



RADDY REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

EL GASTO DE LOS HOGARES REACCIONA
RÁPIDAMENTE AL FRENAZO DE LA INFLACIÓN

En este informe libre podrás encontrar las principales cifras del gasto de los hogares en Colombia, abordando las diferentes variables que influyen en la dinámica mensual y anual.

JUNIO 2024

EN JUNIO DE 2024, LA VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES CAE POR FUERA DE LO ESPERADO

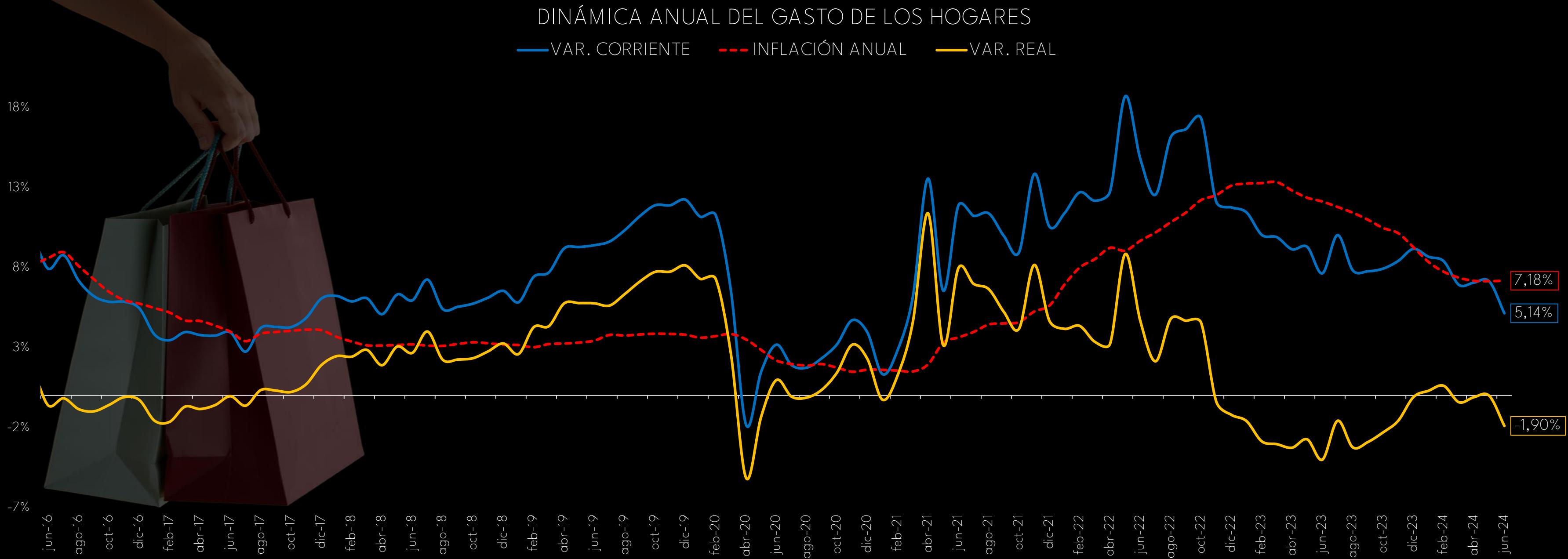
En junio de 2024, el gasto de los hogares, desde la medición de Gastometría de RADDAR, fue de \$84,9 billones de pesos. En junio de 2023, el gasto de los hogares fue de \$80,7 billones, lo que significa un crecimiento en términos corrientes de 5,14%, menor que el mes anterior, que fue de 7,14%. En términos reales, el crecimiento anual del gasto fue de -1,9%, acumulando tres meses de nuevo ajuste, o 20 meses desde noviembre de 2022.

La magnitud de esta contracción no se veía desde octubre de 2023. A nivel trimestral, el gasto de los hogares varió 6,4% en el IIQ de 2024 frente al IIQ de 2023 y en términos reales varió -0,7%. La colocación crediticia, sumando la causada con tarjeta de crédito, consumo - libre destinación e hipotecaria, tuvo un crecimiento anual de 6,3%, debido mayormente a la dinámica en colocación de crédito hipotecario frente al año pasado solamente 8,1%. El salario mínimo real vigente, tuvo un aumento anual de capacidad de compra de 4,57% y de salario por ocupado de -2,6%

-1,90%

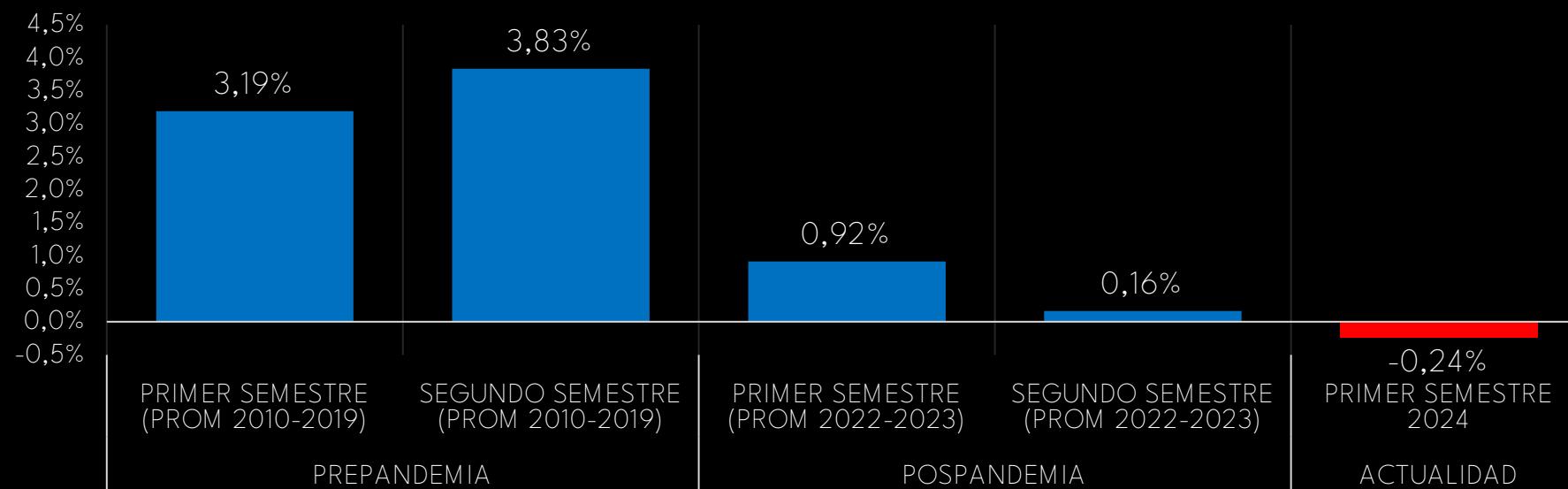
DECRECIÓ EL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2024, COMPARADO CONTRA EL MISMO MES DEL AÑO PASADO.

EL GASTO DE LOS HOGARES RETROCEDE EN JUNIO



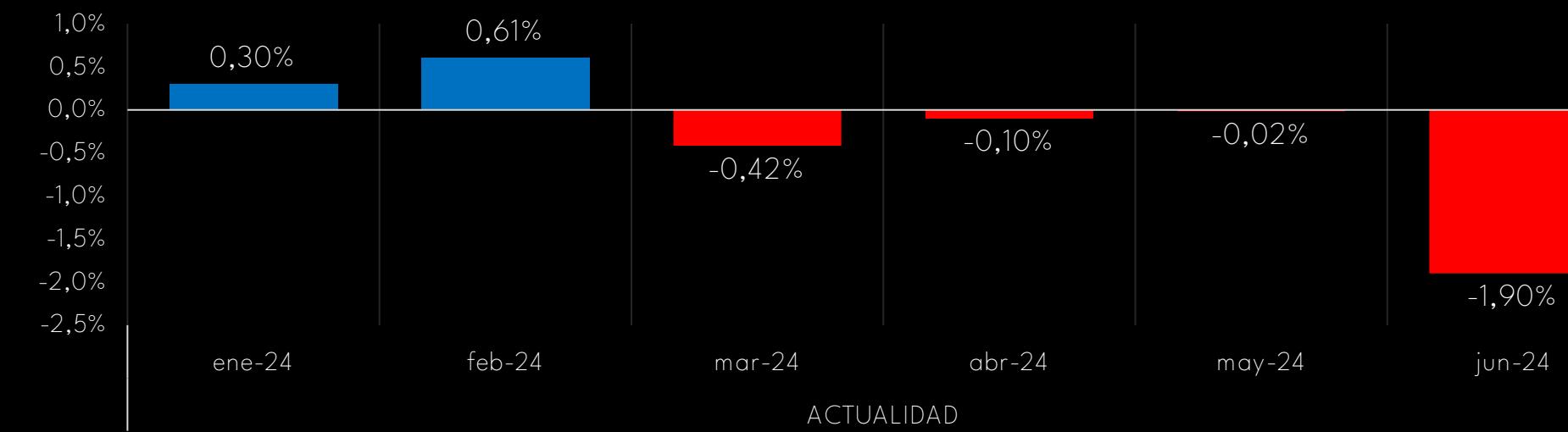
El gasto de los hogares cerró nuevamente en terreno negativo en la dinámica interanual pudiendo responder al nuevo repunte de la inflación en bienes no durables, donde algunos alimentos vuelven a presionar el bolsillo de los hogares, adicionalmente, la inflación de servicios se mantiene estancada y teniendo en cuenta el peso de estos en el bolsillo, puede a su vez frenar el gasto. En la tendencia mensual, junio es un mes que suele caer frente a mayo ante la temporada de día de la madre, pues pese a que en junio también se celebre el día del padre, no es de tal magnitud. Por otro lado, la pérdida de creación de empleo, especialmente en el mercado informal, que representa más del 50% de los ocupados del país, puede estar afectando los ingresos de muchos hogares, donde en el acumulado 12 meses del ingreso real por ocupado cerró en terreno negativo.

