



RADVDV Consumer Knowledge Group **REPORTS**

EN MEDIO DE LA DESACELERACIÓN ECONÓMICA ¿CÓMO SE COMPORTA EL GASTO DE LOS HOGARES?

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

ABRIL 2024

EN ABRIL DE 2024, LA VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES SIGUE CAYENDO

En abril de 2024, el gasto de los hogares, desde la medición de Gastometría de RADDAR, fue de \$81,7 billones de pesos. En abril de 2023, el gasto de los hogares fue de \$76,3 billones, lo que significa un crecimiento en términos corrientes de 7,06%, menor que el mes anterior. En términos reales, la variación anual del gasto fue de -0,10%.

Se puede observar que la inflación cede cada vez más despacio e incluso la inflación anual de bienes durables fue superior a la de marzo de 2024, reflejando el cambio de tendencia en la variación anual del IPP de consumo.

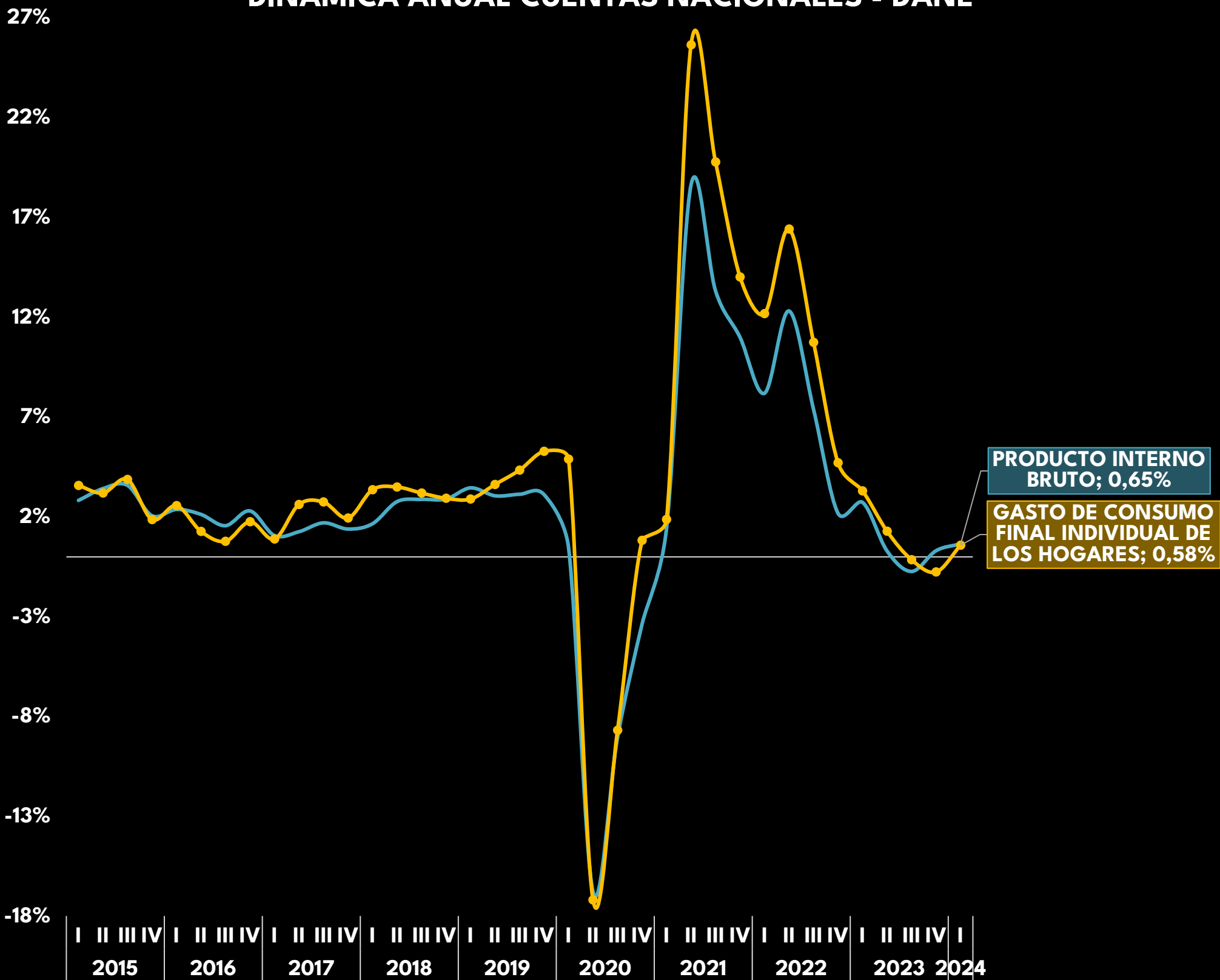
La colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 7,4%, debido mayormente a la dinámica en colocación de crédito hipotecario frente al año pasado (25,5%). El salario mínimo real vigente, tuvo un aumento anual de capacidad de compra de 4,57% y de salario por ocupado de 0,02%.

-0,1%

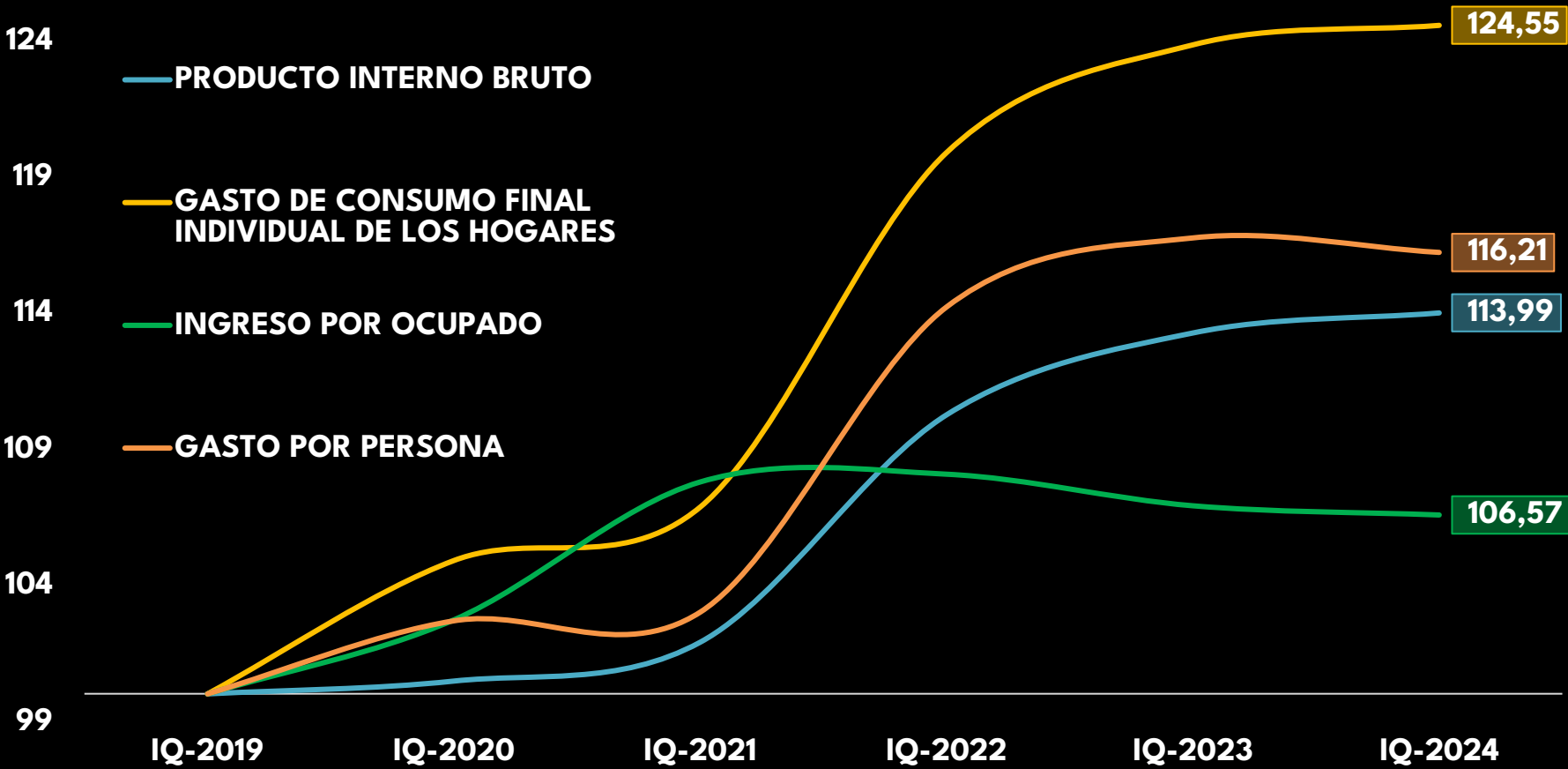
DECRECIÓ EL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ABRIL DE 2024, COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO PASADO.

LA ECONOMÍA Y EL GASTO DE LOS HOGARES SIGUEN SIN MOSTRAR SEÑALES DE REACTIVACIÓN

DINÁMICA ANUAL CUENTAS NACIONALES - DANE



ÍNDICE IQ-2019 = 100

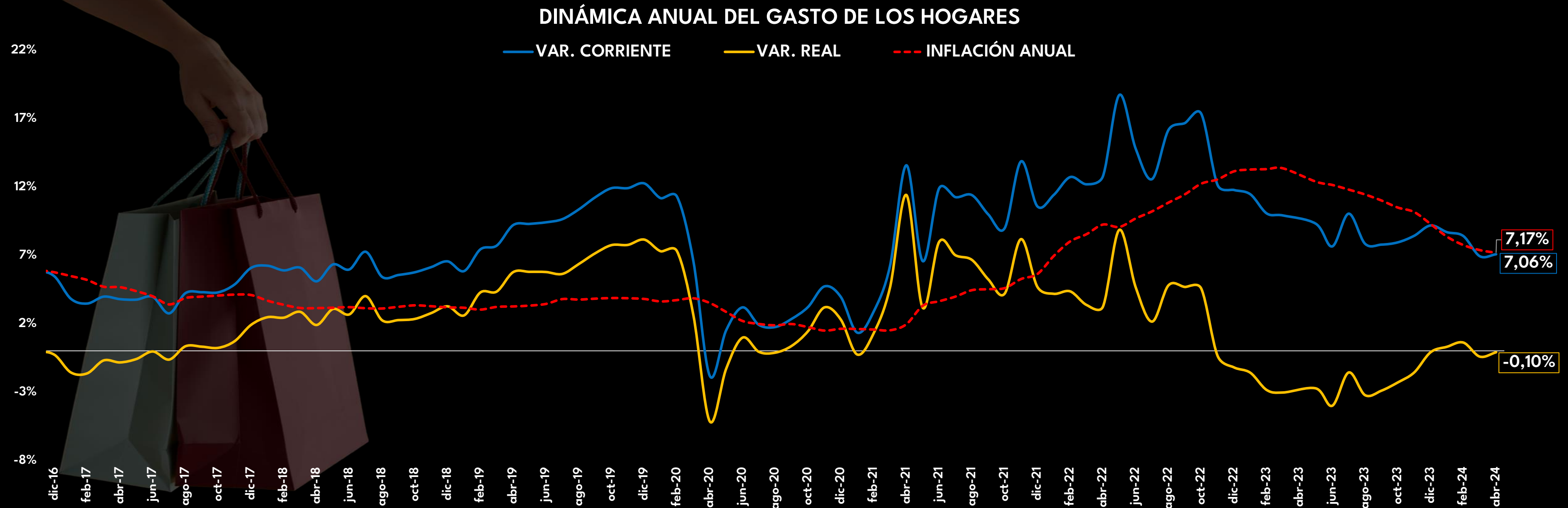


En el primer trimestre del año, la economía medida a través del PIB presentó un leve crecimiento del 0,65%, lo que implica que ha mantenido un crecimiento cercano al 0% durante aproximadamente 18 meses. En este trimestre, el PIB creció ligeramente más que el gasto privado, un comportamiento atípico que refleja el significativo ajuste en el gasto de los hogares.

La dinámica de la inversión sigue siendo preocupante, presentando una drástica contracción. Esto no solo tiene efectos negativos a corto plazo, sino que también podría limitar el potencial de crecimiento de la economía a largo plazo.

El deterioro de la economía a corto plazo es preocupante ante la dinámica del salario promedio aparente, calculado dividiendo el valor del PIB entre la cantidad de ocupados, lo que podría ser un factor que explica el freno en el gasto de los hogares.

