

MACRO ENTORNO

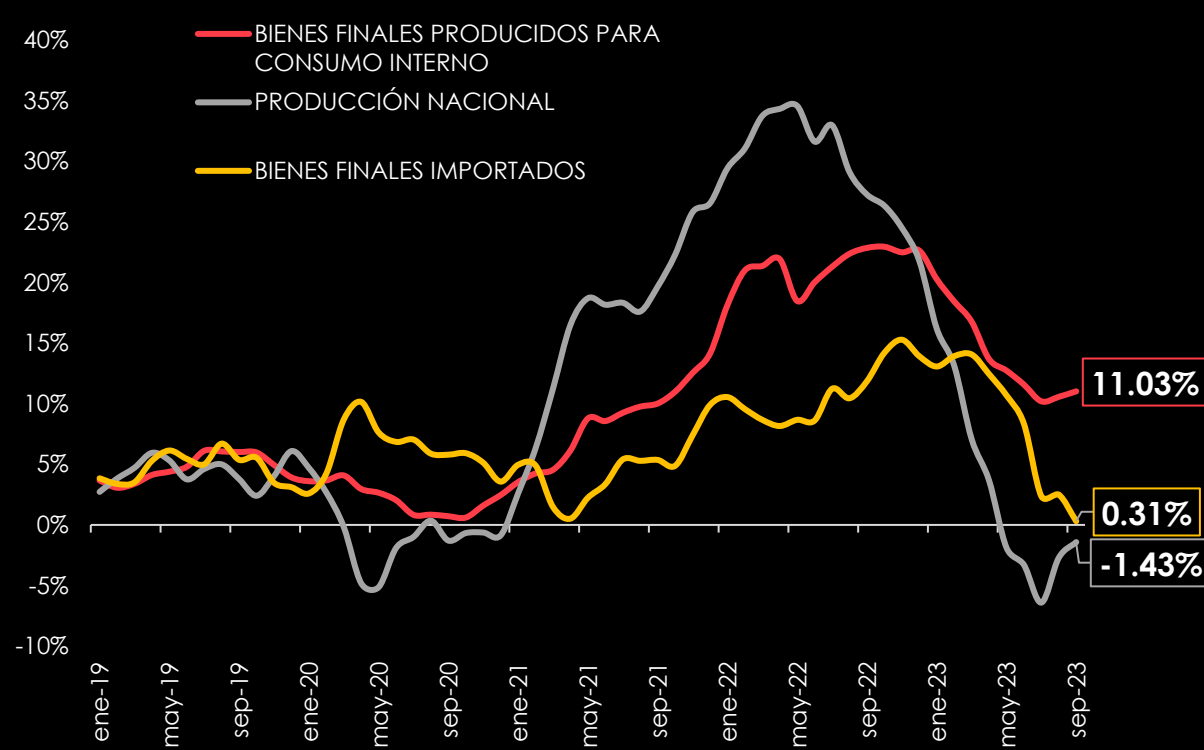
COLOMBIA

IIIQ 2023

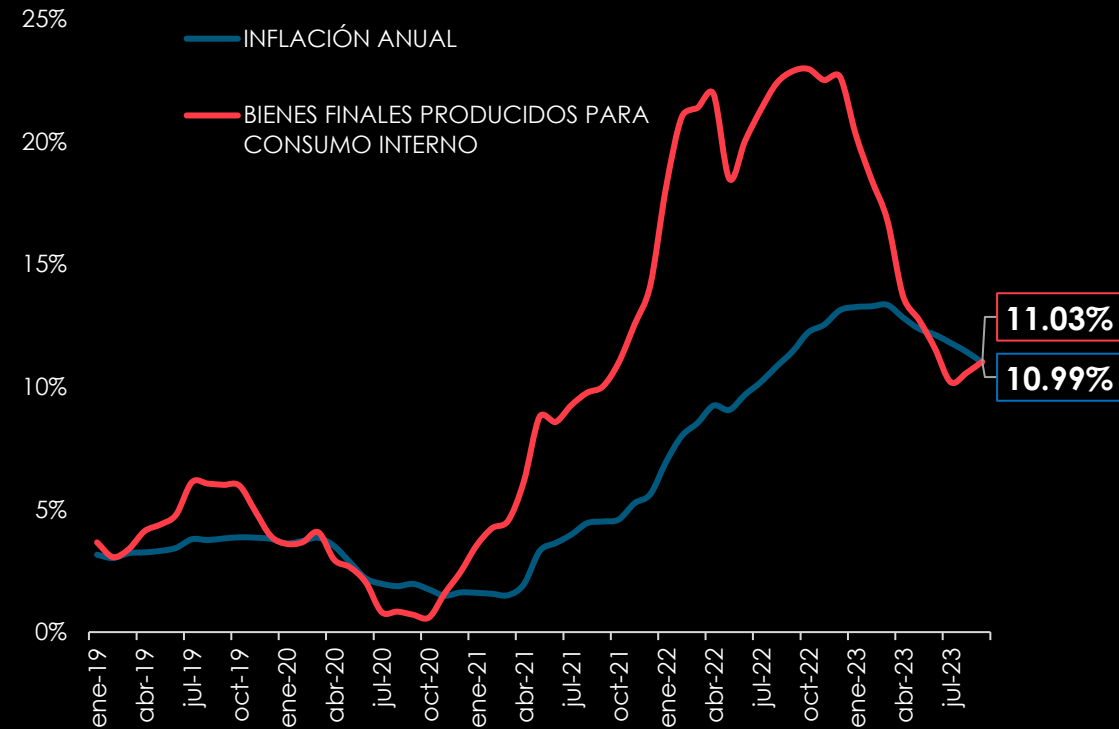


LOS PRECIOS DEL PRODUCTOR REPUNTAN Y SE UBICAN NUEVAMENTE POR ENCIMA DE LA INFLACIÓN

COMPORTAMIENTO ÍNDICE DE PRECIOS PRODUCTOR



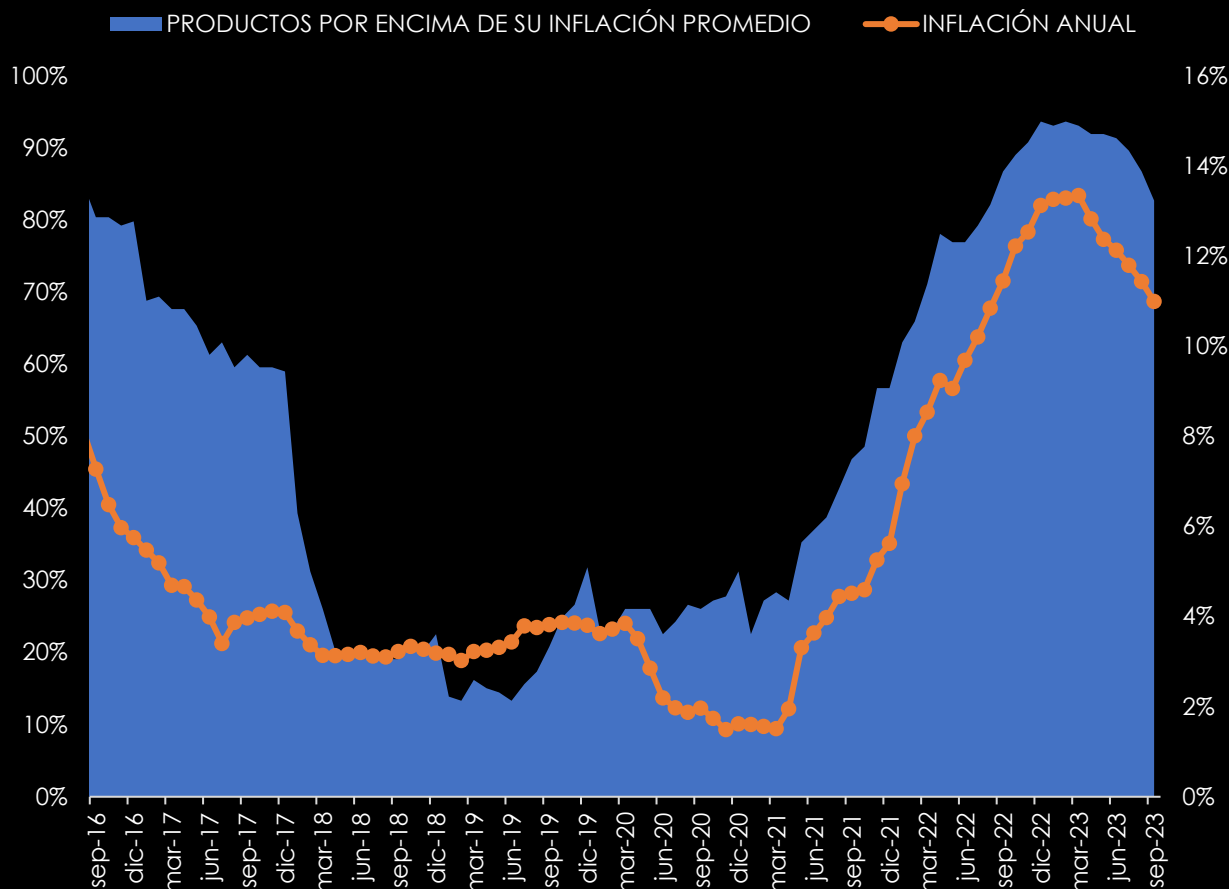
INFLACIÓN VS IPP



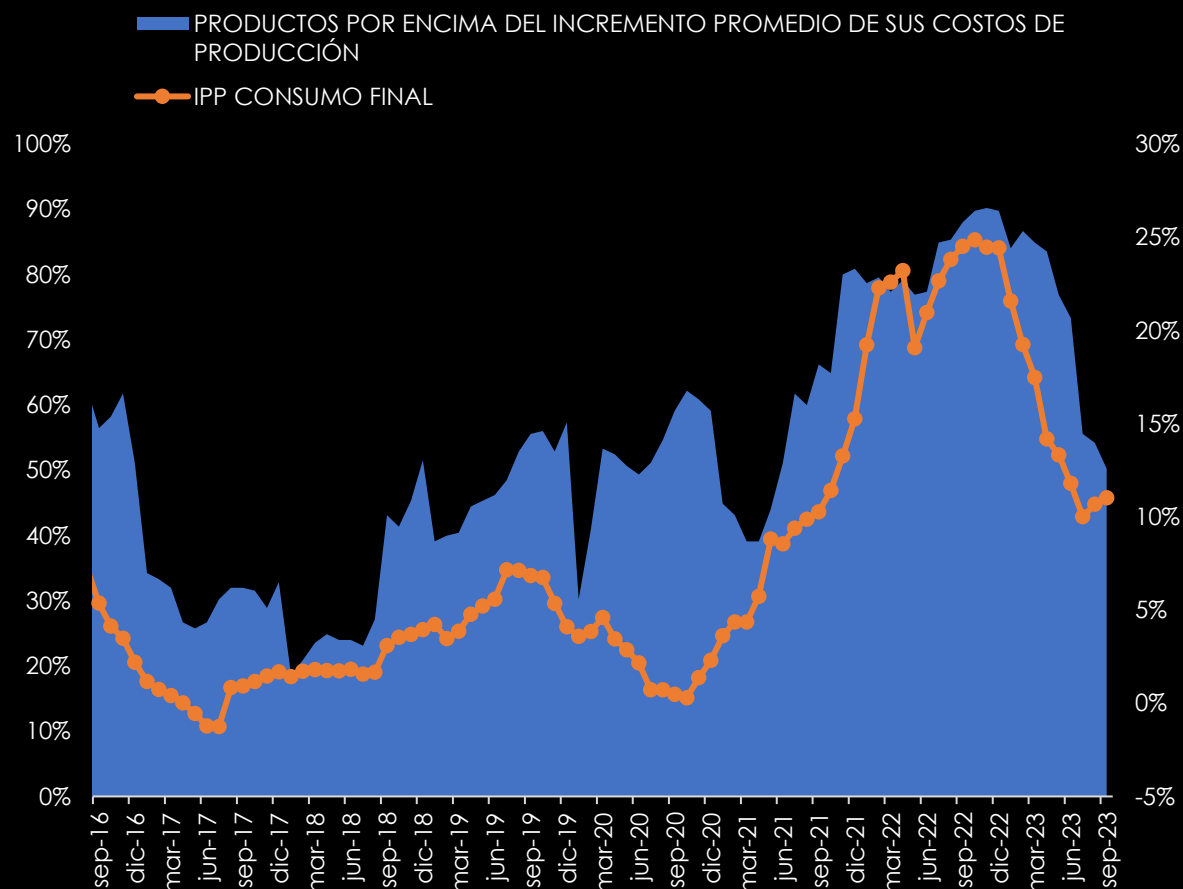
- Para el mes de septiembre el Índice de Precios al Productor de los bienes finales producidos para consumo interno repunta en 0,46 puntos porcentuales frente al mes de agosto. Este resultado fue jalonado en mayor medida por el sector minero y agrícola. Este mayor costo lleva a que el IPP se ubique por encima de la inflación y quiebra los siete meses consecutivos de caída que llevaba. Lo anterior puede seguirle quitando velocidad a la caída de la inflación en particular en el segmento de alimentos.
- Por su parte los bienes finales importados mantienen su tendencia a la baja por la fuerte apreciación que ha tenido la moneda desde mayo 2023 y se ha mantenido estable para el mes de septiembre, esto repercute en una menor inflación para los bienes durables.

¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LOS PRECIOS AL CONSUMIDOR Y AL PRODUCTOR?

PRODUCTOS POR ENCIMA DE SU INFLACIÓN PROMEDIO (2016-2019)



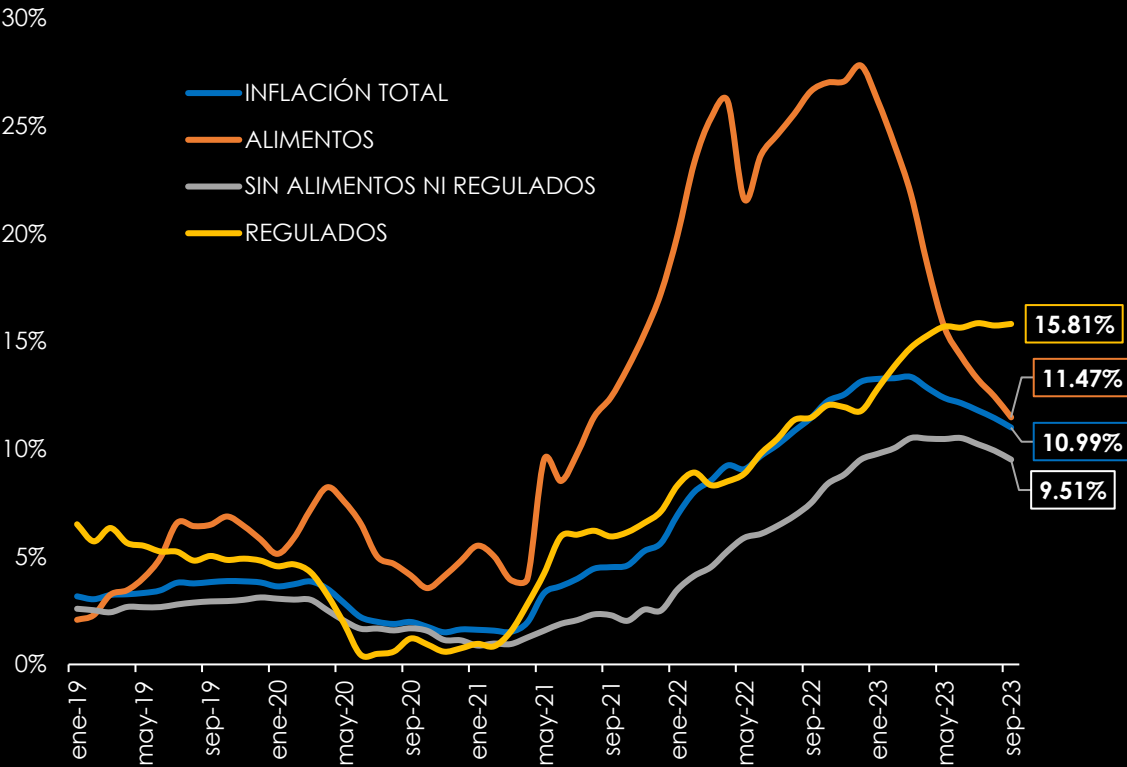
PRODUCTOS POR ENCIMA DEL INCREMENTO PROMEDIO DE SUS COSTOS DE PRODUCCIÓN



- Para el mes de septiembre de 2023 la inflación nacional continuó su rumbo a la desaceleración, siendo que 82,66% de los productos a los que RADDAR les hace seguimiento presentaron un incremento del nivel de precios superior a su promedio histórico, cifra inferior a la registrada en el mes pasado (86,71%).
- Por otro lado, el Índice de Precios al Productor para consumo final presentó un leve repunte para este mes en su variación anual, siendo que 50,22% de los productos presentaron un incremento en sus precios superior a su promedio histórico, frente a 54,22% de los productos en el mes anterior.

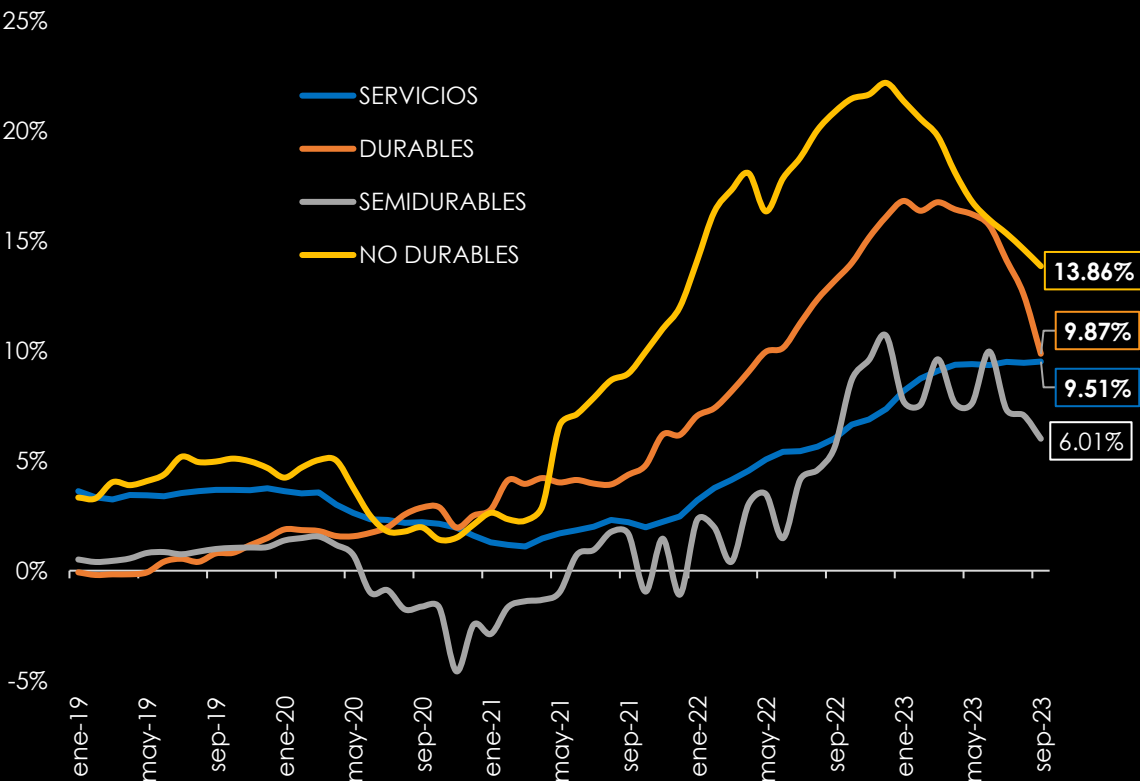
REGULADOS ALCAZARON LA MAYOR INFLACIÓN ANUAL EN SEPTIEMBRE Y CONTINUÁN SUPERANDO LA INFLACIÓN DE ALIMENTOS POR QUINTO MES CONSECUTIVO

INFLACIÓN POR COMPONENTES BÁSICOS



- La inflación de alimentos continúa desacelerándose, alcanzando un mínimo desde julio de 2021, lo que evidencia cierta estabilización en el sector.
- Por su parte, los precios de los regulados continúan en aumento, superando la inflación de los alimentos. Dentro de esta canasta, los combustibles han jugado un papel fundamental dados los aumentos consecutivos en el año; a esto, se le suman los incrementos en los precios de servicios públicos.

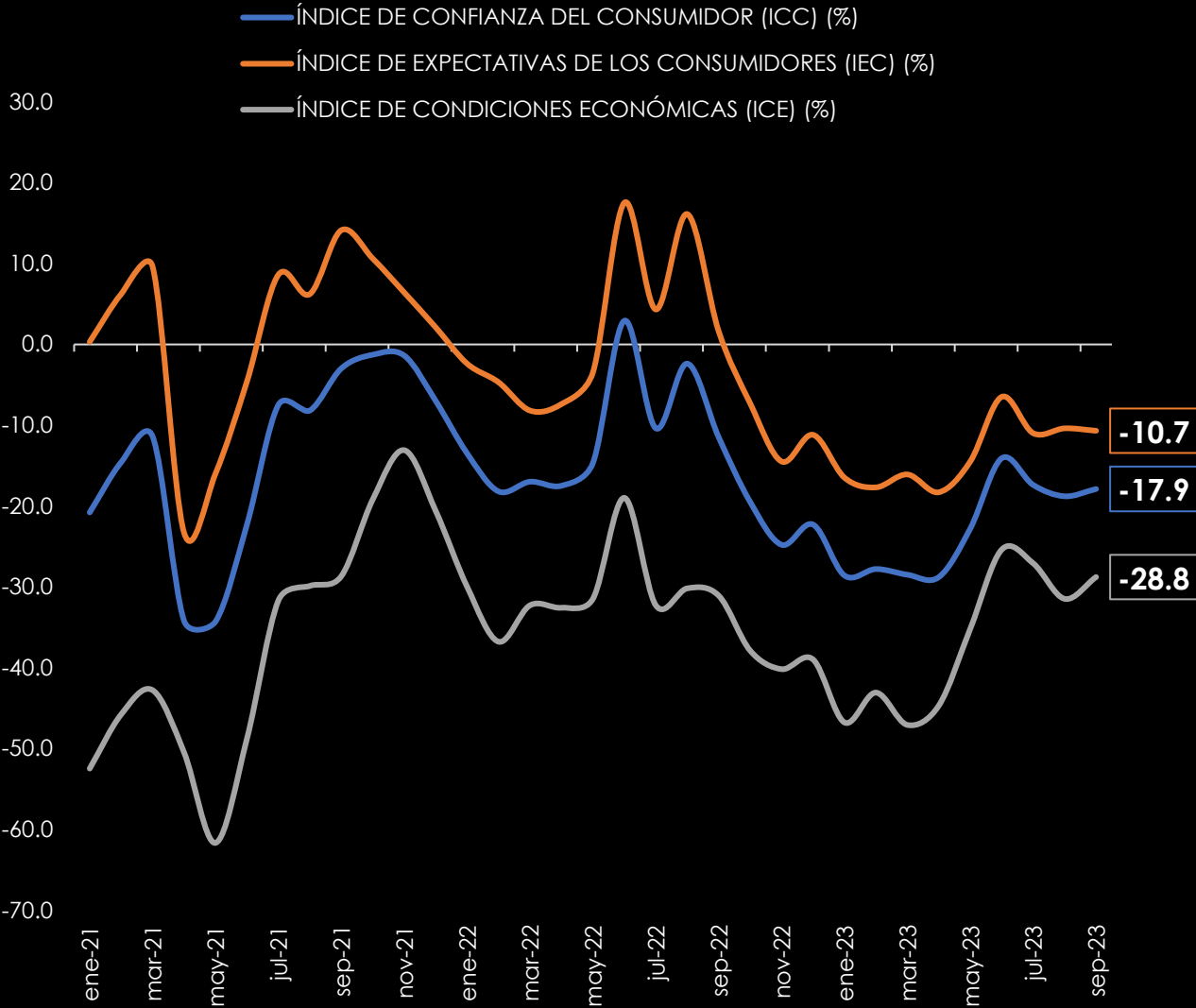
INFLACIÓN POR TIPO DE BIENES



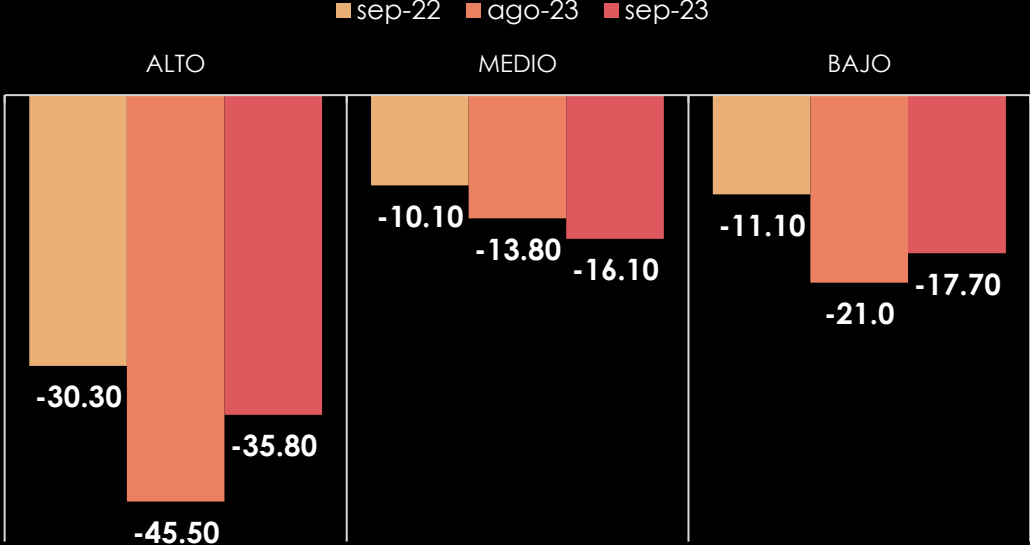
- Si bien, los no durables continúan manteniendo la mayor inflación anual, esta muestra cierta desaceleración en el tercer trimestre del año, tendencia que se replica en los durables.
- En el caso de los durables, el fortalecimiento del peso colombiano favoreció un menor precio en estos productos importados.
- Mientras tanto, los semidurables después de haber alcanzado picos inflacionarios en enero, abril y junio, empezaron a desacelerarse en el tercer trimestre del año.

LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR MEJORA Y ES JALONADA POR INGRESOS ALTOS Y BAJOS

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



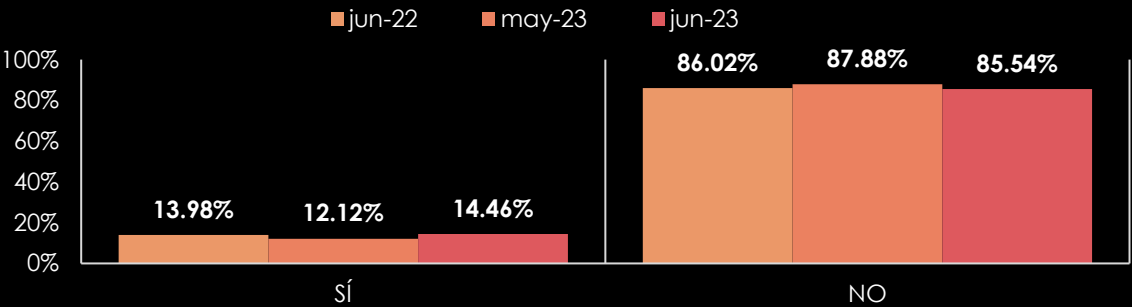
CONFIANZA POR NIVEL SOCIECONÓMICO



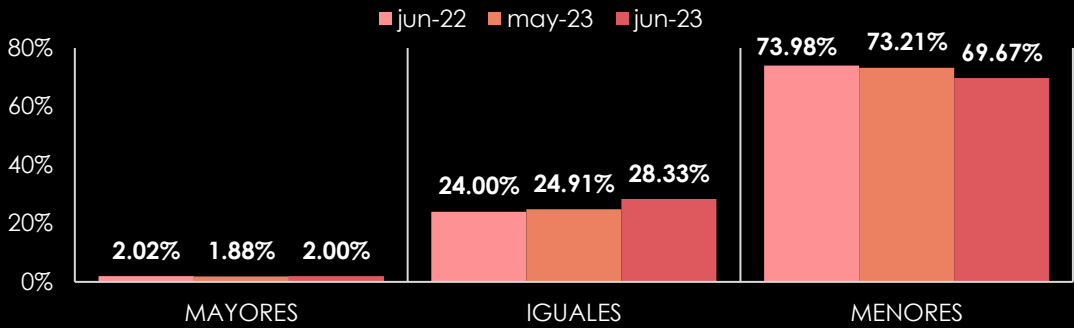
- La percepción de las condiciones económicas actuales se recupera como respuesta de una menor inflación y tal vez ligado a un menor crecimiento de la deuda de los hogares por la pausa en el alza de la tasa de interés del Banco de la República. Sin embargo, el índice de expectativas tuvo una leve caída, que puede estar relacionada con un aumento de la incertidumbre por eventos políticos como las próximas elecciones regionales.
- Los hogares de ingreso alto mostraron una recuperación de la confianza, que puede estar relacionada con observar que el incremento en los combustibles está llegando a su techo.

SE MANTIENE ALTA LA POSIBILIDAD DE NO PODER AHORRAR Y CRECE EL SENTIMIENTO DE NO ESTAR CONFORME CON LA SITUACIÓN LABORAL

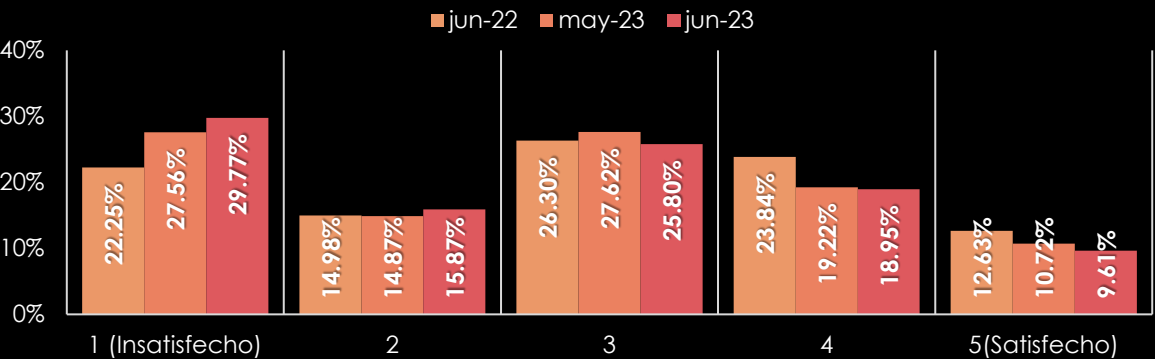
¿USTED CONSIDERA QUE DURANTE LOS PRÓXIMOS 12 MESES TENDRÁ DINERO DISPONIBLE PARA SALIR DE VACACIONES?



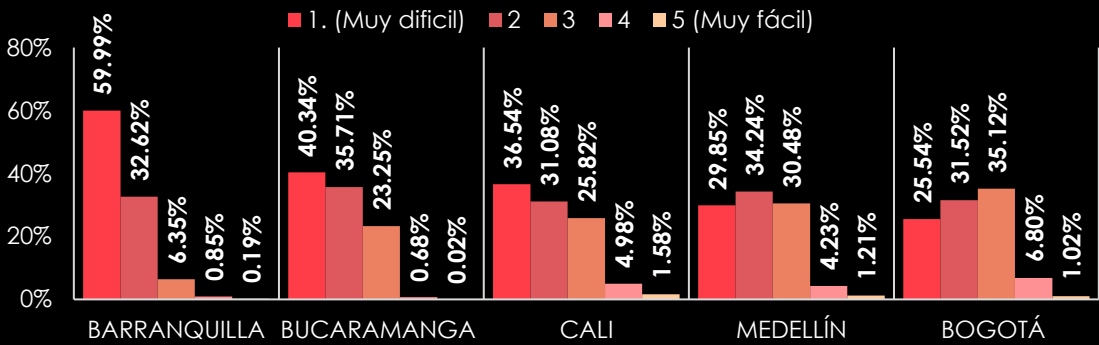
¿CÓMO CONSIDERA LAS POSIBILIDADES DE QUE USTED COMPRA APARATOS ELECTRODOMÉSTICOS?



¿QUÉ TAN SATISFECHO ESTÁ CON SU SITUACIÓN LABORAL?



¿EN SU OPINIÓN QUÉ TAN FÁCIL ES EL ACCESO A OPORTUNIDADES LABORALES? JUNIO 2023

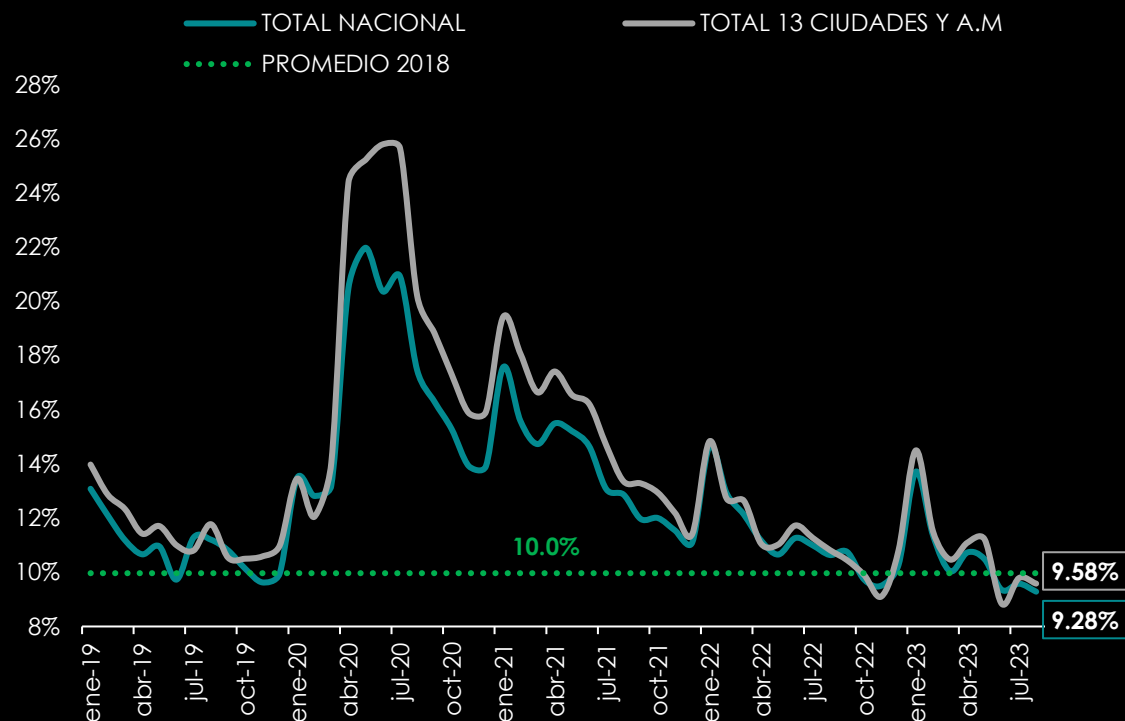


- Aunque se mantiene alta la percepción de los hogares de no poder ahorrar el dinero suficiente para salir de vacaciones en un futuro o para comprar electrodomésticos, se empieza a desacelerar esa percepción negativa, dando signos de que continúe con esa tendencia en los meses restantes del año.

- Se incrementa el número de personas que se encuentra inconforme con su situación laboral. En Barranquilla y Bucaramanga son las ciudades que presentan mayores restricciones para acceder a oportunidades laborales, mientras en Bogotá es la ciudad con mejores oportunidades de empleo.

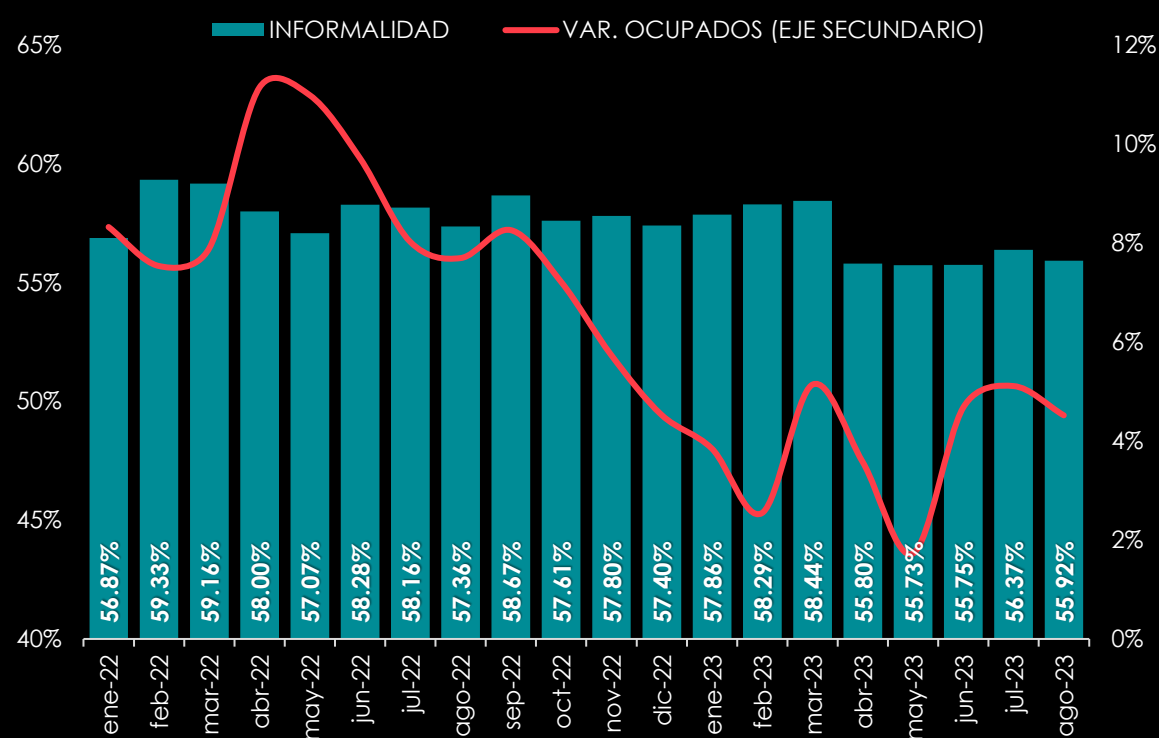
TASA DE DESEMPLEO POR DEBAJO DEL PROMEDIO 2018, PERO SE DESACELERA EL CRECIMIENTO DE LOS OCUPADOS

TASA DESEMPLEO



- El mercado laboral ha mantenido una dinámica positiva a lo largo de 2023, con algunos picos estacionales. La tasa de desempleo nacional se ubica en 9,3% para agosto de 2023, y las 13 ciudades mantienen el mismo comportamiento marcando una ligera estabilización.
- El sector que generó más empleo fue la manufactura, sin embargo, hizo presión al alza en la tasa la destrucción de empleo del sector construcción.

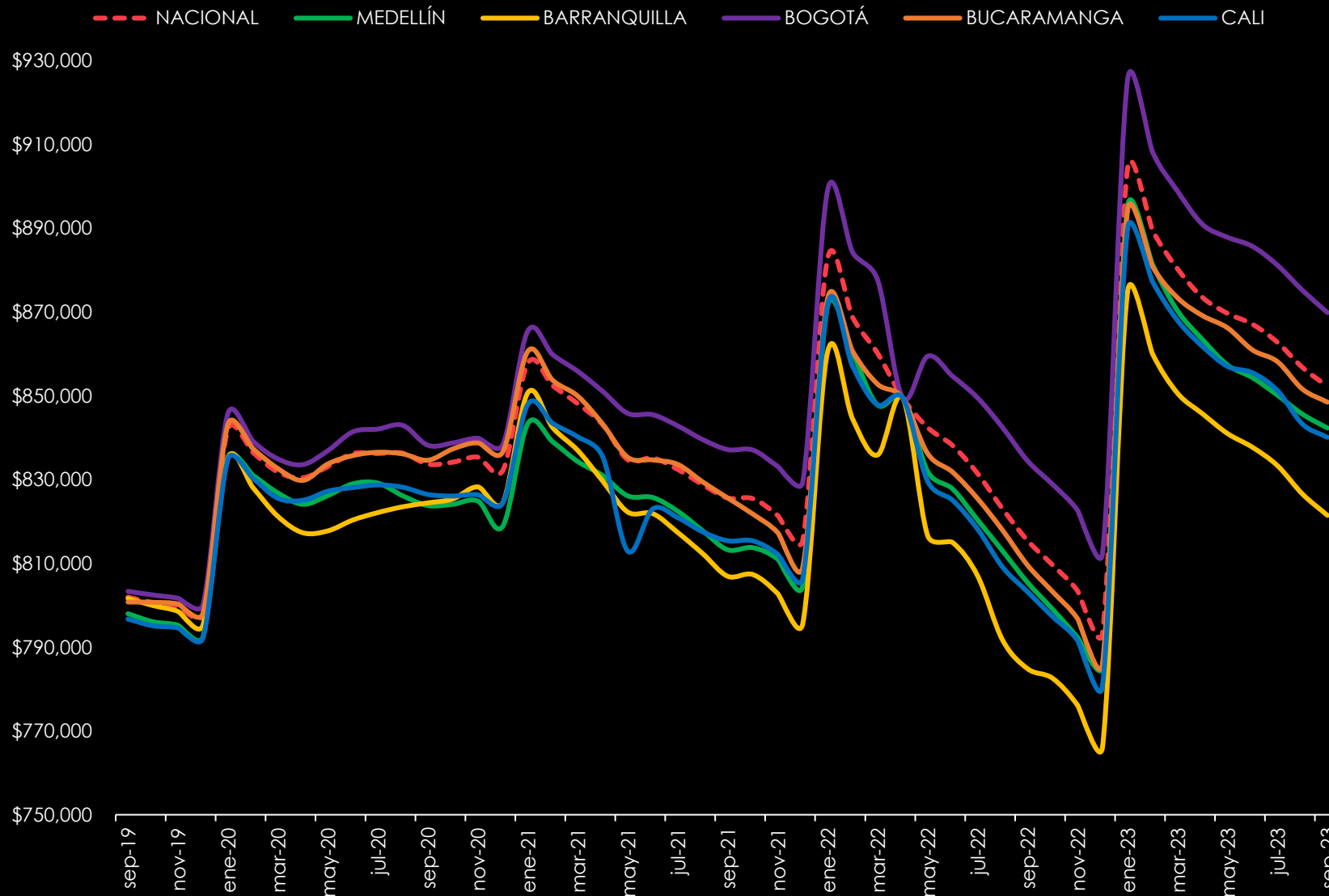
INFORMALIDAD VS OCUPADOS



- La informalidad se ha reducido levemente, lo cual implica que más hogares están recibiendo los beneficios de salud y pensión. Sin embargo, se puede deber a una desaceleración en el crecimiento del número de ocupados para este mes.
- Por otro lado, aumentó la tasa de subempleo en 0,5 puntos porcentuales frente al mes de julio, esto indica que hay más personas buscando ingresos alternos. Lo anterior impide que disminuya de manera óptima la informalidad.

DINÁMICA DEL SALARIO MÍNIMO REAL EN LAS 5 CIUDADES PRINCIPALES

SALARIO MÍNIMO REAL EN LAS 5 CIUDADES PRINCIPALES



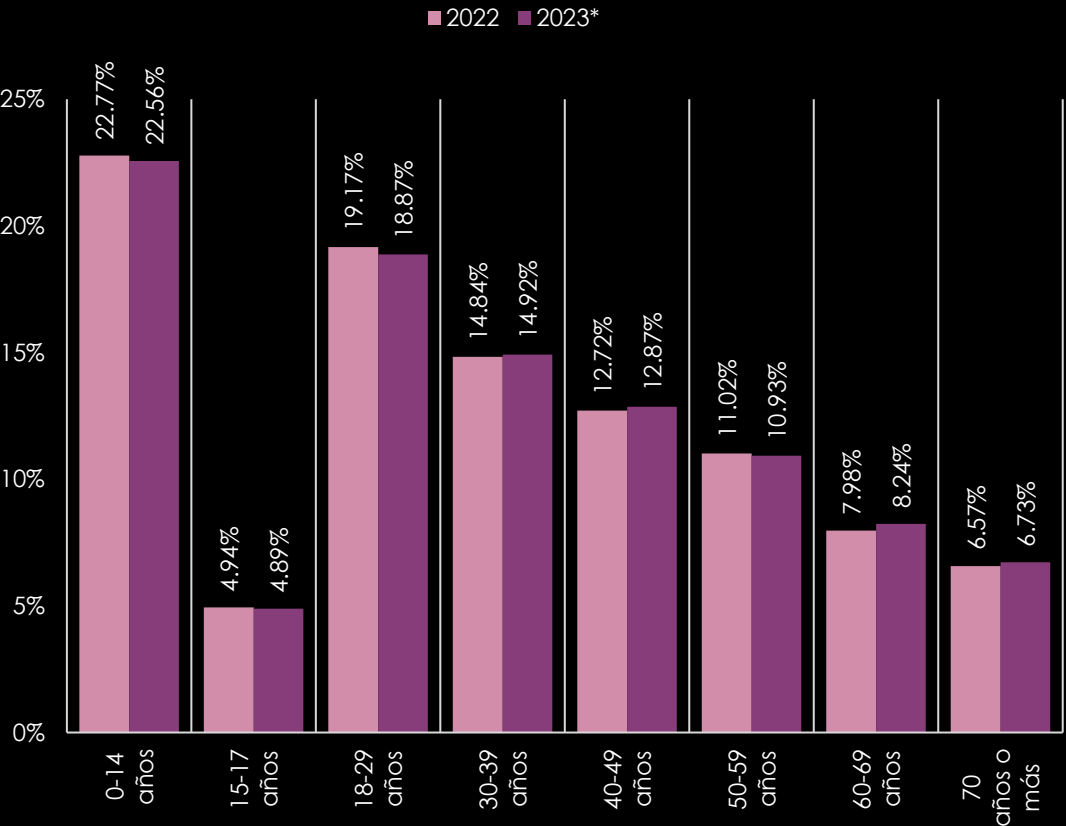
A pesar de la constante desaceleración en la inflación nacional, el salario mínimo real continúa perdiendo terreno.

Por ciudades principales, Bogotá es la ciudad con el salario mínimo real más alto en septiembre de 2023, mientras que Barranquilla es la ciudad con el más deteriorado.

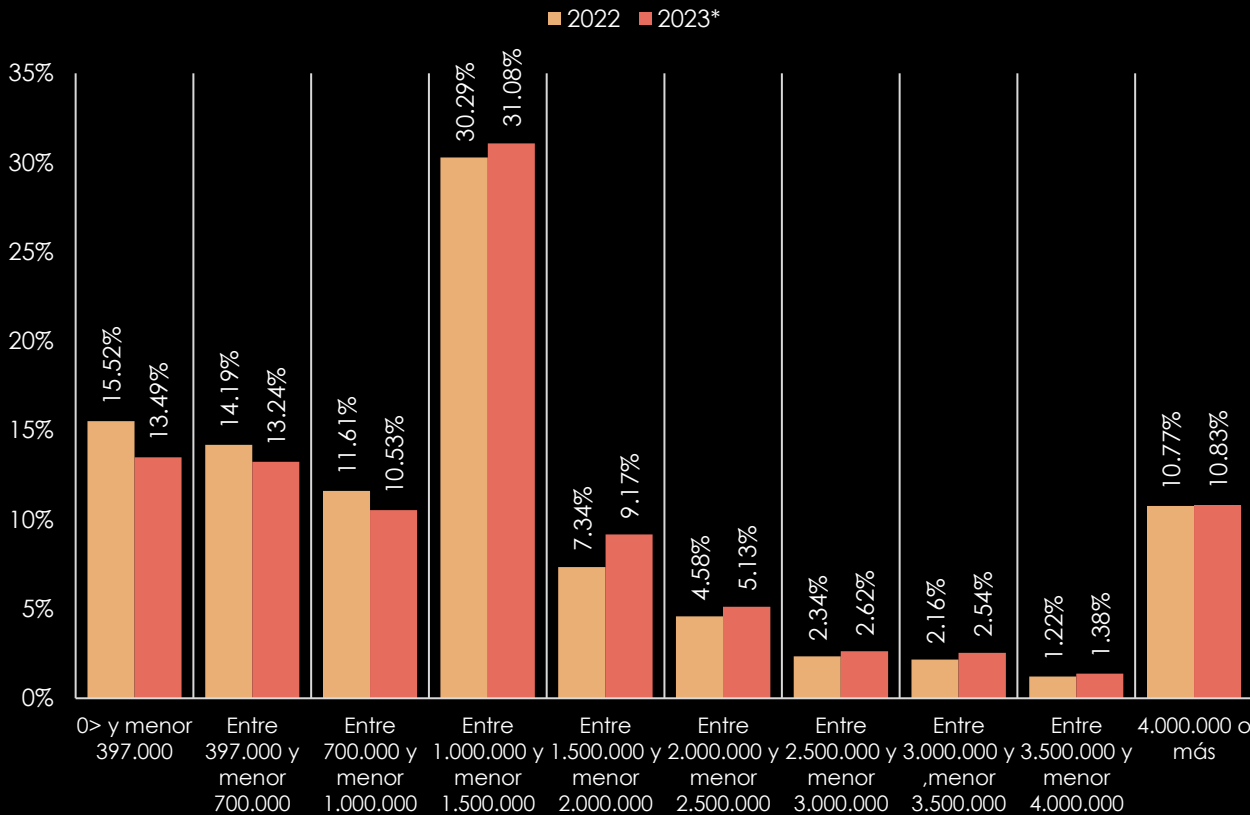
Ahora bien, entrando a los últimos meses del año y como es costumbre, el gobierno nacional y los distintos sectores de la economía empiezan a decidir cuál será el incremento en el salario mínimo el siguiente año. En principio se espera que las discusiones giren en torno a una expectativa de que la inflación anual cierre el año en cerca del 9%, por lo que las conversaciones están sobre si el SMMLV crecerá uno o dos dígitos y en como este ayudará a recuperar el poder de compra de los hogares, que como vemos en el salario real, pierde cada vez más terreno con el pasar de los meses.