CREENCIAS ANUALES DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES



Esta dinámica evidencia como los ciclos de gasto parecen haber cambiado luego de la pandemia, debido al efecto látigo de la economía, que generó períodos de elevados crecimientos y posteriormente ajustes significativos. Este comportamiento continúa alterando el gasto de los hogares que tiende a crecer progresivamente trimestre a trimestre, dadas las temporalidades del año, pero que, en 2024, ante un lento escenario económico, terminó con un primer trimestre del año más positivo que el segundo trimestre del año.

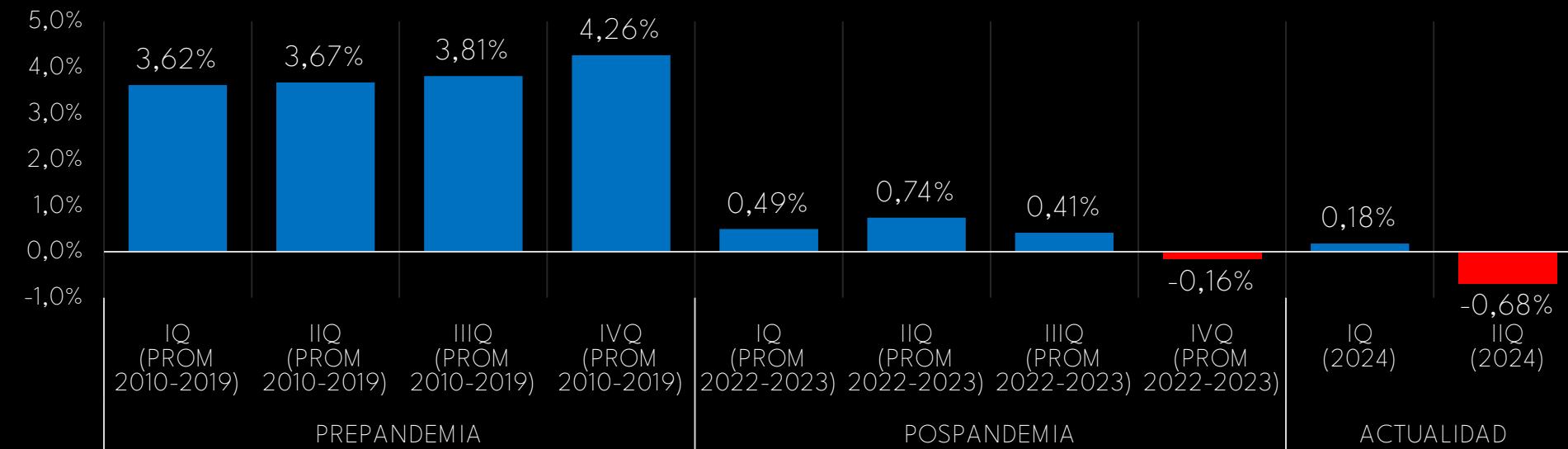
CREENCIAS ANUALES DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES



¿CÓMO CERRÓ EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO?

Durante el primer semestre del año, el gasto de los hogares acumuló \$514,3 billones de pesos lo que refleja un crecimiento en dinero del 7,23%, sin embargo, con una inflación promedio de 7,49%, la cantidad o volumen de cosas que los hogares pudieron echar a su carrito de mercado se contrajo anualmente 0,24%. Ahora bien, la serie histórica 2010-2019, refleja como el gasto de los hogares tiende a ser mucho más positivo en el segundo semestre del año, dinámica que, ante la inflación del 2023, no pudo cumplirse y que en medio del lento freno de la inflación en 2024 puede apretar el bolsillo de los hogares en los próximos meses.

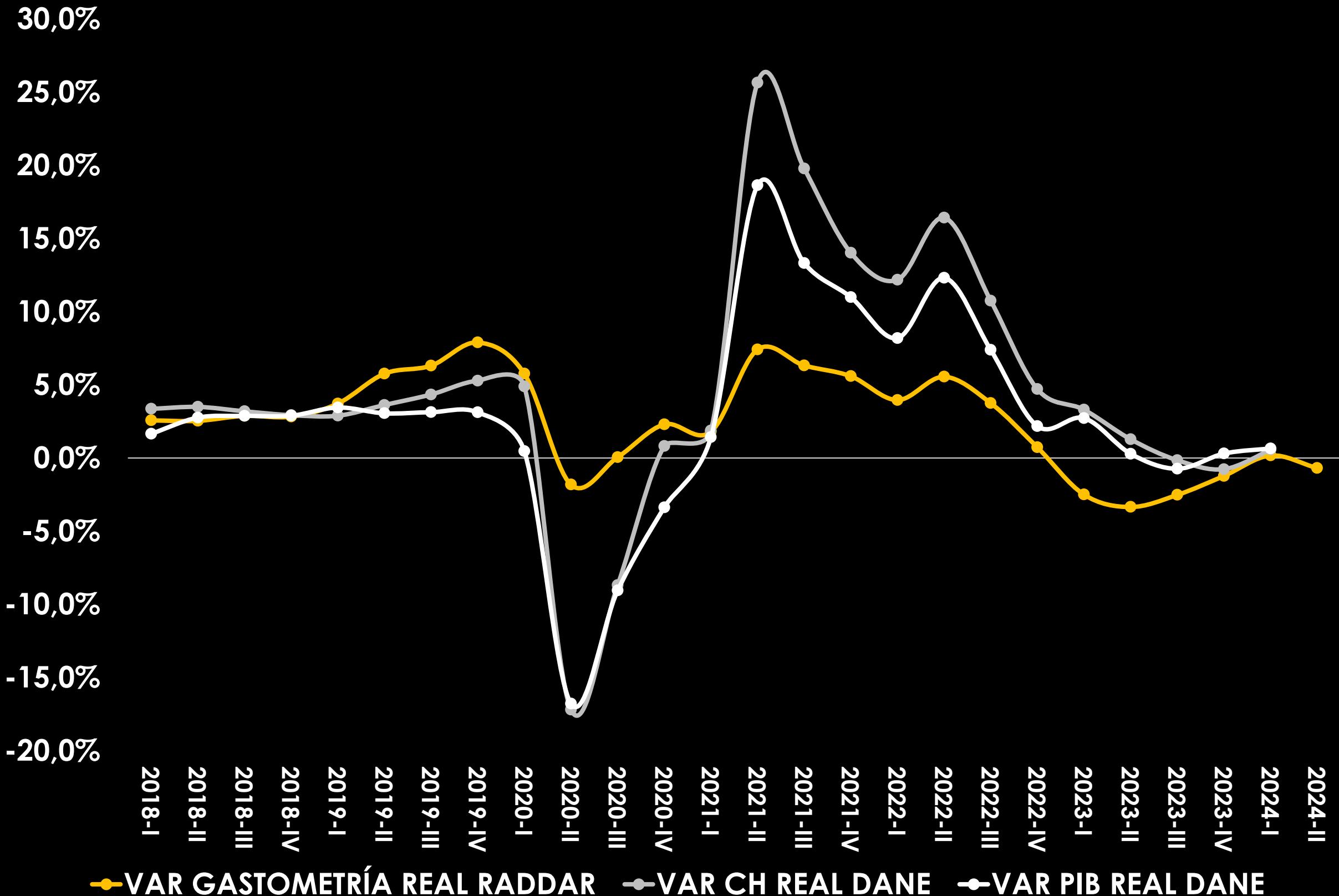
CREENCIAS ANUALES DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES



De esta manera se evidencia cómo el comportamiento anual en los meses que van de 2024 también han tenido una dinámica diferente, siendo los primeros meses del año los que registraron una mejor dinámica acompañada a su vez de una reducción importante de la inflación en transporte y alimentos, así como también un optimismo o mejor percepción que se registró en la confianza del consumidor medida por Fedesarrollo como también en la sensación de comprar más o las mismas cosas que el mes pasado medidas por el ConsumerTrack de Raddar. En contraste, a partir de marzo, donde la inflación empezó a mostrar señales de estancamiento en su reducción, el gasto real ha mostrado una dinámica negativa que terminó por afectar mucho más a junio en donde la inflación volvió a crecer.

