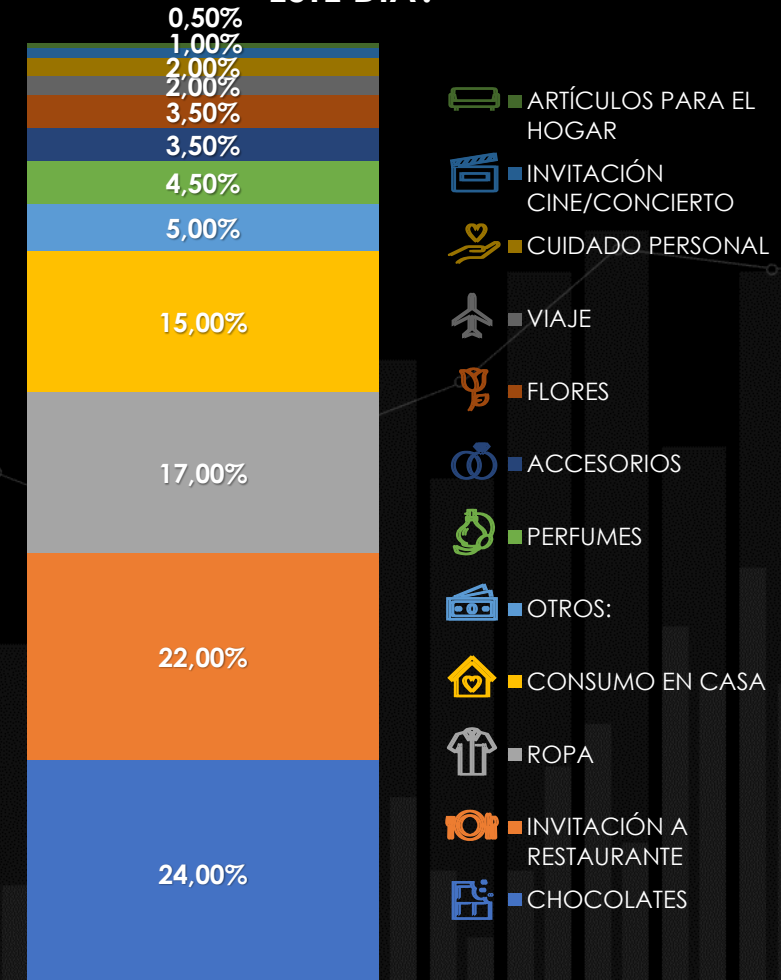
¿Y CUÁNTO PIENSA
GASTAR EN EL REGALO?



Los detalles para celebrar Amor y Amistad se concentran en chocolates e invitación a restaurante seguido de ropa, aunque destaca el consumo en casa como alternativa.

El 72% de las personas piensa asignar máximo 100.000 pesos en este día.

¿QUÉ VAN A REGALAR AQUELLOS QUE
DECLARARON QUE SI VAN A CELEBRAR
ESTE DÍA?



Fuente: ConsumerTrack Raddar, agosto-2023

CONSUMER REPORT - Ago 2023

Para mayor información: www.raddar.net.

**EN AGOSTO DE 2023, EL GASTO DE LOS HOGARES DECRECIÓ -3,2%
FRENTE AL MISMO MES DEL AÑO PASADO.**

La dinámica del gasto de los hogares este mes de agosto puede estar relacionada con:

- Una inflación anual que continúa su tendencia de desaceleración por quinto mes consecutivo; sin embargo, resaltan inflaciones de combustibles, arriendos y servicios que limitaron el gasto, lo que generó un incremento de la inflación subyacente.
- El gasto real se contrajo de manera anual en todas las canastas de consumo, lo que produjo que se destinara más dinero a canastas como: alimentos para el hogar, comidas por fuera del hogar y transporte y comunicaciones.
- Las dinámicas de crédito aún están en niveles negativos, con un pequeño repunte de tarjetas de crédito, pero no lo suficiente para aportar al crecimiento del gasto.
- La tendencia de percepción de compra ha mejorado en los últimos meses dejando que el mes de agosto presentara un repunte en la sensación de adquirir las mismas cosas que el mes pasado.
- Neiva fue la ciudad con la mayor inflación mensual, un comportamiento jalonado por precios de arrendamientos, combustibles y algunos alimentos. Por otro lado, Manizales presentó la menor dinámica relacionada con caídas en precios de servicios de gas, aceites y otros alimentos.

-3,2%

**DECRECIÓ EL GASTO DE LOS HOGARES EN AGOSTO DE
2023, COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO
PASADO.**





CONSUMER REPORT

AGOSTO 2023



Raddarckg

inforaddar@raddar.net

www.raddar.net

Celular +57 3108519878



Raddar-ckg



@Raddarckg



Raddar CKG



GRACIAS