APROXIMADAMENTE EL 70% DE LA POBLACIÓN EN COLOMBIA TIENE INGRESOS POR DEBAJO DE \$1'500.000

POBLACIÓN COLOMBIANA POR RANGOS DE EDAD



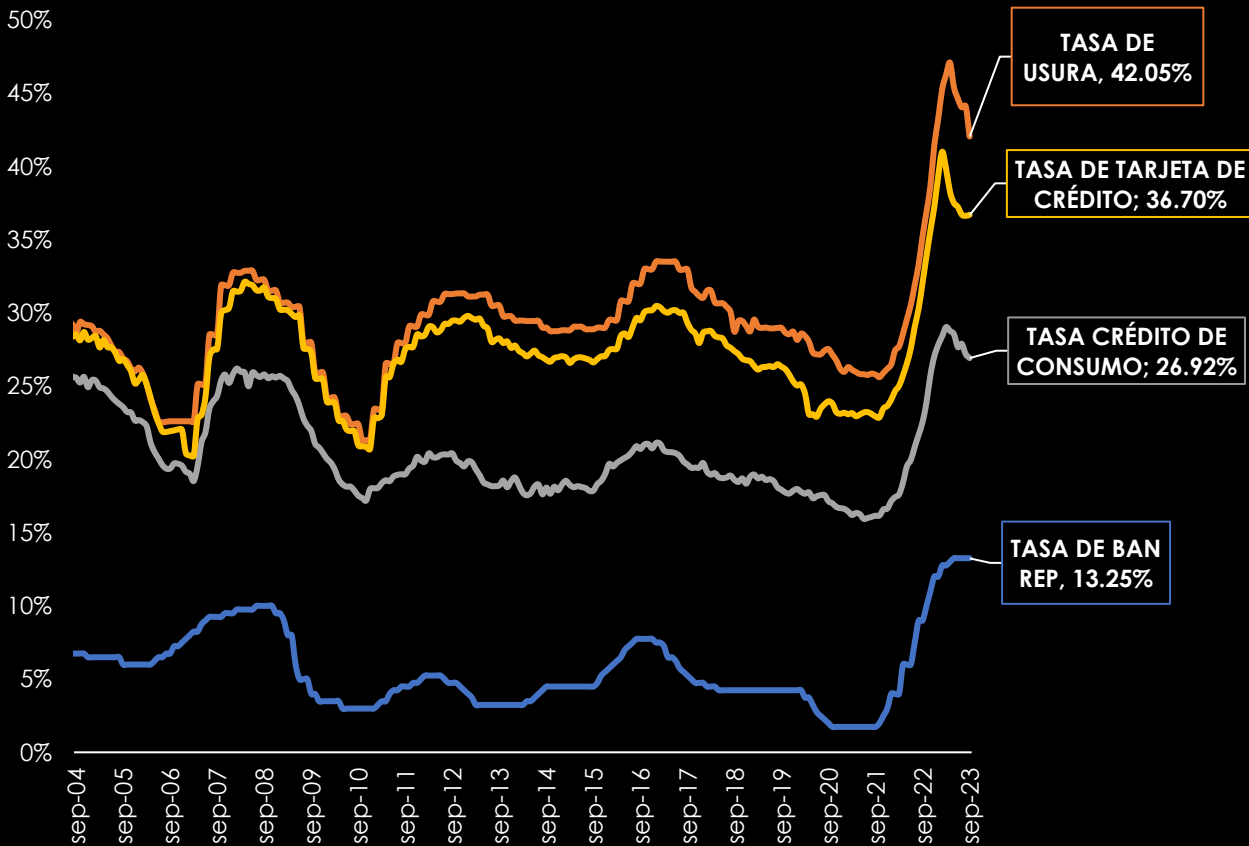
POBLACIÓN COLOMBIANA POR NIVEL DE INGRESOS



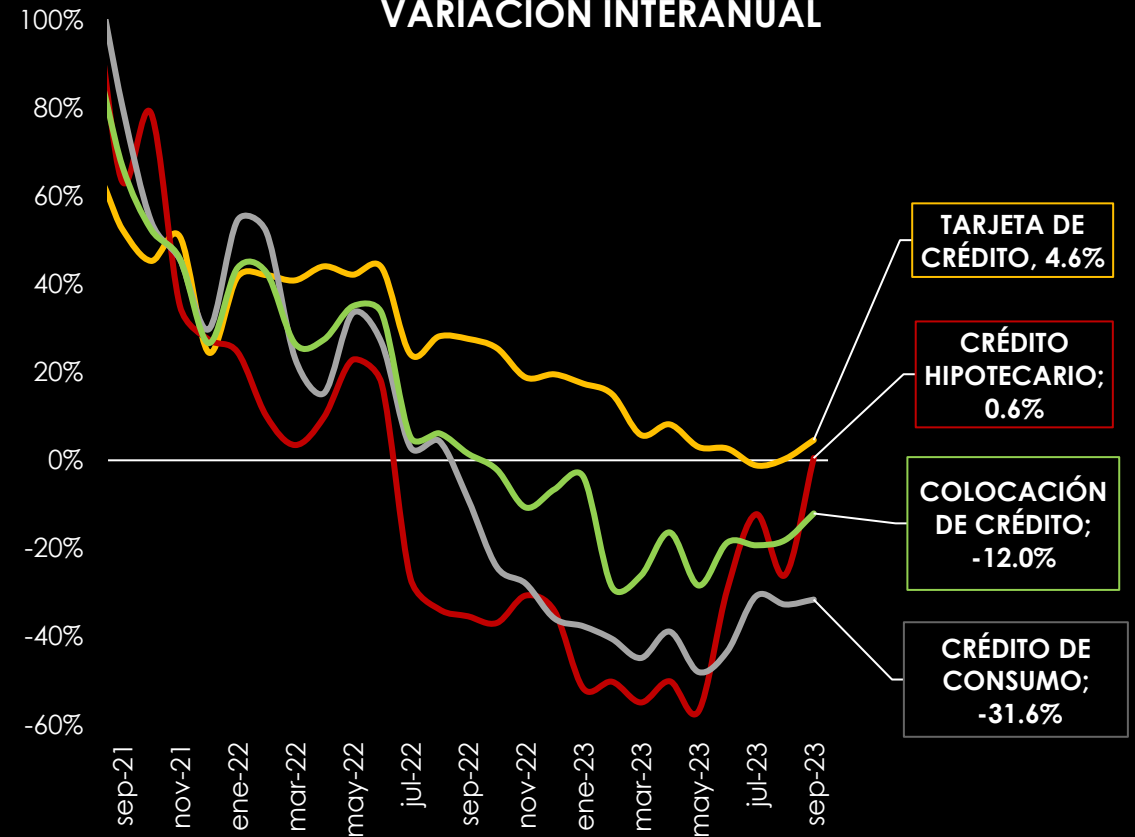
- El grueso de la población de Colombia se concentra en niños menores a 15 años y personas de 18 a 50 años. Es importante destacar que se ha empezado a incrementar ligeramente la población de 30 años en adelante para lo corrido de 2023 frente al año pasado. Colombia mantiene una población joven que puede impactar en la dinámica y hábitos de consumo.
- Para 2023 ha crecido la participación de la población que percibe ingresos entre 1.000.000 y 2.000.000, lo cual implica una mejora de ingreso en algunos hogares y se relaciona con una menor informalidad en el país. Además, se mantiene la proporción de personas que obtienen ingresos altos.

DINÁMICA DE LAS TASAS DE INTERÉS DEL MERCADO

TASAS DE INTERÉS CORRIENTES



DINÁMICA DE COLOCACIÓN DE CRÉDITOS VARIACIÓN INTERANUAL



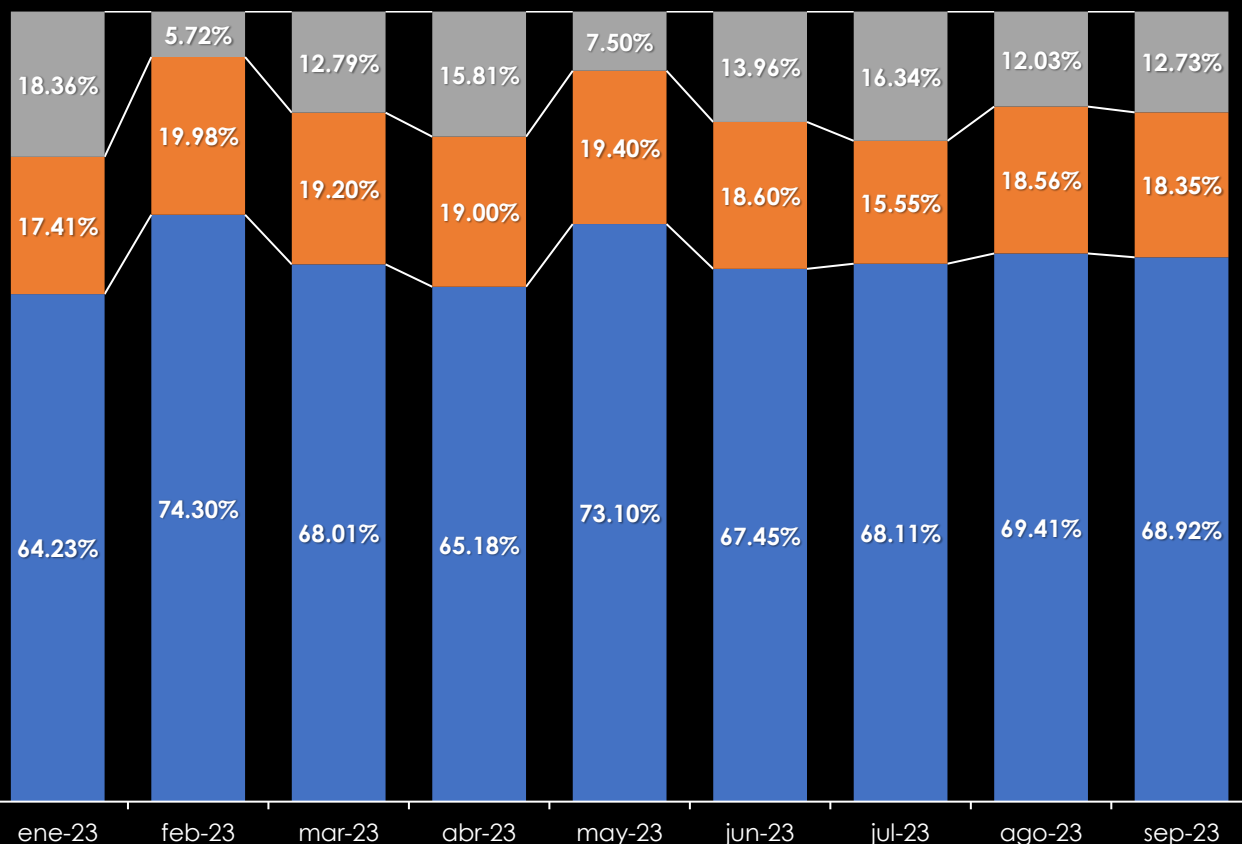
Como consecuencia del importante repunte inflacionario que tuvo el país desde inicios del 2021, el Banco de la República tomó la decisión de empezar los incrementos sobre la tasa de política monetaria con el fin de controlar ese crecimiento de precios.

Estos incrementos en la tasa del BanRep generaron un incremento generalizado en las diferentes tasas del mercado, como en tarjetas de créditos, créditos hipotecarios y de consumo, etc, lo que generó un enfriamiento en la colocación de créditos, y que de alguna manera terminó por frenar la demanda, especialmente en bienes durables. Para septiembre de 2023, la colocación de crédito cayó 12,0%, sin embargo, ha mostrado una leve tendencia a la recuperación.

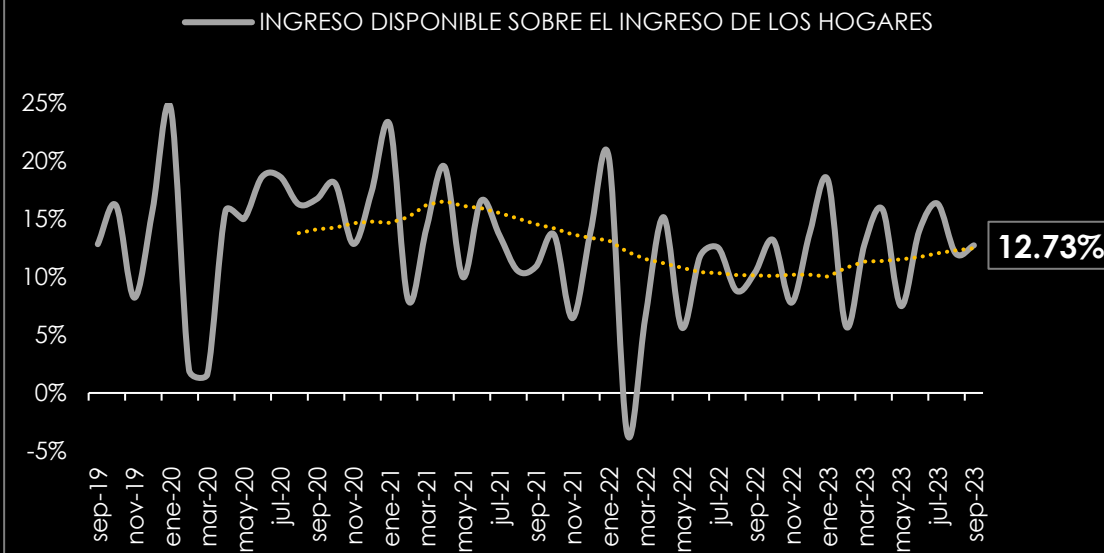
DINÁMICA DE LA COMPOSICIÓN DEL INGRESO DE LOS HOGARES

COMPOSICIÓN INGRESO DE LOS HOGARES

- INGRESO DISPONIBLE SOBRE EL INGRESO DE LOS HOGARES
- PAGOS FRECUENTES
- COMPRAS FRECUENTES



INGRESO DISPONIBLE SOBRE EL INGRESO DE LOS HOGARES

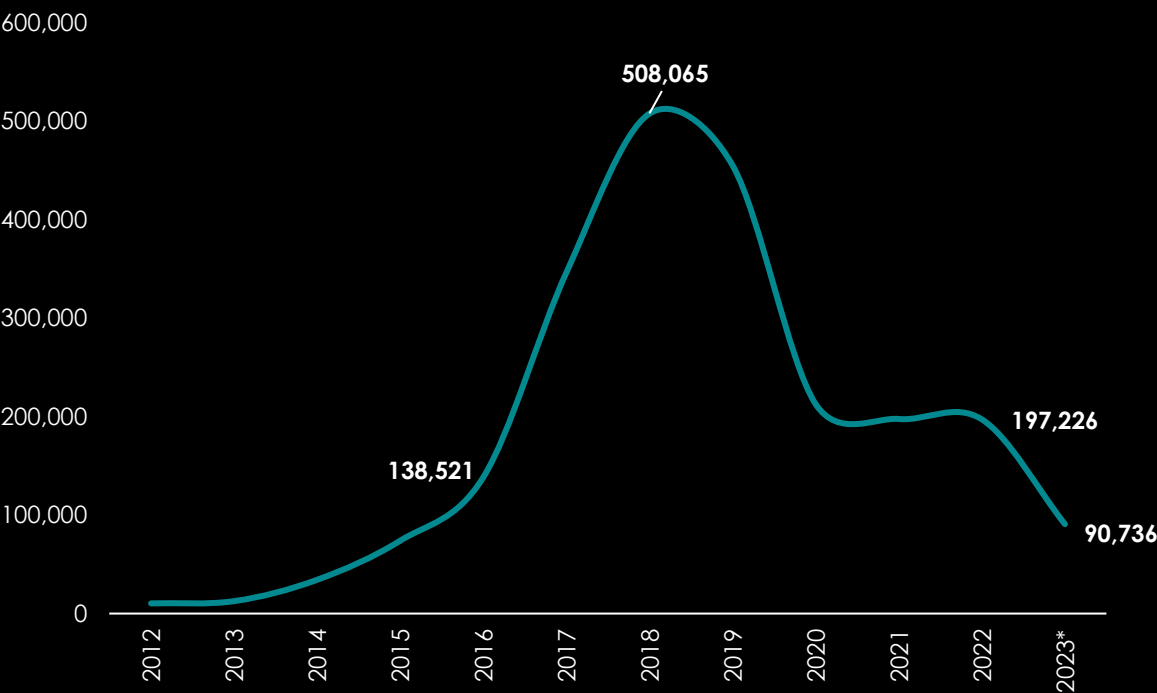


El ingreso disponible de los hogares registra un leve crecimiento en su composición dentro de los ingresos de los hogares, sin embargo, respecto enero de 2023, ha mostrado un fuerte deterioro, que, entre otras cosas, la desaceleración de la inflación no ha logrado corregir por completo. Muy seguramente los marcados niveles de endeudamiento en años anteriores no han permitido que los hogares recuperen totalmente su ingreso disponible, además de las altas tasas de interés que aún afectan al mercado.

Ahora bien, al revisar un comportamiento promedio 12 meses del ingreso disponible se puede observar una tímida recuperación, que se espera continúe en esta tendencia si la inflación continúa su camino a la baja.

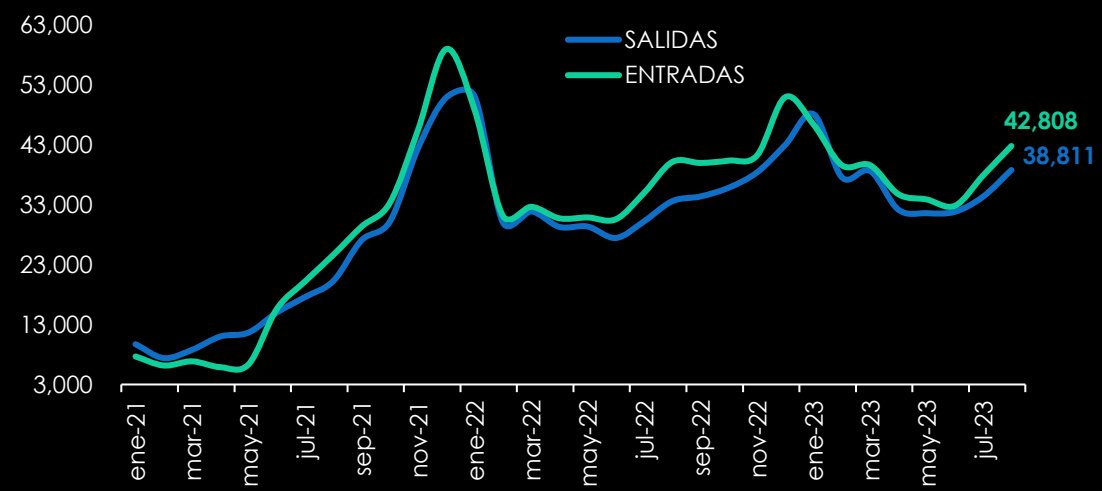
ESPECIAL: SE DESACELERAN LOS MIGRANTES VENEZOLANOS QUE SE ESTABLECEN EN COLOMBIA

¿EN QUÉ AÑO INGRESÓ POR ÚLTIMA VEZ A COLOMBIA?



- Colombia cerró 2022 con 2.401.368 residentes provenientes de Venezuela, representando el 93,8% de los migrantes. En 2023 se estima que hay establecidos 2.331.968 venezolanos. Esto implica una salida de 69.400 venezolanos, equivalente a una reducción de 2,59%.
- A partir de 2013 año en que inició el mandato de Nicolas Maduro, incrementó el número de migrantes venezolanos que se establecen, alcanzando una cifra histórica en 2018. Para 2023 el número de venezolanos establecidos disminuye y la tendencia marca que continúe a la baja.

FLUJO LEGAL DE MIGRANTES VENEZOLANOS



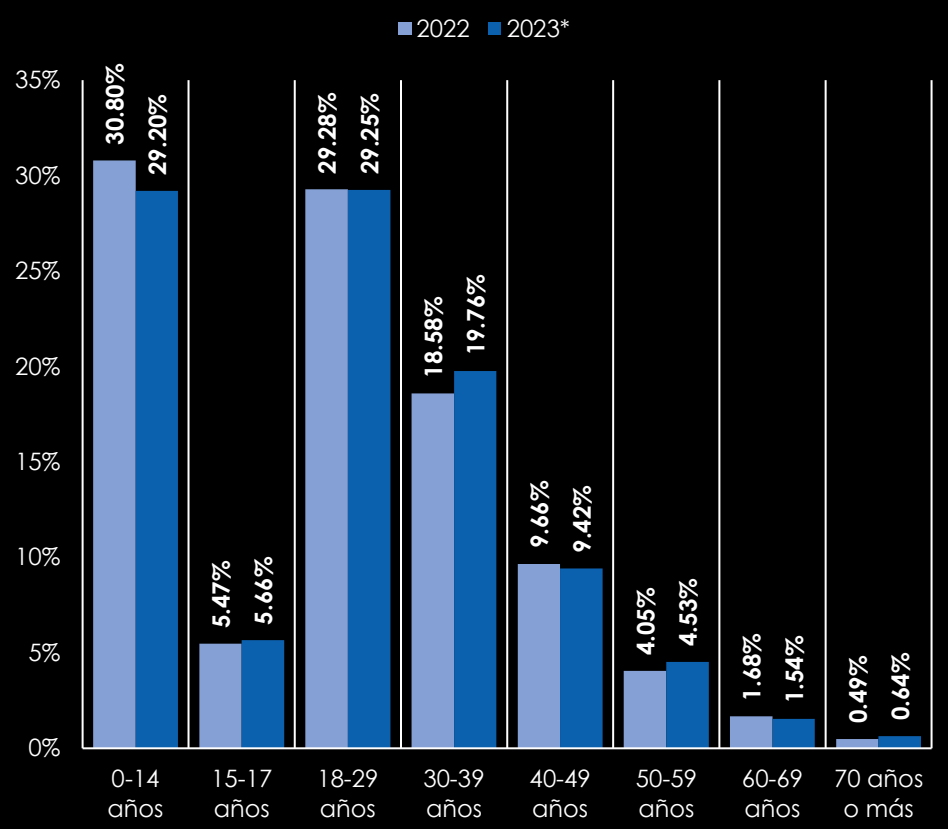
MOTIVO DE ENTRADA AL PAÍS 2023



- La dinámica de flujo de migrantes venezolanos legales muestra que en los últimos 2 años son más las personas que se quedan en el país.
- Se observa una mayor salida de migrantes en enero por efecto estacional al tener un mayor flujo de entrada en diciembre.
- El 56% de los migrantes que han ingresado en 2023, aseguran que su motivo de entrada es turismo y el 27% están de tránsito.

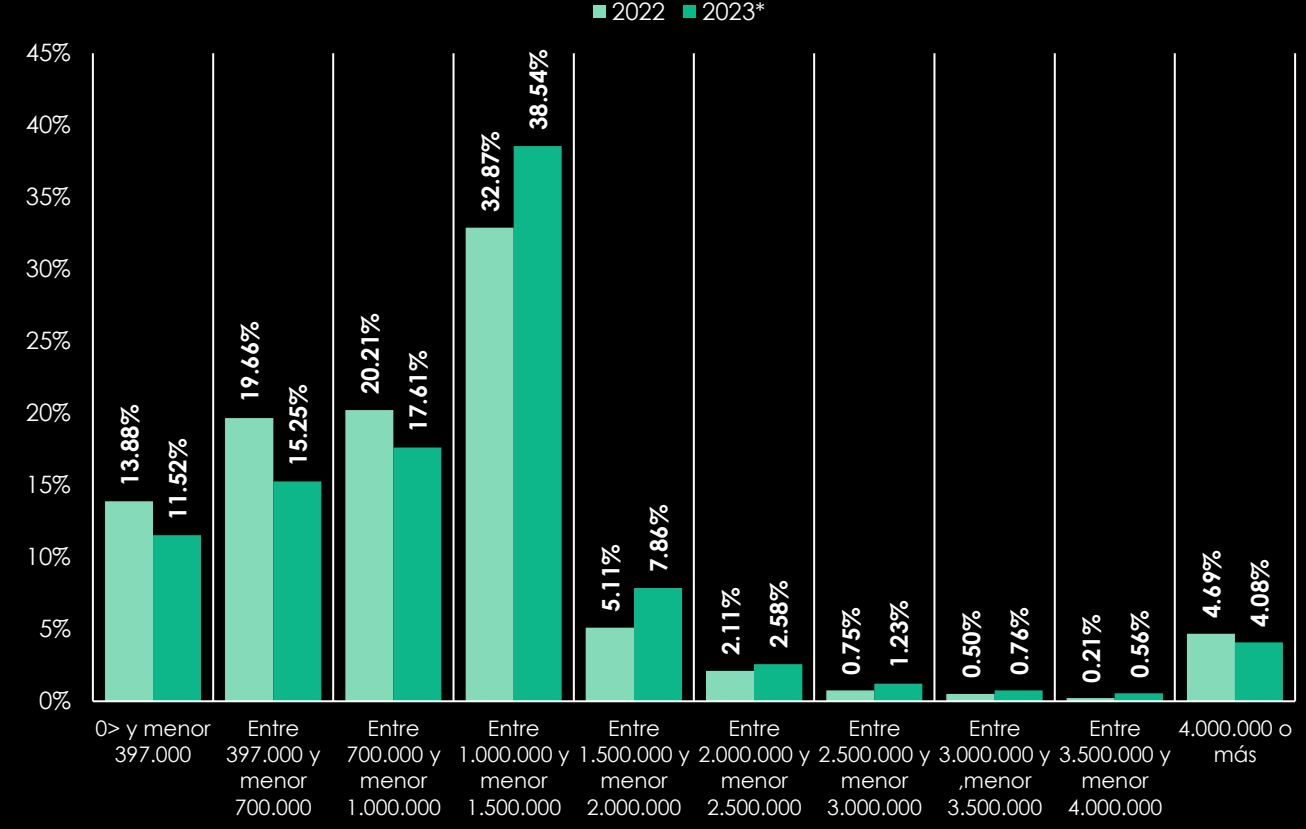
EN LO CORRIDO DE 2023 CRECE EL NÚMERO DE MIGRANTES VENEZOLANOS OCUPADOS QUE PERCIBEN INGRESOS ENTRE \$1'000.000 Y \$1'500.000

RANGOS DE EDAD POBLACIÓN MIGRANTE VENEZOLANA



- La población migrante venezolana se concentra en el rango de 18-29 años y niños menores a 15 años. Esto puede mostrar que ingresan y se quedan en un gran porcentaje familias.