CRECIMIENTO ANUAL DE GASTO DE RADDAR Y DE CUENTAS NACIONALES DE DANE

AL PARECER:



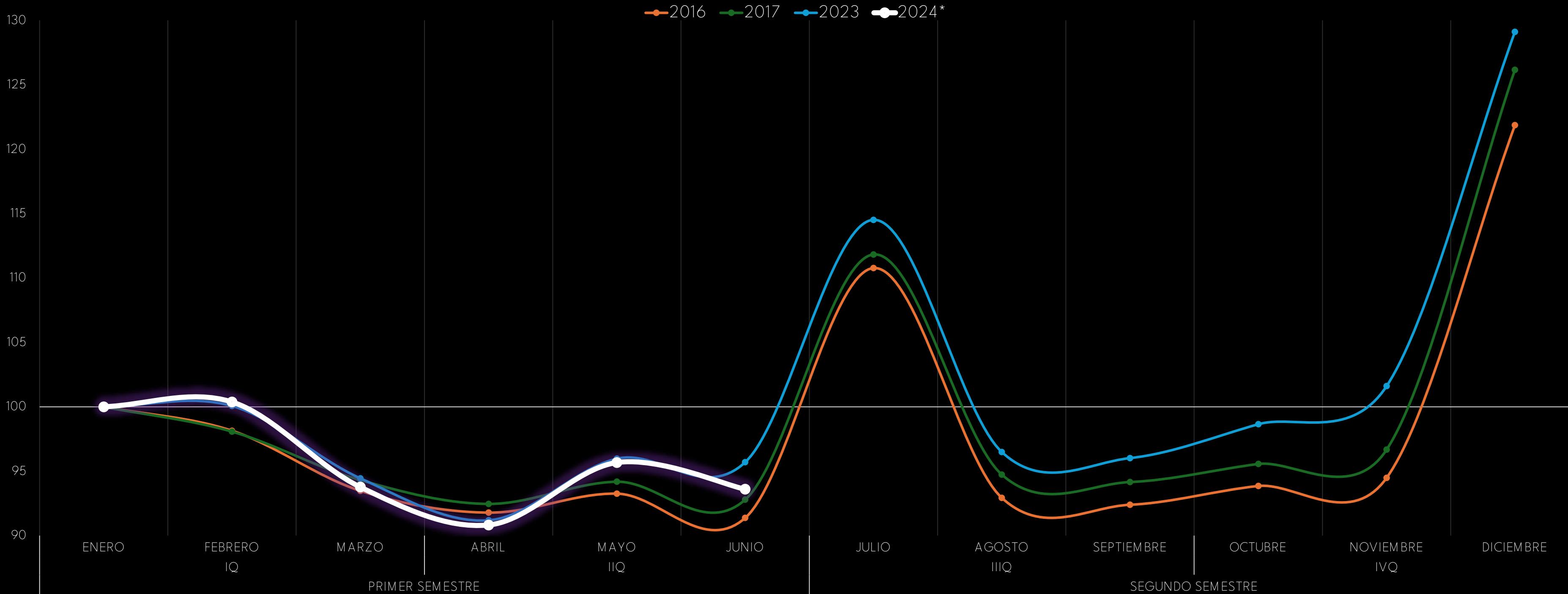
1. EL GASTO DE LOS HOGARES, MEDIDO POR EL DANE EN CUENTAS NACIONALES EN EL SEGUNDO SEMESTRE PODRÍA DECRECER O CRECER CASI CERO.

2. SI LAS COSAS SIGUEN COMO VAN, ES MUY POSIBLE QUE EL PIB CREZCA MAS QUE EL GASTO DE HOGARES EN 2024.

¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?



SI EN ENERO COMPRAMOS 100 COSAS ¿CUANTAS COMPRAMOS EL RESTO DEL AÑO? ÍNDICE DEL GASTO REAL ENERO DE CADA AÑO = 100



En medio del ajuste de la economía, el consumidor cambia rápido, lo que, a su vez, puede movilizar los ciclos de gasto a los que ha estado acostumbrado. Ahora, en medio de una inflación persistente pero que incluso ya puede haberse normalizado como una variable a tener en cuenta en la dinámica de compra, los hogares son cautelosos y junio, un mes donde la inflación se estancó e incluso registró un leve aumento, los hogares fueron precavidos y apretaron el bolsillo rápidamente. Esto deja ver como el ajuste del gasto de los hogares podría ser más lento de lo esperado, pues los hogares, en medio de la coyuntura económica, van a reaccionar rápidamente tanto a los estímulos negativos como positivos, que se pronuncian mucho más en el segundo semestre del año.

¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?

1. EL RETO DE LOS INGRESOS.
2. EL RETO DE LA INFLACIÓN.
3. EL CASO DE LOS IMPUESTOS “SALUDABLES”
4. OTROS FACTORES DE FRENO
5. QUÉ MÁS PUEDE PASAR

¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?

1. EL RETO DE LOS INGRESOS.
2. EL RETO DE LA INFLACIÓN.
3. EL CASO DE LOS IMPUESTOS “SALUDABLES”
4. OTROS FACTORES DE FRENO
5. QUÉ MÁS PUEDE PASAR

¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?

FUENTES

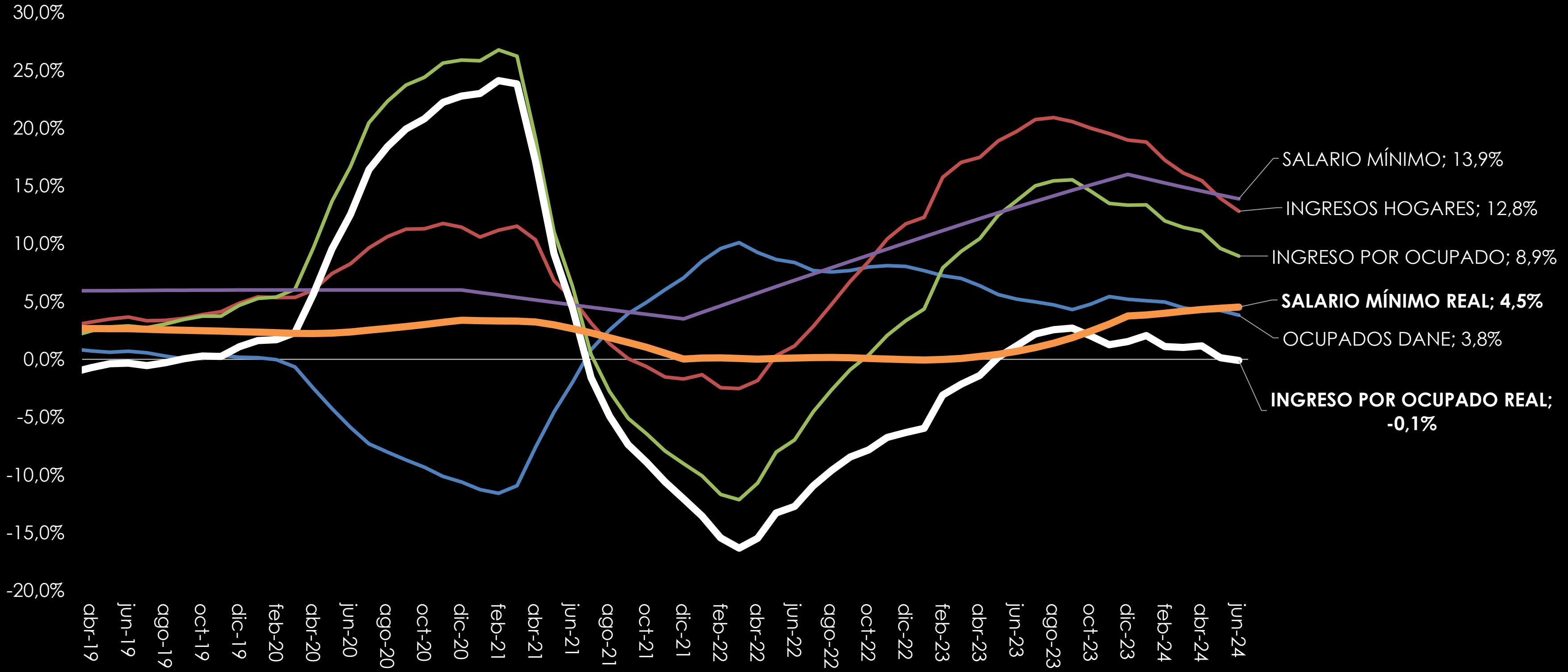
- SALARIOS
- RENTAS
- REMESAS
- CRÉDITOS DE CONSUMO
- TARJETAS DE CRÉDITO
- SUBSIDIOS
- OTROS