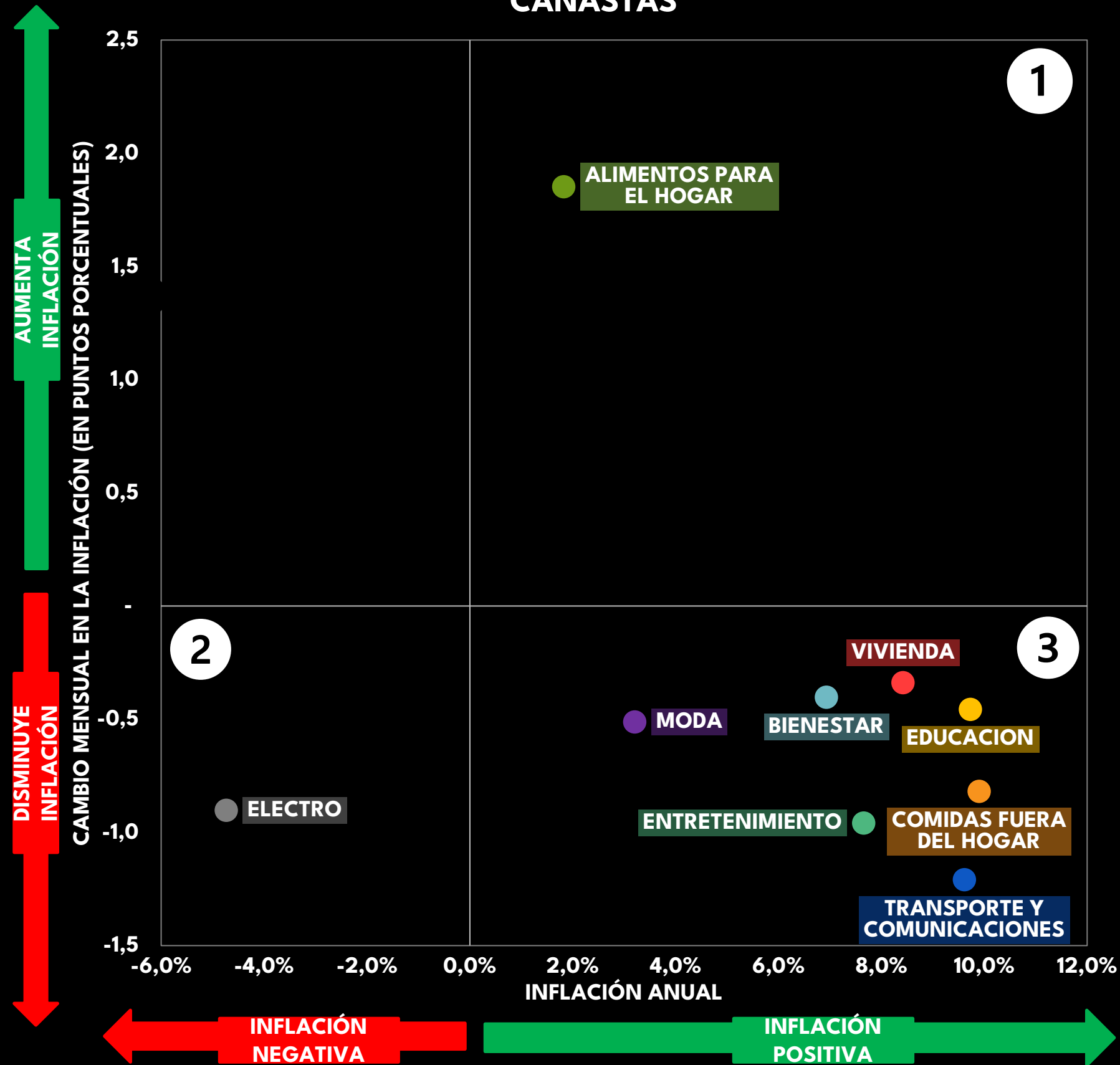
EL GASTO DE LOS HOGARES CONTINÚA SU PROCESO DE AJUSTE



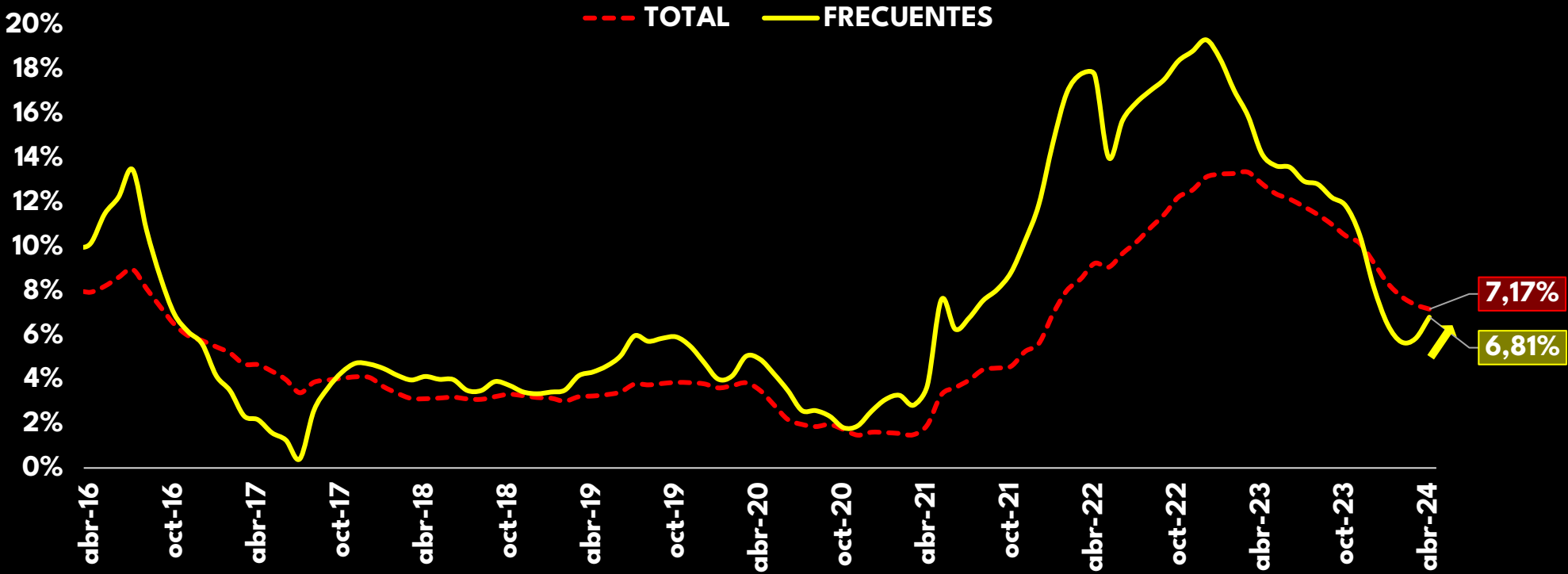
Aunque el gasto de los hogares continúa en terreno negativo, se evidencia un leve cambio de tendencia al alza. La dinámica de la variación anual del gasto real se ve afectada por una lenta contracción de la inflación, en donde los servicios como arriendos, electricidad y acueducto han presentado importantes aumentos como consecuencia del Fenómeno de El Niño, adicionalmente, algunos alimentos también han tenido nuevos incrementos de precios que empiezan a presionar nuevamente el bolsillo de los hogares en Colombia. Durante los primeros meses del año, el gasto de los hogares puede estar regido por las compras de necesidad, aprovechando fechas especiales o momentos de consumo claves para hacer un gasto extra. Ahora bien, abril no tuvo festivales ni contó con semana santa, pero es el primer mes del 2024 con 22 días hábiles lo que impacta en los salarios de los hogares. Es importante tener en cuenta que en este mes inicia el pago de impuesto como predial lo que podría impactar en mayor magnitud a los niveles de ingresos medios y altos en los próximos meses.

LA INFLACIÓN DE ALIMENTOS VUELVE A PRESIONAR AL ALZA, PUDIENDO RALENTIZAR LA RECUPERACIÓN DEL GASTO

INFLACIÓN ANUAL Y SU DIFERENCIA MENSUAL POR CANASTAS



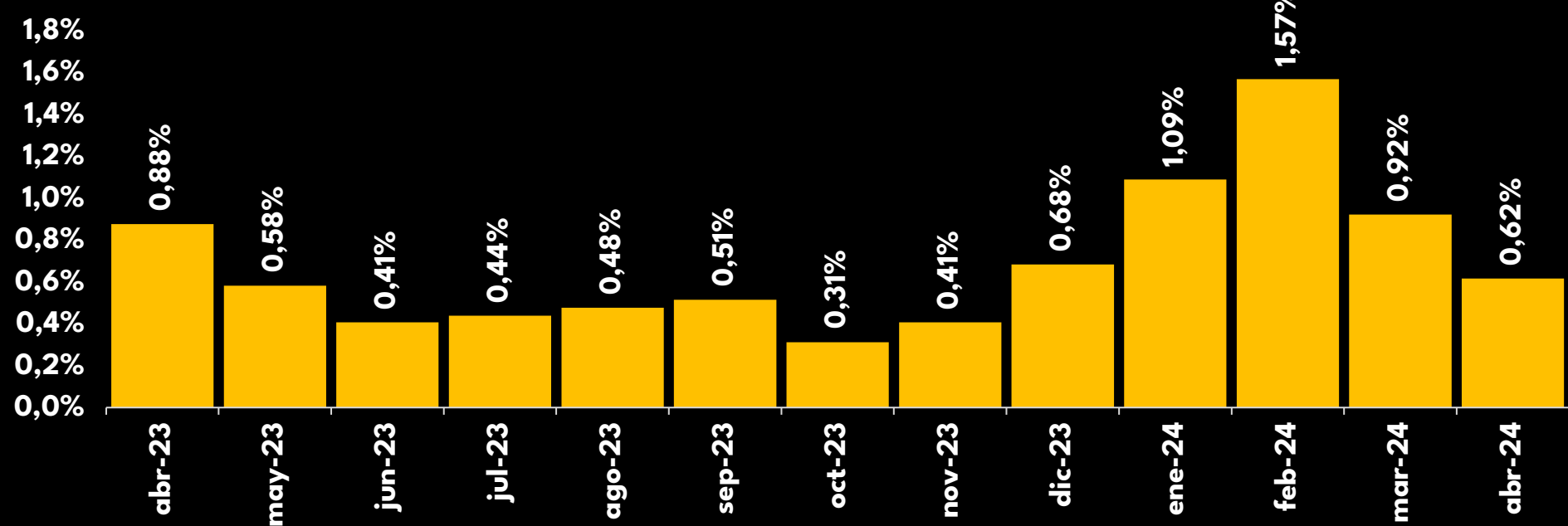
DINÁMICA ANUAL DE LA INFLACIÓN



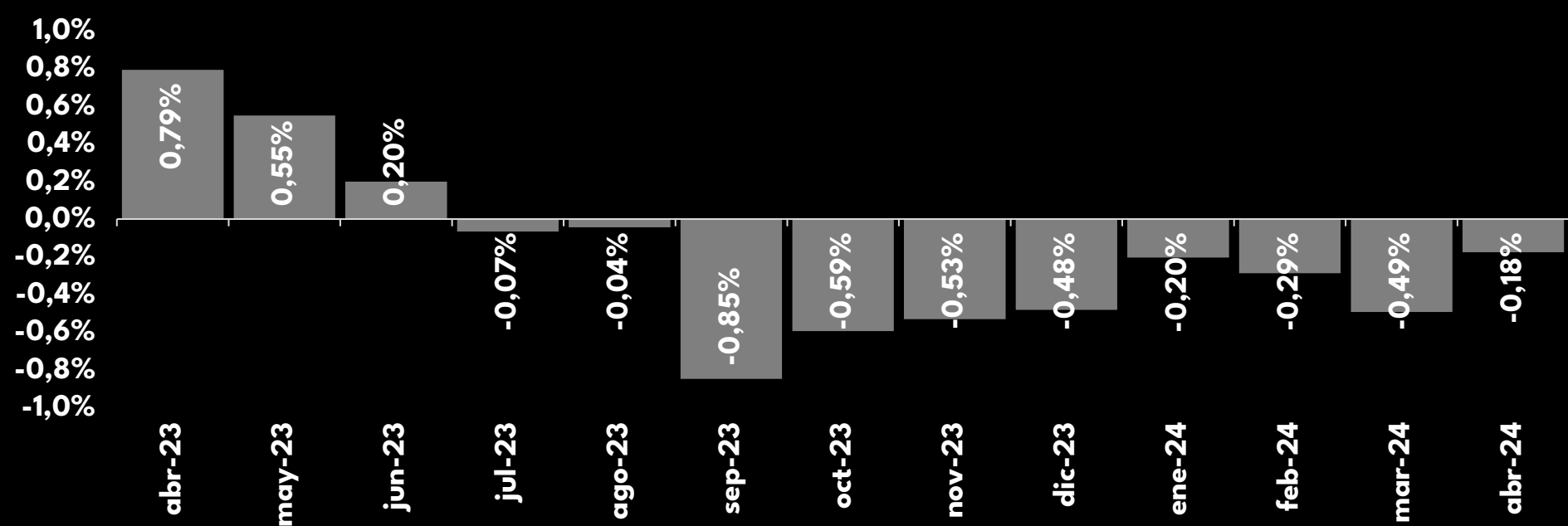
- 1 INFLACIÓN POSITIVA AL ALZA:** La inflación anual de los alimentos subió a 1,83%. Este incremento no visto desde diciembre de 2022, con mayores presiones en hortalizas y frutas frescas, ha sido influenciado posiblemente por efectos más agudizados del Fenómeno de El Niño, de otro lado, alimentos procesados como el chocolate y otros abarrotes podrían estar siendo impactados por los impuestos a los ultraprocesados. Este comportamiento podría frenar el proceso desinflacionario, afectando en mayor medida a los ingresos bajos donde estos rubros tienen mayor peso.
- 2 INFLACIÓN NEGATIVA A LA BAJA:** La inflación anual de electro cumplió 6 meses ubicándose en terreno negativo, posiblemente dada la débil demanda de los hogares ante las altas tasas de interés, mientras que la apreciación acumulada del peso también ha podido impulsar a la baja el nivel de precios de la canasta vía productos importados.
- 3 INFLACIÓN POSITIVA A LA BAJA:** El grueso de las canastas de gasto de los hogares continúan en su proceso de desaceleración en el incremento de precios, sin embargo, esta contracción ha sido más lenta de la esperada. Canastas como educación, comidas por fuera del hogar y transporte continúan resistiéndose a la caída de precios.