NIVEL DE INGRESO DE LOS MIGRANTES VENEZOLANOS OCUPADOS



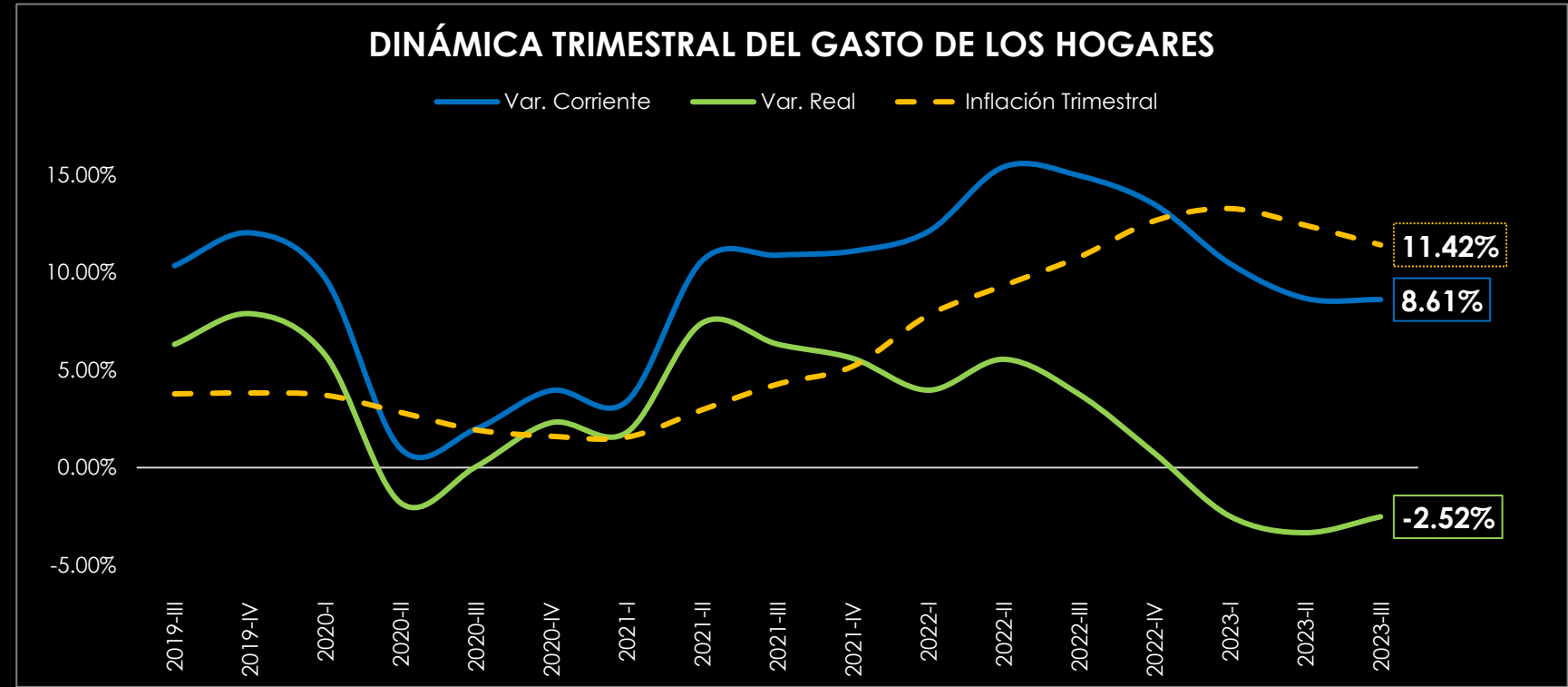
- Para 2023 el 11,5% de la población migrante venezolana se encuentra en pobreza monetaria.
- El nivel de ingresos de la población se concentra en el rango de 1.000.000 a 1.500.000, que congrega el salario mínimo, esto puede implicar que exista más formalidad para estas personas.

GASTO DE LOS HOGARES

COLOMBIA

IIQ 2023

EL GASTO REAL DECRECE POR TERCER TRIMESTRE CONSECUTIVO; SIN EMBARGO, MUESTRA CIERTA RECUPERACIÓN RESPECTO EL IIQ DE 2023



El gasto de los hogares en el IIIQ fue de

\$261,98
billones de pesos

Con un crecimiento corriente anual de

8,61%

Una inflación anual de

11,42%

Y un decrecimiento anual del gasto real de

-2,52%

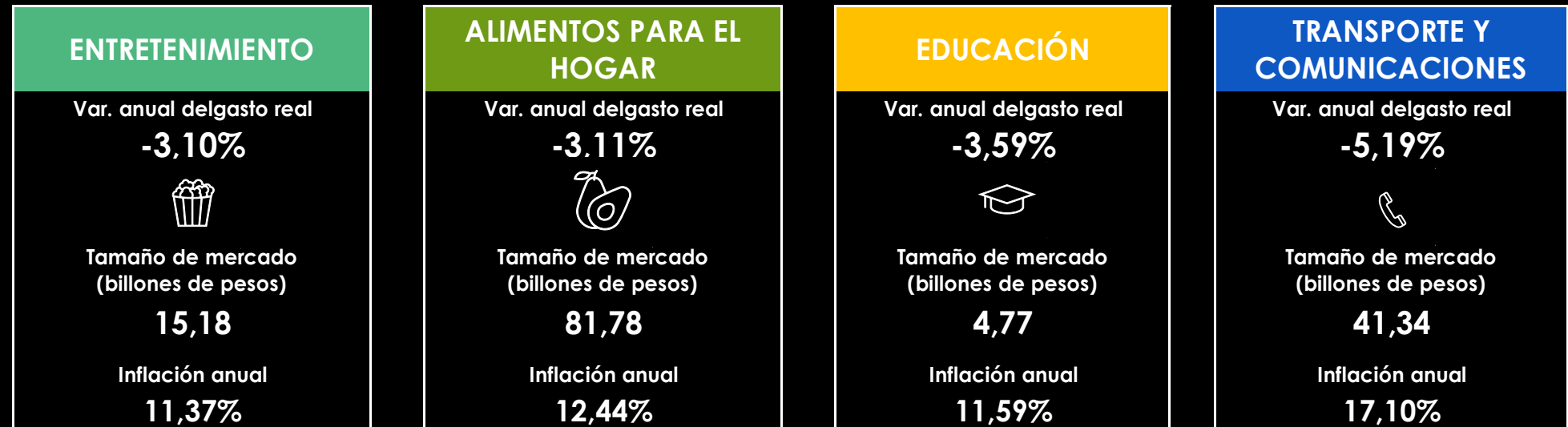
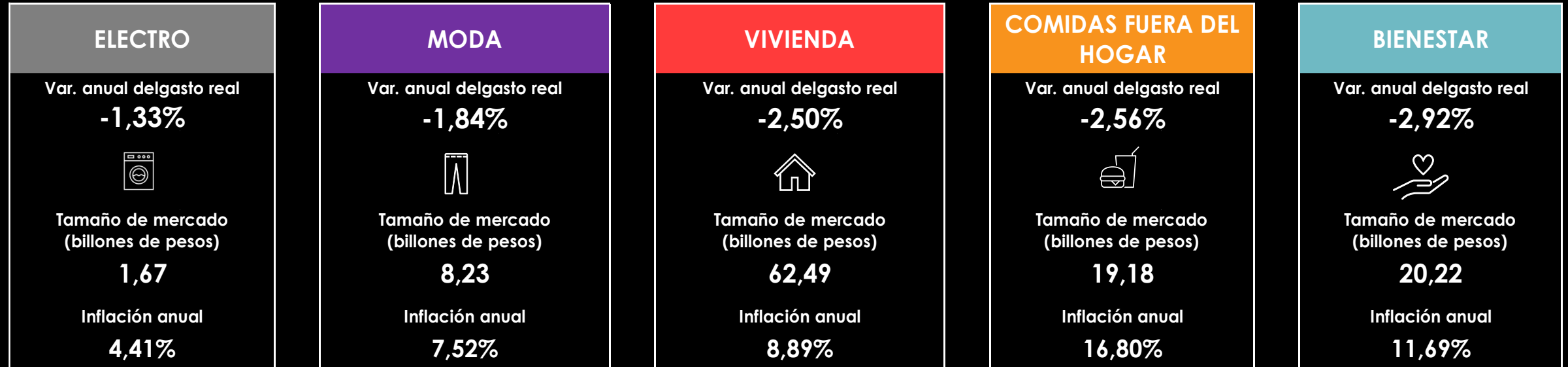
FACTORES AL ALZA:

- ⬆ Desaceleración de la inflación y de los costos de producción.
- ⬆ Revaluación del peso colombiano frente al dólar.
- ⬆ El salario mínimo real ha mantenido una tendencia al alza.

FACTORES A LA BAJA:

- ⬇ Bajo crecimiento económico.
- ⬇ Baja confianza de los consumidores.
- ⬇ La colocación de créditos se mantuvo en terrenos negativos.
- ⬇ Crecimiento en precios de combustible, servicios públicos y arriendos continuaron afectando el gasto de los hogares en este Q.

DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO -IIIQ 2023

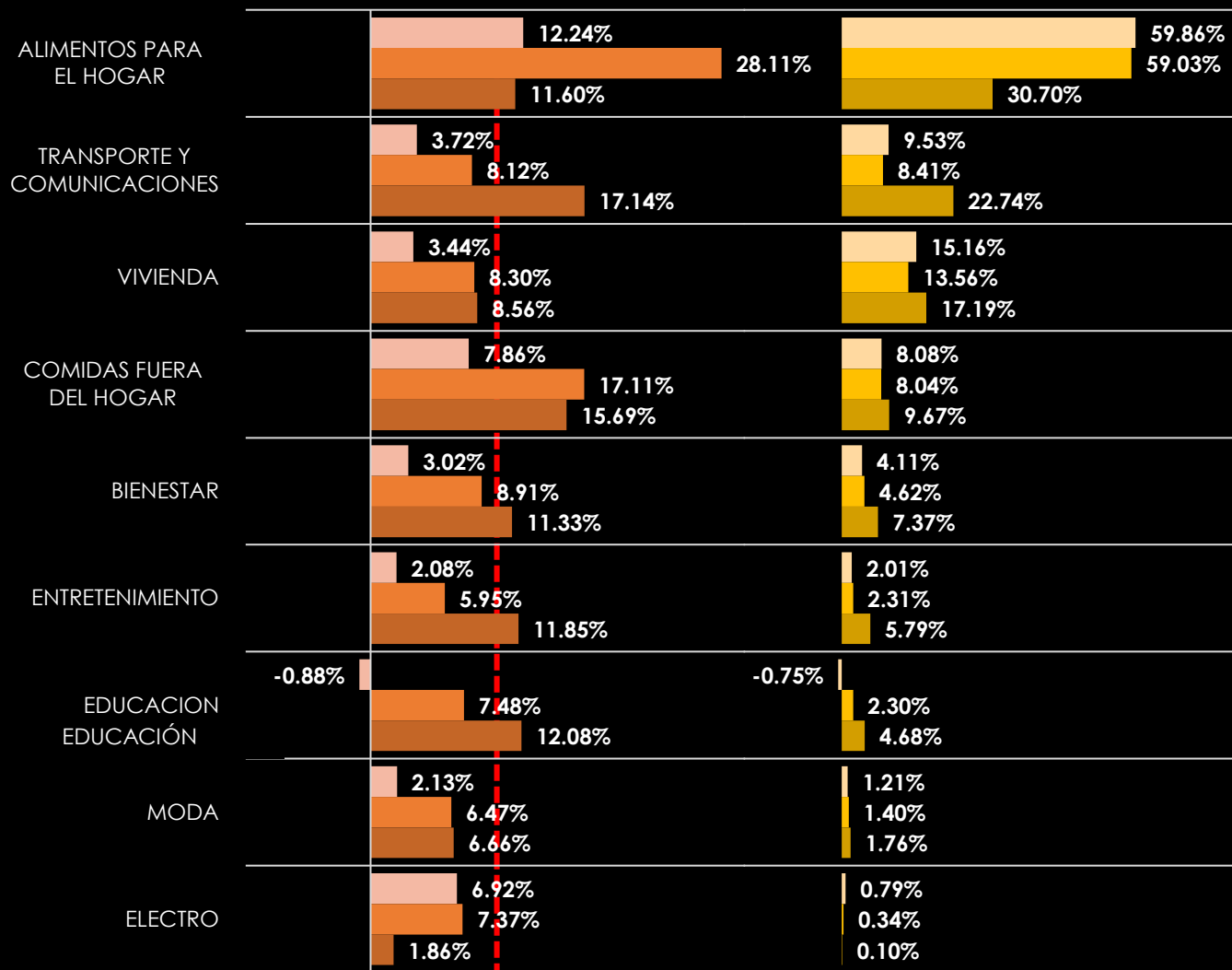


DINÁMICA DE LA INFLACIÓN ANUAL POR CANASTAS

APORTE A LA INFLACIÓN ANUAL POR CANASTAS

■ sep-21 ■ sep-22 ■ sep-23

■ sep-21 ■ sep-22 ■ sep-23

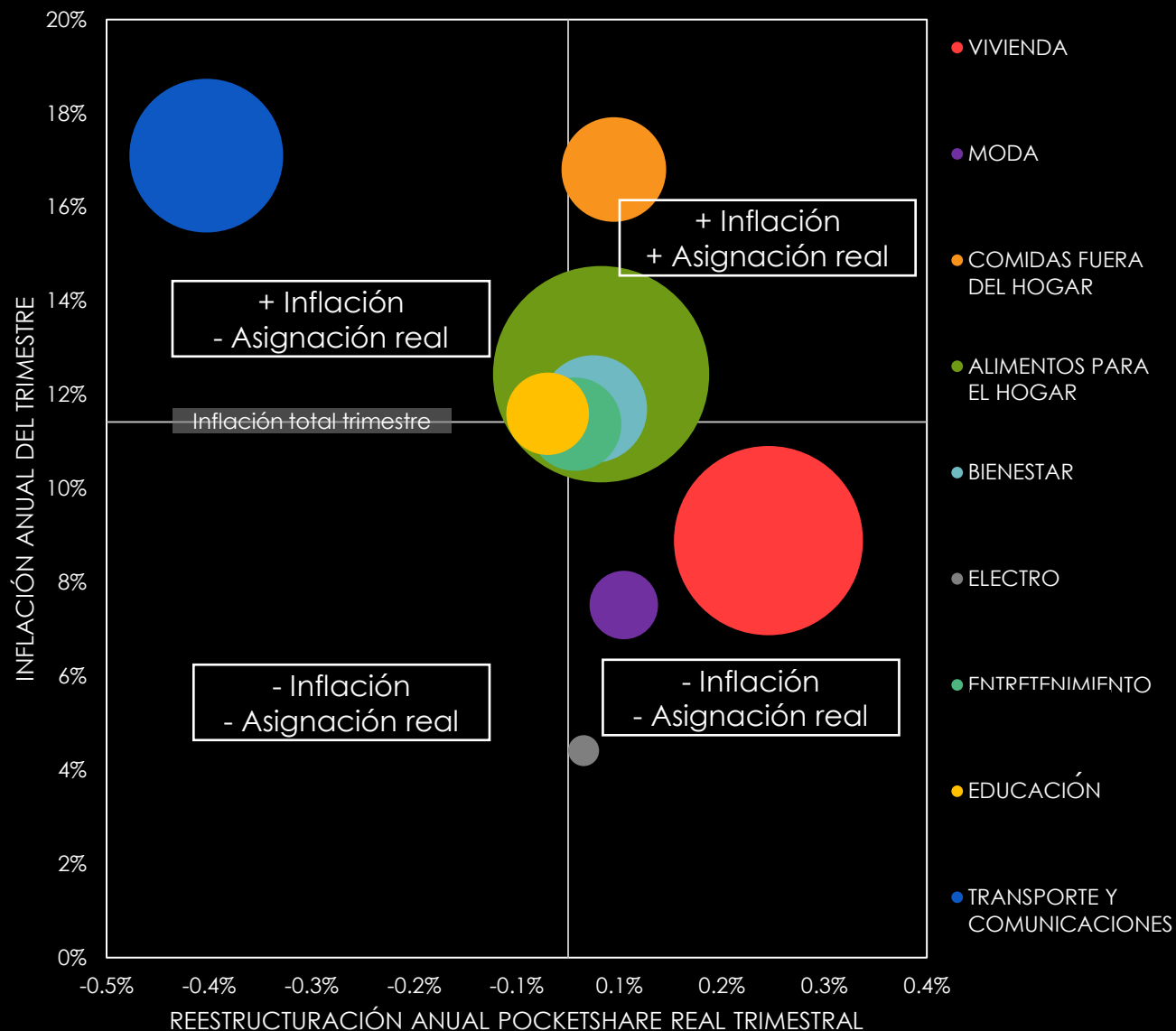


**INFLACIÓN ANUAL NACIONAL
(SEP-23) = 10,99%**

SERVICIOS Y REGULADOS MANTIENEN LA PRESIÓN AL ALZA EN INFLACIÓN COMO RESULTADO DE LA INDEXACIÓN Y EL FIN DE ALIVIOS TRIBUTARIOS

- La inflación anual al cierre del tercer trimestre se ubicó en 10,99%, su nivel más bajo en más de un año.
- Aun así, persisten presiones inflacionarias provenientes de los rubros de servicios que se han mantenido en niveles históricamente altos debido a la dinámica de arriendos, servicios públicos y comidas fuera del hogar.
- Otro componente importante está relacionado a los bienes regulados que han impulsado la inflación al alza como resultado del incremento en los precios de los combustibles y la indexación escolar.
- La inflación de alimentos ha disminuido su contribución a la inflación total nacional, pasando del 60% en septiembre del año pasado a explicar cerca del 30% para septiembre de 2023.
- Para lo que resta del año existen riesgos al alza en este componente de la inflación debido a la entrada en vigor de los impuestos saludables a los ultraprocesados, así como la intensificación prevista de El Niño.
- Se espera que la inflación siga desacelerándose debido a los menores costes de producción y a la moderación de la demanda.
- La inflación en canastas como electro y moda podrían moderarse debido a menores presiones cambiarias.

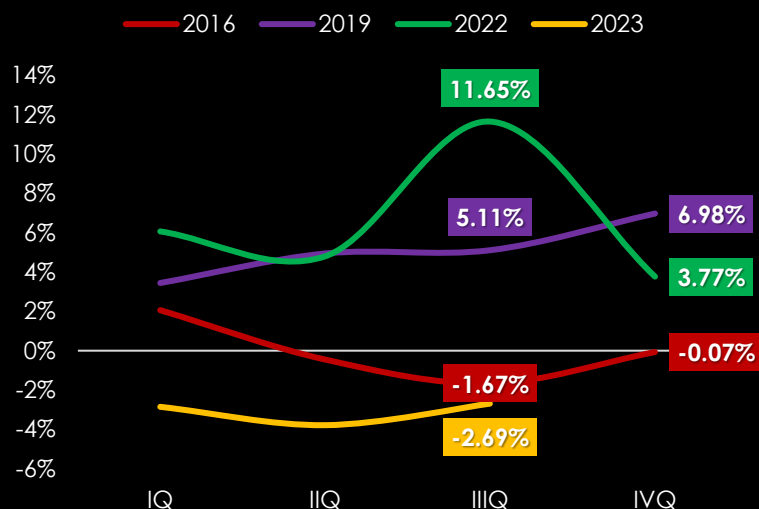
¿CÓMO SE ADAPTA EL BOLSILLO DE LOS HOGARES ANTE EL INCREMENTO DEL NIVEL DE PRECIOS?



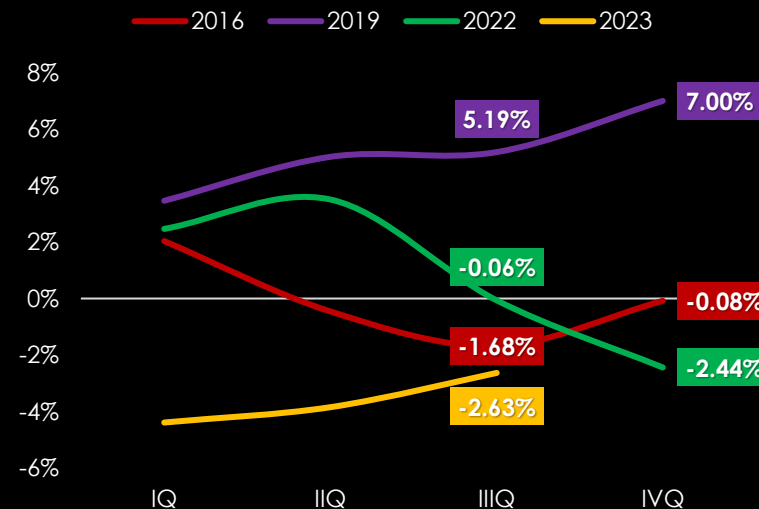
ANTE EL INCREMENTO DE PRECIOS DE LOS COMBUSTIBLES LOS HOGARES PRESENTAN UNA MENOR PARTICIPACIÓN REAL DE LA CANASTA EN SUS BOLSILLOS

- Los hogares colombianos se han visto afectados por el escenario inflacionario en el país y han tenido que ajustar sus presupuestos ante esta situación. De esta forma los mismos han reducido su asignación real en transporte y comunicaciones debido principalmente al aumento del precio de la gasolina, esto a pesar de que han destinado más dinero en este ámbito.
- También han disminuido su asignación de gasto en educación, dando prioridad a otras canastas.
- A pesar del comportamiento de la inflación aún elevado, los hogares han aumentado su asignación de gasto real en alimentos para el hogar y comidas fuera del hogar. Es de resaltar especialmente este último caso en donde a pesar del retorno del impuesto al consumo y el incremento en el nivel de precios debido a los altos costos de arriendos y servicios públicos, los cambios en los hábitos de consumo tras los confinamientos se han traducido en un exceso de demanda.
- Por su parte, en las canastas de moda y electro, los hogares han conseguido aumentar su asignación real sin grandes esfuerzos en términos de dinero, posiblemente debido a la fuerte apreciación del peso durante buena parte de este año.

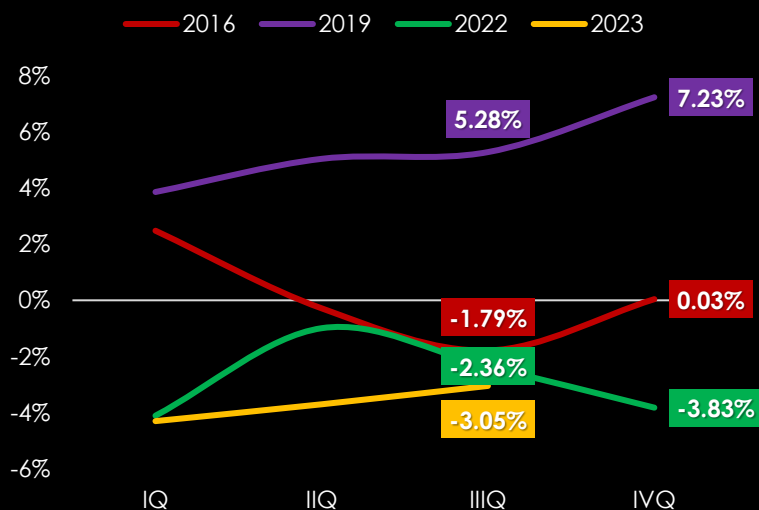
DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL EN BIENES DURABLES



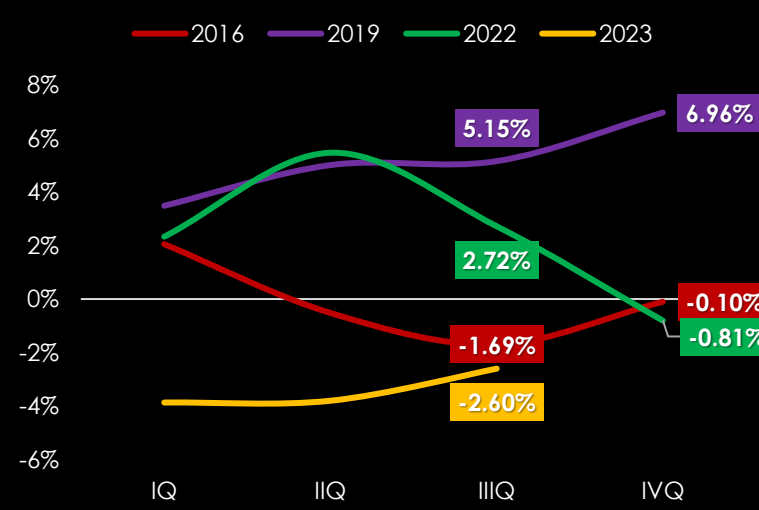
DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL EN BIENES SEMIDURABLES



DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL EN BIENES NO DURABLES



DINÁMICA ANUAL DEL GASTO REAL EN SERVICIOS

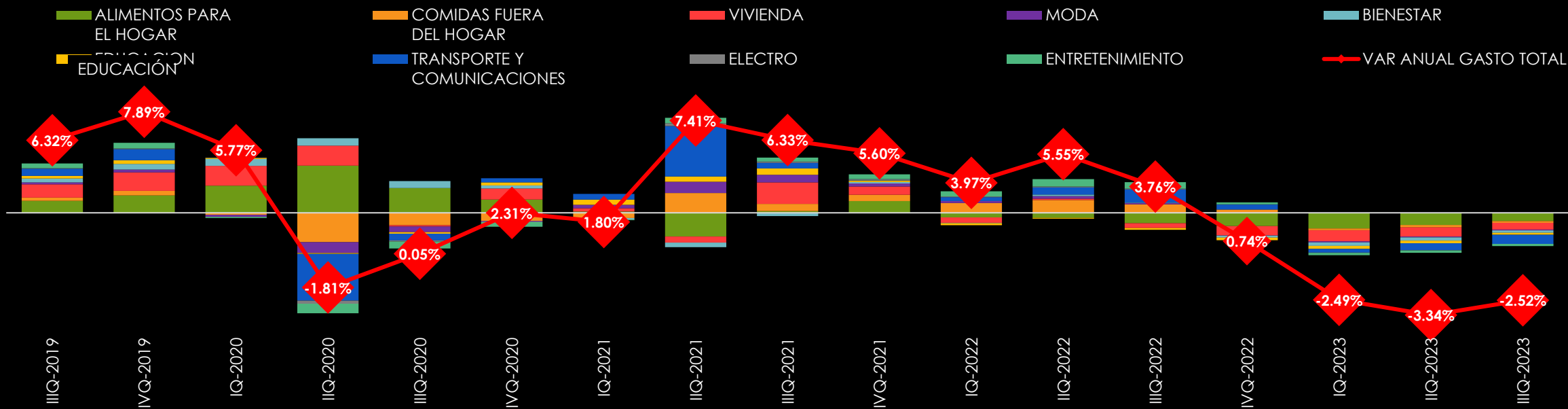


EN MEDIO DE UNO DE LOS MAYORES PICOS INFLACIONARIOS EL GASTO REAL PRESENTA UNA TENDENCIA SIMILAR A LA VISTA EN 2016

- Durante lo corrido de 2023 Colombia ha experimentado una inflación históricamente alta.
- La fuerte demanda de los hogares, en respuesta a las compras reprimidas en 2020 y 2021, sumado a la elevada inflación ha dado lugar a un gasto real negativo durante este año.
- Sin embargo, cuando se compara con el comportamiento del gasto en 2016, otro año de aumentos de precios significativos, se observa una tendencia similar.
- Esto sugiere la posibilidad de una recuperación del gasto real de los hogares hacia finales de 2023, especialmente en el último trimestre.
- La dinámica del gasto en el último trimestre está impulsada por eventos como Halloween, la temporada navideña, algunas ferias, elecciones regionales, el pago de la prima de fin de año. Así mismo se espera una menor apreciación del tipo de cambio, un empleo estable y una mejor dinámica del salario real. Entre otras cosas.