COMpra

- NIVEL DE PRECIOS
- DISPONIBILIDAD
- ACCESO A CANALES
- MEDIOS DE PAGO
- PUBLICIDAD
- TIEMPO
- CLIMA
- OTROS

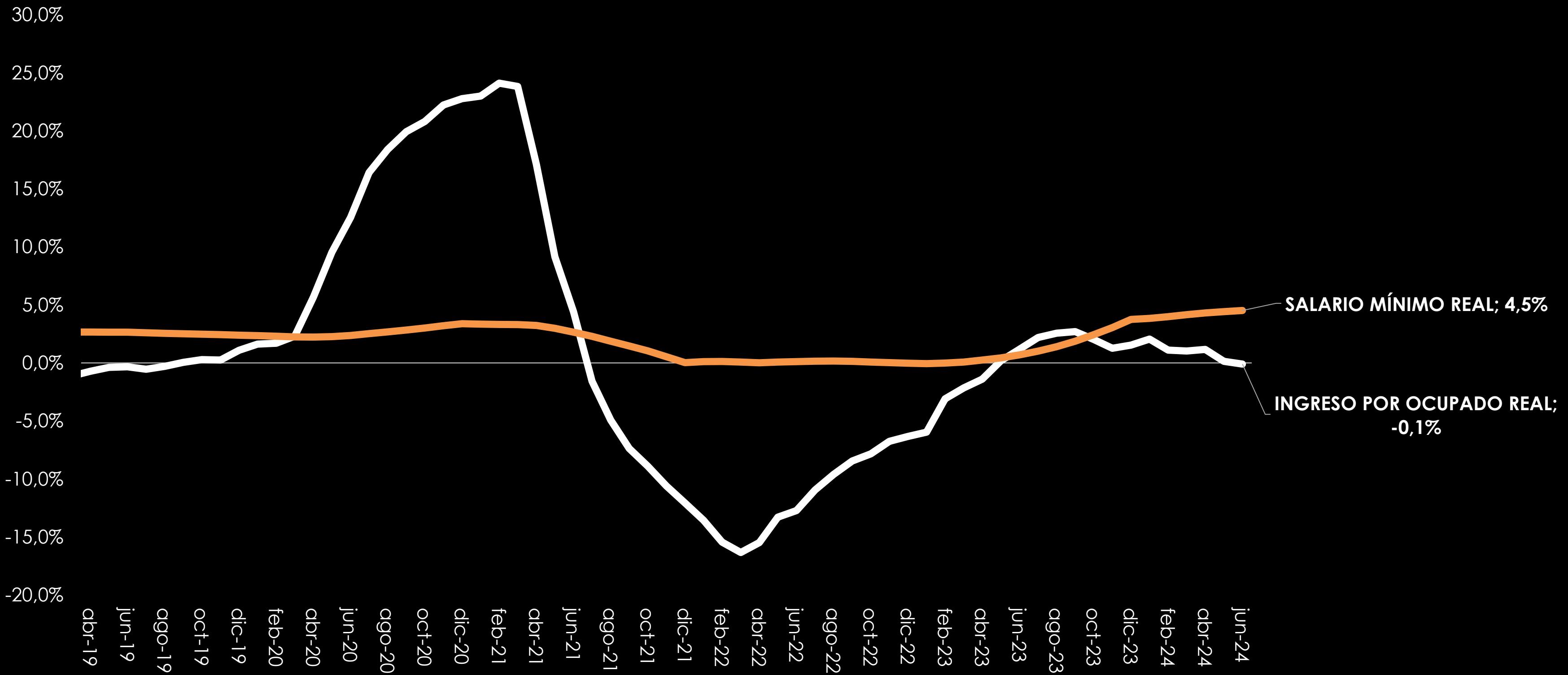
AUNQUE EL SALARIO MÍNIMO REAL CRECE, EL SALARIO PROMEDIO POR OCUPADO SIGUE CAYENDO...

VAR ANUAL MERCADO LABORAL Y SALARIOS - PROMEDIO 12 MESES



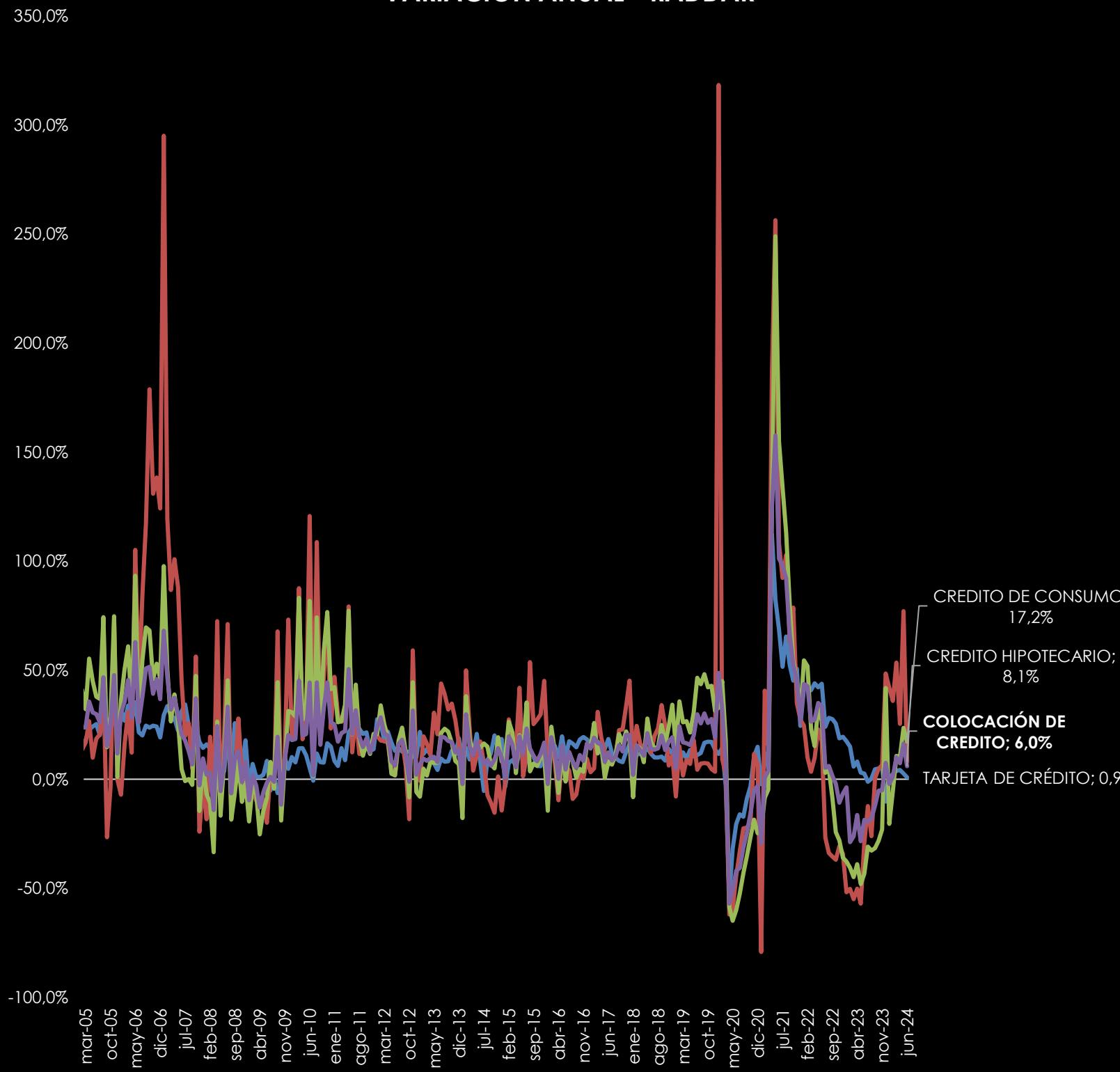
AUNQUE EL SALARIO MÍNIMO REAL CRECE, EL SALARIO PROMEDIO POR OCUPADO SIGUE CAYENDO...