LA CONTRACCIÓN DE LA INFLACIÓN SE HACE CADA VEZ MÁS LENTA: LOS NO DURABLES PARECEN PARQUEARSE EN SU VARIACIÓN MENSUAL

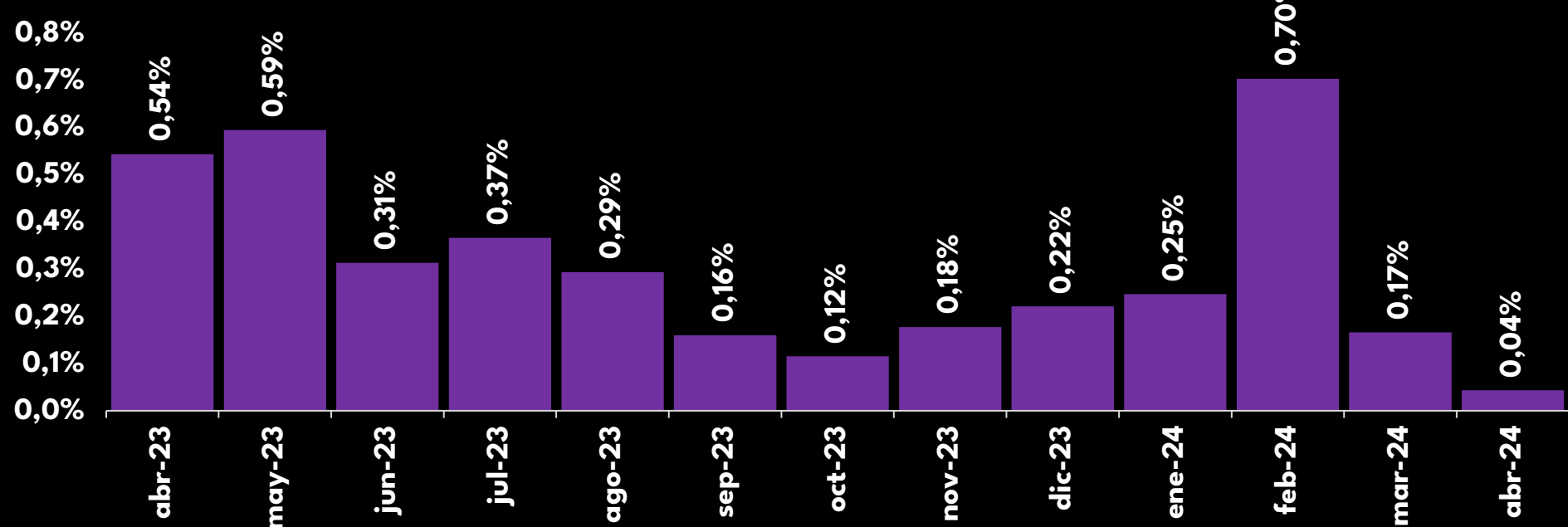
INFLACIÓN MENSUAL SERVICIOS



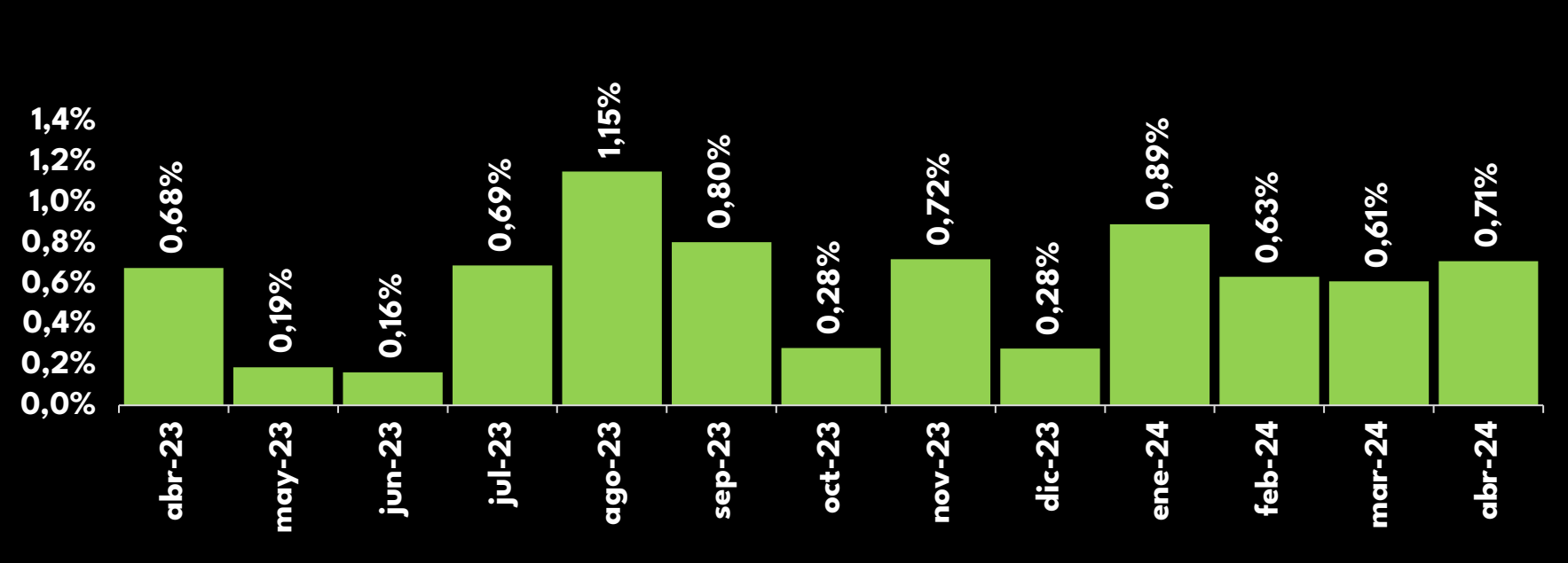
INFLACIÓN MENSUAL BIENES DURABLES



INFLACIÓN MENSUAL BIENES SEMI-DURABLES

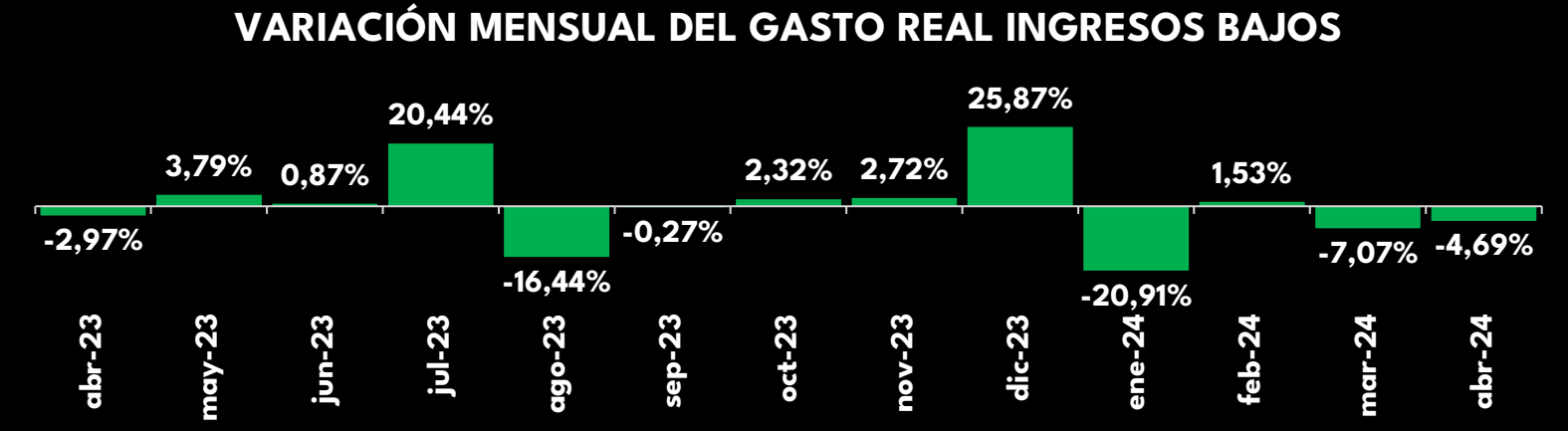
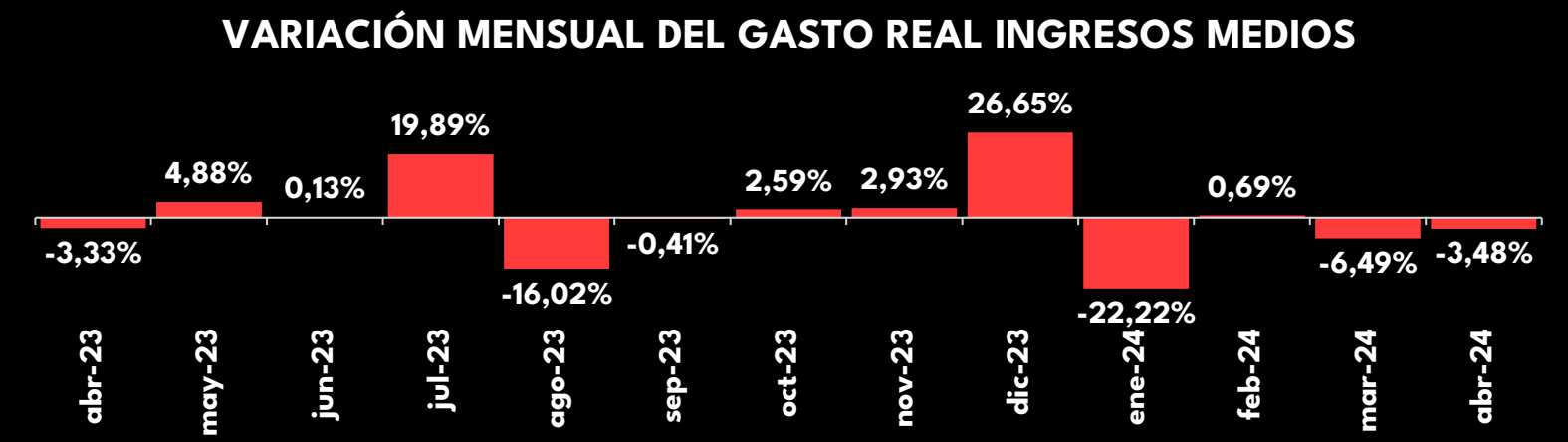
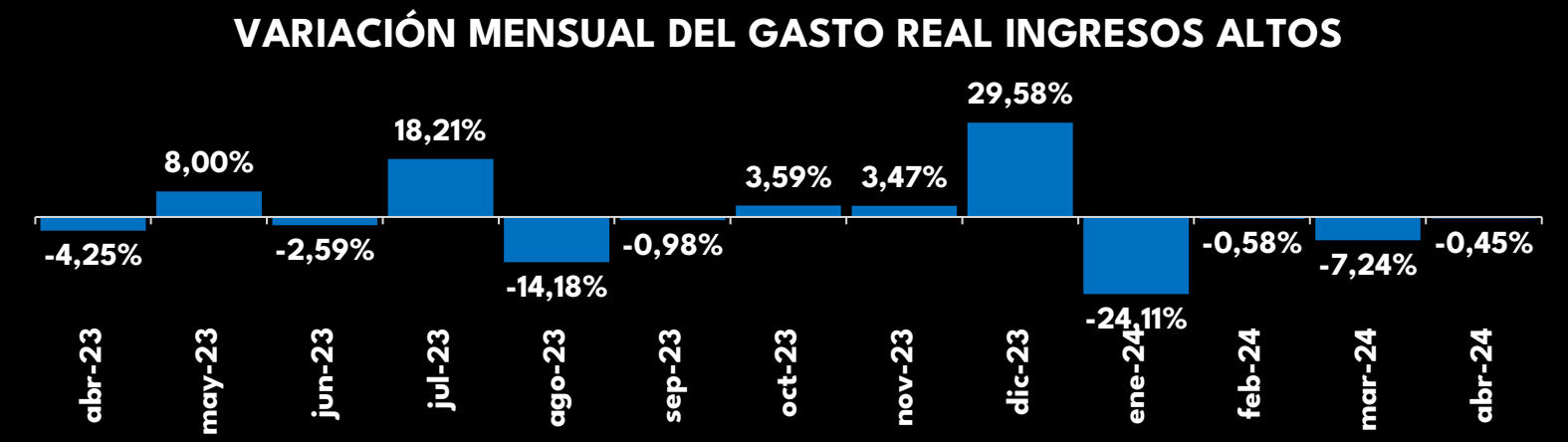
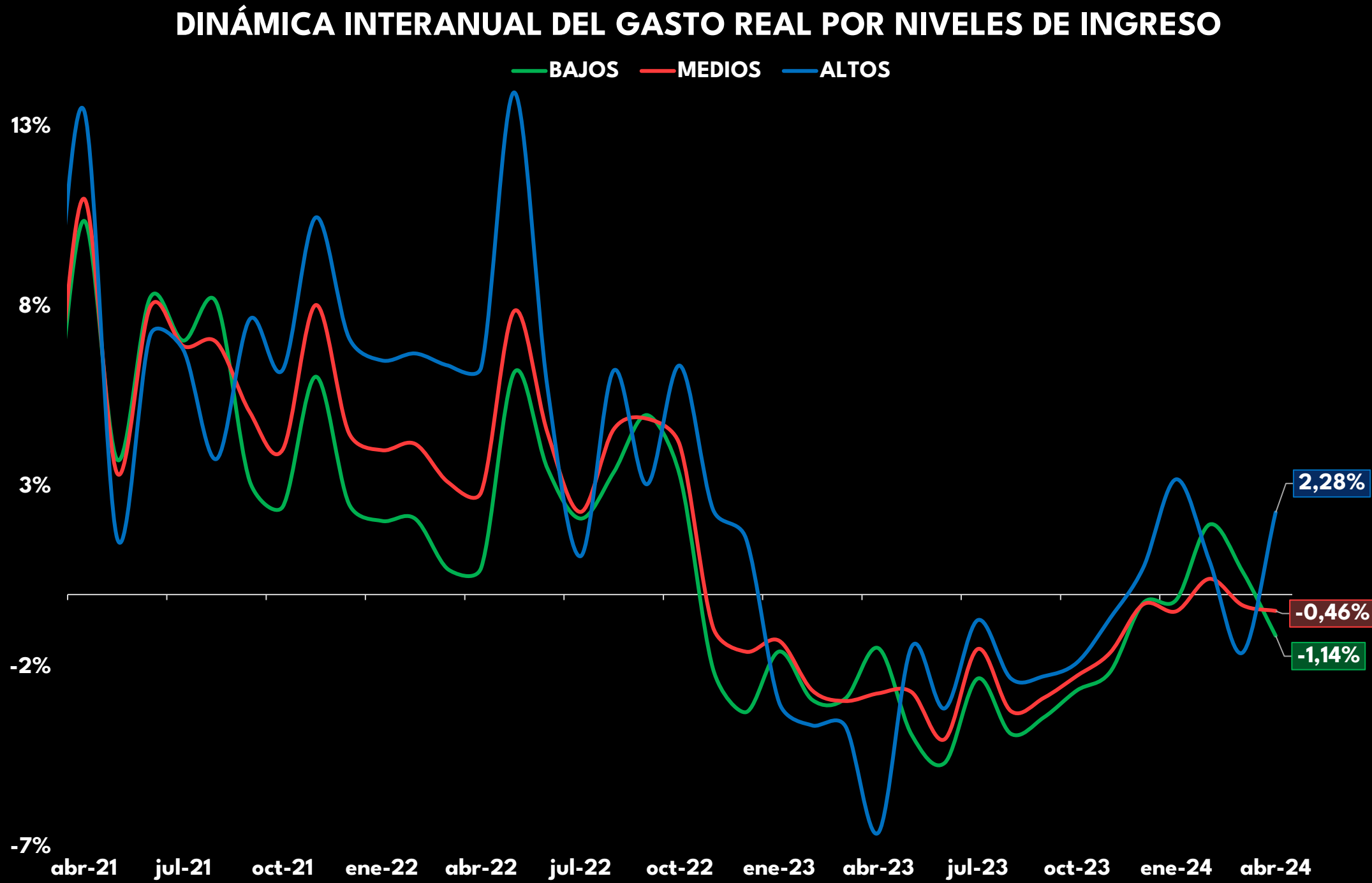


INFLACIÓN MENSUAL BIENES NO DURABLES



Al desglosar la inflación por grandes grupos, se observa que los bienes durables siguen mostrando variaciones negativas en su inflación mensual, aunque cada vez menores, lo que podría indicar un agotamiento del efecto desinflacionario de la apreciación del peso sobre algunos bienes importados. Los bienes semi-durables y los servicios muestran una desaceleración en el incremento de precios, siendo los servicios los más resistentes a esta tendencia, en relación a los precios de la electricidad y el transporte público, este último debido al ajuste de tarifas de transporte urbanos. Por su parte, los bienes no durables presentan una inflación mensual estable, con el rubro de alimentos dejando de presentar ajustes a la baja, posiblemente por los efectos del Fenómeno de El Niño, la temporada de cosechas y los impuestos a ultraprocesados y plásticos de un solo uso.