EL GASTO REAL PRESENTA TRES TRIMESTRES DE CAÍDA IMPULSADO POR LA CAÍDA EN BIENES NO DURABLES Y REGULADOS

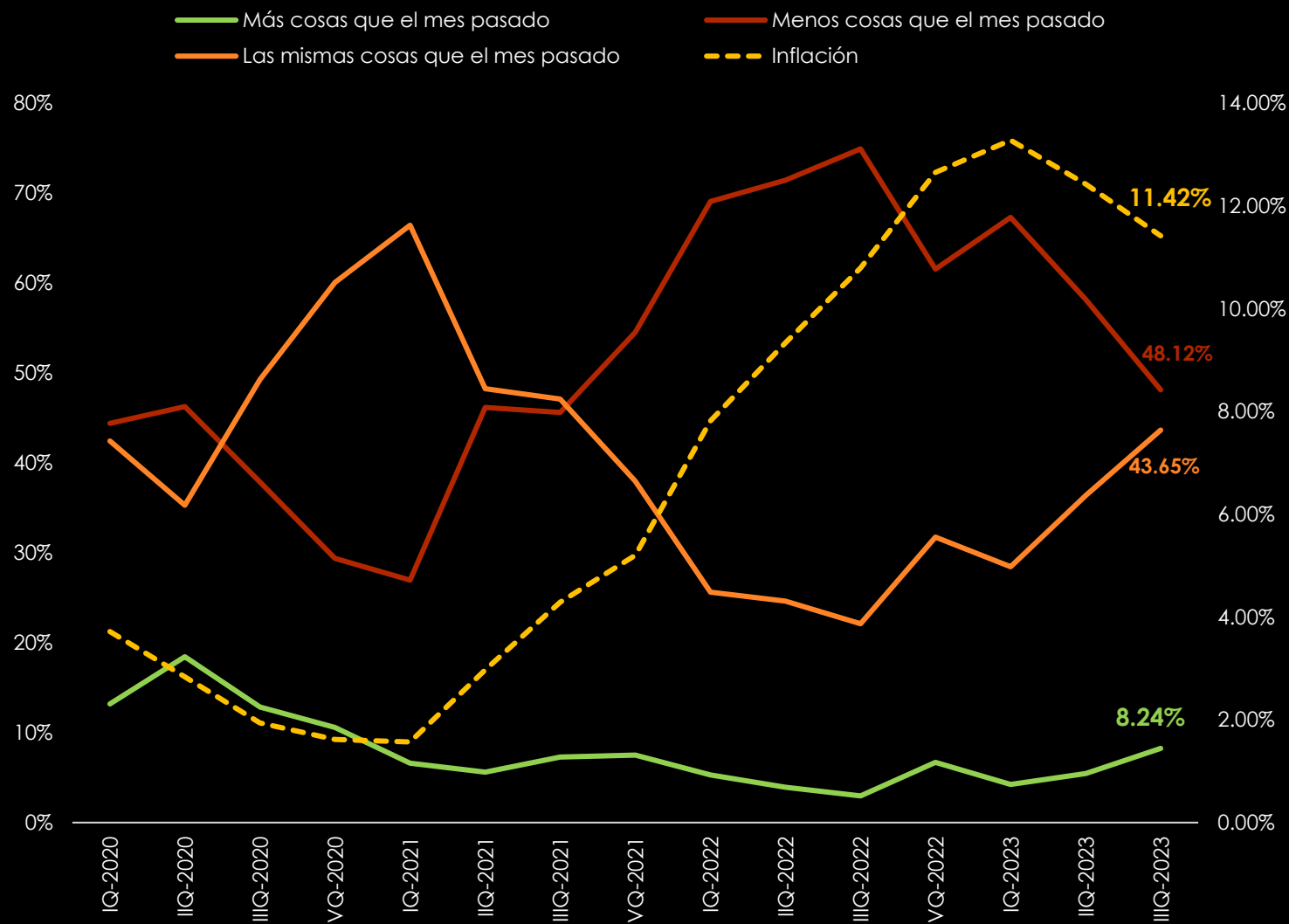
APORTE NETO AL CRECIMIENTO DEL GASTO REAL POR CANASTAS



- El gasto real de los hogares en Colombia cayó un 2,52% en el tercer trimestre con respecto al año anterior, cifra ligeramente superior a la registrada en el trimestre anterior, esto pudo ser resultado de una fuerte apreciación del tipo de cambio y un incremento en el salario real de los ocupados , esta cifra marca así un cambio en la tendencia del gasto.
- La caída del gasto real fue explicada en mayor medida por un incremento en el aporte negativo de parte de la canasta de transporte y comunicaciones, lo cual puede estar relacionado al constante incremento en los precios de los combustibles, así mismo, la menor dinámica de crecimiento del sector automotriz durante lo corrido de este año debido en parte a las elevadas tasas de interés pudo haber implicado un menor gasto de los hogares destinado a gastos de funcionamiento como lo son los servicios de mecánica.
- La desaceleración de la inflación se ha traducido en una mejora del poder adquisitivo de los hogares en la canasta de alimentos para el hogar. Con lo cual el aporte de los alimentos para el hogar al comportamiento negativo del gasto ha ido mermando.
- Este trimestre representa el tercer periodo consecutivo de descenso del gasto real de los hogares.

LA INFLACIÓN SE DESACELERA Y LOS HOGARES LO PERCIBEN

PERCEPCIÓN DE COMPRA DE LOS HOGARES IIIQ 2023



Al preguntarle a los hogares si sienten que compraron más, menos o las mismas cosas que el mes pasado, el acumulado del tercer trimestre muestra un cambio de tendencia frente a lo que se venía evidenciando en los trimestres anteriores.

Así, el 2023 empezó con una percepción del 67% de haber comprado menos cosas, mientras que en el tercer trimestre esta participación pasó a ser de 48%.

Si bien los hogares en su mayoría continúan percibiendo que compran menos cosas mes a mes, esta percepción está disminuyendo, con **un notable crecimiento de los hogares que perciben que están comprando las mismas cosas**, reflejando cierta percepción de estabilidad, de la mano de leves mejoras en la confianza del consumidor.

Adicionalmente, se evidencia un leve repunte de la percepción de haber comprado más cosas, alcanzando la mayor participación (8,24%) desde el último trimestre de 2020 (10,58%).

Este cambio en la percepción de los hogares puede estar directamente relacionada con una desaceleración en el aumento en los precios, especialmente de los alimentos, que han sido los que más han generado presión en el bolsillo de los hogares.

¿QUÉ SE ESPERA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2023?

IVQ 2023

01

Fenómeno de El Niño

Se espera que el mayor impacto del Fenómeno sea en noviembre, diciembre y enero. El Ministerio de Minas y Energía está tomando medidas para evitar un aumento en las tarifas de energía.

02

Elecciones

El 29 de octubre se llevarán a cabo las elecciones regionales, para los cargos de gobernadores, alcaldes, concejales y ediles.

03

Entretenimiento

Hasta el momento hay más de 69 conciertos confirmados para los últimos 3 meses del año. Así mismo, se dará la final de la copa sudamericana, copa libertadores, copa y liga Betplay.

04

Impuestos e ingresos

En el último trimestre se realizan los pagos de las cuotas 3 y 4 del impuesto predial y el último pago del impuesto de renta. Adicionalmente, los hogares reciben el pago de la prima de fin de año.

05

SEMANA DE RECESO ESCOLAR

Según las declaraciones de los hogares, dentro de los planes de semana de receso un 58,0% es estafar en casa, un 27,2% trabajar, y un 7% viajar, entre otros.

06

CELEBRACIÓN DE HALLOWEEN

En el último trimestre del año llega la temporada de Halloween. El gasto total de los hogares en la temporada de halloween fue de 6,9 billones de pesos en 2022.

07

TEMPORADA NAVIDAD

En 2022, los hogares gastaron aproximadamente 32,8 billones de pesos en la canasta navidad, con un crecimiento de 9,7% frente al año anterior. Adicionalmente, dentro de las misiones de compra de la temporada en 2022, el 52% correspondió a comida, el 23,6% a bebidas, y del 4,87% a tecnología para el hogar.

EN RESUMEN

¿QUÉ SUCEDIÓ EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2023?



Frente al tercer trimestre de 2022, el gasto real de los hogares cayó

-2,5%

Esto, dado un bajo crecimiento económico, una disminución en la colocación de créditos, y la presión en el bolsillo de los hogares por el aumento en precios de combustible, servicios públicos y arriendos.



La gasolina aumentó consecutivamente
Julio: +\$600 = \$12.964 /galón
Agosto: +600 = \$13.564 /galón
Septiembre: +\$400 = \$13.964 / galón



El gasto real de los hogares ha experimentado tres trimestres de declive debido a un entorno de precios altos, en medio del retorno de impuestos y la indexación de productos. La caída del gasto ha sido jalonada principalmente por bienes durables y regulados. Esto ha impactado el poder adquisitivo de los hogares especialmente en la categoría de transporte, pero se espera una recuperación hacia el final de 2023, reflejando una dinámica similar a la observada en 2016



En el tercer trimestre los hogares gastaron la prima de mitad de año, hubo vacaciones, 4 festivos, más de 76 conciertos y se celebró amor y amistad.



La inflación se ha desacelerado a lo largo del trimestre en las 5 ciudades principales, sin embargo, el poder de compra no logra recuperarse y continúa en terrenos negativos. Barranquilla ha sido la ciudad principal con mayor inflación anual promedio, mientras que Medellín muestra las mayores caídas en gasto en cantidades.



A partir del 2 de agosto, y durante el tercer trimestre del año se llevaron a cabo las campañas electorales de las elecciones regionales 2023.



La percepción de los hogares frente al número de compras que realizan frente al trimestre pasado comienza a mejorar, cada vez son más los hogares que manifiestan estar comprando mas, pero son aún mas los que manifiestan estar comprando el mismo número de cosas que el trimestre pasado.



En el tercer trimestre los hogares pagaron el impuesto predial, impuesto vehicular, declaración e impuesto de renta.

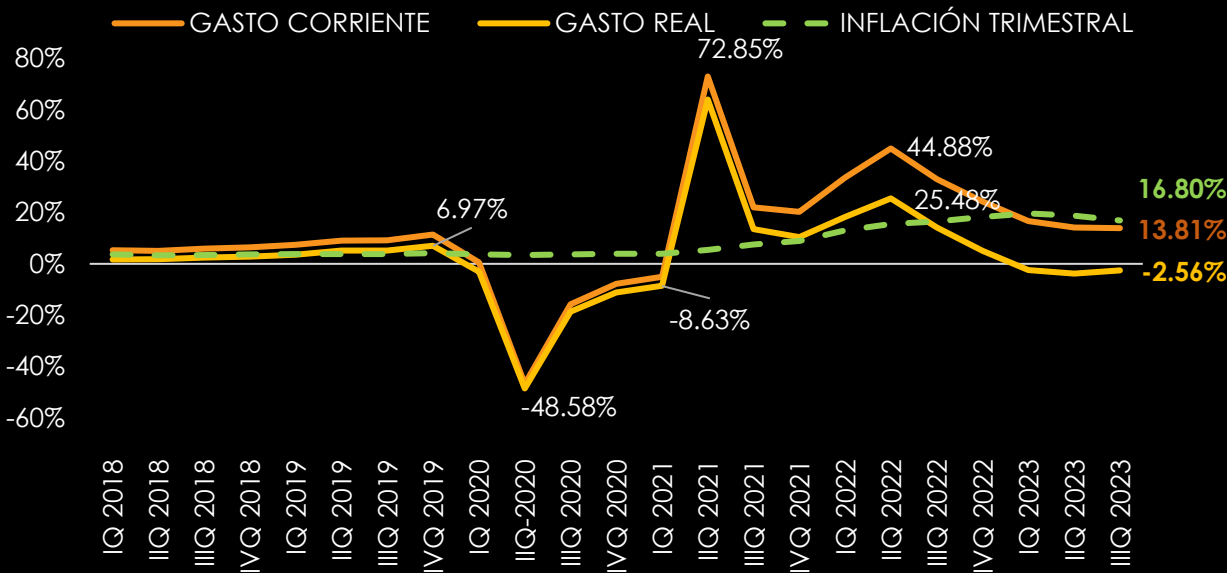
A top-down view of various fast-food ingredients and items arranged on a dark, textured wooden surface. In the top-left corner, there is a small white bowl of red ketchup, a bunch of cherry tomatoes on a vine, several whole and sliced pickles, and sliced red onions. Below these are two golden-brown french fries. In the bottom-left corner, a brown paper bag is partially visible, containing more fries and a sandwich. Another sandwich with lettuce, tomato, and cheese is visible next to the bag. A small red-tipped metal tool, possibly a skewer, is at the bottom center.

HOUSEHOLD EXPENDITURE REPORT RESTAURANTS

IIIQ 2023

TERCER TRIMESTRE DE 2023, CONTINÚA CON GASTO EN NEGATIVO

DINÁMICA DEL GASTO TRIMESTRAL DE COMIDAS FUERA DEL HOGAR



En comparación al tercer trimestre de 2022, el gasto en volúmenes de la canasta continúa cayendo, completando así un 2023 en terreno negativo en cuanto al gasto en volúmenes.

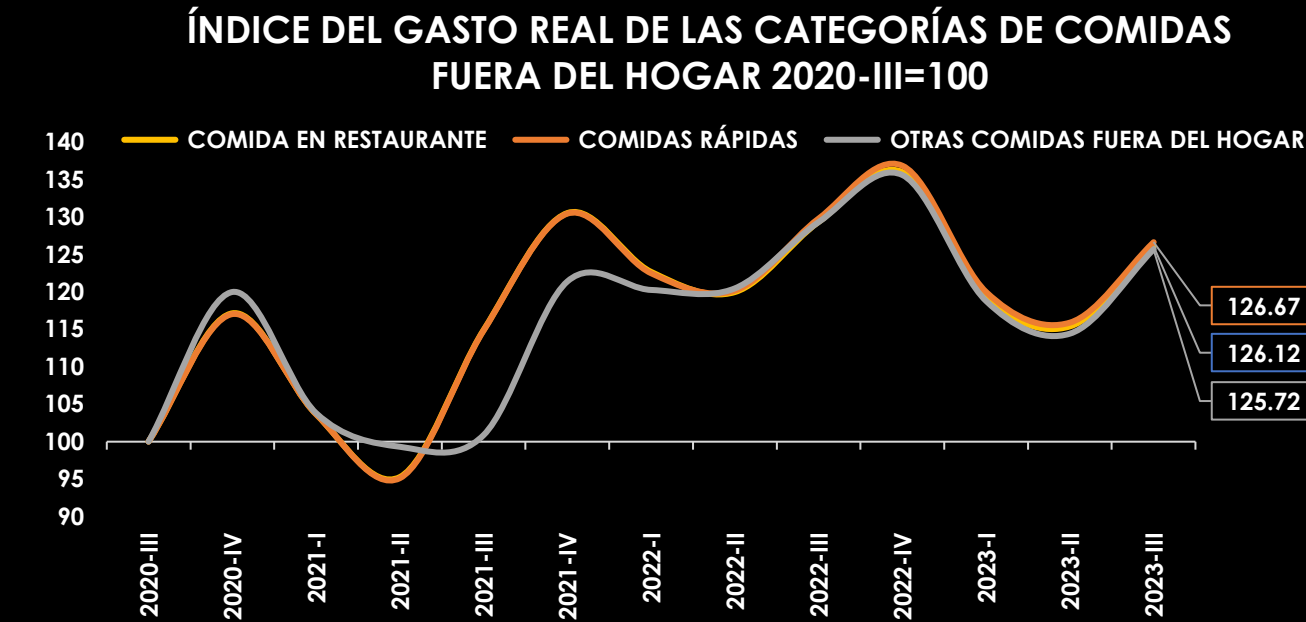
No obstante, se evidencia que comidas fuera del hogar sigue siendo importante para los hogares, ya que el gasto en dinero continúa creciendo, así como la participación de la canasta dentro del gasto total de los hogares, que pasó de 6,99% en 2022 a 7,32% en 2023.

Algunos de los factores que pudieron favorecer los mayores desembolsos de dinero en la canasta pueden ser la temporada vacacional, el gasto de la prima recibida a mitad de año, y la celebración de amor y amistad en la que una de las opciones preferidas de regalo fueron las invitaciones a restaurante.

Por otro lado, en cuanto al aumento de los precios, el costo de los alimentos y servicios públicos han sido el principal motor de la inflación, sumado al aumento de los salarios frente al año pasado y al imptoconsumo que ha golpeado al sector en 2023.

	TAMAÑO DE MERCADO	VAR. TRIMESTRAL GASTO REAL	INFLACIÓN TRIMESTRAL	POCKET SHARE
2023-III	19,18 BILLONES DE PESOS	-2,56%	16,80%	7,32%
2022-III	16,85 BILLONES DE PESOS	14,14%	16,47%	6,99%

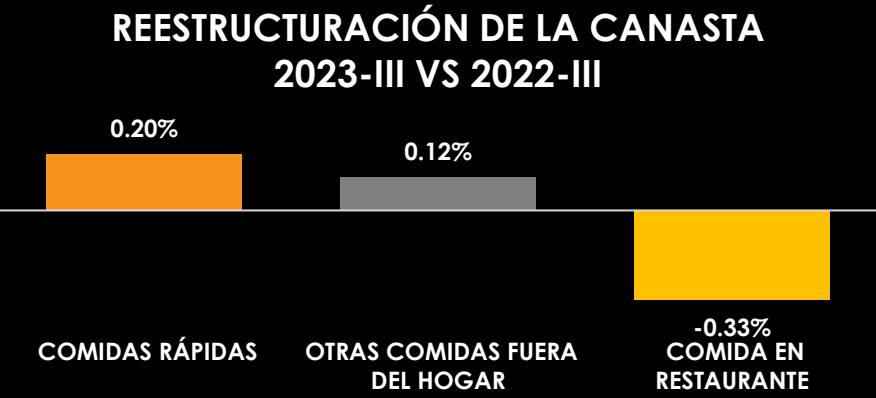
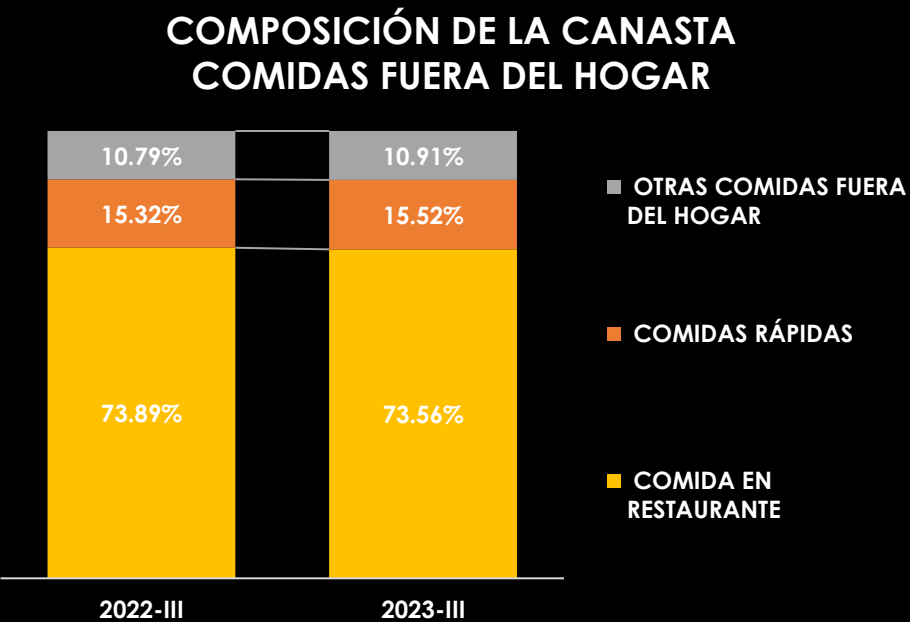
COMIDAS RÁPIDAS, LA CATEGORÍA DESTACADA EN EL TERCER TRIMESTRE 2023



Al comparar el nivel de gasto en comidas fuera del hogar teniendo como base el tercer trimestre de 2020, se evidencia que los hogares han gastado cerca de 26 unidades más en todas las categorías de la canasta.

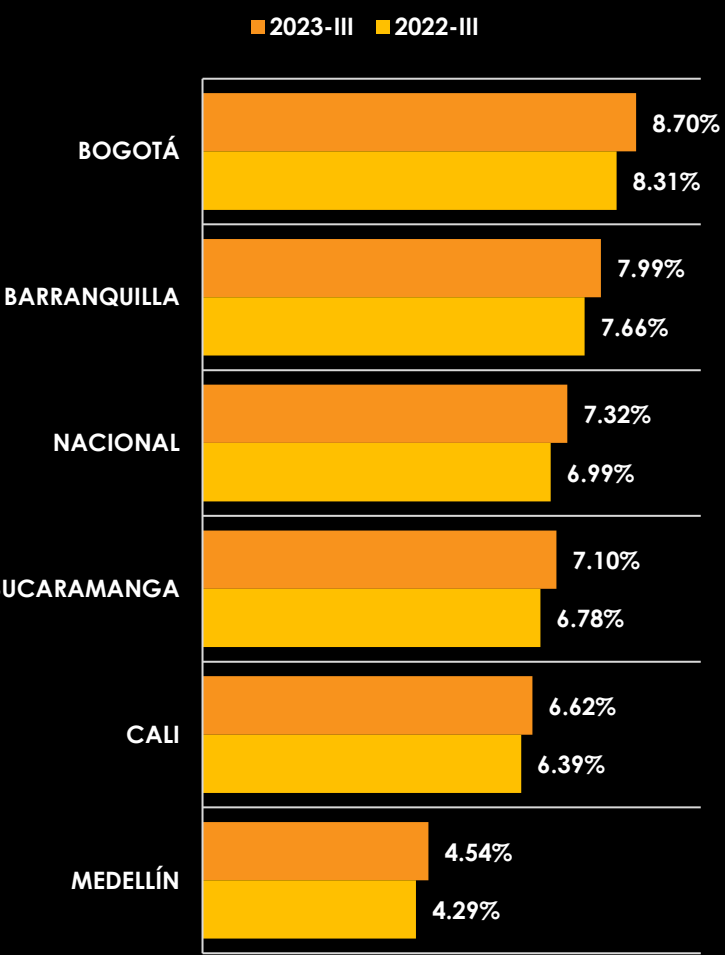
Comidas en restaurante continúa siendo el 74% del gasto total en comidas fuera del hogar, pero tuvo una disminución en su participación frente al tercer trimestre del año pasado, probablemente porque implica mayores desembolsos de dinero, y, en relación con el 2022, los hogares han recortado su gasto dado el alto costo de vida.

Mientras tanto, comidas rápidas tuvo el mayor Índice de gasto comparado con 2020, y ganó 0,2% en su participación dentro de comidas fuera del hogar.