VAR ANUAL MERCADO LABORAL Y SALARIOS - PROMEDIO 12 MESES

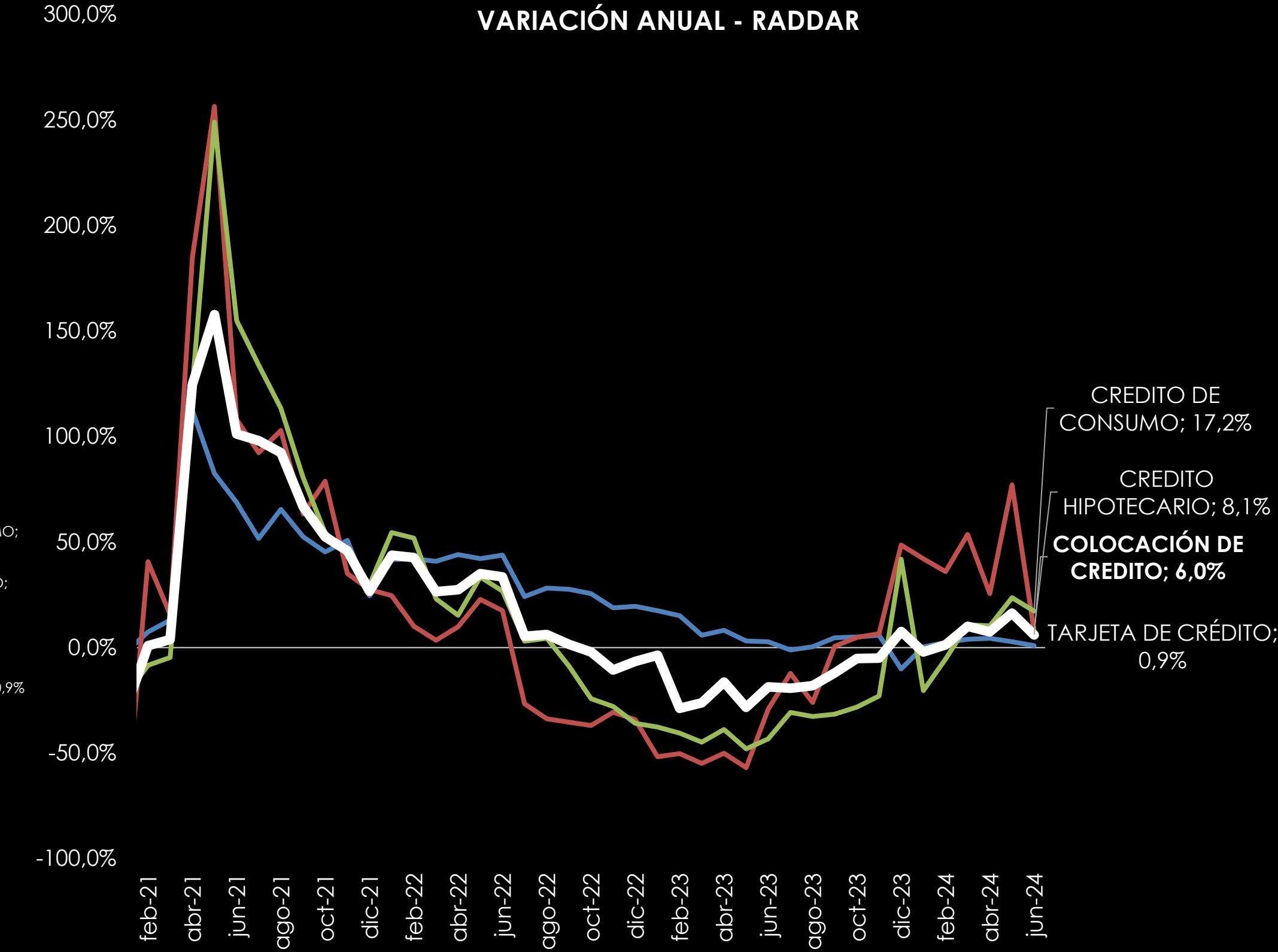


EL CRÉDITO DE CONSUMO CRECE CON MENOR VELOCIDAD CON LA QUE VENÍA ...

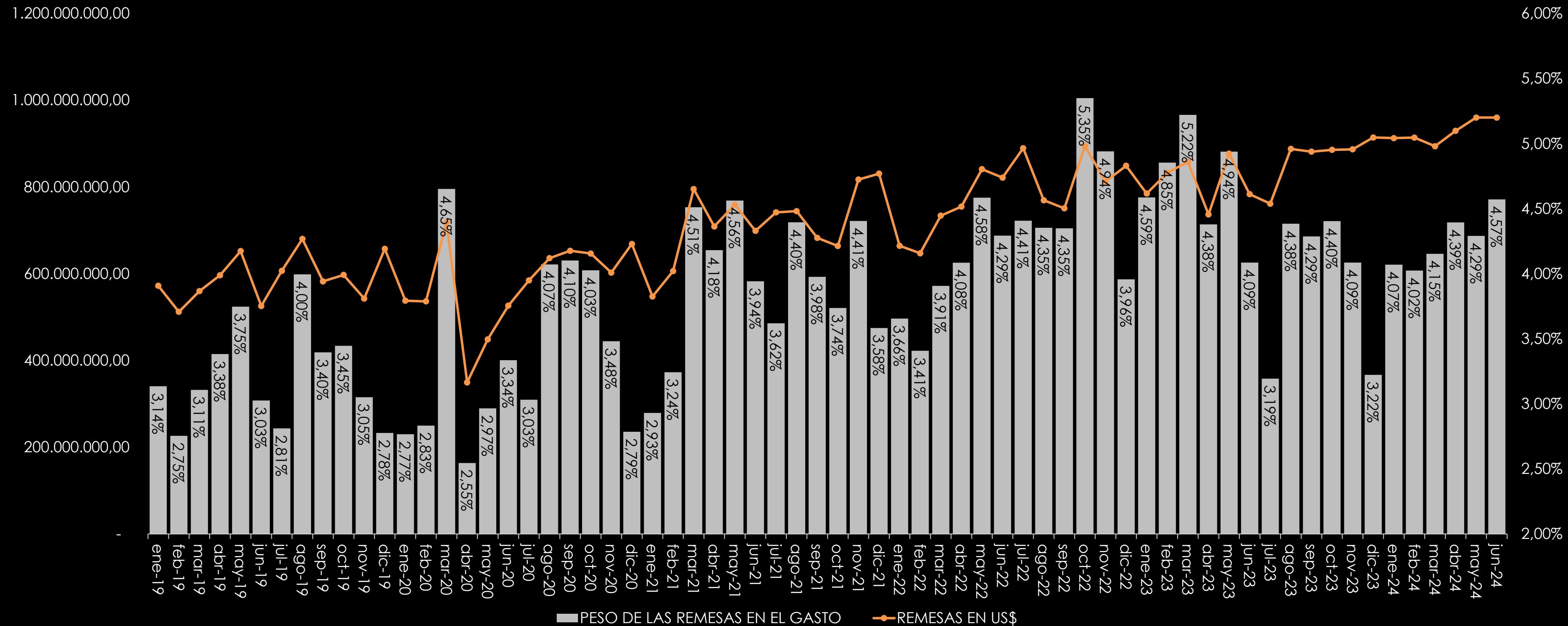
DINÁMICA DE LA COLOCACIÓN CREDITICIA A HOGARES EN COLOMBIA
VARIACIÓN ANUAL - RADDAR