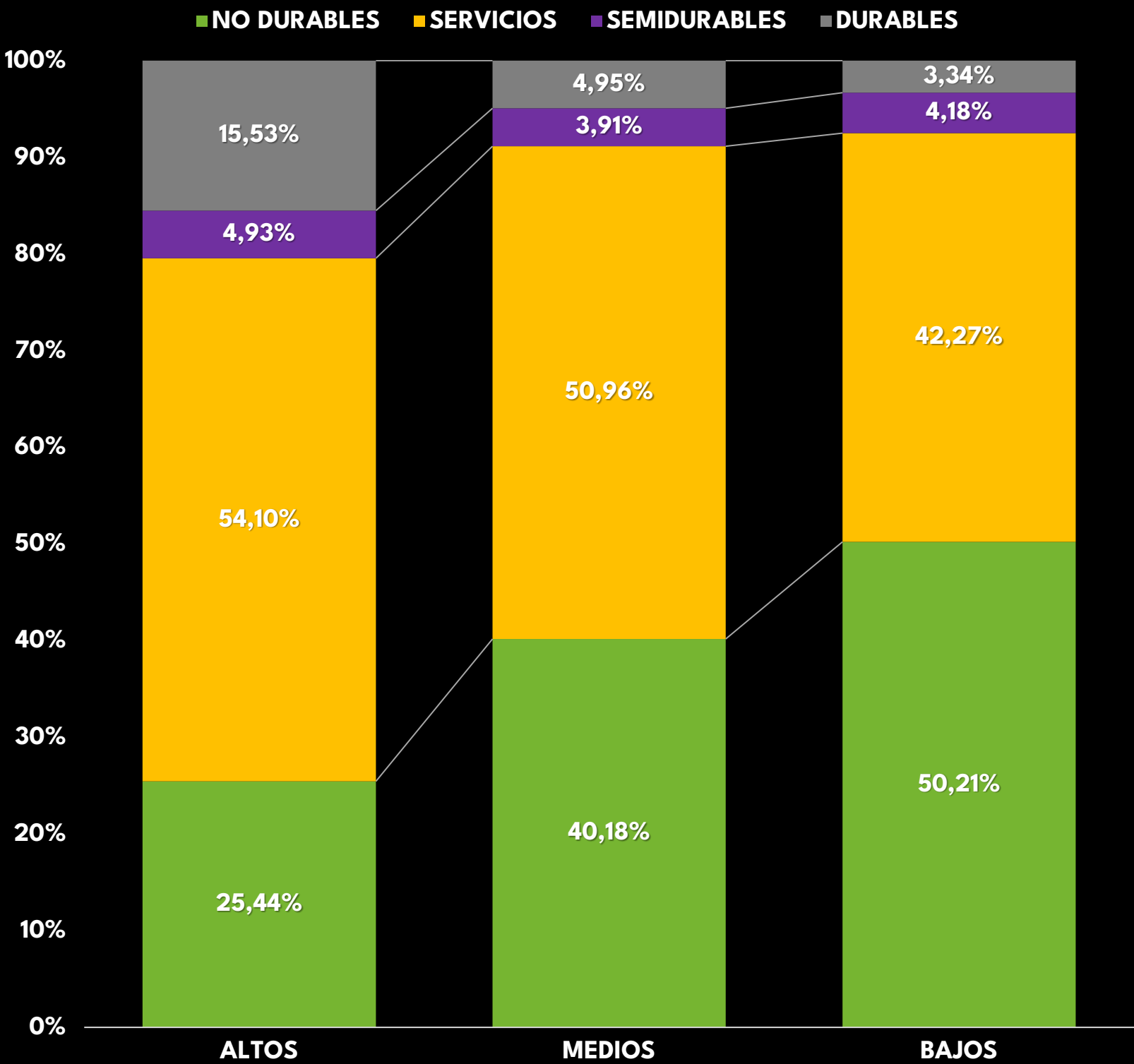
LOS NIVELES DE GASTO DE INGRESOS MEDIOS Y BAJOS SE VEN AFECTADOS POR EL REPUNTE DE LA INFLACIÓN DE FRECUENTES



Para el mes de abril el gasto de los hogares de ingresos bajos sorprendió con una importante contracción en su variación anual, este comportamiento puede ir en línea con el repunte en la inflación de bienes frecuentes los cuales tienen una participación significativamente mayor en este segmento de la población, comportamiento relacionado al importante peso de los alimentos en su dinámica de gasto. Los cada vez más agudos efectos del Fenómeno de El Niño, junto al impacto de las medidas como los impuestos a los ultraprocesados podrían estar impactando la dinámica del gasto de los hogares. Ahora bien, abril suele ser un mes en donde el comportamiento cíclico del gasto denota una contracción frente a marzo, sin embargo, para el 2024, se refleja una mayor caída mensual en los ingresos bajos y medios, mientras los niveles de gasto de ingresos altos registran la menor variación mensual en los últimos 12 meses.

TODOS LOS NIVELES DE INGRESOS SE ESFUERZAN POR MANTENER SU ASIGNACIÓN EN LOS BIENES NO DURABLES

¿CÓMO SE DISTRIBUYE EL BOLSILLO DE LOS HOGARES?
POCKETSHARE POR TIPOS DE BIENES - ABRIL 2024



LOS HOGARES CONTINUÁN ASIGNANDO UNA MAYOR PARTE DE SU GASTO A LOS BIENES NO DURABLES

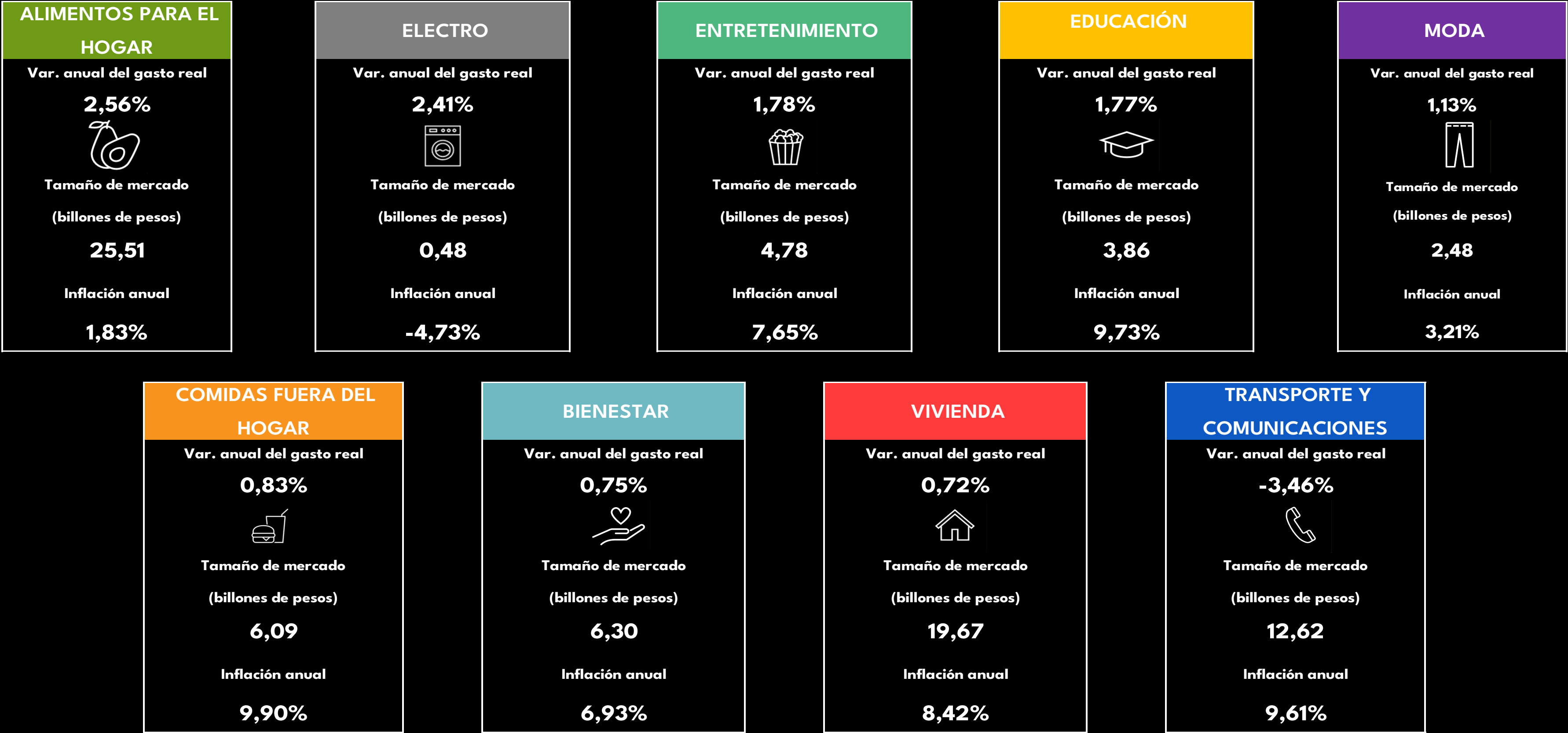
MAPA DE CALOR POCKETSHARE POR TIPOS DE BIENES

NIVEL DE INGRESOS	TIPO DE BIENES	2019	2020	2021	2022	2023	2024*
ALTOS	NO DURABLES						
	SERVICIOS						
	SEMIDURABLES						
	DURABLES						
MEDIOS	NO DURABLES						
	SERVICIOS						
	SEMIDURABLES						
	DURABLES						
BAJOS	NO DURABLES						
	SERVICIOS						
	SEMIDURABLES						
	DURABLES						

*Data enero-abril 2024

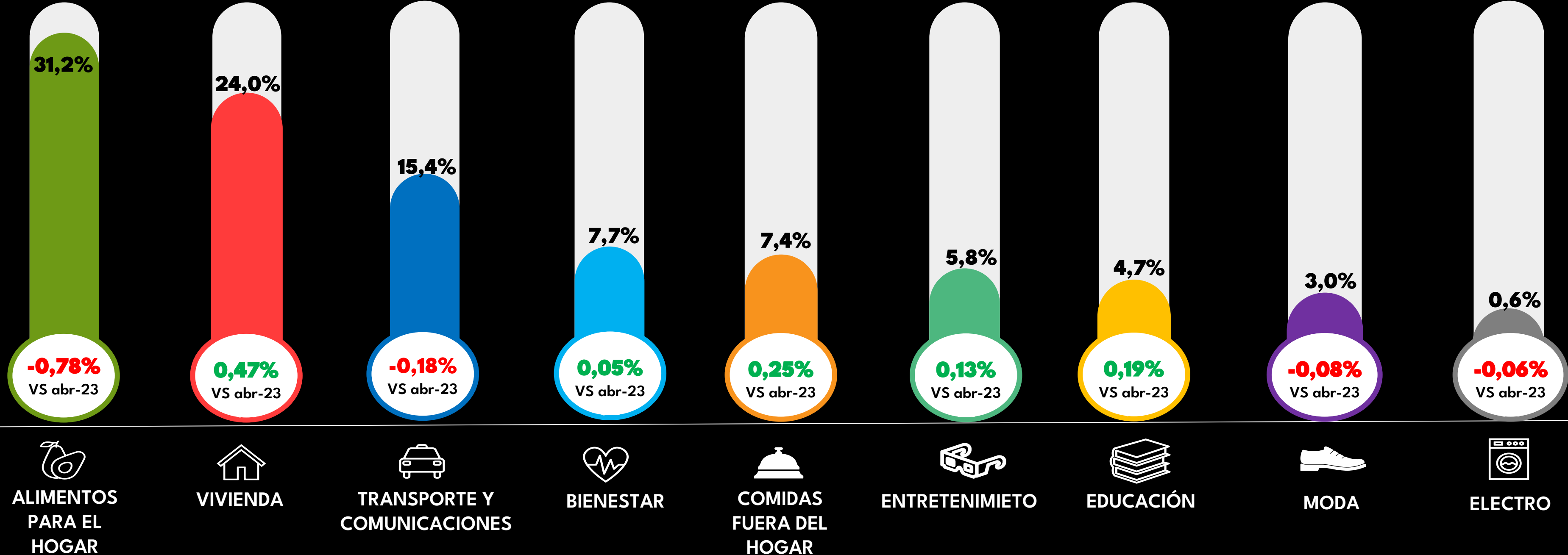
La composición del gasto por nivel de ingreso evidencia cambios significativos, donde por ejemplo los bienes durables logran pesar un poco más del 15% en los altos mientras cerca de un 4% en los bajos, aun así, se evidencia, como en los últimos años, todos los niveles de ingreso han hecho un esfuerzo por mantener la asignación de gasto en los no durables, esto, ante el escenario económico mundial y local que genera una mayor intención por mantener asegurados los productos necesarios como los alimentos en el caso de los ingresos bajos pero también el combustible- que subió significativamente de precio- en los altos. De esta manera, los hogares han debido sacrificar o restringir el terreno para los servicios, donde si bien los relacionados con la vivienda también han presionado, los servicios relacionados con el cuidado, o los servicios bancarios y otros financieros pueden haber sido los perjudicados.

DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO ABRIL-2024



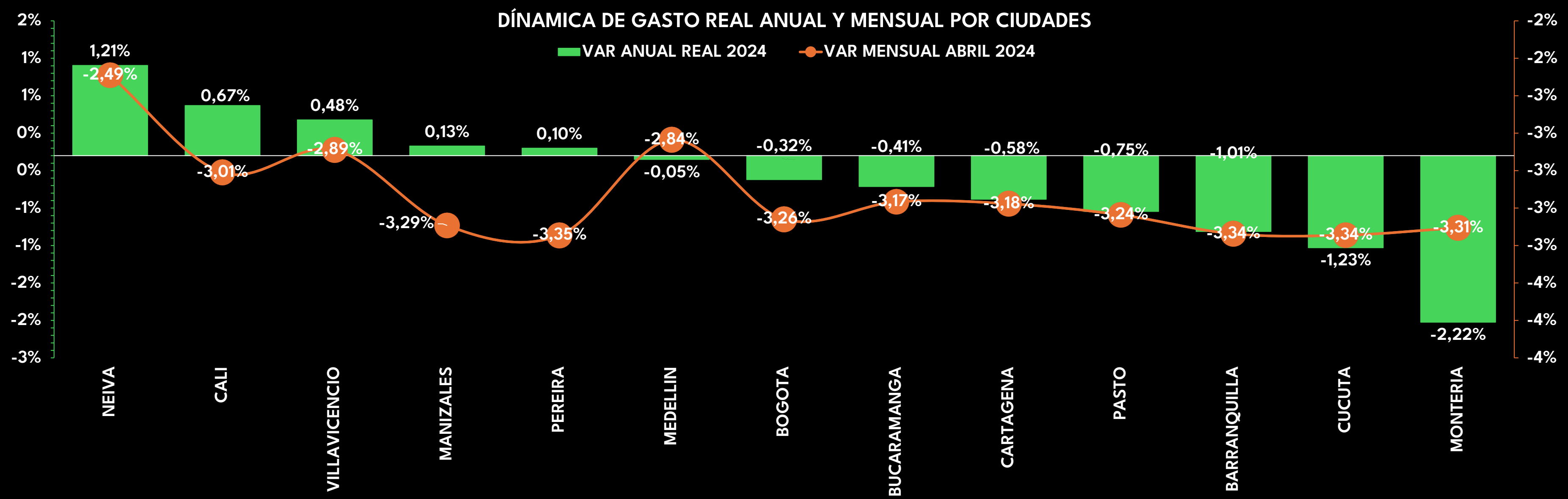
POCKETSHARE EN COLOMBIA EN ABRIL DE 2024

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



El bolsillo de los hogares en Colombia se reestructura en los diferentes periodos del año, donde al menos el primer semestre, la dinámica de gasto es afectada por el peso de la inflación, el inicio de pago de impuestos y una menor intención de compra de los hogares que esperan un “shot de alegría” o un momento de consumo clave para asignar más a una canasta. En el caso de abril, un mes donde la inflación no cede rápidamente, la canasta de vivienda es en la que los hogares han brindado un poco más de participación, dinámica ligada al repunte de precios que han tenido los arriendos, algunos servicios públicos y productos para el aseo del hogar. Ahora bien, vale la pena destacar que, pese a que abril no contó con semana santa ni festivos, las canastas de entretenimiento y comidas por fuera del hogar ganan terreno frente al abril del 2023, lo que, si bien responde a los aumentos de precios que han tenido ambas canastas, también demuestra una intención por mantener el gasto en algunos servicios de un ticket bajo como un almuerzo ejecutivo o ir a cine.

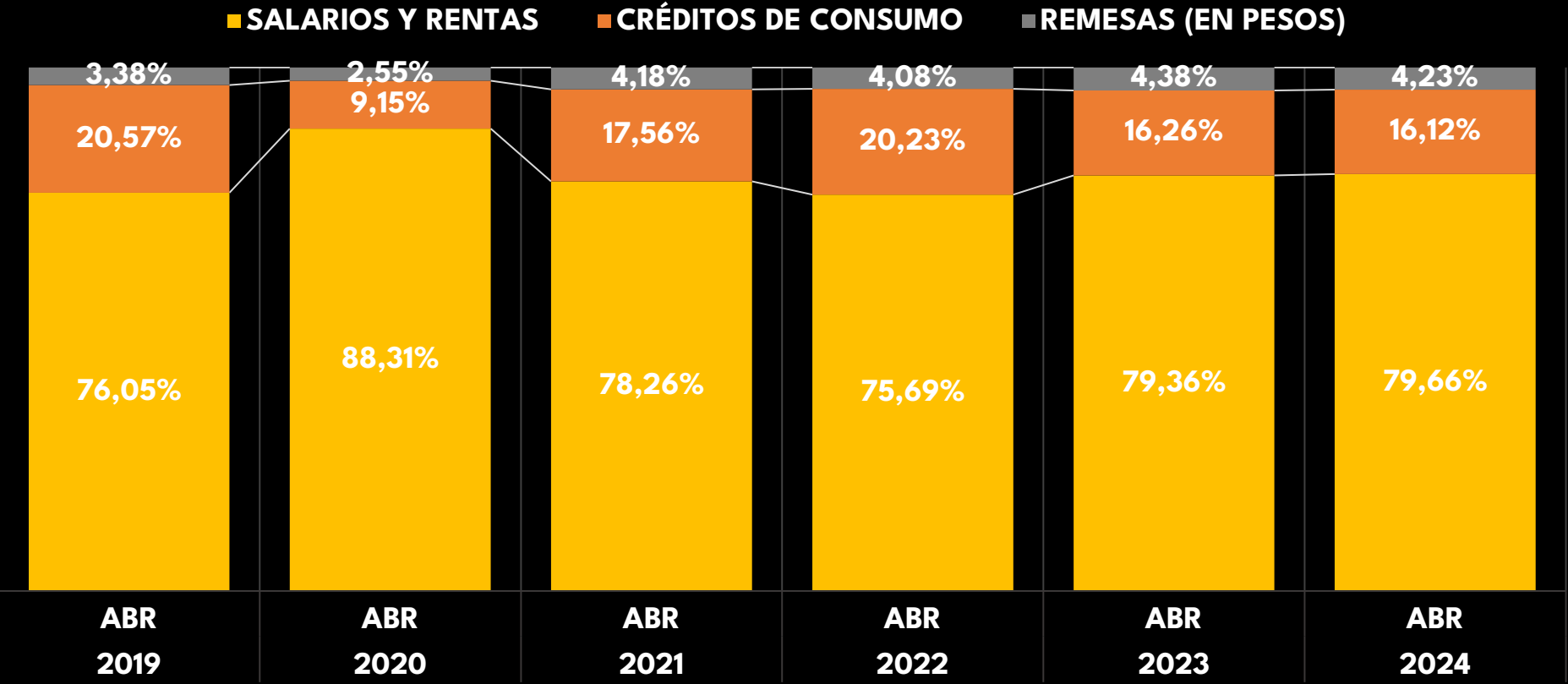
EL GASTO DE LOS HOGARES NO ES HOMOGÉNEO EN EL PAÍS: NEIVA SE DESTACA TANTO A NIVEL ANUAL Y MENSUAL



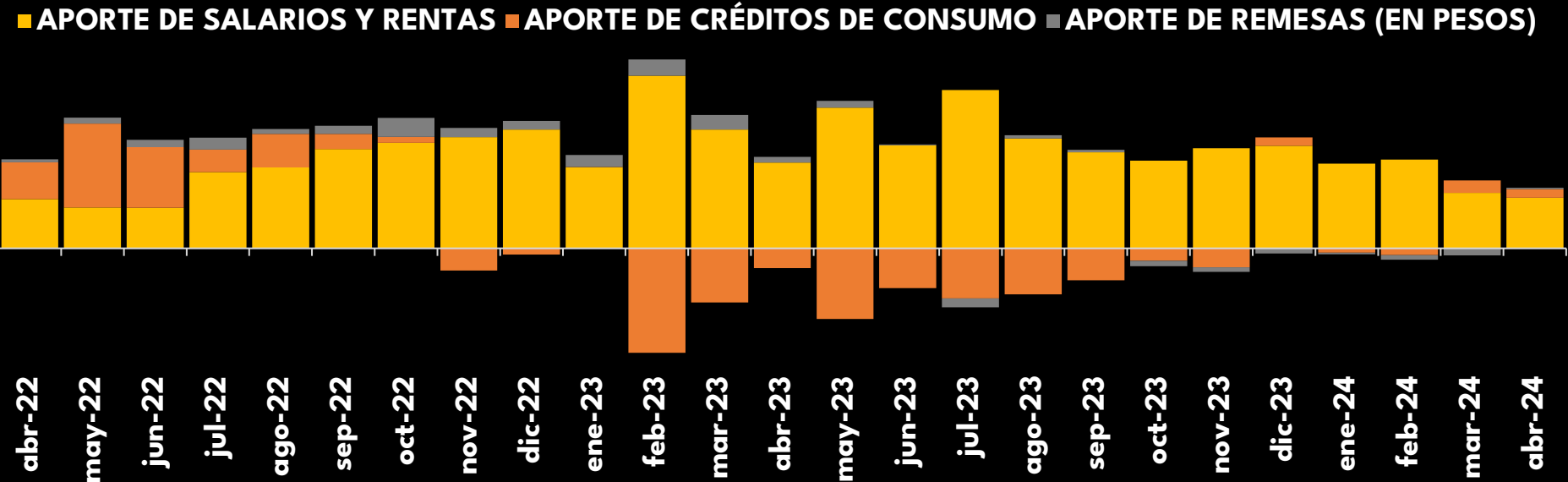
A nivel anual el gasto de los hogares presenta una leve recuperación en algunas ciudades del país, donde Neiva lidera tal dinámica. Esta ciudad ha venido registrando un mejor comportamiento en su tasa de desempleo, pues a diferencia del comportamiento nacional, esta se desaceleró notablemente en el primer trimestre del año, a su vez, que ha cedido la tasa de informalidad en la capital huilense, lo que podría incidir en una mayor creación de empleos formales y con ello un mejor nivel de ingresos para muchos hogares. También vale la pena destacar el comportamiento de Cali, la única ciudad principal que se mantiene en terreno positivo en su variación anual del gasto real, esto podría responder a una mayor contracción de la inflación y una mejor percepción por parte de los consumidores, pues en el índice de confianza al consumidor (Fedesarrollo) es la ciudad con la visión menos pesimista. Respecto a marzo, todas las ciudades registran una caída del gasto real, lo que responde a un ciclo de gasto que se puede ver apaciguado en los próximos meses por la temporada del día de la madre, la jornada vacacional de mitad de año y el pago de la prima.

SE VISLUMBRAN BROTES VERDES EN LAS FUENTES DE INGRESO QUE VUELVEN APORTAR POSITIVAMENTE AL CAMBIO EN EL GASTO DE LOS HOGARES

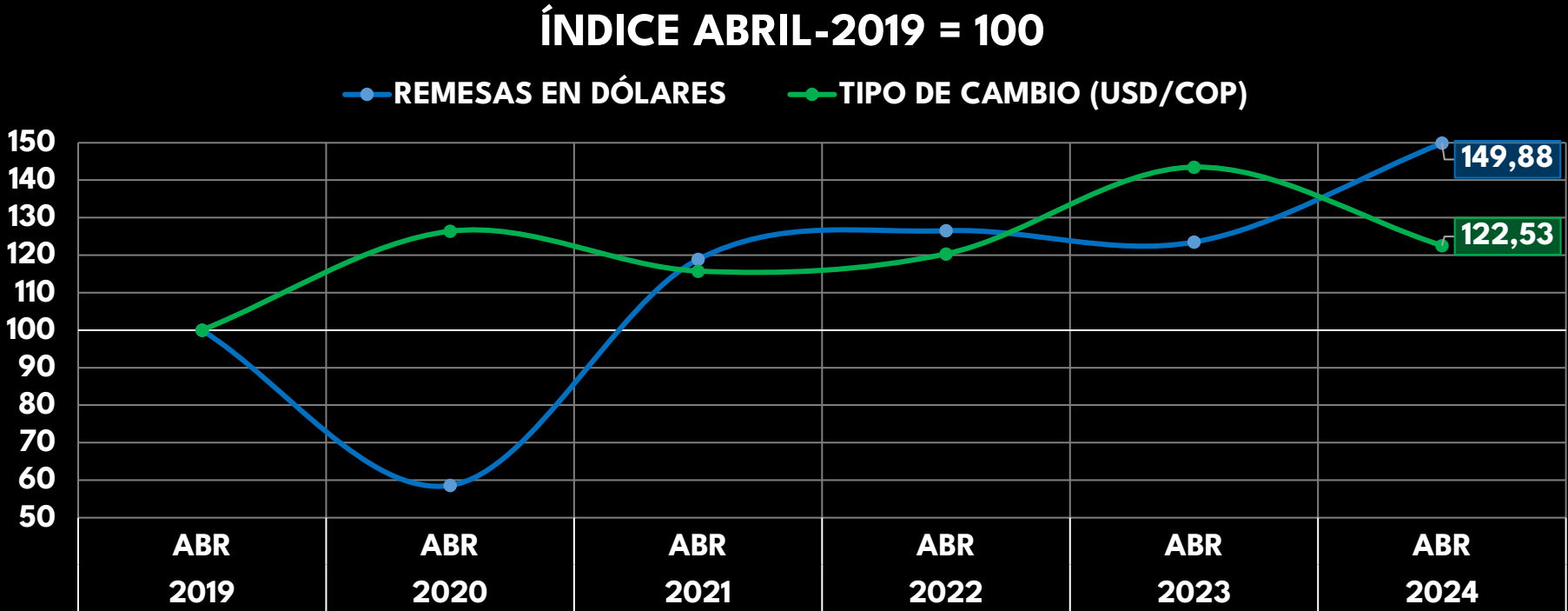
FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES - ABRIL DE LOS ÚLTIMOS AÑOS



APORTES AL CAMBIO DEL GASTO POR FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LOS HOGARES SEGÚN RADDAR



LA IMPORTANTE RECEPCIÓN DE REMESAS COMPENSARON LA APRECIACIÓN ACUMULADA DEL PESO, IMPULSANDO LAS FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES

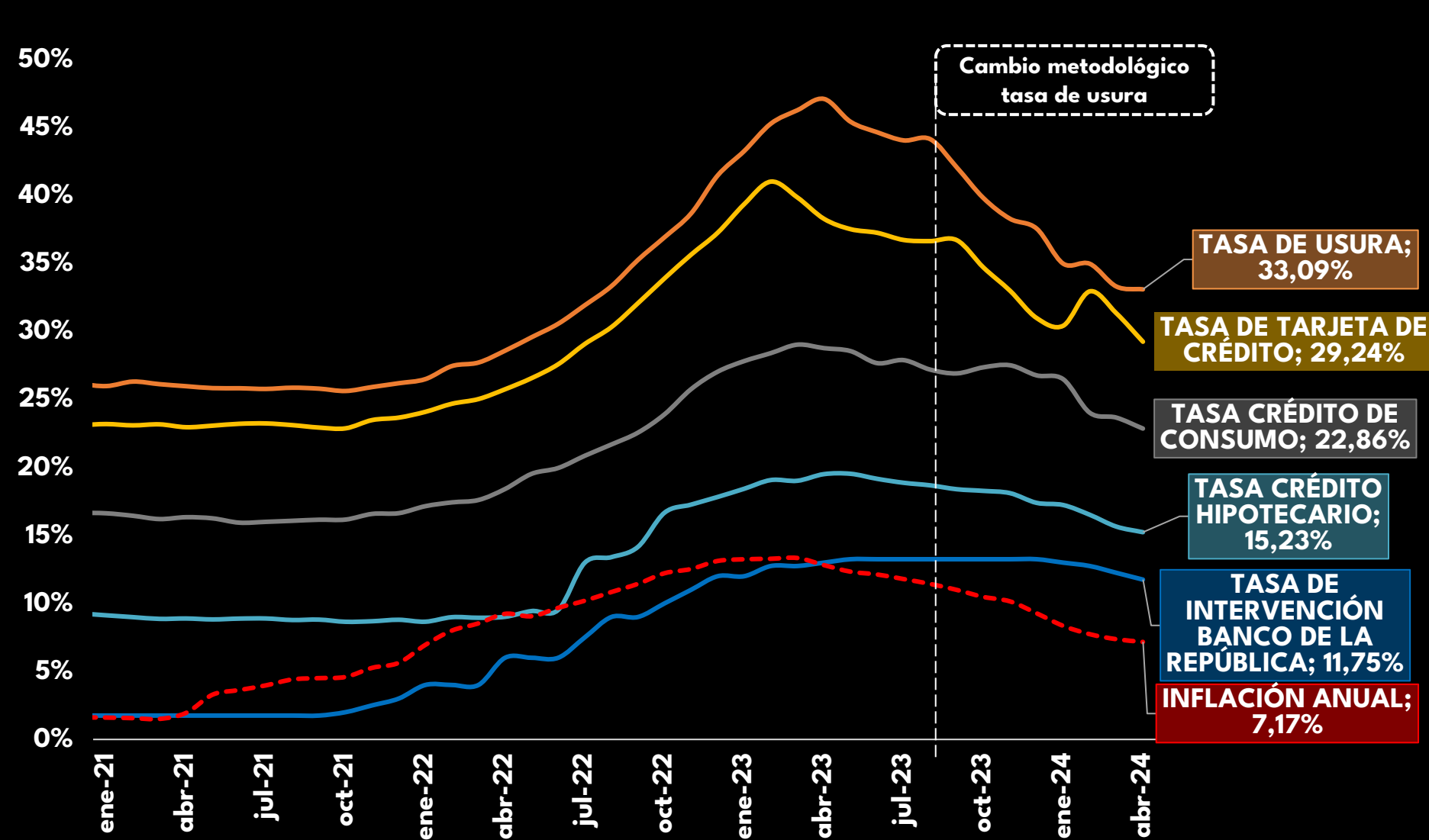


Para abril de 2024, todas las fuentes de financiación de los hogares aportaron de manera positiva al cambio del gasto de los hogares, comportamiento que no se observaba desde enero de 2023. Esto refleja un mayor uso del crédito por parte de los hogares respecto al mismo mes del año anterior, en línea con los ajustes en las tasas de interés. Asimismo, se observa un aporte positivo de las remesas en pesos, donde la importante llegada de estas ha compensado la apreciación acumulada del peso colombiano, que registró valores similares a los vistos en abril de 2020.

Sin embargo, el cambio en las fuentes de ingreso de los hogares fue inferior al registrado en el mismo mes del año pasado, lo cual impidió observar un crecimiento en el gasto de los hogares en abril. Esto puede estar relacionado con el deterioro del mercado laboral, resultando en un menor aporte de los salarios respecto al mes pasado, así como con una posible postergación de un mayor uso del crédito ante tasas poco atractivas.

LA COLOCACIÓN CREDITICIA CONTINUÓ EXHIBIENDO TENUES CRECIMIENTOS ¿PERO LOS HOGARES TODAVÍA SON REACIOS AL USO DEL CRÉDITO?

TASAS DE INTERÉS CORRIENTES



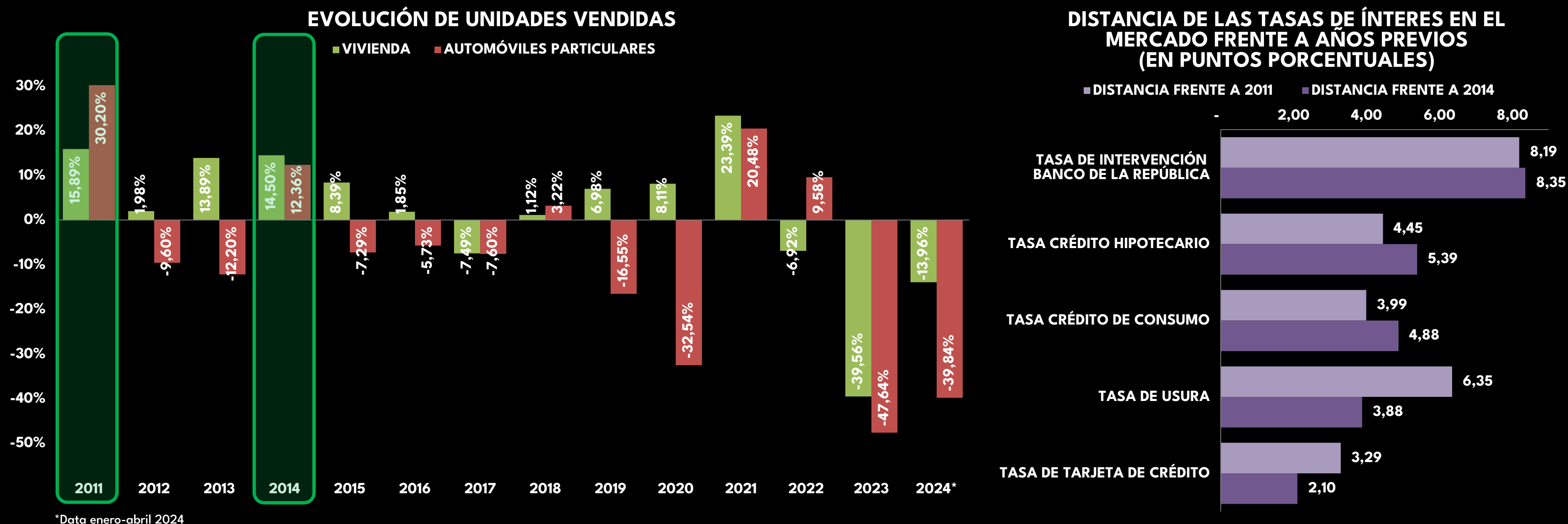
DINÁMICA ANUAL DE LA COLOCACIÓN CREDITICIA



Para abril de 2024, la colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 7,37%, un crecimiento tenue considerando las contracciones del año pasado. Este crecimiento responde en buena medida a las menores tasas de interés en el mercado, alineadas con los recortes en la tasa de intervención del Banco de la República debido a la desaceleración de la inflación. La tasa de usura también ha disminuido significativamente, posiblemente debido a cambios en la metodología del cálculo del interés bancario corriente certificado por la Superfinanciera, en donde se da paso de un promedio simple a un promedio ponderado que puede estar dando preponderancia a instrumentos con menores tasas de interés.

A pesar de esto, la demanda de crédito sigue debilitada, lo cual podría estar relacionado con la expectativa de los hogares de una mayor reducción en las tasas. Además, los hogares se han concentrado en los gastos cotidianos, lo que les ha impedido prestar atención a otras categorías de gasto, como los bienes durables y semidurables, donde el crédito tiene mayor importancia.

LAS VENTAS DE BIENES DURABLES CONTINUÁN AFECTADAS POR AÚN DISTANCIAS IMPORTANTES EN LAS TASAS DE INTERÉS



En lo que va del año, los sectores inmobiliario y automotriz han continuado presentando contracciones importantes en las ventas de viviendas y automóviles. Un factor que explica esta dinámica es la menor demanda de crédito por parte de los hogares, lo cual puede responder a dos factores en particular. Por un lado, la significativa demanda de estos bienes por parte de los hogares en 2021 y parte de 2022 pudo haber cerrado el ciclo de compra de bienes durables. Por otro lado, al observar las condiciones del pasado, los años 2011 y 2014 se destacan como períodos en los que estos dos sectores presentaron un crecimiento importante, posiblemente relacionado con las tasas de interés vigentes en esos años. Actualmente, las tasas de interés están por encima del promedio de esos años, siendo las tasas de tarjetas de crédito las que presentan una menor diferencia en puntos porcentuales respecto a ambos años, lo que también podría explicar el comportamiento positivo de esta modalidad de crédito. Es posible que hasta que las tasas de interés del mercado no se acerquen más a las de esos años, los hogares no reactiven el uso de crédito, por ende, estos sectores no muestren una recuperación más rápida.



RADDA Consumer Knowledge Group CONSUMER REPORT

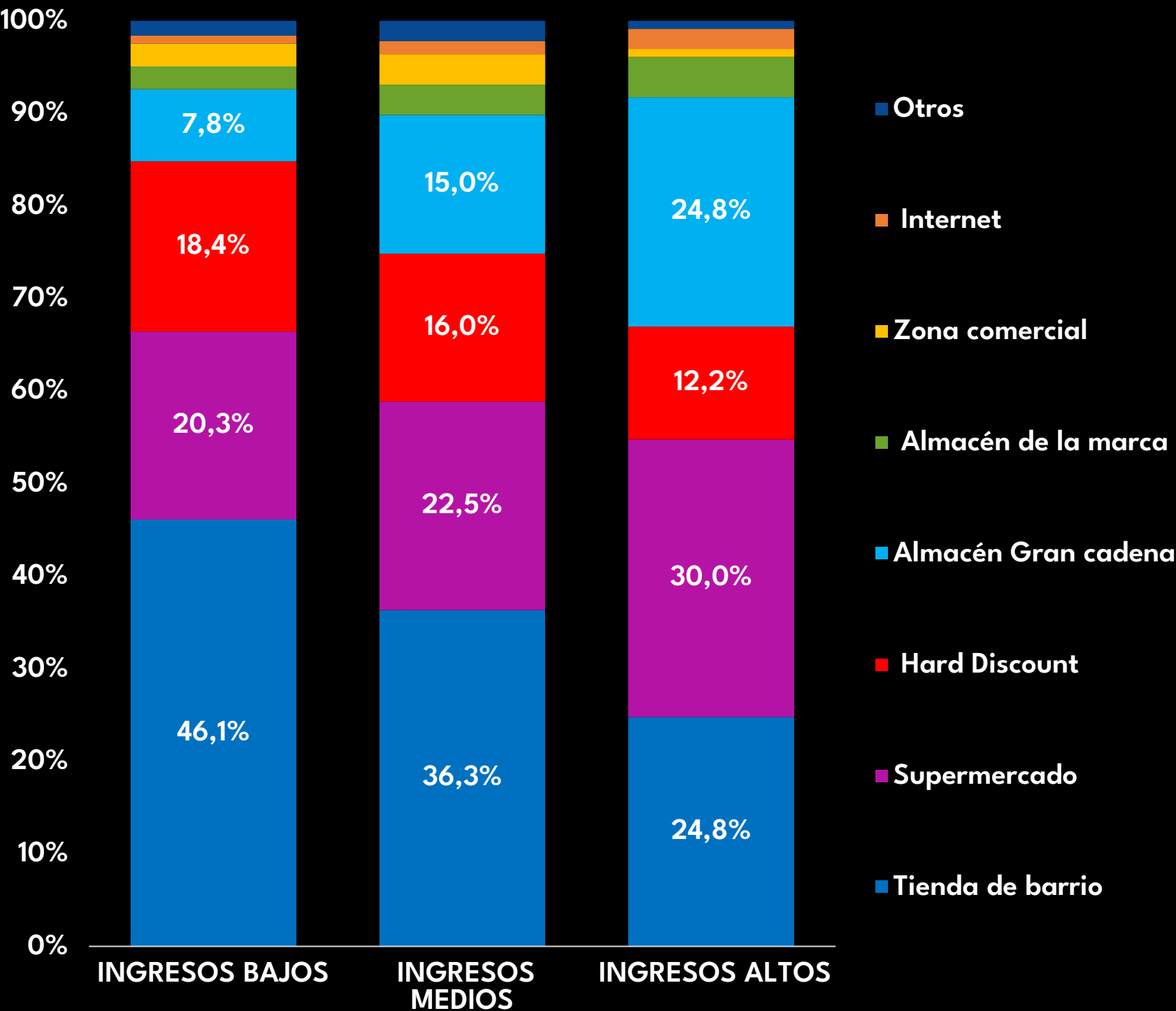
LA ECONOMÍA SE CONTRAE Y EL GASTO NO SE RECUPERA. ¿CÓMO ENFRENTA ESTAS CONTRACCIONES EL COMPRADOR Y EL CONSUMIDOR?

Aquí podrás encontrar algunas mediciones de la herramienta ConsumerTrack. Llamamos a los hogares en las principales ciudades del país día a día. Todo parte de la pregunta ¿Qué fue lo último que compró?