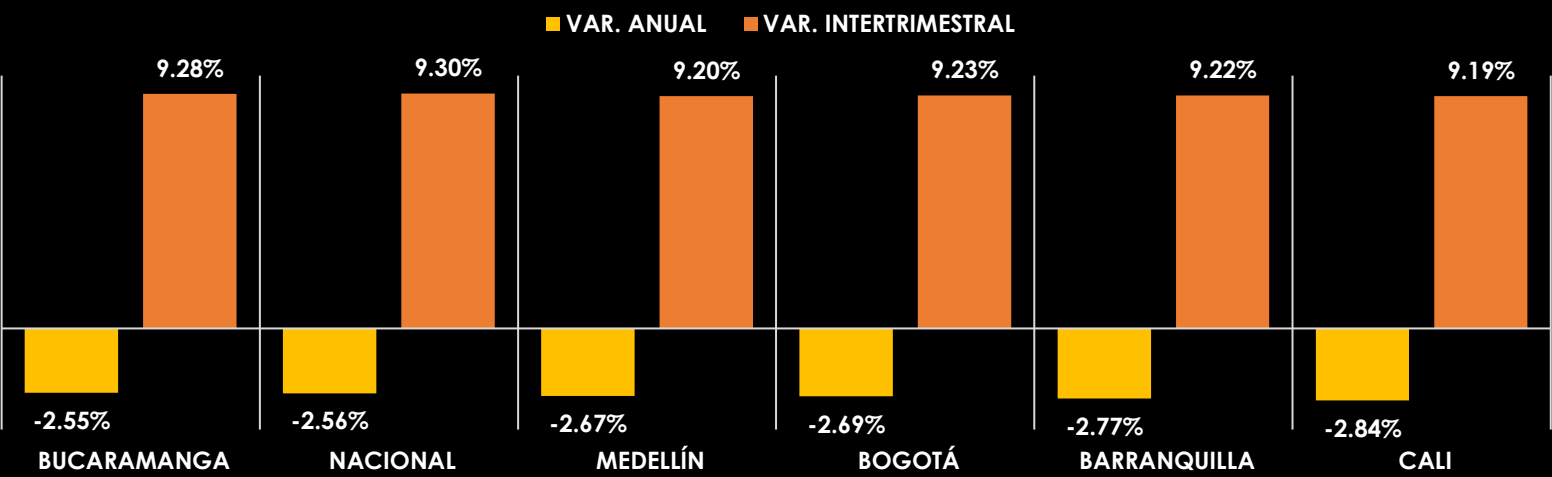


DINÁMICA TRIMESTRAL DE COMIDAS FUERA DEL HOGAR EN LAS CIUDADES PRINCIPALES

POCKETSHARE COMIDAS FUERA DEL HOGAR CIUDADES PRINCIPALES



DINÁMICA DEL GASTO REAL EN COMIDAS FUERA DEL HOGAR



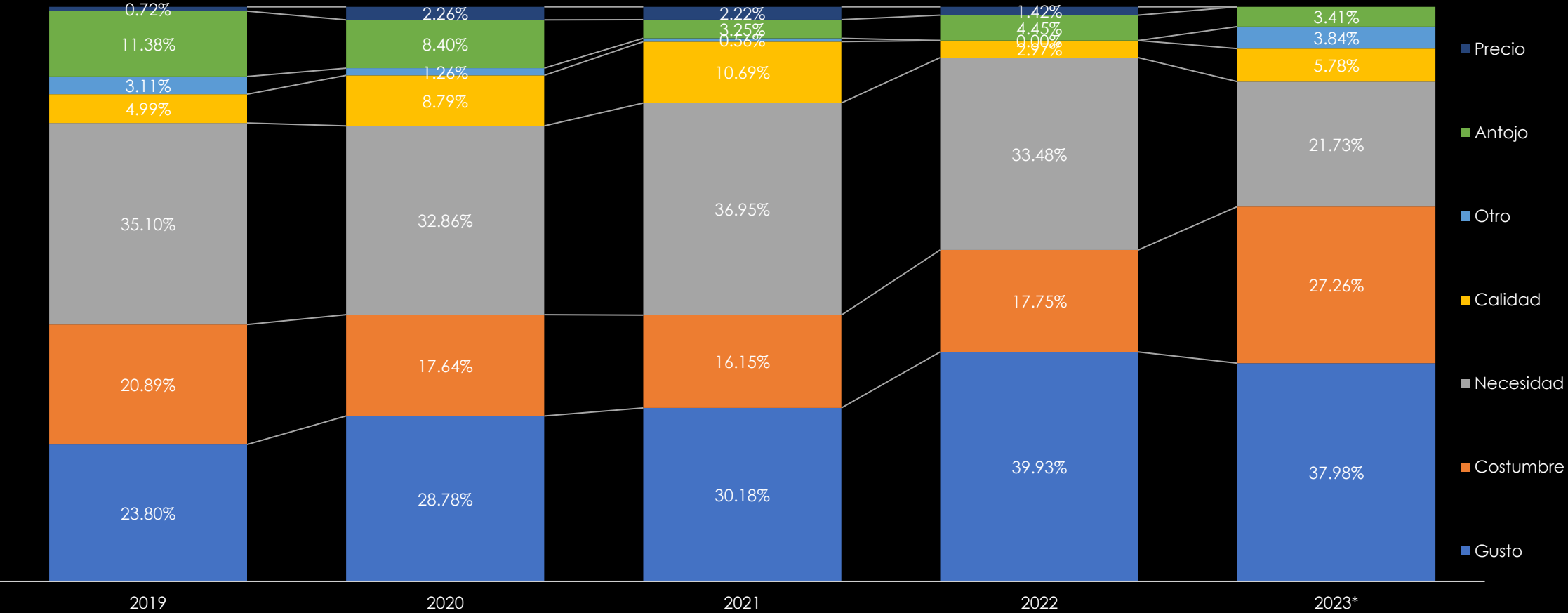
Finalmente, en todas las ciudades principales, la canasta de comidas fuera del hogar experimentó un aumento anual de su participación dentro del gasto total del tercer trimestre, lo que evidencia la importancia de la canasta para los hogares, y el esfuerzo de estos en términos de dinero por intentar mantener su gasto en volúmenes.

Bogotá y Barranquilla lideran con el mayor pocketshare, especialmente porque el incremento en los precios presionó a los hogares a realizar mayores desembolsos frente a 2022, a pesar de adquirir menos unidades, pues estas dos ciudades además de Cali tuvieron la mayor caída del gasto real frente al año pasado.

Por su parte, Bucaramanga y Bogotá tuvieron el mayor crecimiento en volúmenes frente al segundo trimestre del año.

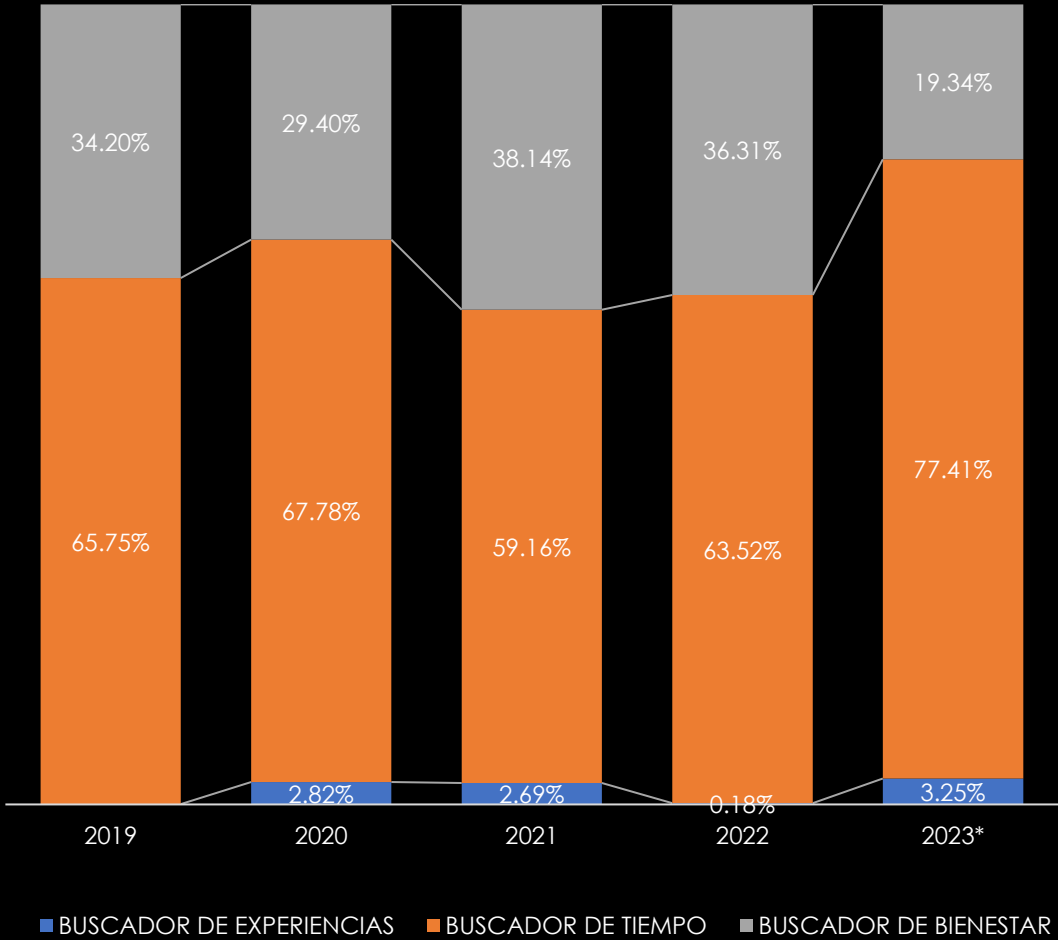
¿QUÉ NOS DICEN LOS HOGARES SOBRE SU ÚLTIMA COMPRA EN COMIDAS FUERA DEL HOGAR?

MOTIVOS DE COMPRA DE COMIDAS FUERA DEL HOGAR

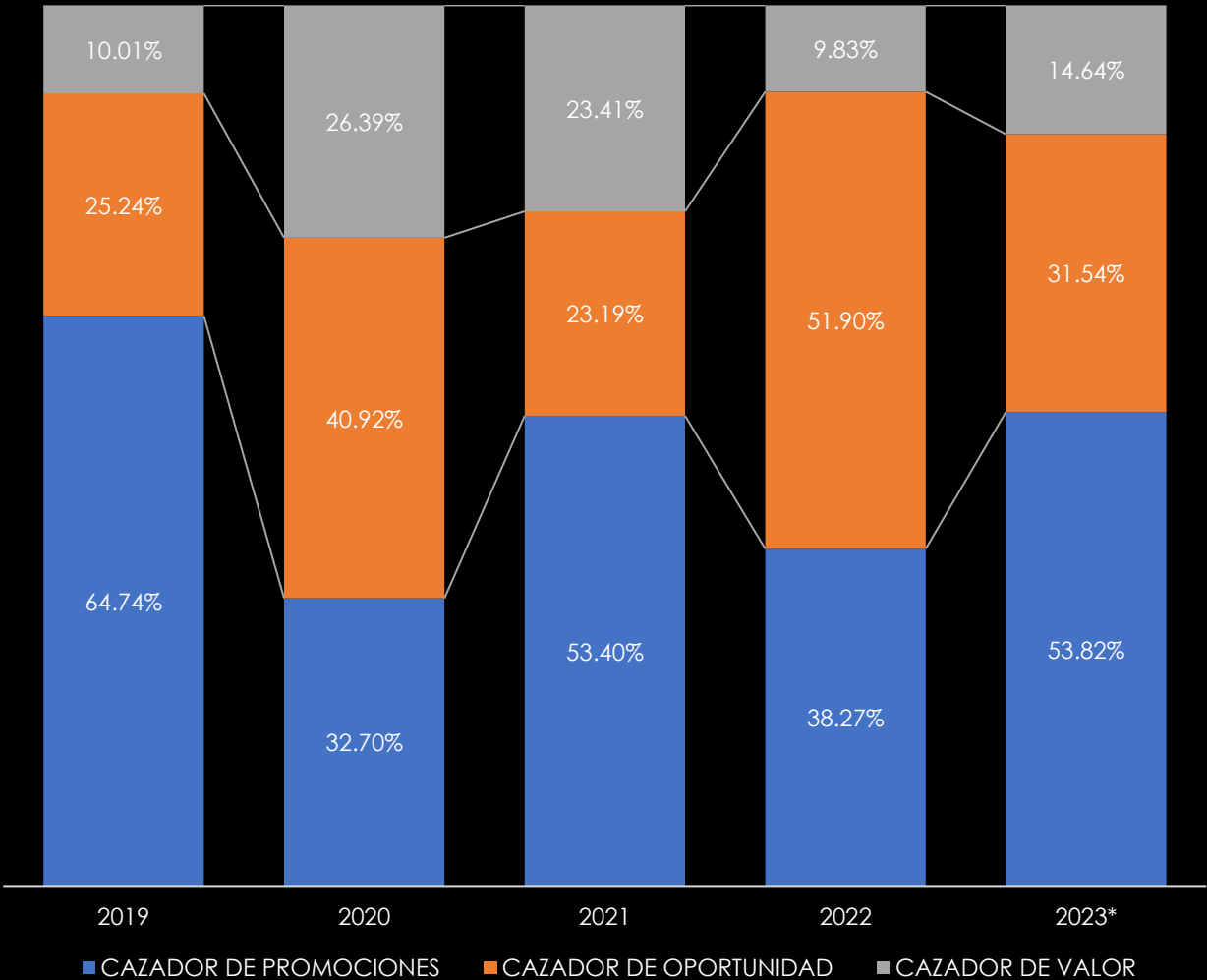


¿CUÁL ES EL TIPO DE COMPRADOR Y DE CONSUMIDOR DE COMIDAS FUERA DEL HOGAR?

TIPO DE CONSUMIDOR DE CFH

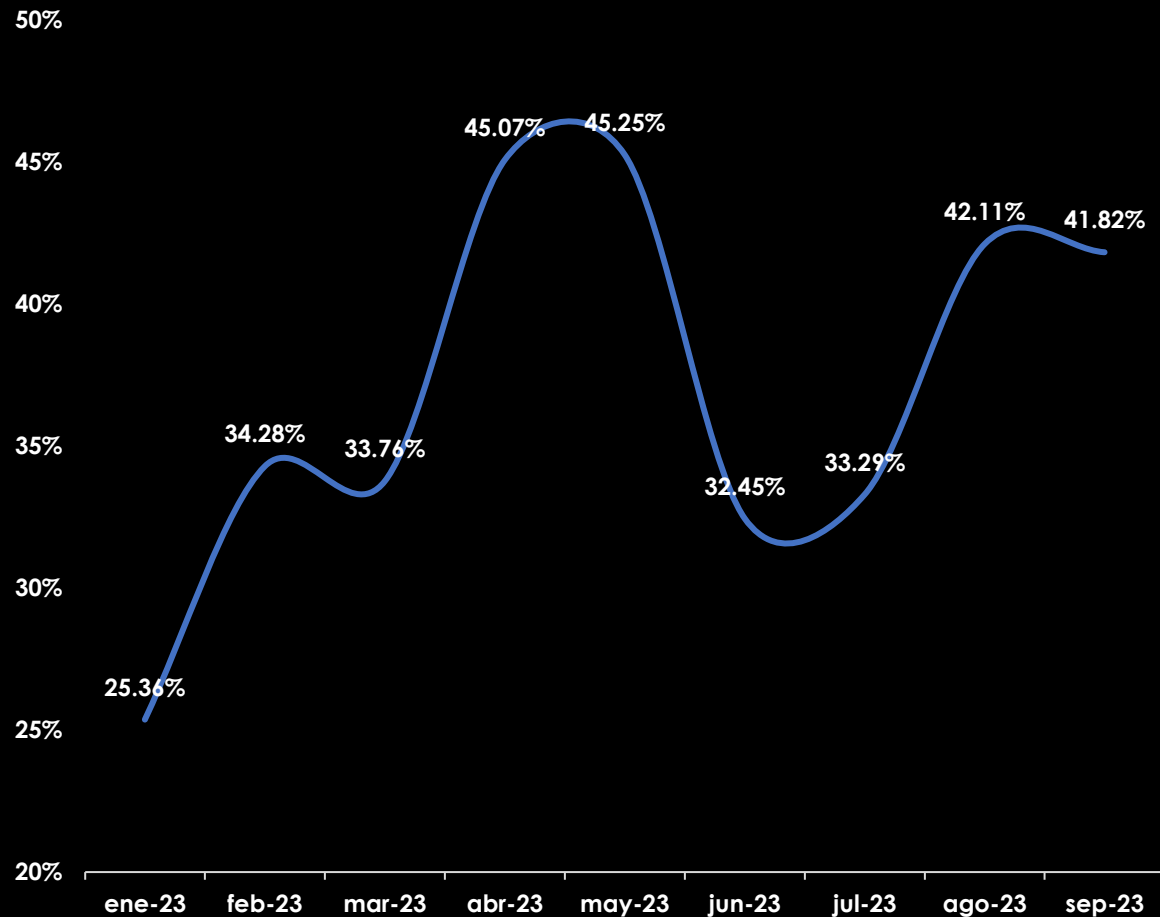


TENDENCIA DE COMPRADOR DE CFH

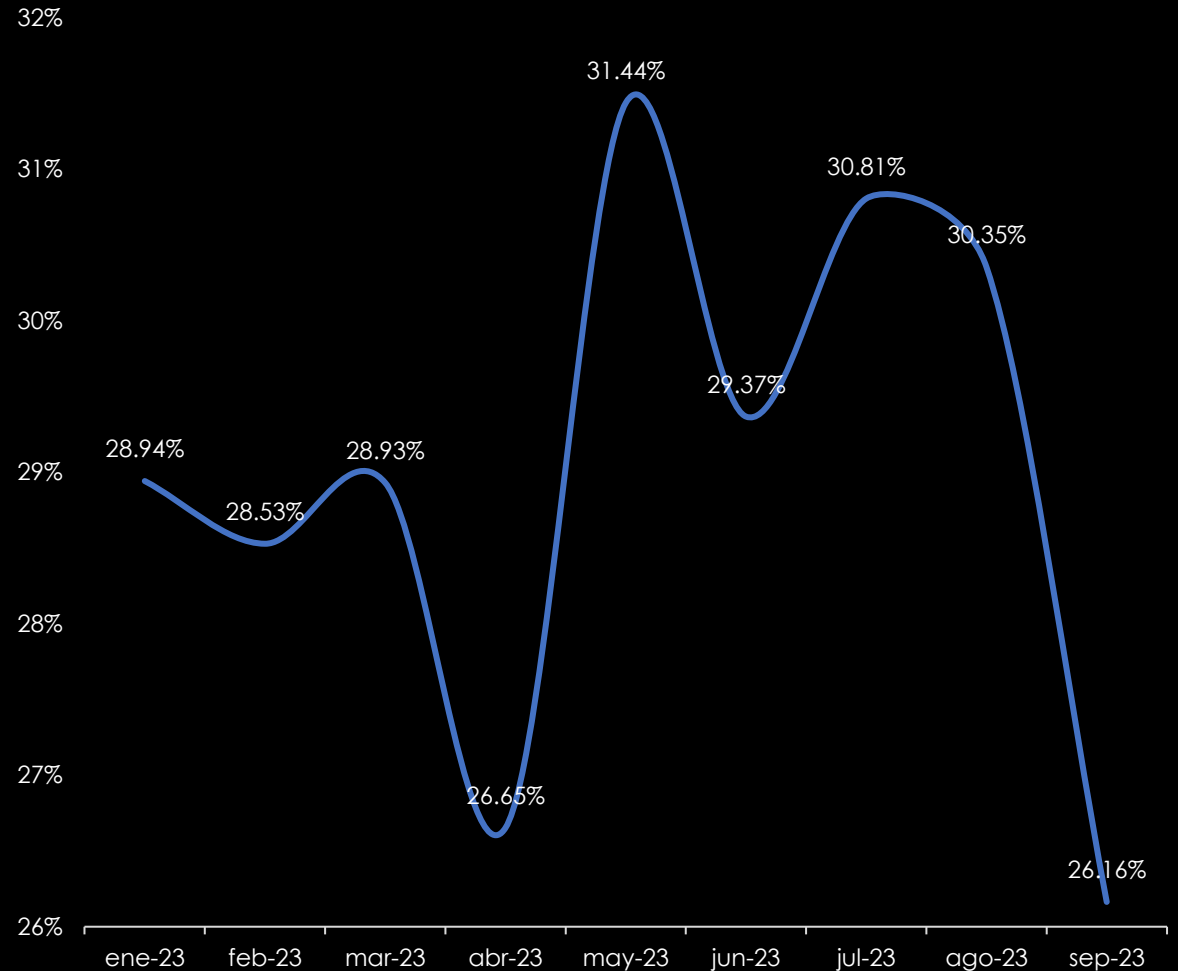


¿CUÁL HA SIDO LA DINÁMICA DE ASISTENCIA A RESTAURANTES Y DOMICILIOS EN EL 2023?

ASISTENCIA A RESTAURANTES EN EL ÚLTIMO MES (AL MENOS UNA VEZ)



HA PEDIDO ALGÚN DOMICILIO EN EL ÚLTIMO MES



HOUSEHOLD EXPENDITURE REPORT

FOOD FOR THE HOME

IIQ 2023

EL GASTO TRIMESTRAL EN LA CANASTA DE ALIMENTOS MANTIENE UNA TENDENCIA HACIA LA RECUPERACIÓN

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO TRIMESTRAL EN ALIMENTOS PARA EL HOGAR A NIVEL NACIONAL



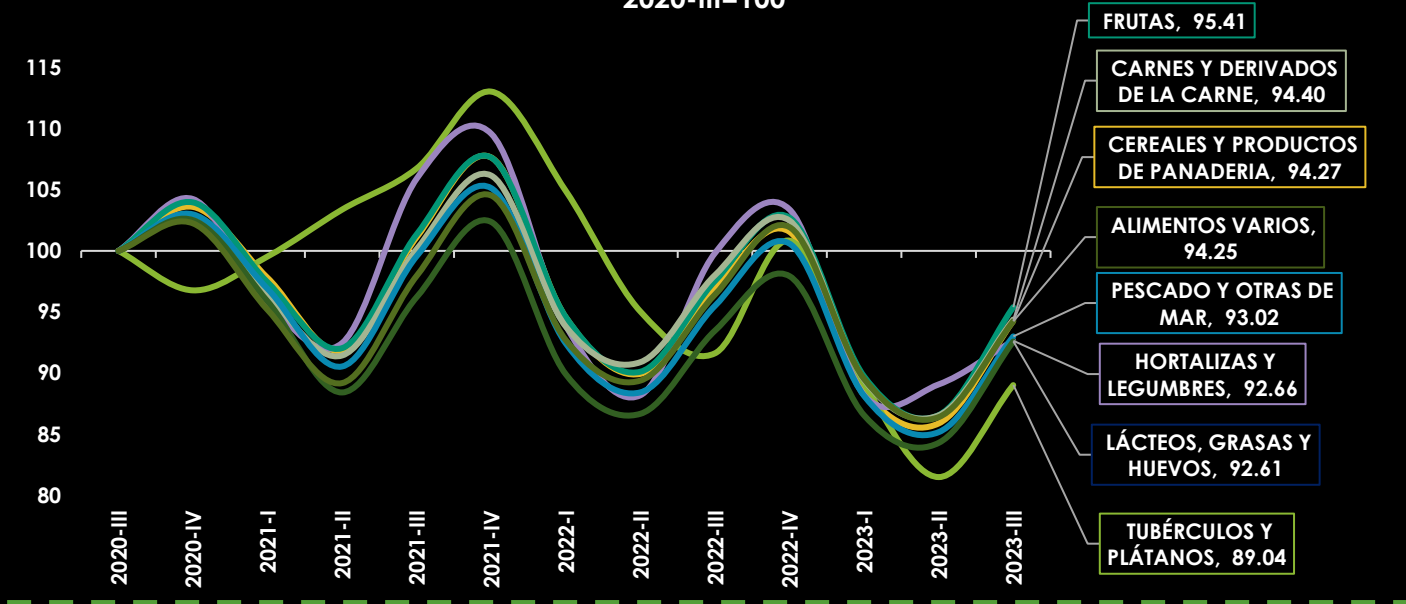
En la tendencia trimestral de la canasta se observa un repunte en el tercer trimestre de este año, aun así, se llevan siete trimestres consecutivos de caída del gasto real en la canasta, una respuesta al aumento de la inflación que se vive desde 2022 por factores climáticos y comerciales.

Se espera que el gasto real cierre en negativos para finales de 2023, pero con una tendencia a la recuperación que podría llegar a ser positiva en el 2024, se seguir presentando reducciones paulatinas en la inflación de alimentos.