DINÁMICA DE LA COLOCACIÓN CREDITICIA A HOGARES EN COLOMBIA
VARIACIÓN ANUAL - RADDAR



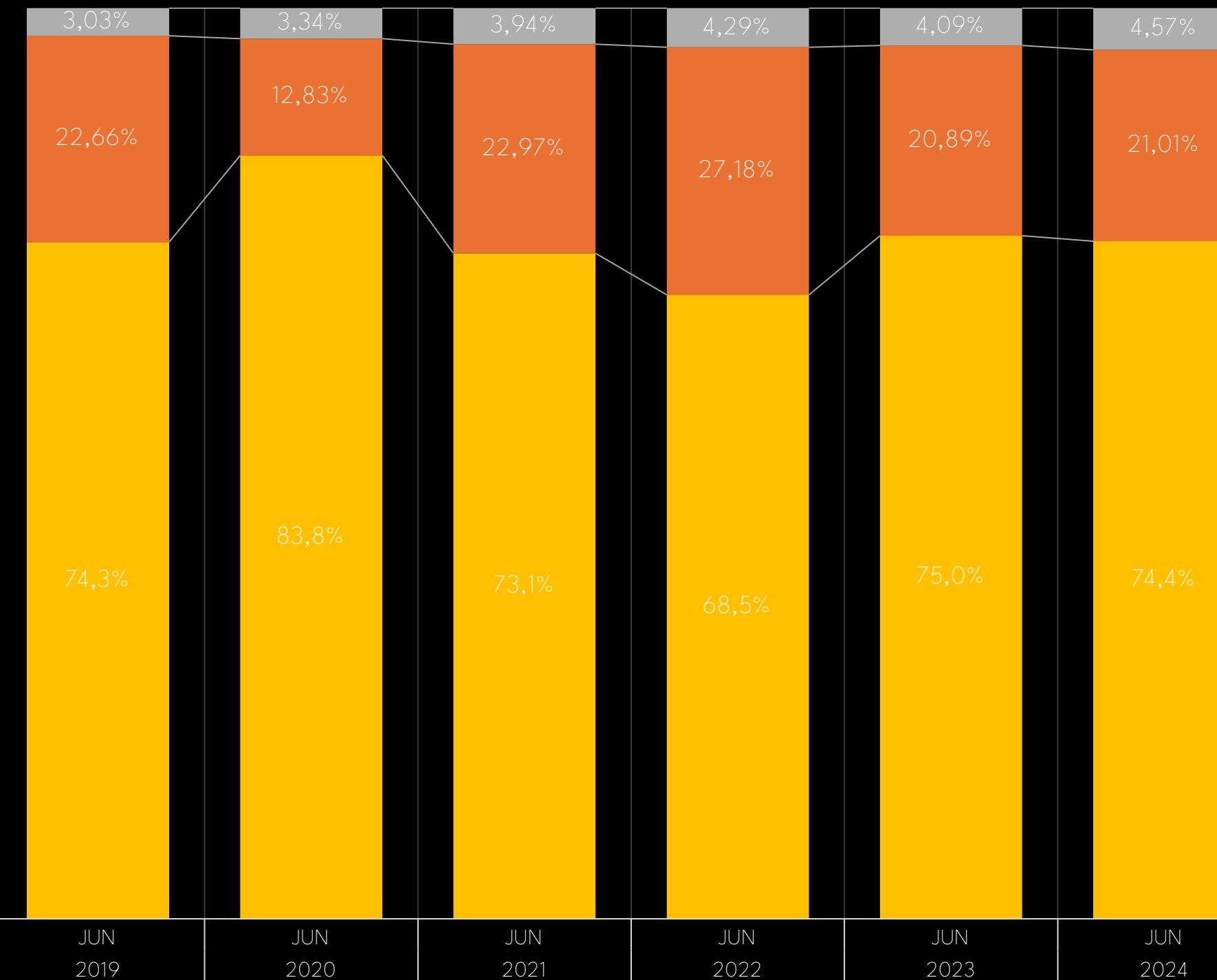
REMESAS Y GASTO DE HOGARES



SI LOS SALARIOS DE LOS HOGARES NO MEJORAN, EL CRÉDITO Y LAS REMESAS NO SERÁN SUFFICIENTES

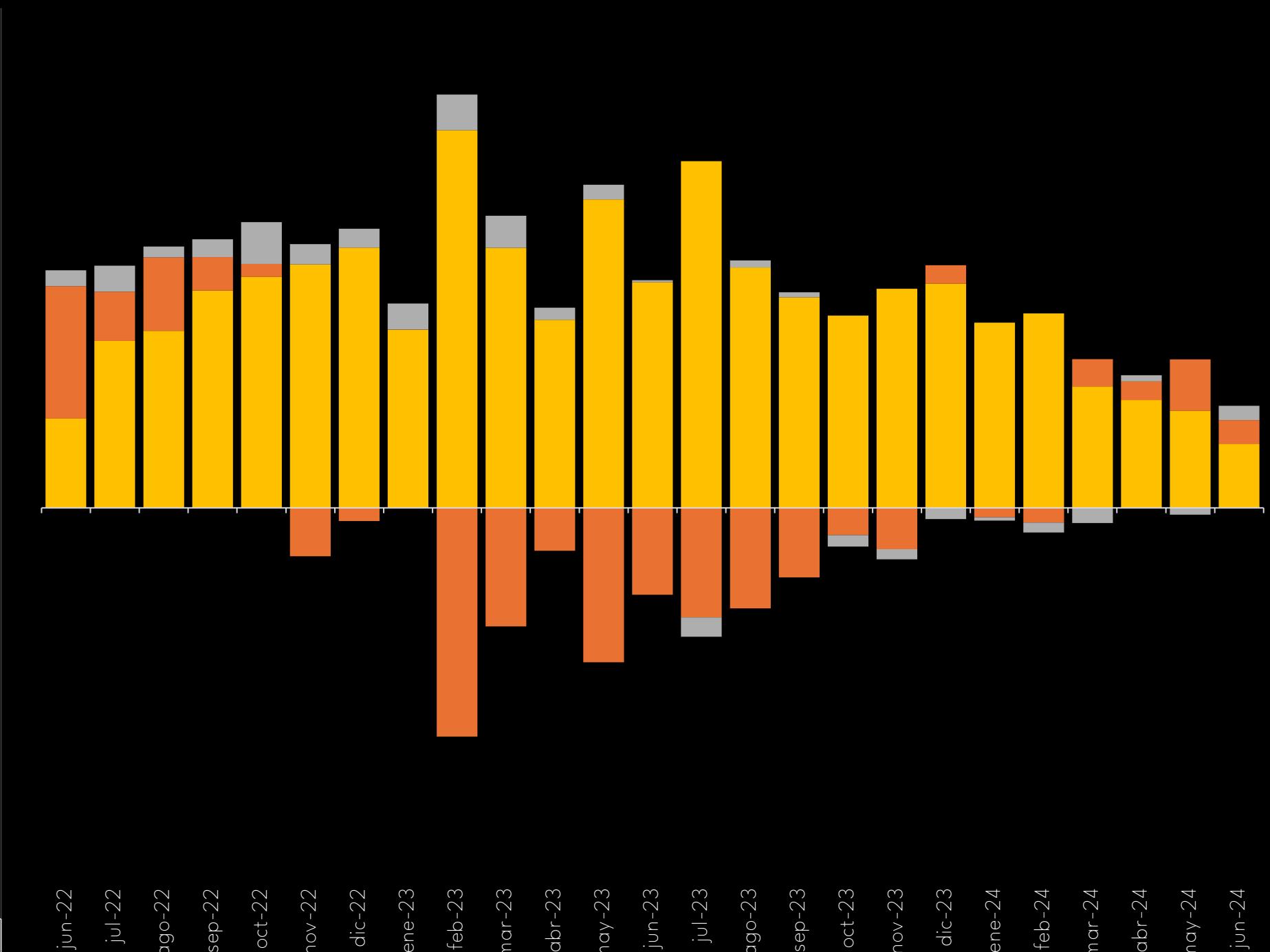
FUENTES DE GASTO DE LOS HOGARES - JUNIO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

■ SALARIOS Y RENTAS ■ CRÉDITOS DE CONSUMO ■ REMESAS (EN PESOS)



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

■ APORTE DE SALARIOS Y RENTAS ■ APORTE DE CRÉDITOS DE CONSUMO ■ APORTE DE REMESAS (EN PESOS)

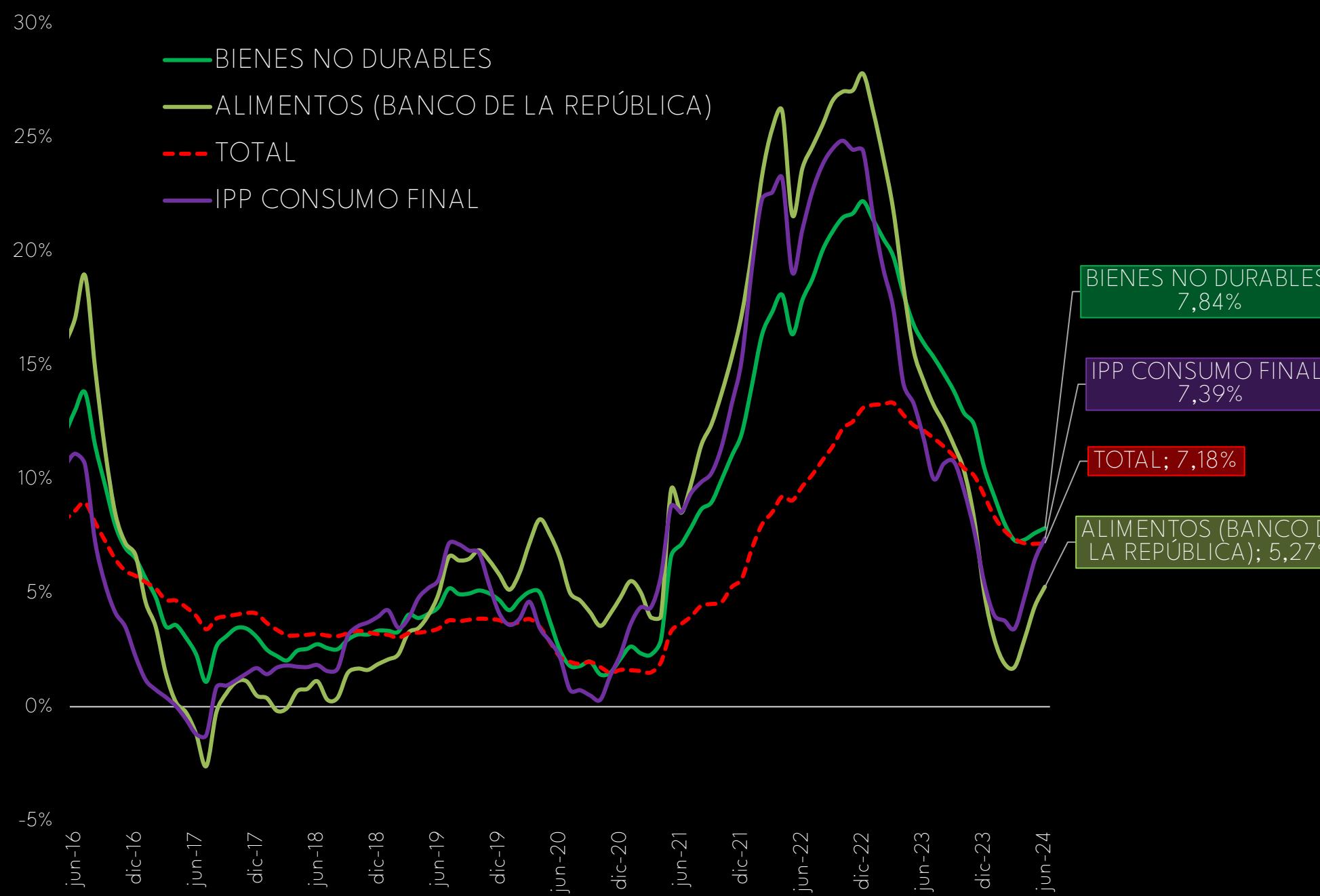


¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?