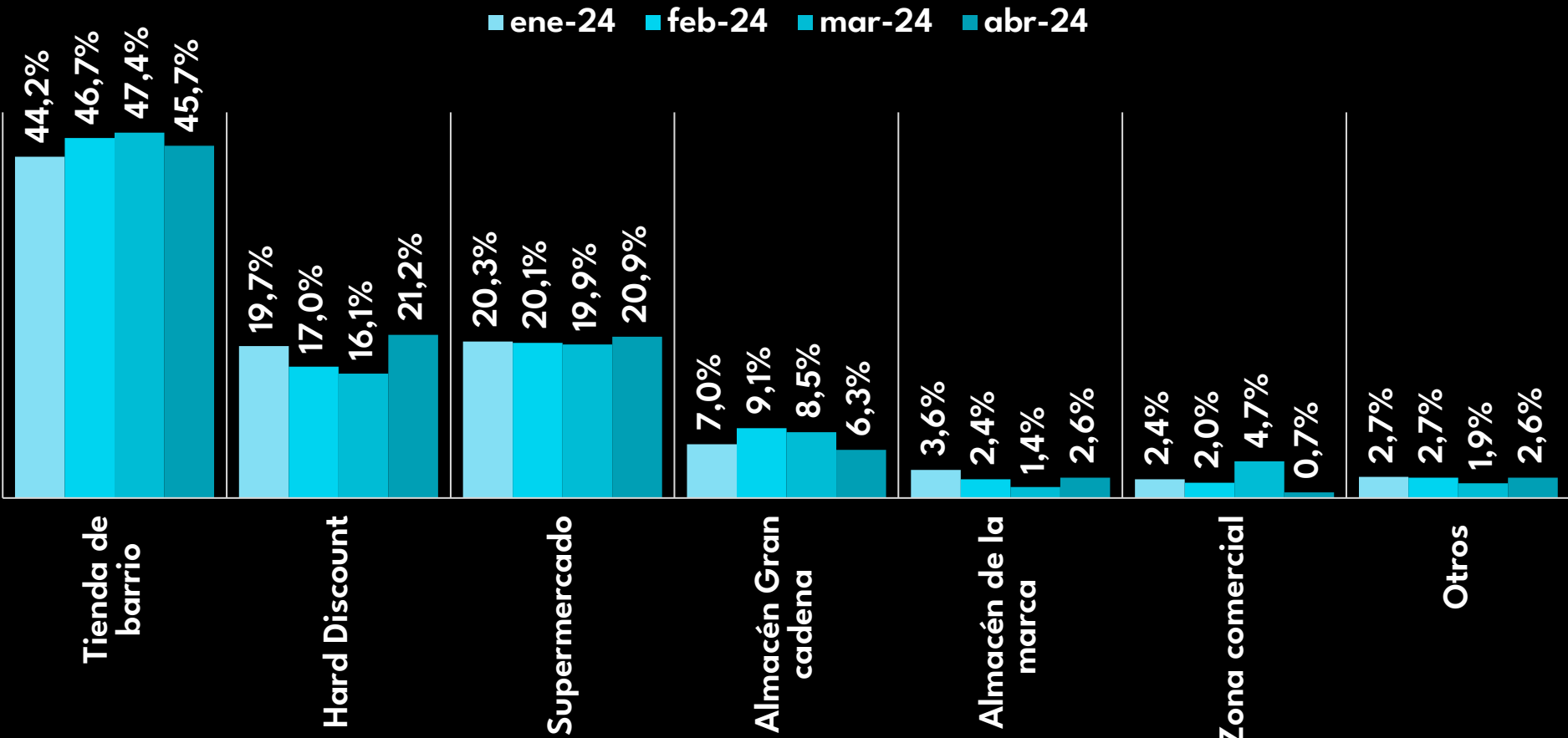
ABRIL 2024

LA BÚSQUEDA DE DIFERENTES OPORTUNIDADES A LA HORA DE COMPRAR PUEDEN ALTERAR LA PREFERENCIA EN LOS CANALES DE COMPRA

CANALES DE COMPRA POR NIVELES DE INGRESO-ACUMULADO 2024 (ENE-ABR)



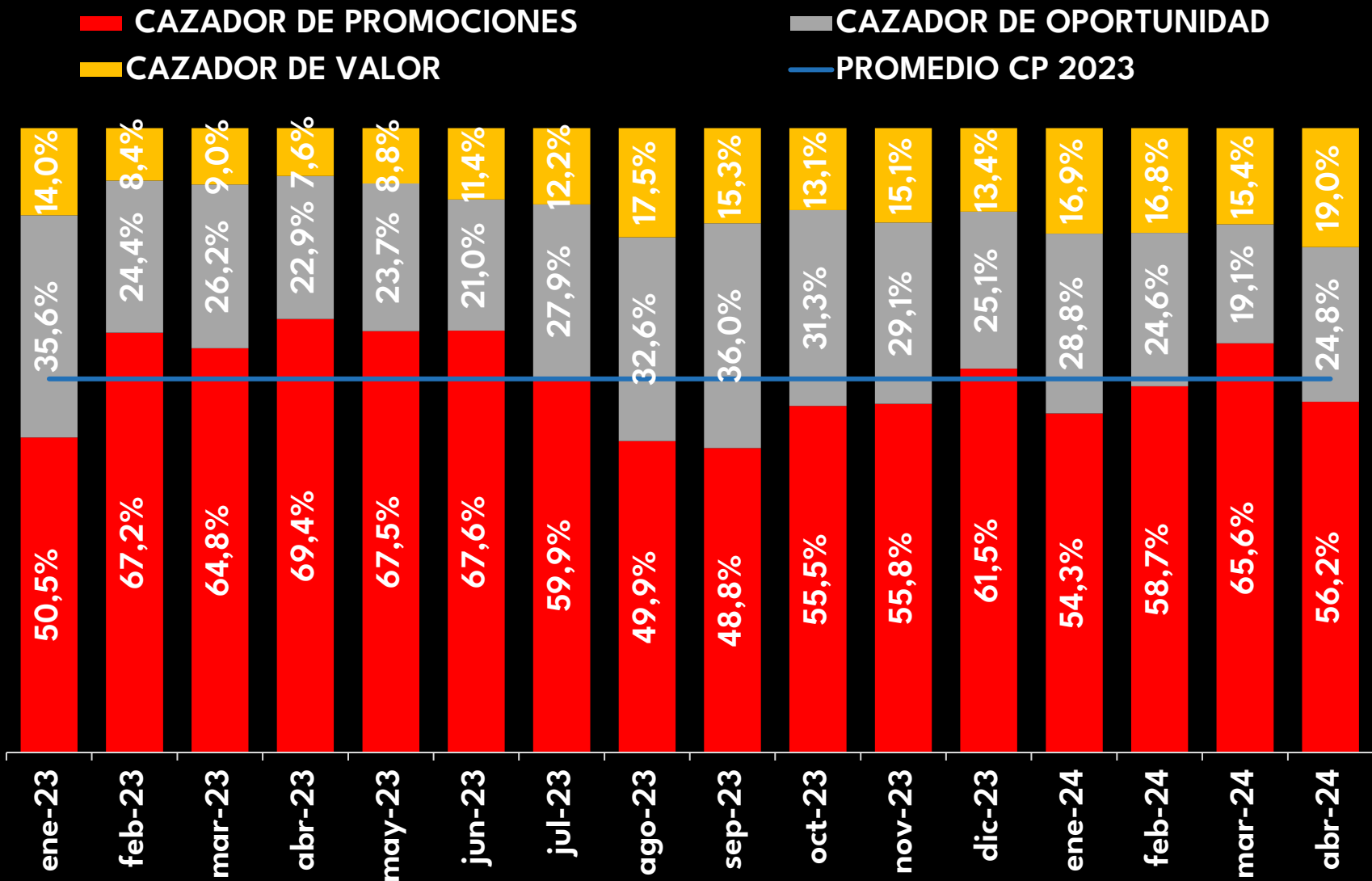
DINÁMICA CANALES DE COMPRA EN INGRESOS BAJOS



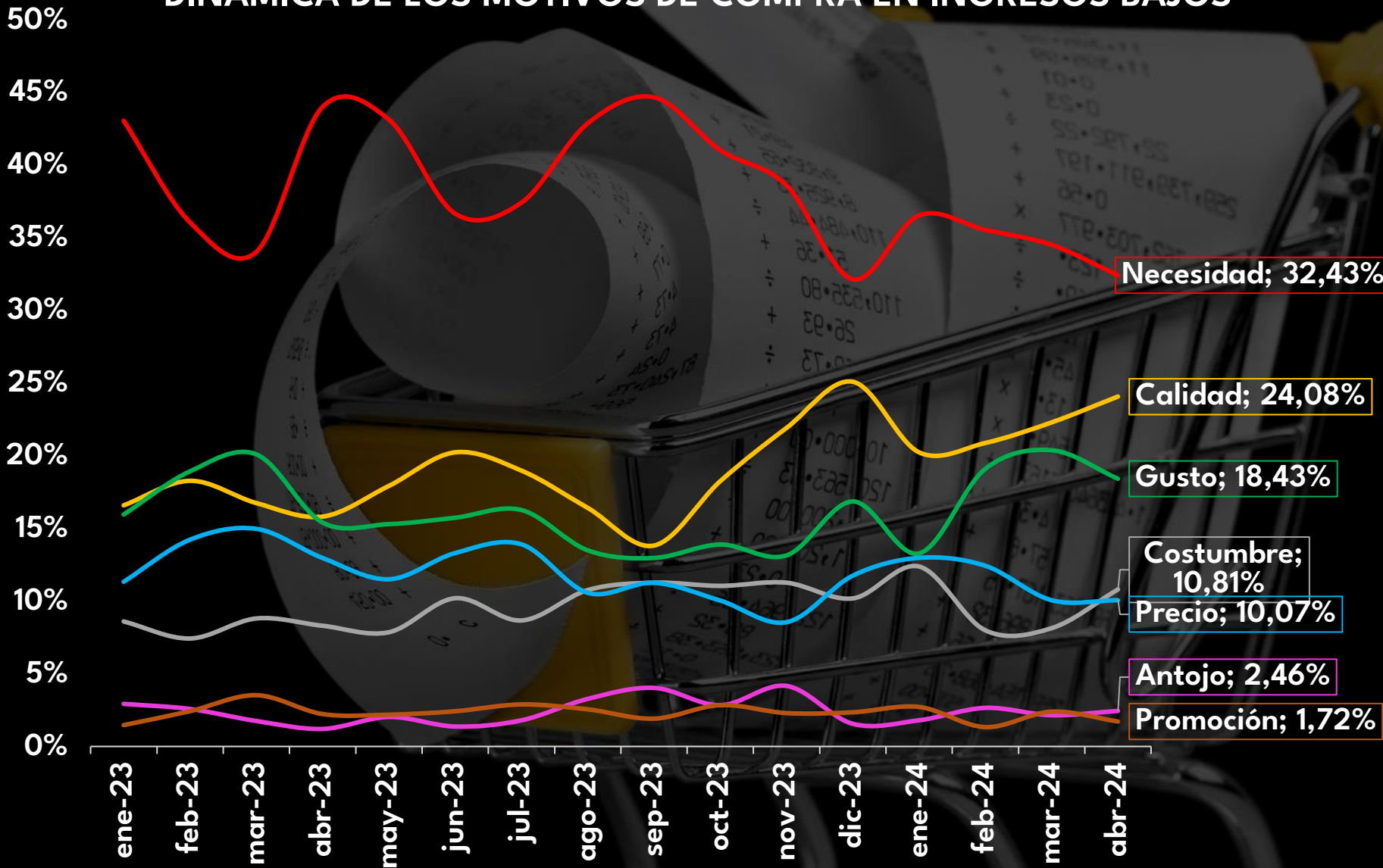
En los tres niveles de ingreso se evidencian cambios importantes en los canales de compra, siendo la tienda de barrio y el hard discount en los ingresos bajos los canales que muestran una mayor diferencia frente a la participación en los demás niveles de ingreso. Esta dinámica está ligada no solo a la búsqueda de precios bajos sino también a la percepción de calidad que pueden tener por ejemplo en los hard discount algunos productos, así como también a la oportunidad que brinda la tienda de barrio para “regatear” o pedir “fiado”. Si revisamos la dinámica en los primeros meses del año, vale la pena destacar como el almacén de gran cadena ha perdido participación en los ingresos bajos. Este comportamiento puede estar ligado a una posible percepción de precios más elevados en estas cadenas, pese a que cuentan con más variedad en tamaños y marcas, así como también a una menor cercanía de estos lugares a muchos hogares, que en medio del racionamiento (al menos en Bogotá) pudieron buscar facilidades en sus misiones de compra.

EN LOS INGRESOS BAJOS, LOS COMPRADORES CONTINUÁN BUSCANDO PRECIOS BAJOS, PERO ¿EXCLUSIVAMENTE PROMOCIONES?

TIPOS DE COMPRADOR EN INGRESOS BAJOS























DINÁMICA DE LOS MOTIVOS DE COMPRA EN INGRESOS BAJOS

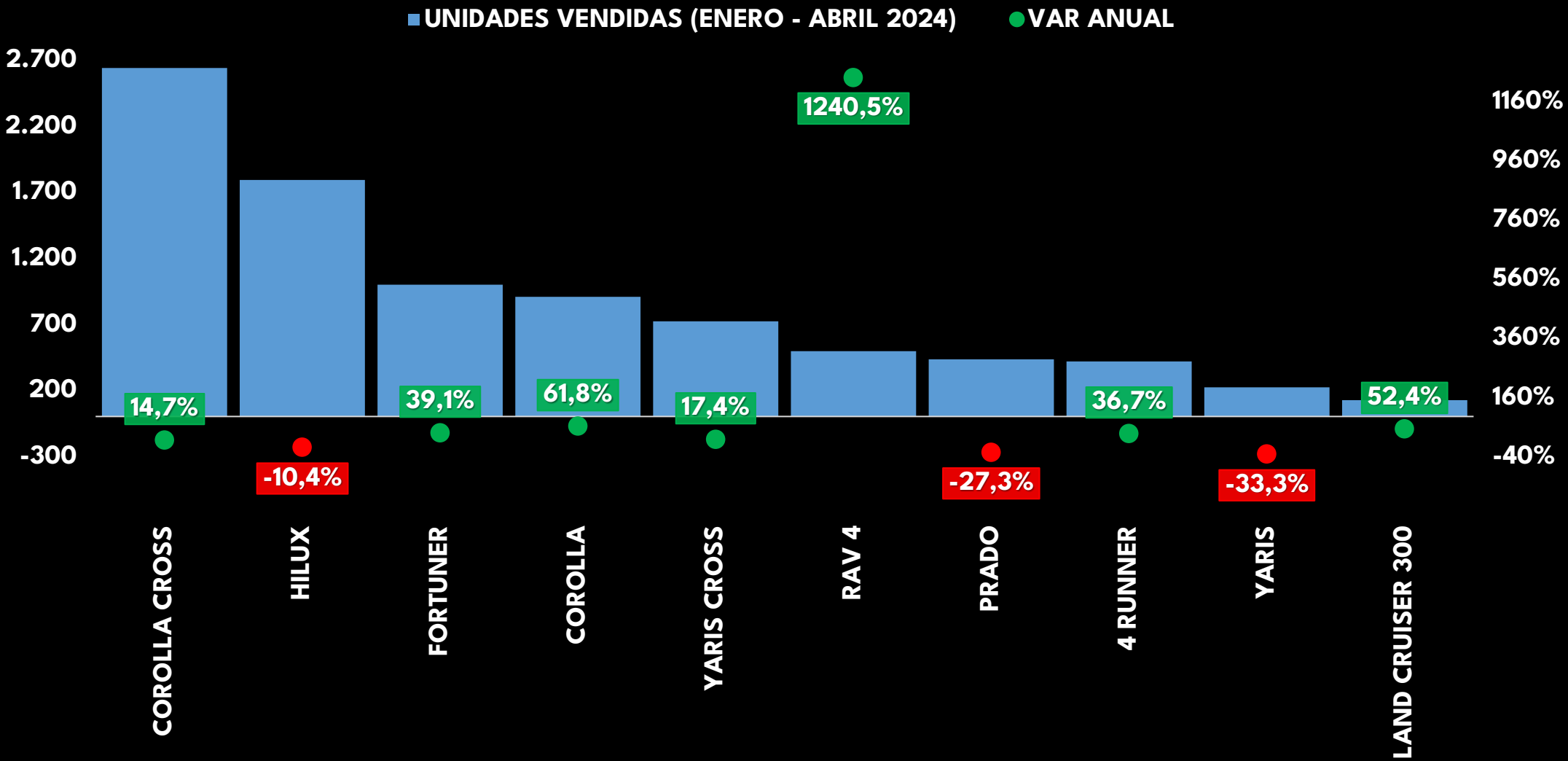


El cazador de promociones ha logrado un nuevo repunte en los últimos meses, esto influenciado por el peso de la inflación en los primeros meses del año, en donde logra pesar un poco más del 50% de la inflación total del año, lo que genera intenciones de compra impulsadas principalmente por la necesidad, sin embargo, cuando revisamos los niveles de ingresos bajos, quienes de nuevo se pueden ver afectados por un leve retorno inflacionario de los bienes no durables y algunos servicios, se refleja un crecimiento del cazador de oportunidad y del cazador de valor durante abril, lo que podría estar explicado por el comportamiento de los motivos de compra de estos. La necesidad ha perdido terreno, pero no porque no compren por necesidad, sino más bien, por tener en cuenta otros motivos como la calidad o la costumbre, pues la desaceleración económica que viene golpeando el gasto de los hogares desde el año pasado ha implicado una mayor búsqueda a la hora de comprar bienes y servicios, acudiendo a cierta resiliencia (costumbre) y exigencia (calidad) para no desgastar el dinero, que, en este escenario, debe ser cuidado o gastado con cautela.

TOYOTA SE POSICIONA A LA CABEZA DEL SECTOR AUTOMOTOR EN COLOMBIA

MARKETSHARE - MATRICULAS NUEVAS VEHICULOS		
TOP	ENERO A ABRIL DEL 2019	ENERO A ABRIL DEL 2024
1	 RENAULT	 TOYOTA
2	 CHEVROLET	 RENAULT
3	 NISSAN	 CHEVROLET
4	 mazda	 KIA
5	 KIA	 mazda
6	 TOYOTA	 NISSAN
7	 Ford	 SUZUKI
8	 VW	 Ford
9	 SUZUKI	 VW
10		 HYUNDAI

LINEAS DE VEHICULOS DE TOYOTA MÁS VENDIDAS



Para este inicio de año, se observó un comportamiento atípico en el liderazgo de ventas del mercado automotriz colombiano. Por primera vez, la marca japonesa Toyota se ubicó como líder en la participación de la cuota de mercado de nuevas matrículas de vehículos particulares, posición que históricamente ocupaba la marca francesa Renault.

Esta dinámica puede estar relacionada con una mayor demanda de vehículos híbridos por parte de los hogares, los cuales han ganado importancia en los últimos meses debido al encarecimiento del precio de la gasolina. Otro segmento de vehículos que también ha ganado relevancia es el de los vehículos eléctricos, lo cual podría estar en línea con la tendencia de largo plazo de una mayor conciencia ecológica.

PERO NO SOLO HA CAMBIADO EL LÍDER DEL MERCADO AUTOMOTOR, EN OTRAS CATEGORÍAS NUEVAS MARCAS EMPIEZAN A DESTACAR



En la canasta de vivienda...

¿CUÁL ES LA MARCA QUE USTED MÁS COMPRA, SIN IMPORTAR EL TIPO DE PRODUCTO		
TOP	ENERO A ABRIL DEL 2019	ENERO A ABRIL DEL 2024
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

En la canasta de alimentos....

¿Cuál es la marca que usted más compra, sin importar el tipo de producto?

El liderato de  se mantiene en los últimos 5 años, pero en el top

10 frente a enero- abril de 2019 entran marcas cómo:



La canasta de vivienda ocupa un lugar importante en las misiones de compra medidas en el Consumer Track, principalmente por la frecuencia en los productos para el aseo del hogar. En esta, se evidencia un cambio de liderato cuando se pregunta por la marca más comprado, siendo Bonaropa, una marca de hard discount la que 5 años después lidera esta pregunta. Este comportamiento responde a los precios asequibles que pueden tener los productos de esta marca, pero a su vez, la calidad que ha permitido que se mantenga como una marca preferida para el lavado de las prendas.

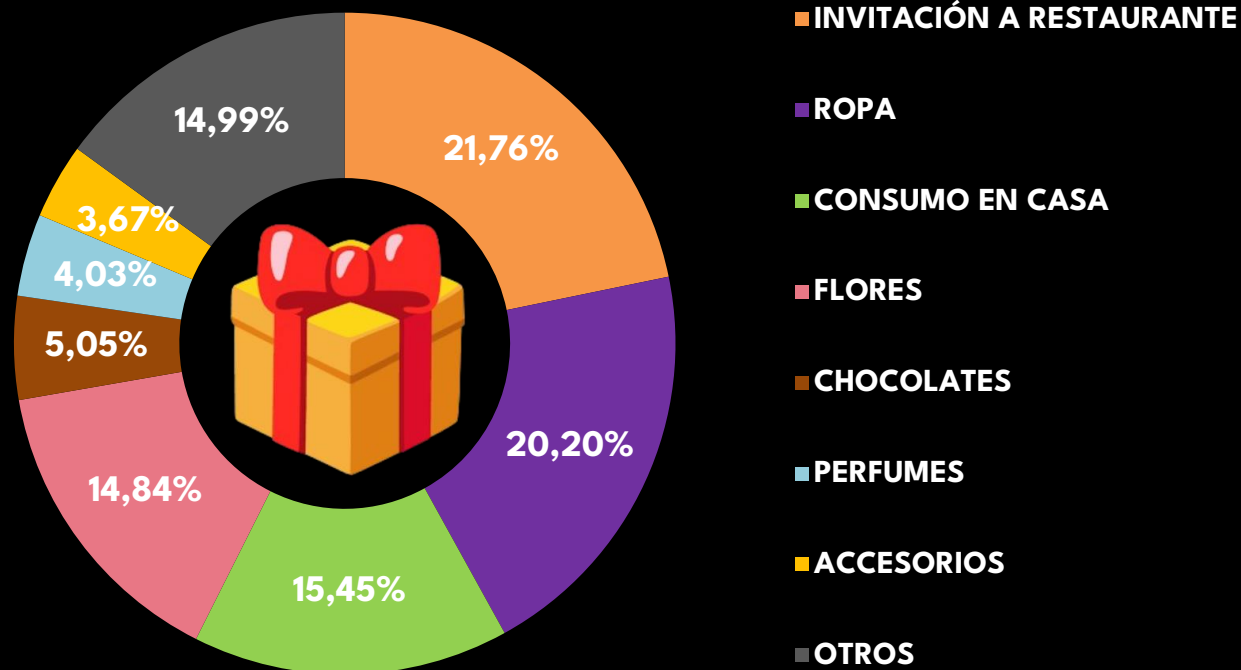
También, vale la pena destacar que, en la canasta de alimentos, si bien se ha mantenido el liderato de arroz diana, en el top 10 se destacan frente a 2019, marcas de café, lo que puede indicar la importancia que le dan los consumidores a este producto.



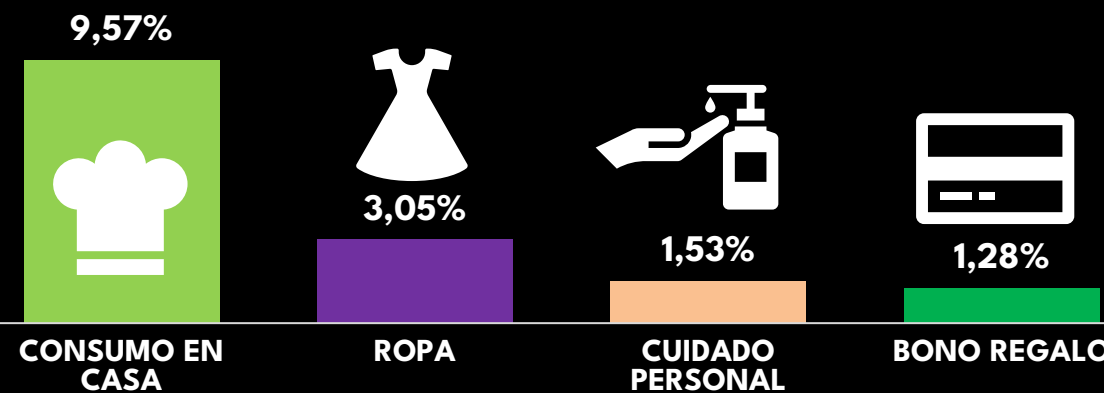
Según el ConsumerTrack de Raddar, en 2024, un **57,6%** de los encuestados tenían intención de celebrar el **Día de las Madres**. Un aumento notable desde el **47,8%** del año pasado.
¡La intención es lo que cuenta!

ESPECIAL DÍA DE LAS MADRES

¿QUÉ LE REGALAMOS A NUESTRAS MADRES?



REGALOS CON EL MAYOR CRECIMIENTO DE PARTICIPACIÓN FRENTE AL AÑO PASADO



RADDAR Consumer Knowledge Group

Fuente: Consumer Track Raddar-Abril 2024



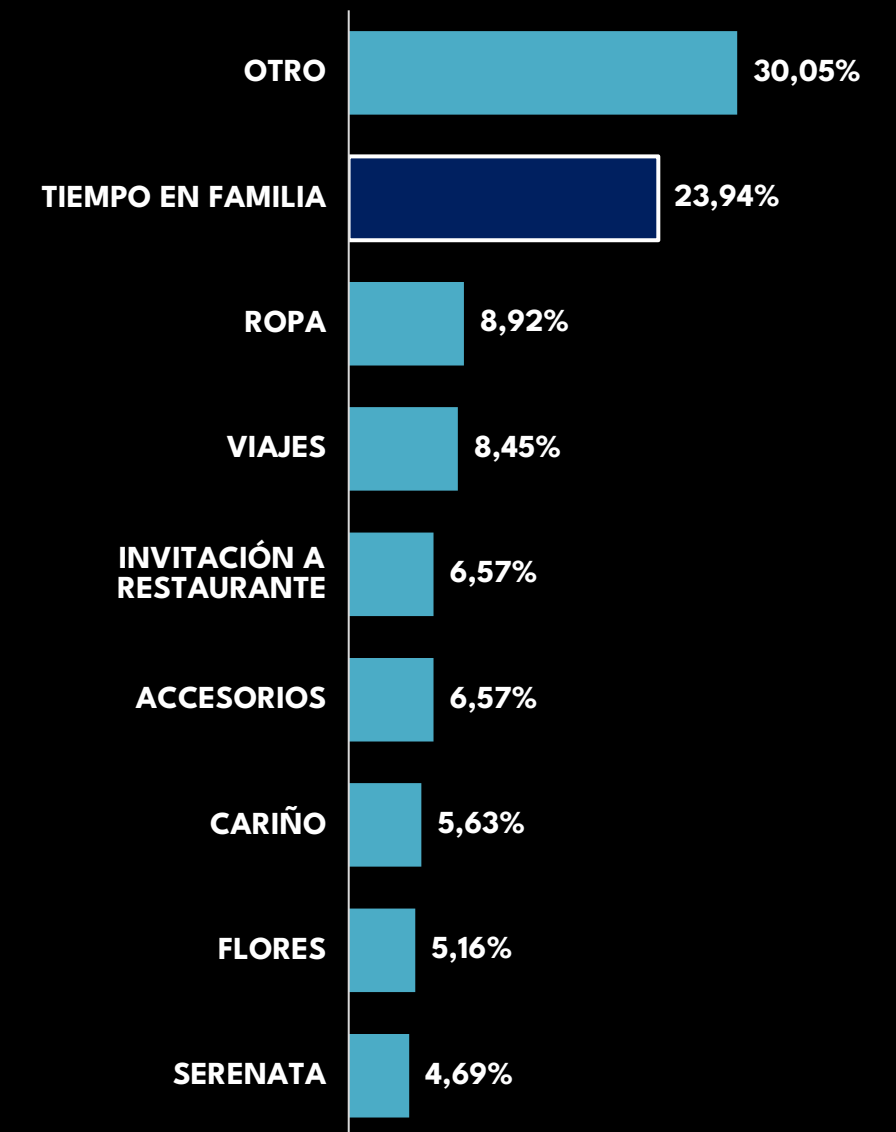
¡EL AMOR ES ETERNO, PERO LAS DEUDAS NO SE QUEDAN ATRÁS!

MEDIOS DE PAGO – REGALOS DÍA DE LA MADRE



Para las madres el dinero no lo es todo.....

¿QUÉ QUIEREN REALMENTE LAS MADRES?



Si quieres saber sobre las mediciones del Consumer Track, te invitamos a contactarnos en:

www.raddar.net

SI QUIERES PROFUNDIZAR EN
ALGUNAS DE NUESTRAS
HERRAMIENTAS

¡VISÍTANOS!



RADDAR REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

ABRIL 2024



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG