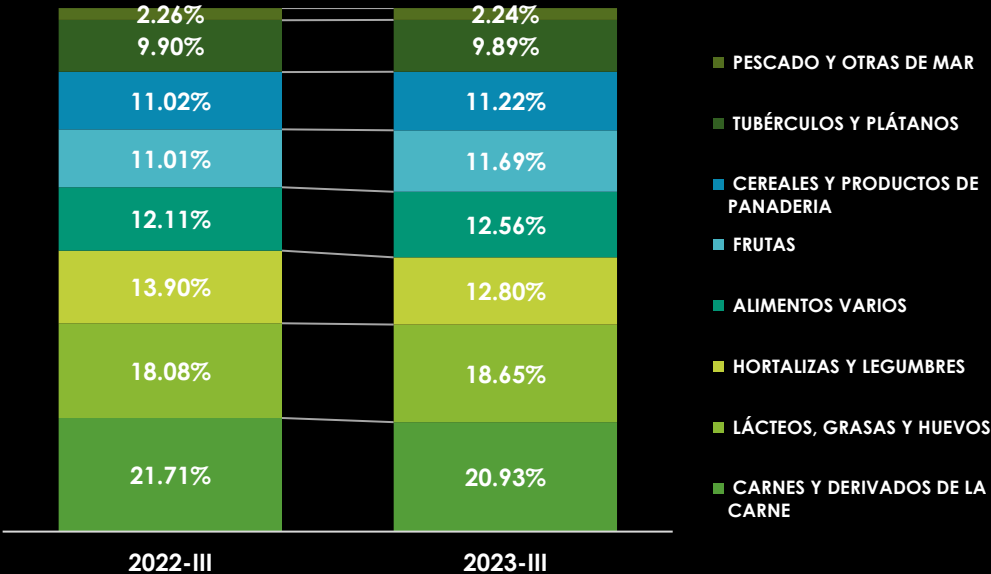
	TAMAÑO DE MERCADO	VAR. TRIMESTRAL GASTO REAL	INFLACIÓN TRIMESTRAL	POCKETSHARE
2023-III	81,78 Billones de pesos	-3,11%	12,44%	31,22%
2022-III	75,06 Billones de pesos	-2,01%	27,34%	31,13%

DINÁMICA TRIMESTRAL DE LAS CATEGORÍAS DE ALIMENTOS

ÍNDICE DEL GASTO REAL DE LAS CATEGORÍAS DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR
2020-III=100



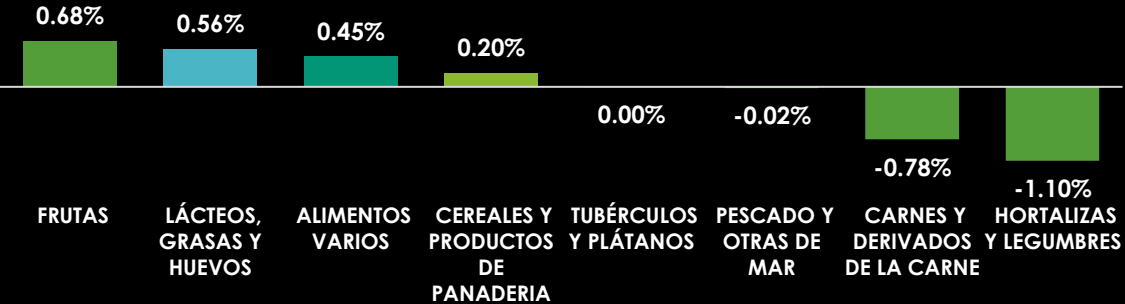
COMPOSICIÓN DE LA CANASTA ALIMENTOS
PARA EL HOGAR



Si tomamos 2020-III como base 100 se puede evidenciar como en el mismo periodo del 2023 los hogares adquieren menos unidades en todas las categorías, sin embargo, se debe tener en cuenta que por cuarentena los hogares aumentaron significativamente las cantidades de alimentos para el hogar que consumían, ya que salir a comer no era una opción.

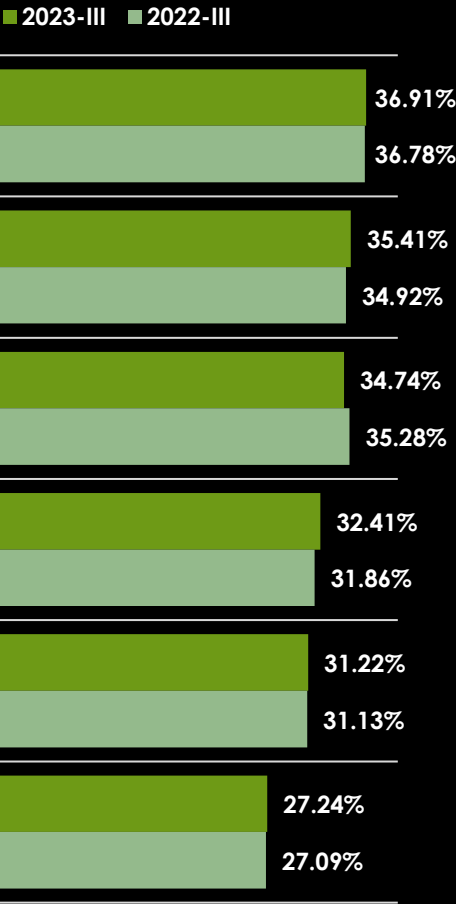
Frutas es ahora la categoría en la que los hogares destinan mayor parte de sus ingresos, seguido por lácteos, grasas y huevos. Mientras que por el lado a donde asignaron menos dinero se presenta hortalizas, legumbres y carnes con sus derivados.

REESTRUCTURACIÓN DE LA CANASTA 2023-III VS
2022-III

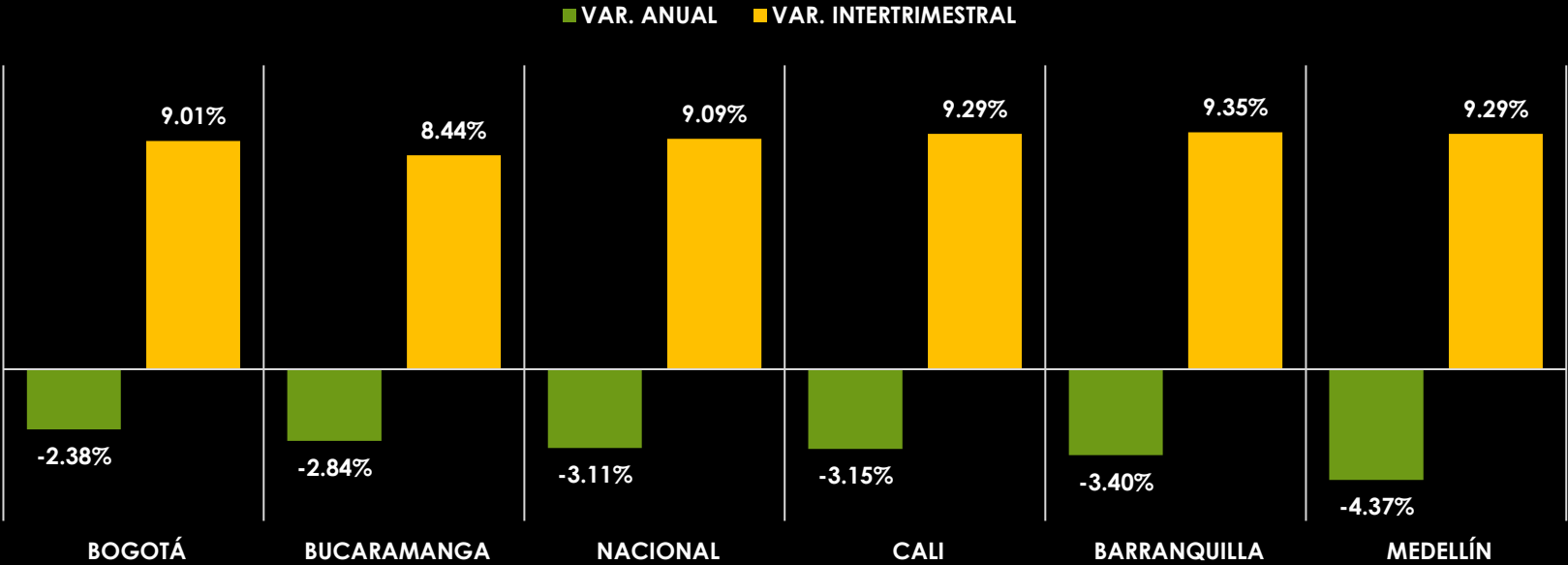


DINÁMICA TRIMESTRAL DE ALIMENTOS EN LAS CIUDADES PRINCIPALES

POCKETSHARE ALIMENTOS PARA EL HOGAR CIUDADES PRINCIPALES



DINÁMICA DEL GASTO REAL EN ALIMENTOS PARA EL HOGAR



Barranquilla sin duda alguna es la ciudad dónde los hogares deben asignar mayor parte de sus ingresos en la canasta de alimentos, un reflejo de mayores niveles de pobreza monetaria, mayor desempleo entre otras características de la ciudad. Sin embargo, es Medellín la ciudad donde se presentó la peor dinámica del gasto real debido principalmente a la inflación de alimentos en esta ciudad.

Bogotá por contraparte es la ciudad con los ingresos per cápita más altos, lo que se traduce en una menor proporción del gasto en alimentos y lo lleva a tener la mejor dinámica del gasto.

¿Por qué impuestos a ultraprocesados?

Con la última reforma tributaria adoptada mediante la **Ley 2277 de 2022, en el artículo 54**, se da la creación de los **impuestos saludables** (al consumo de bebidas azucaradas y de alimentos ultraprocesados) con el fin de **desincentivar el consumo de estos productos como estrategia de salud pública**.

¿Cómo funciona?

- ✓ **Fecha de implementación:** 1 de noviembre de 2023
- ✓ **Tarifas:** 10% en 2023, 15% en 2024 y 20% a partir del 2025
- ✓ **Responsables:** productores e importadores de ultraprocesados
- ✓ **No responsables:** productores que hayan tenido ingresos inferiores a 10.000 UVT (424 millones)
- ✓ **Productos gravables:** comestibles ultraprocesados industrialmente y/o con alto contenido de azúcares añadidos, sodio o grasas saturadas.

¿Qué productos están excluidos?

- Mortadela
- Salchichón.
- Butifarra.
- Pan**
- Obleas.
- Yogurt.
- Suero.
- Mantequilla.
- Bocadillo.
- Leche.
- Cuajada.
- Fermentados.
- Lactosueros.
- Concentrados con adición de azúcar.

¿Qué productos están incluidos?

- Productos con componentes de la leche
- Embutidos y productos similares de carne
- Artículos de confitería sin cacao
- Chocolate y demás preparaciones con cacao
- Mezclas y pastas para preparación de panadería
- Productos a base de cereales
- Productos de panadería, pastelería o galletería
- Productos con componentes de la leche
- Embutidos y productos similares de carne
- Artículos de confitería sin cacao
- Chocolate y demás preparaciones con cacao
- Mezclas y pastas para preparación de panadería
- Productos a base de cereales
- Productos de panadería, pastelería o galletería

TARIFAS

Estas tarifas se aplican de la siguiente forma para determinar el monto del impuesto aplicable a cada bebida:

$$IMP = \frac{Vol}{100} \cdot Tarifa$$

Donde:
IMP: Monto del impuesto aplicable a la bebida, en pesos.
Vol: Volumen de la bebida, expresado en mililitros (ml).
Tarifa: Tarifa del impuesto, según lo determinado en la tabla anterior.

Para los años 2023 y 2024

Contenido en 100 ml	Tarifa (por cada 100 ml)	
	2023	2024
Menor a seis gramos (6 gr) de azúcares añadidos	\$ 0	\$ 0
Mayor o igual a seis gramos (6 gr) y menor a diez gramos (10 gr) de azúcares añadidos	\$ 18	\$ 28
Mayor o igual a diez gramos (10 gr) de azúcares añadidos	\$ 35	\$ 55

Para el año 2025:

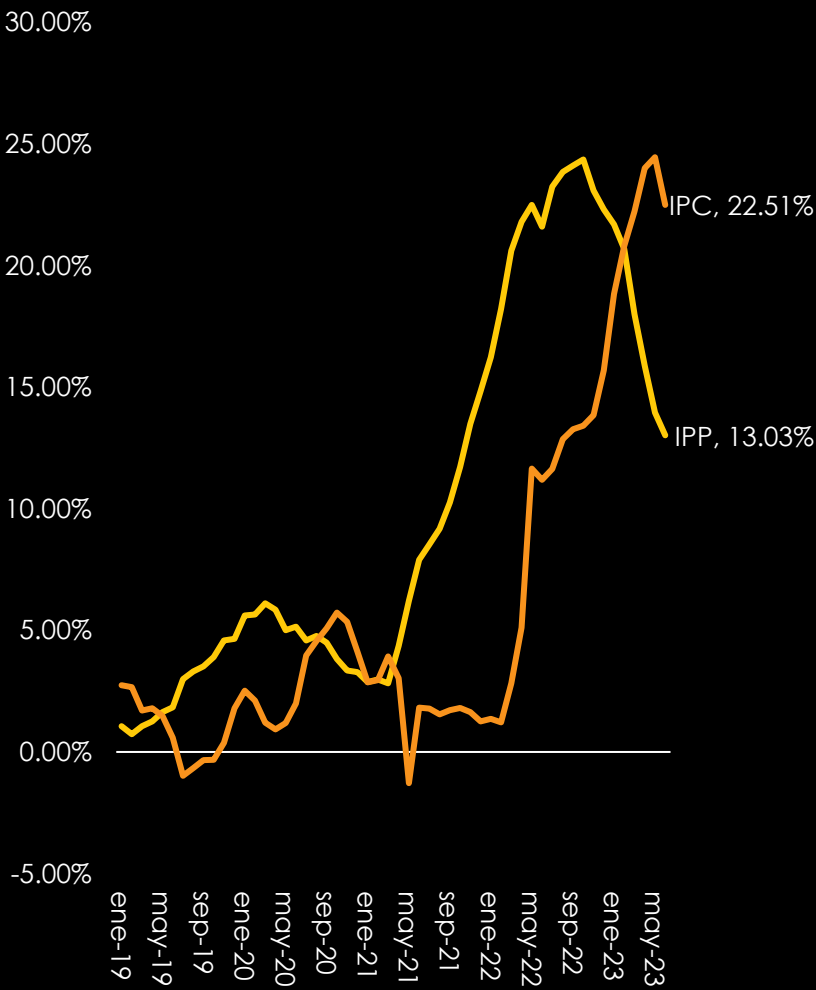
Contenido en 100 ml	Tarifa (por cada 100 ml)	
	2025	
Menor a cinco gramos (5 gr) de azúcares añadidos	\$ 0	
Mayor o igual a seis gramos (6 gr) y menor a diez gramos (10 gr) de azúcares añadidos	\$ 38	
Mayor o igual a diez gramos (10 gr) de azúcares añadidos	\$ 65	

A partir del año 2026, el valor de las tarifas establecidas para el año 2025 se ajustará cada primero (1%) de enero en el mismo porcentaje en que se incremente la Unidad de Valor Tributario.

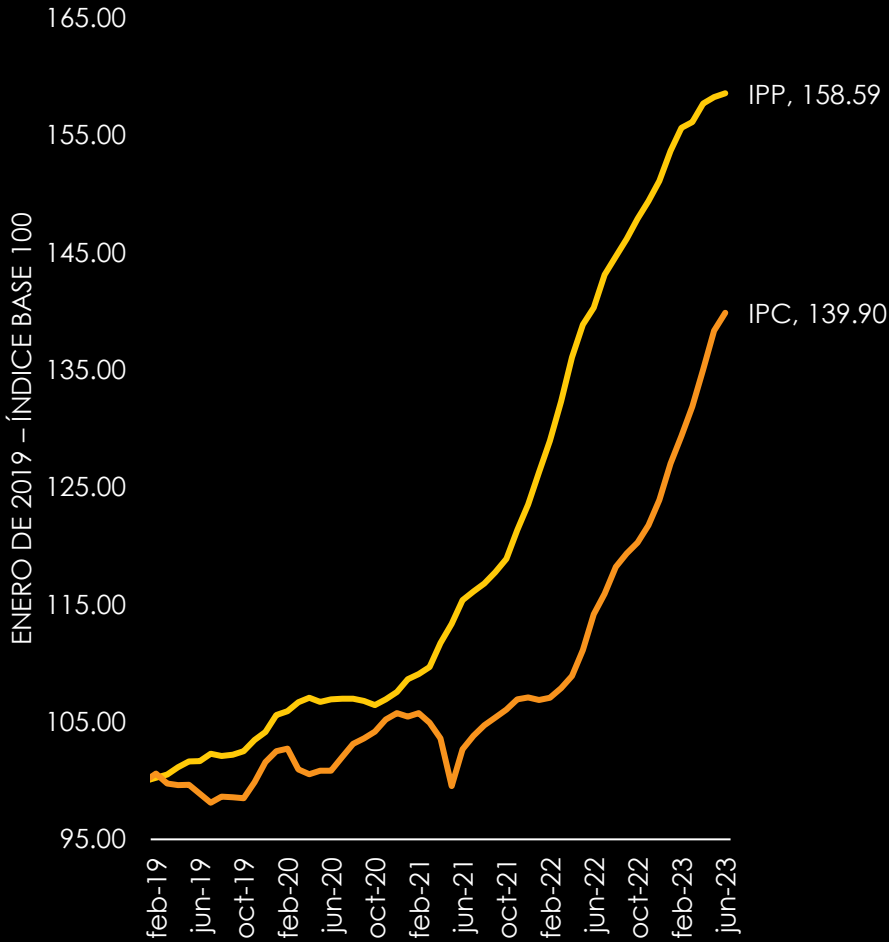
Ante la entrada de vigencia de la norma, calculamos el posible impacto de la medida en la inflación de los colombianos, con los datos hasta junio de 2023, con el fin de comprender cuanto puede afectar la inflación esta medida, bajo las siguientes consideraciones:

1. La tasa afecta el costo final de producción.
2. Este mayor costo puede terminar siendo transmitido en un 100% a precio final debido a que la estructura de costos de las empresas y del comercio ante los aumentos de costos y de precios de los últimos dos años.
3. Que suban los precios de productos que son componentes fijos de IPC afecta directamente la inflación, SIN IMPORTAR SI LAS PERSONAS COMPRAN MENOS DE ESTOS PRODUCTOS.

VARIACION ANUAL DE LOS NIVELES DE COSTOS Y DE PRECIOS DE LOS BIENES ULTRAPROCESADOS SUJETOS A LA TASA



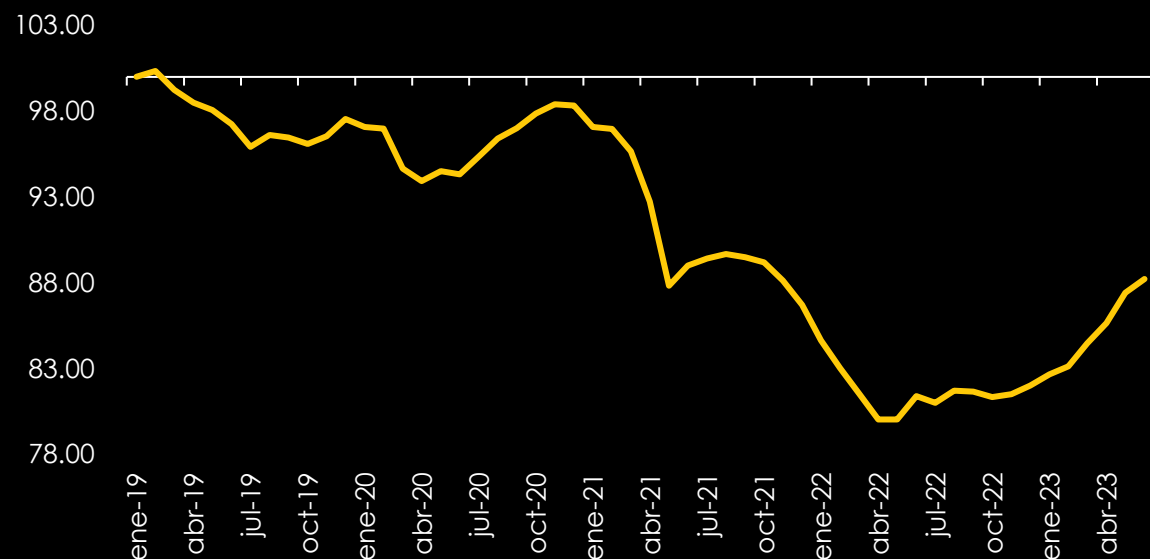
NIVELES DE COSTOS Y DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS SUJETOS A LA TASA



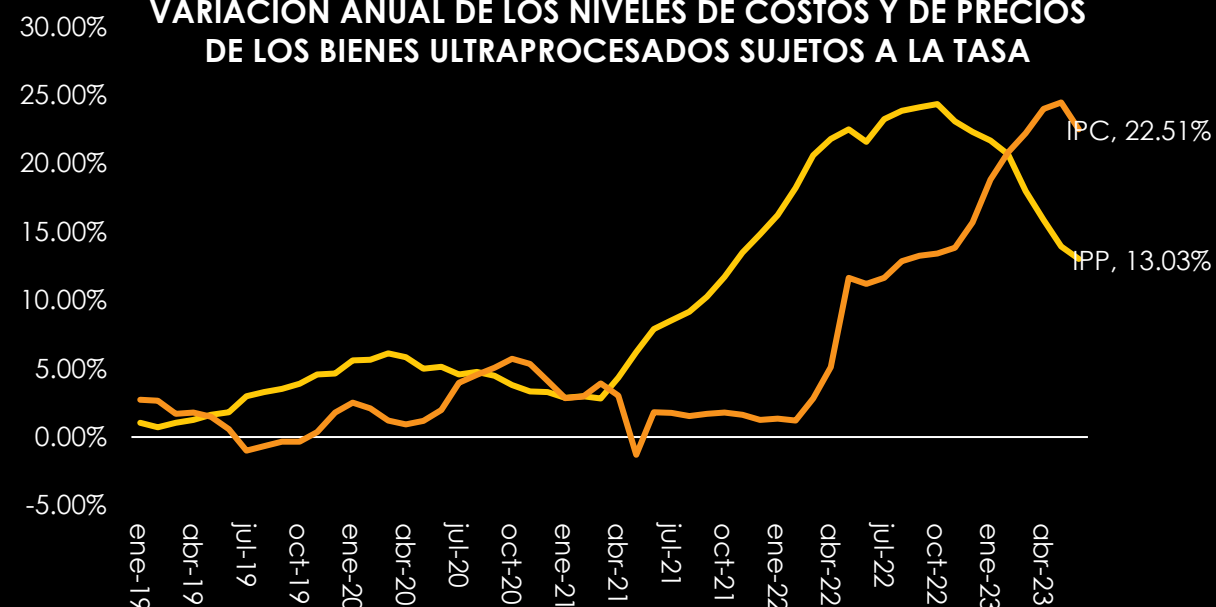
A primera vista se puede pensar que el crecimiento de los costos ya es menor que la inflación de estos productos, por lo que “ya se habría terminado” la fase de transmisión del aumento de costos de producción por los problemas estructurales del mercado 2020-2023.

Más la gráfica de costos es muy clara al mostrar que los costos han subido 58,59% y los precios solo 39,90%, causando que el margen comercial aparente continúe por debajo de 2019, **haciendo que la industria no pueda absorber parte de la tasa en los costos.**

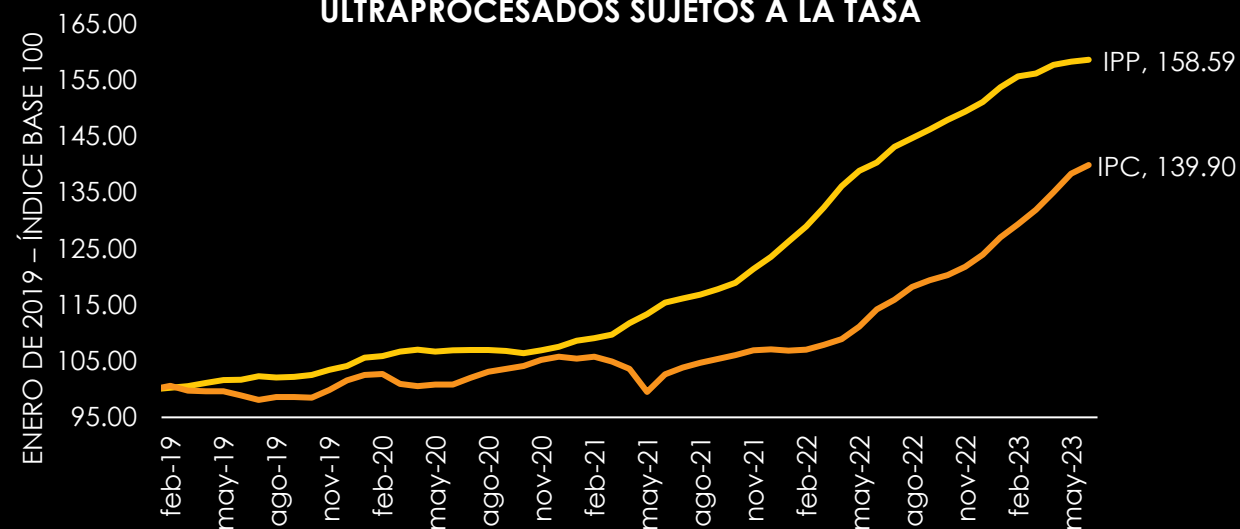
Margen Comercial Aparente (IPC/IPP)



VARIACIÓN ANUAL DE LOS NIVELES DE COSTOS Y DE PRECIOS DE LOS BIENES ULTRAPROCESADOS SUJETOS A LA TASA



NIVELES DE COSTOS Y DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS ULTRAPROCESADOS SUJETOS A LA TASA



En resumen:

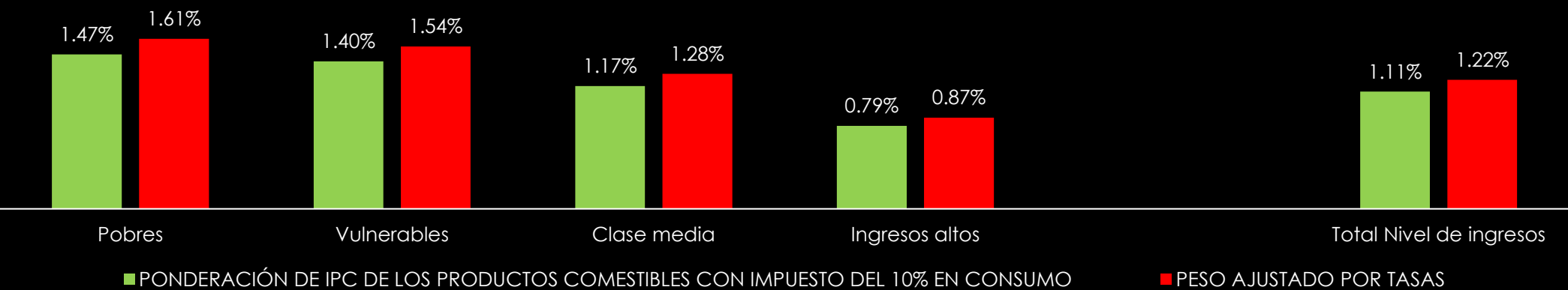
- 1. El aumento de costos y la reducción de los márgenes de las empresas hacen que **el sector no pueda absorber parte de la tasa.**
- 2. **La tasa afecta precios de componentes fijos del IPC**, que solo cambian con variaciones en precios y no en la demanda.
- 3. **La norma rige en 2023 con una tasa del 10% y en enero de 2024 con una tasa de 5% adicional, que lo lleva a una tasa de 15%** sobre los costos de producción totales.
- 4. A lo que se debe adicional el aumento de costos salariales en 2024.