1. EL RETO DE LOS INGRESOS.
2. EL RETO DE LA INFLACIÓN.
3. EL CASO DE LOS IMPUESTOS “SALUDABLES”
4. OTROS FACTORES DE FRENO
5. QUÉ MÁS PUEDE PASAR

ESTANCIAMIENTO DE LA INFLACIÓN SE MANTUVO EN JUNIO: ALIMENTOS REPUNTAN, PERO PERDURAN LAS EXPECTATIVAS DE DESACELERACIÓN PARA EL SEGUNDO SEMESTRE

ALIMENTOS CONTINÚAN MOSTRANDO UN REPUNTE EN SU INFLACIÓN



INFLACIÓN JUNIO 2024 (ALIMENTOS PARA EL HOGAR)			
PRODUCTO	INFLACIÓN ANUAL	INFLACIÓN MENSUAL	APORTE A LA INFLACIÓN ANUAL GENERAL
PAPA	64,29%	13,17%	
OTRAS FRUTAS FRESCAS	19,07%	-5,92%	
OTRAS HORTALIZAS Y LEGUMBRES FRESCAS	16,53%	0,44%	
CHOCOLATE	45,10%	11,87%	
OTROS PRODUCTOS DE PANADERIA	15,80%	1,21%	
GASEOSAS Y MALTAS	10,62%	1,02%	
CEBOLLA	27,87%	24,10%	
OTROS ABARROTES	19,32%	1,93%	
CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS	16,22%	0,23%	
POLLO	4,16%	-0,04%	

¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?

1. EL RETO DE LOS INGRESOS.
2. EL RETO DE LA INFLACIÓN.
3. EL CASO DE LOS IMPUESTOS “SALUDABLES”
4. OTROS FACTORES DE FRENO
5. QUÉ MÁS PUEDE PASAR

Los impuestos saludables son aquellos que gravan los productos no saludables: **bebidas azucaradas**, productos comestibles Ultraprocesados industrialmente y/o con **alto contenido de azúcar, sodio o grasas saturadas**.

¿QUIÉN PAGA ESTOS IMPUESTOS?

Estará a cargo del PRODUCTOR O IMPORTADOR.

- El impuesto se causa en el momento en que el productor entrega en planta para distribución y venta.
- El impuesto se causa cuando el producto extranjero entra al país.
- ✓ No responsables: productores que hayan tenido ingresos inferiores a 10.000 UVT (424 millones)

¿SI SE EXPORTAN ULTRAPROCESADOS SE PAGA IMPUESTOS SALUDABLES?

No, los productos no generan impuesto al ser exportados.

TARIFAS

Ultraprocesados

Tarifa:

10% - 2023

15% - 2024

20% - 2025

Bebidas azucaradas

Tarifas (cantidad gr de azúcar por cada 100ml):

2023 2024 2025

≥ 6 < 10 gr \$18 - \$28 - \$38

≥ 10 gr \$35 - \$55 - \$65

DENTRO DEL TOP 10 DE PRODUCTOS DE MAYOR INFLACIÓN ANUAL EN LOS PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO, 4 PRODUCTOS ESTÁN GRAVADOS CON IMPUESTOS SALUDABLES.

TOP 10 PRODUCTOS CON MAYOR INFLACIÓN ANUAL EN EL PRIMER SEMESTRE (2024)

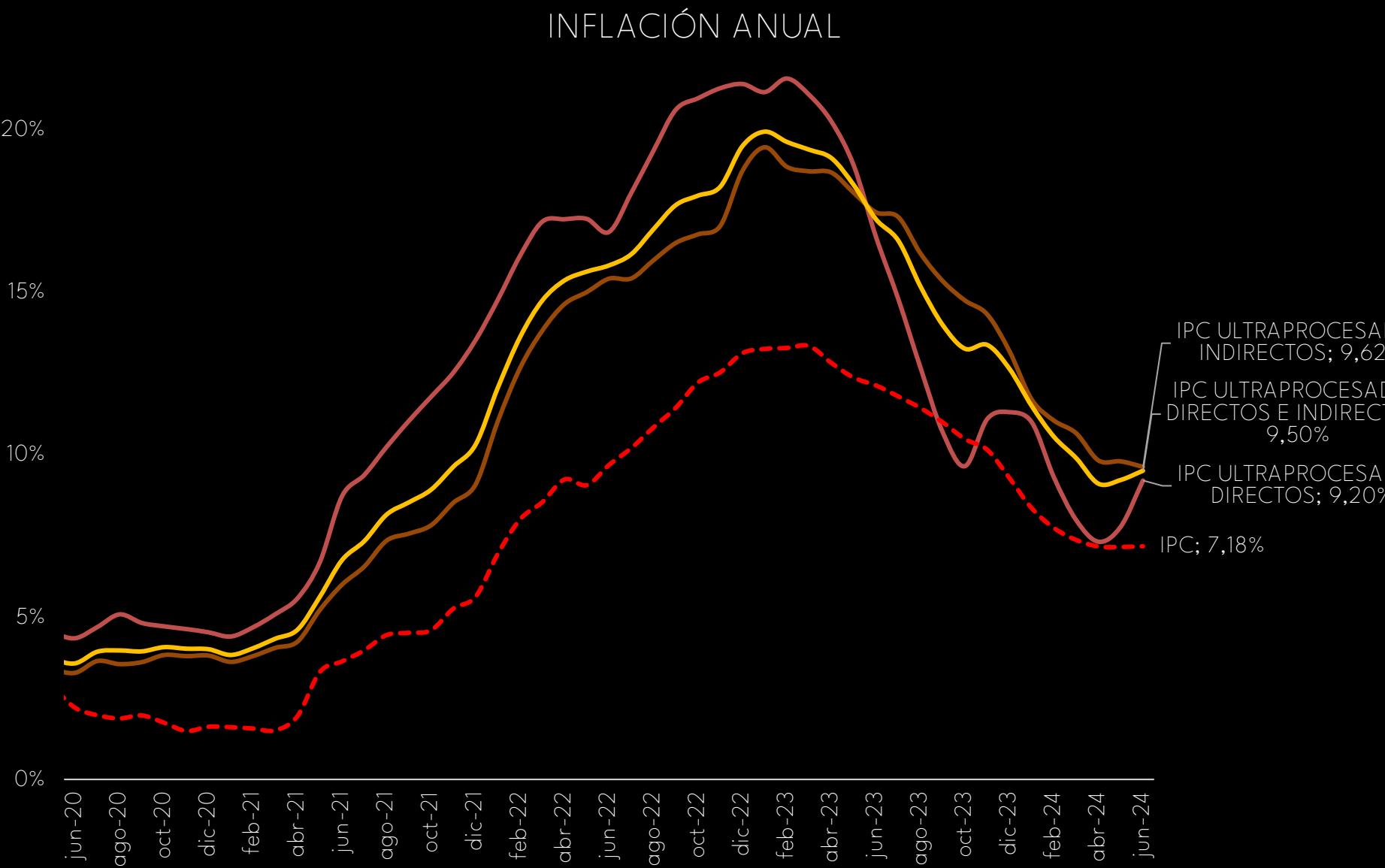
PRODUCTOS / PERÍODO	IQ 2024	IIQ 2024
TOMATE	10,73%	41,43%
PAPA	-16,91%	34,05%
CHOCOLATE	21,48%	32,52%
MORAS	13,44%	29,25%
COMBUSTIBLE	42,72%	29,13%
OTRAS FRUTAS FRESCAS	12,05%	21,49%
ENERGÍA ELÉCTRICA	21,10%	18,93%
OTROS ABARROTES	19,65%	18,73%
SALSA Y MAYONESA	21,64%	16,05%
CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS	19,08%	15,91%

Productos con impuesto saludable.

*Tabla ordenada de mayor a menor en el IIQ de 2024.