Esto significa que, si la canasta de los productos definidos como ultraprocesadas pesa el 1,11% del IPC, un aumento del 10%, implicaría un aumento como mínimo hasta de 0,11% puntos porcentuales sobre la inflación anual y 0,17% incluyendo la tasa a bebidas, ya que los precios de estos productos se ajustan a precios que puedan ser pagados con las monedas y billetes que hay en el mercado.

¿CUÁNTO PESAN EN EL IPC Y QUÉ CAMBIO PUEDE CAUSAR LA MEDIDA TRIBUTARIA A ALGUNOS PRODUCTOS COMESTIBLES ULTRAPROCESADOS Y GASEOSAS?



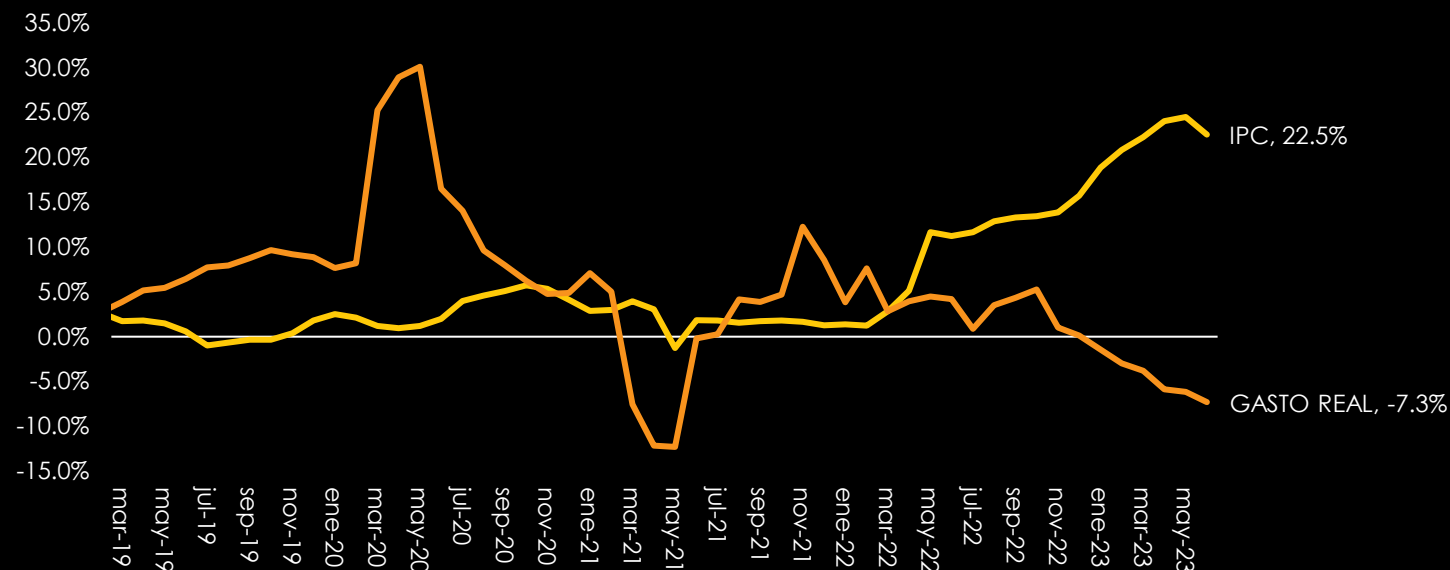
¿CUÁNTO PESAN EN EL IPC Y QUÉ CAMBIO PUEDE CAUSAR LA MEDIDA TRIBUTARIA A ALGUNOS PRODUCTOS COMESTIBLES ULTRAPROCESADOS?



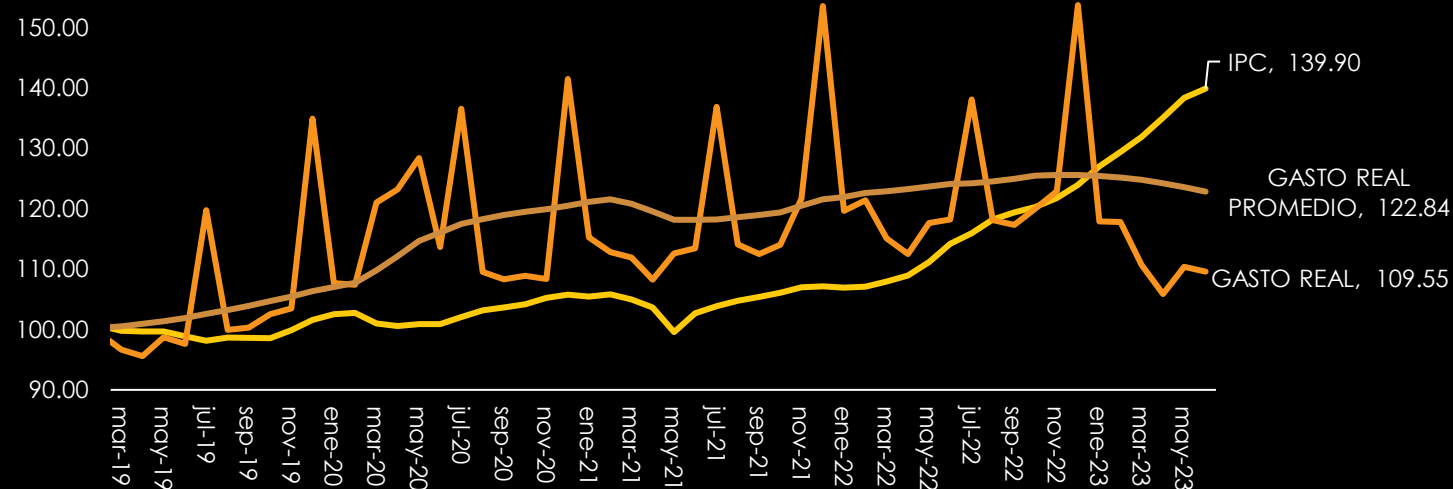
Al implementar la medida en 2023, es importante comprender que la categoría ya viene contraída por aumentos de precios que superaron el 24% en 2023 y que esto ya causó buena parte del ajuste del gasto de los hogares en la categoría, que es “el espíritu” de la norma.

Poner la medida en el último trimestre de 2023 podría tener un impacto negativo en el gasto que, si bien es lo esperado y lo deseado por la implementación de la tasa, dejaría a los hogares en niveles de consumo inferiores a 2019 y por lo tanto las ventas y producción de la industria se verán aún más afectado, aumentando la inflación, reduciendo las ventas en el comercio y los indicadores de producción nacional.

DINÁMICA DEL GASTO EN ULTRAPROCESADOS



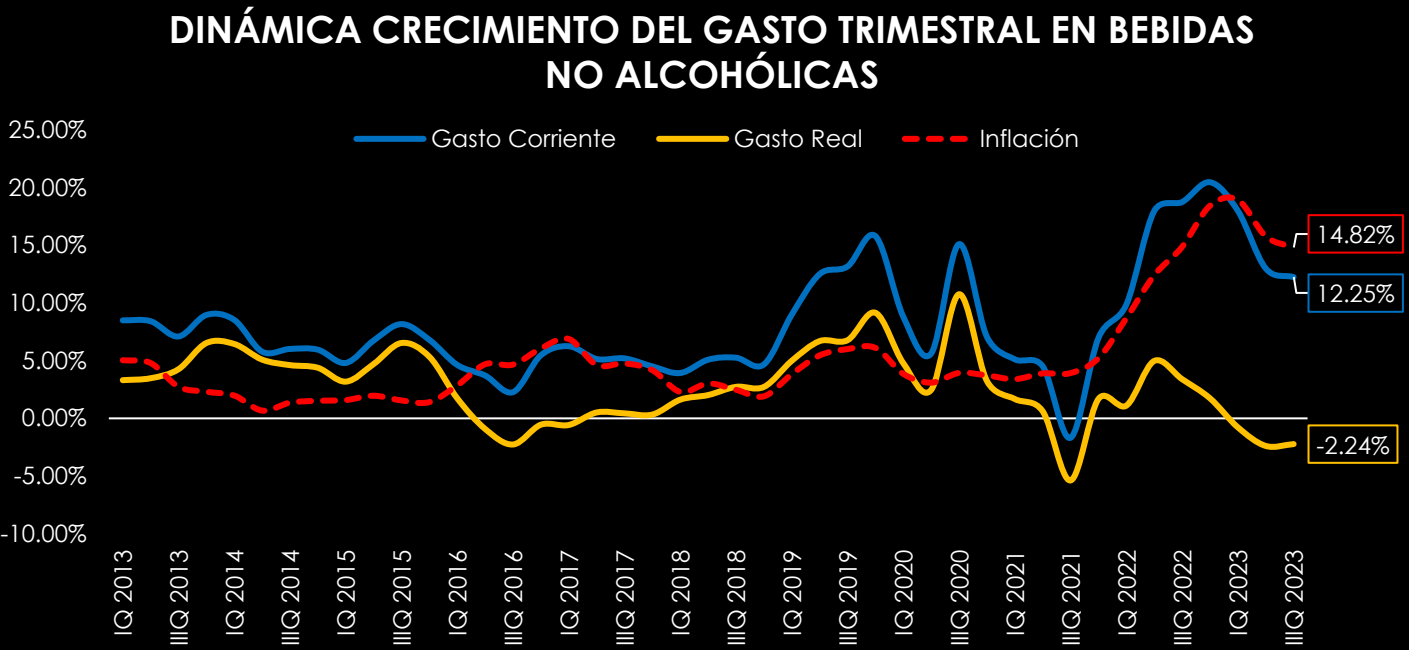
NIVELES DE PRECIOS Y DE GASTO DE BIENES ULTRAPROCESADOS



HOUSEHOLD EXPENDITURE REPORT NON-ALCOHOLIC BEVERAGES

IIIQ 2023

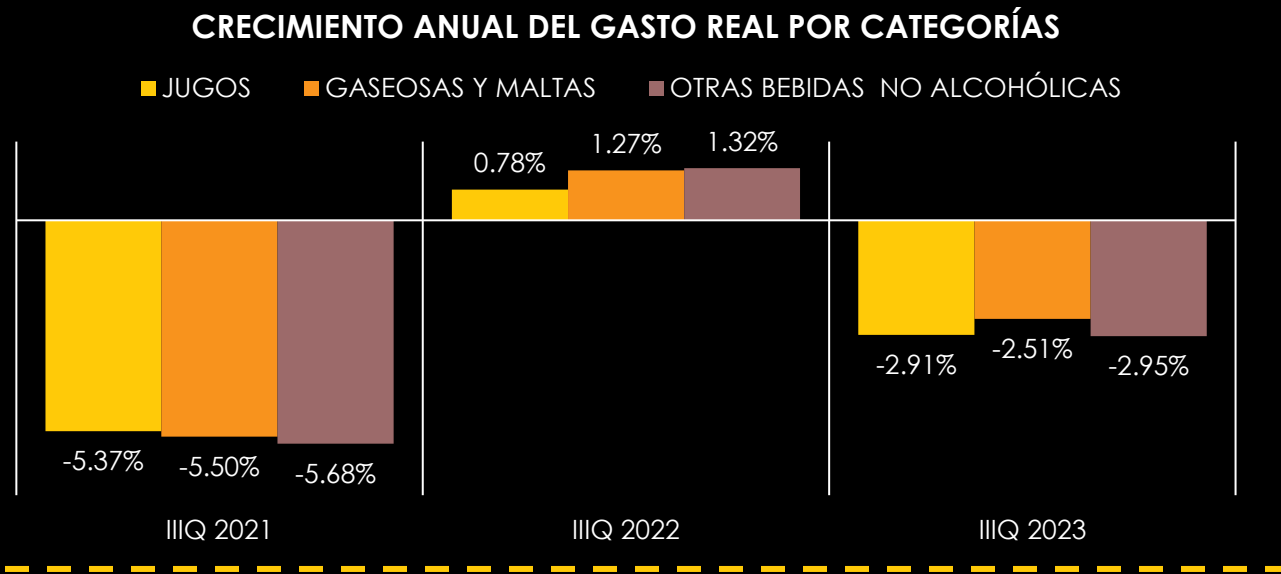
Tendencia de Repunte en el Gasto Real de Hogares en Bebidas No Alcohólicas Tras Alcanzar un Mínimo



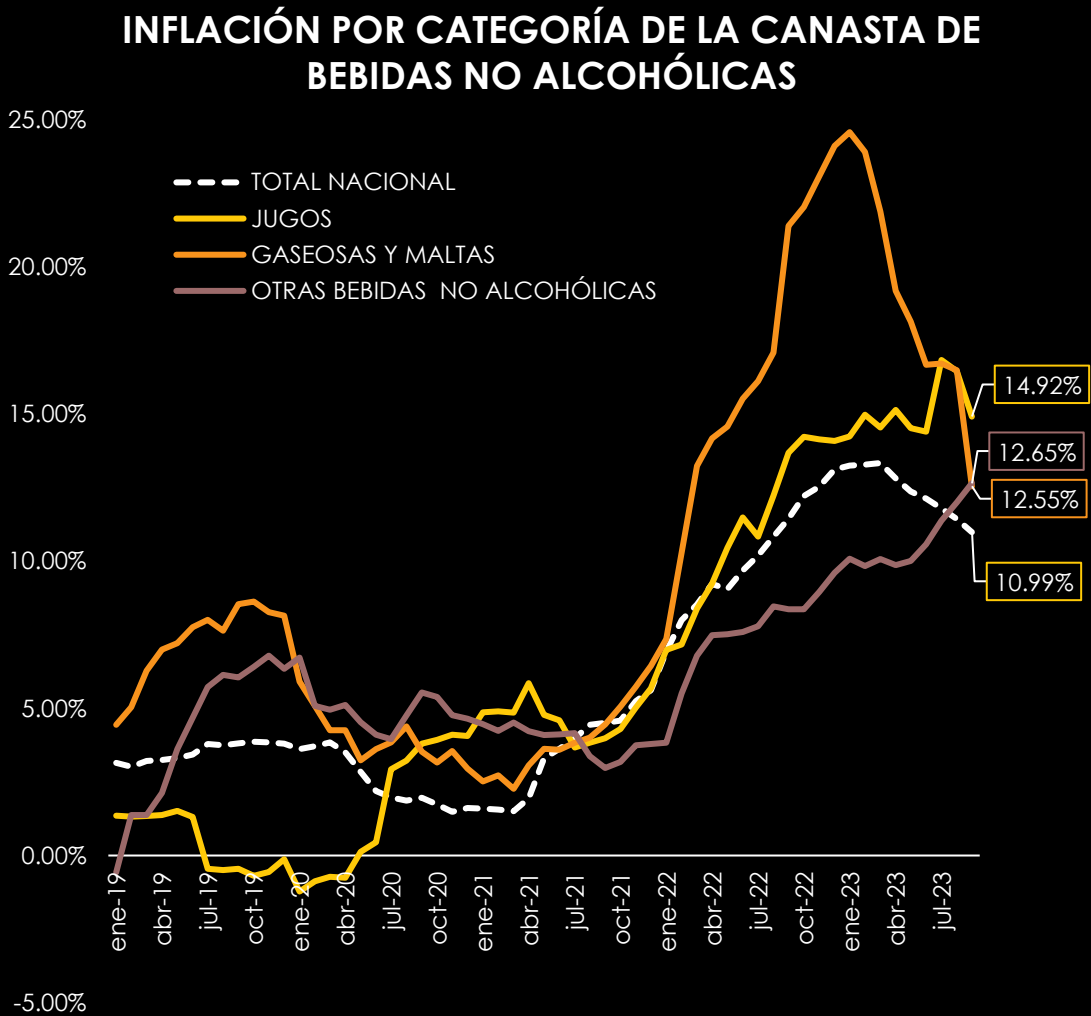
A pesar de la continua desaceleración en la tasa de inflación en bebidas no alcohólicas, está aún se mantiene por encima del crecimiento del gasto en efectivo que los hogares destinan a esta categoría. Como resultado, se ha observado una contracción en términos de unidades o cantidades adquiridas por los hogares. Sin embargo, se ha evidenciado un cambio de tendencia que sugiere que la caída en el gasto real de los hogares en bebidas no alcohólicas, que parecía haber llegado a su mínimo, podría dar paso a un repunte en el futuro cercano.

	TAMAÑO DE MERCADO	VAR ANUAL GASTO REAL	INFLACIÓN ANUAL DEL TRIMESTRE	POCKETSHARE
III Q 2023	3.4 Billones de pesos	-2.24%	14.82%	1.30%
III Q 2022	3.8 Billones de pesos	3.38%	14.87%	1.26%

DESCENSO EN EL GASTO REAL EN TODAS LAS CATEGORÍAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2023 A PESAR DE LA SIGNIFICATIVA DISMINUCIÓN DE LA INFLACIÓN

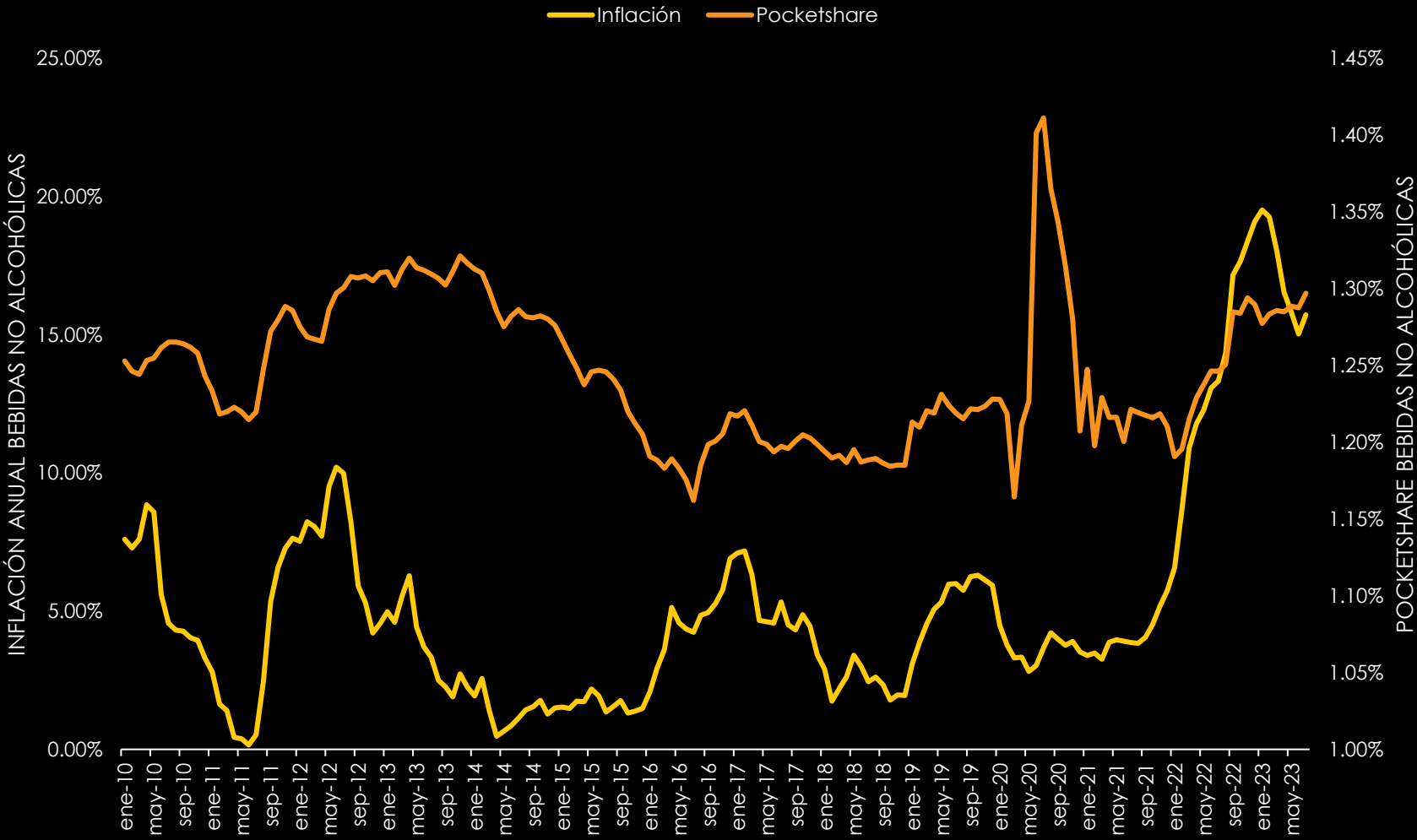


Durante el tercer trimestre de 2023, se ha observado una marcada desaceleración en la tasa de inflación de las categorías de bebidas alcohólicas, destacando especialmente la disminución en la inflación de gaseosas y maltas. Estas dos subcategorías habían experimentado un crecimiento constante en la inflación desde mediados de 2022, lo que había impactado negativamente en los precios. En contraste, la única canasta que no muestra signos de disminución de precios es la categoría de "otras bebidas no alcohólicas," que incluye aguas y bebidas energizantes. La reducción de la inflación en gaseosas y maltas ha beneficiado al crecimiento del gasto en unidades y cantidades, la cual se muestra la menor caída en comparación al resto de subcategorías.



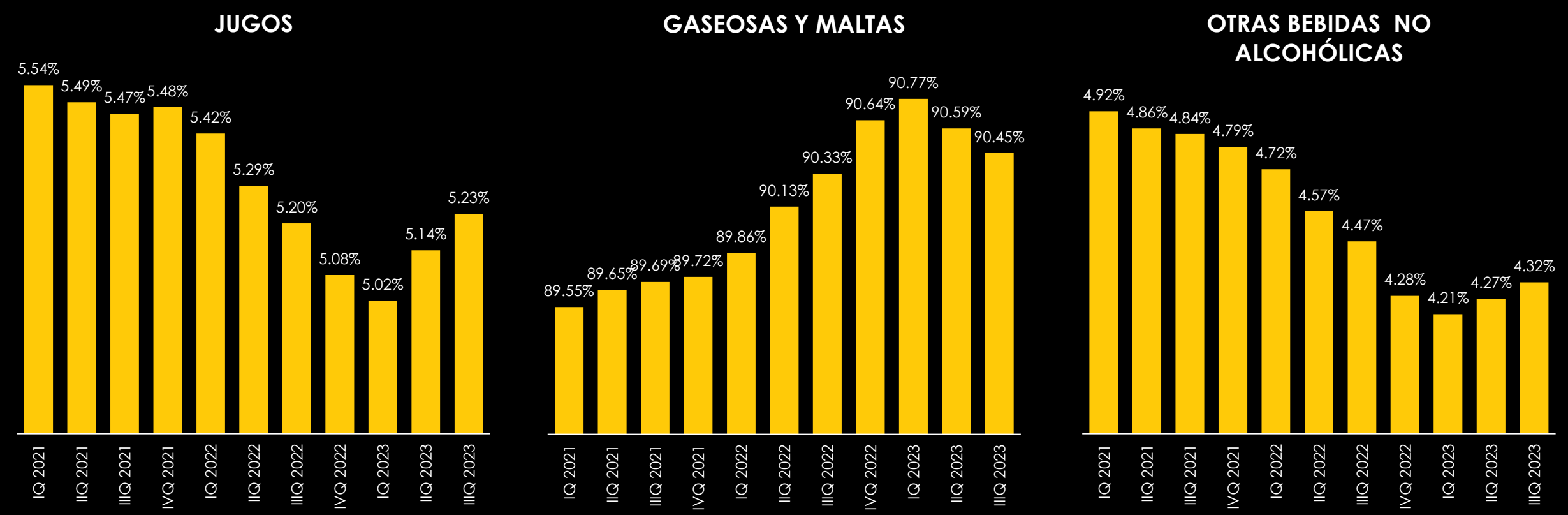
AUMENTO DEL POCKET SHARE DE LOS HOGARES EN RESPUESTA AL LIGERO INCREMENTO DE LA INFLACIÓN EN BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

INFLACIÓN VS. POCKETSHARE - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS



Los hogares continúan demostrando su capacidad de adaptación frente a los incrementos de inflación en la categoría de bebidas no alcohólicas, respondiendo con un aumento en la participación que destinan a esta categoría dentro de su gasto total. Esta dinámica se mantuvo en el tercer trimestre de 2023, reflejando la flexibilidad de los consumidores. Sin embargo, es importante destacar que existe un punto de inflación, tras el cual los hogares ya no responden aumentando la participación en esta categoría. Por lo tanto, si la inflación sigue aumentando, es probable que la participación vuelva a disminuir, ya que los hogares enfrentarán limitaciones en su capacidad para absorber mayores costos en bebidas no alcohólicas.

CAMBIO EN LA DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE HOGARES: MAYOR ENFOQUE EN JUGOS Y OTRAS BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS COMO AGUA Y ENERGIZANTES



Los hogares están reajustando la distribución de su gasto en bebidas no alcohólicas, aumentando su inversión en jugos y otras bebidas no alcohólicas, como agua y energizantes. Este cambio se debe a transformaciones en los hábitos y preferencias de compra en esta categoría. Además, la disminución significativa de la inflación en gaseosas y maltas está aliviando la presión sobre los bolsillos de los hogares, permitiéndoles destinar más recursos a las mencionadas categorías, que ofrecen alternativas más saludables.



¡VISITANOS!

GRACIAS

SEPTIEMBRE 2023



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG