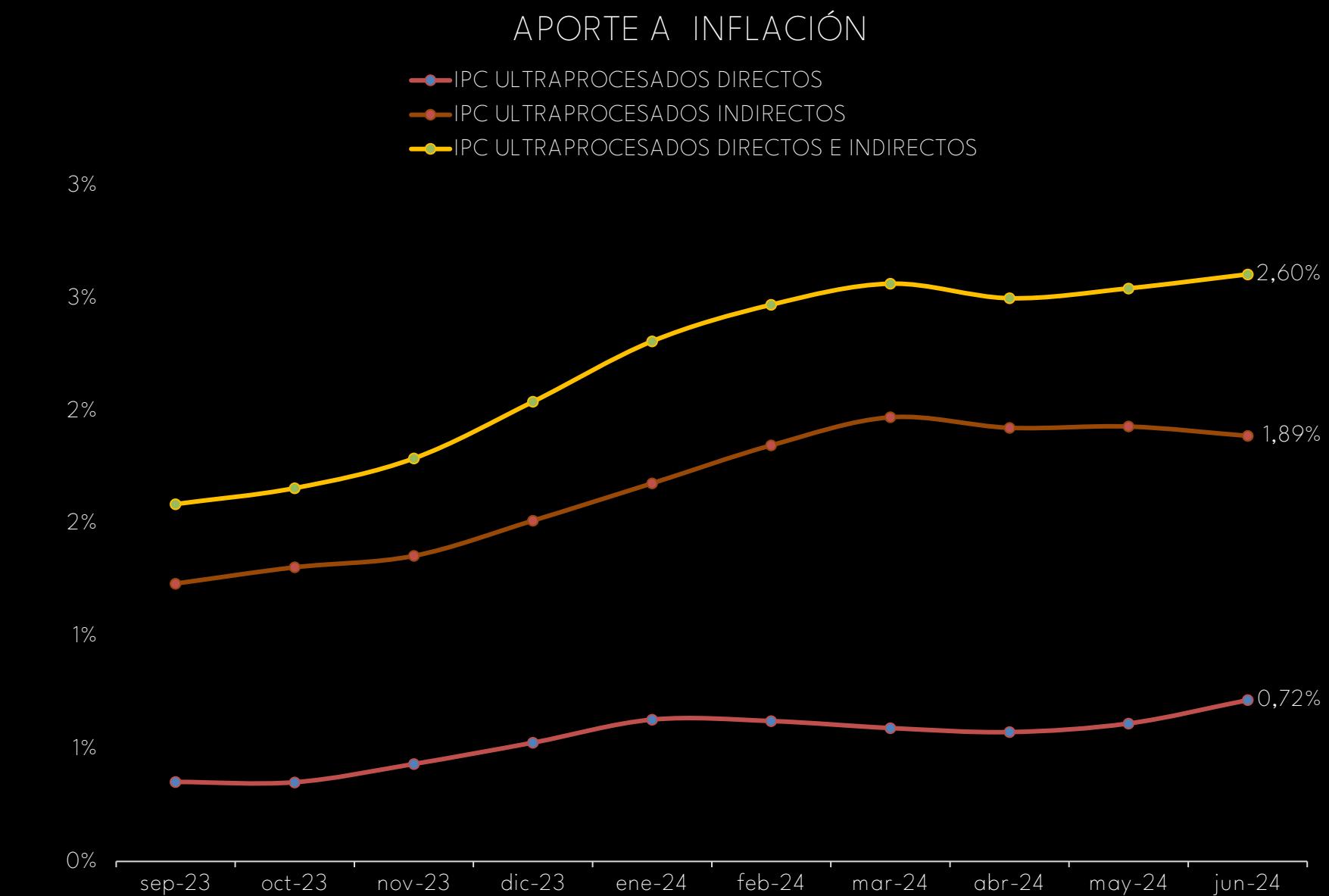
SI NO TODOS LOS HOGARES COMPRAN ESTOS PRODUCTOS, ¿POR QUÉ EL IMPUESTO AFECTA A LA INFLACIÓN TOTAL?

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 de Ultraprocesados en 2023 fue de una tasa del 10% y en 2024 con una tasa de 5% adicional, que lo lleva a una tasa de 15% sobre los costos de producción totales; sumado a la tarifa para bebidas azucaradas.
4. A lo que se debe adicionar el aumento de costos salariales en 2024, de servicios públicos, impuestos a plásticos de un solo uso, entre otros sobrecostos.



AUNQUE EL CONSUMIDOR NO PAGA ESTOS IMPUESTOS, SI PUEDE VERSE AFECTADO POR EL AUMENTO EN LOS PRECIOS DE ESTOS PRODUCTOS.

¿POR QUÉ? LOS PRODUCTORES NO PUEDEN CARGAR CON LOS SOBRECOSTOS: AUMENTO DE PRECIO DE INSUMOS, AUMENTO DE TARIFAS DE SERVICIOS PÚBLICOS, AUMENTO DE ARRIENDOS Y MANO DE OBRA, E IMPUESTOS.



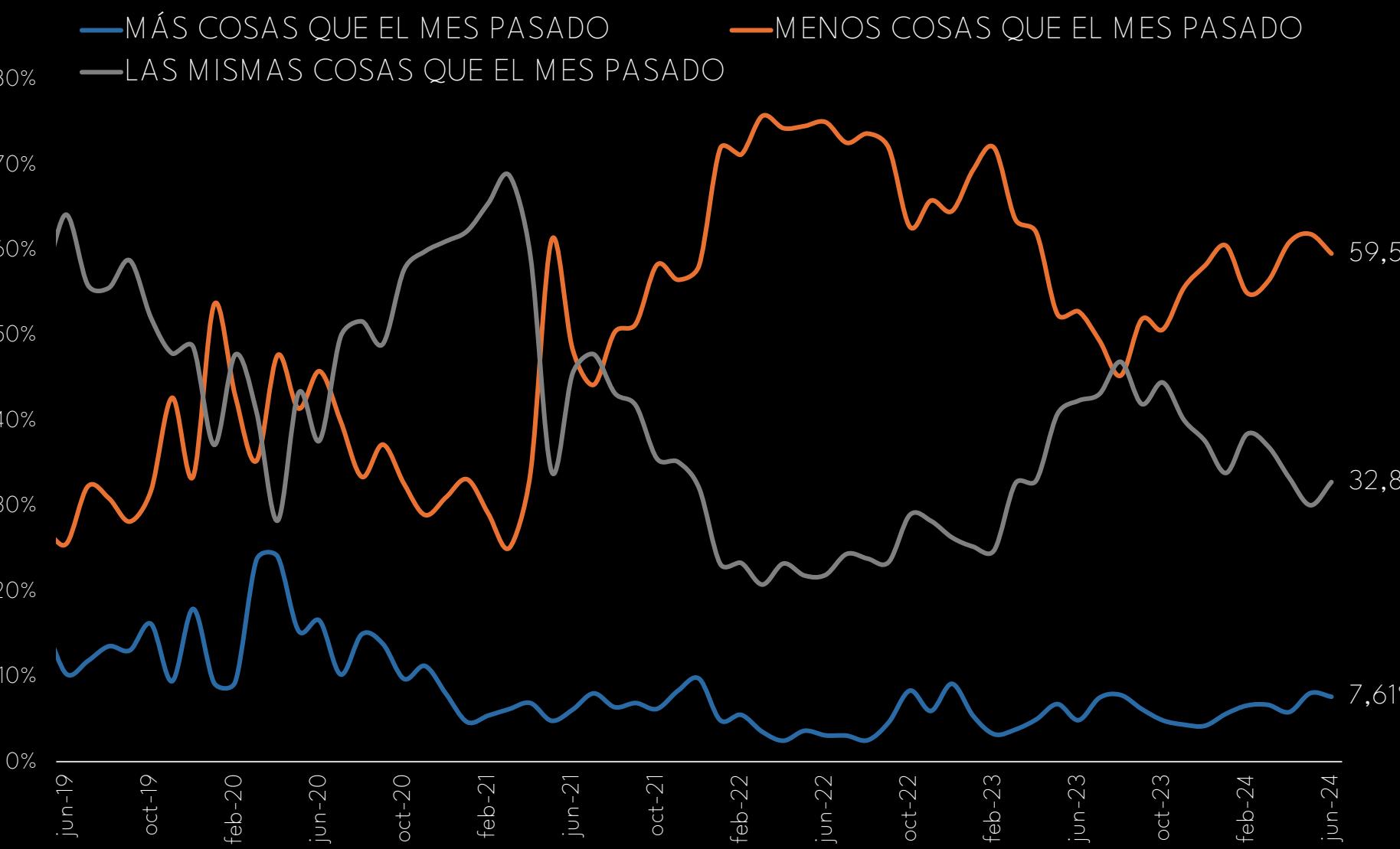
Cerca del 18 % de la inflación es explicada por alimentos Ultraprocesados; es decir, que de una inflación anual de 7,18% en junio, el 2,60% fue aportado por estos productos.

¿POR QUÉ CAE EL GASTO DE HOGARES?

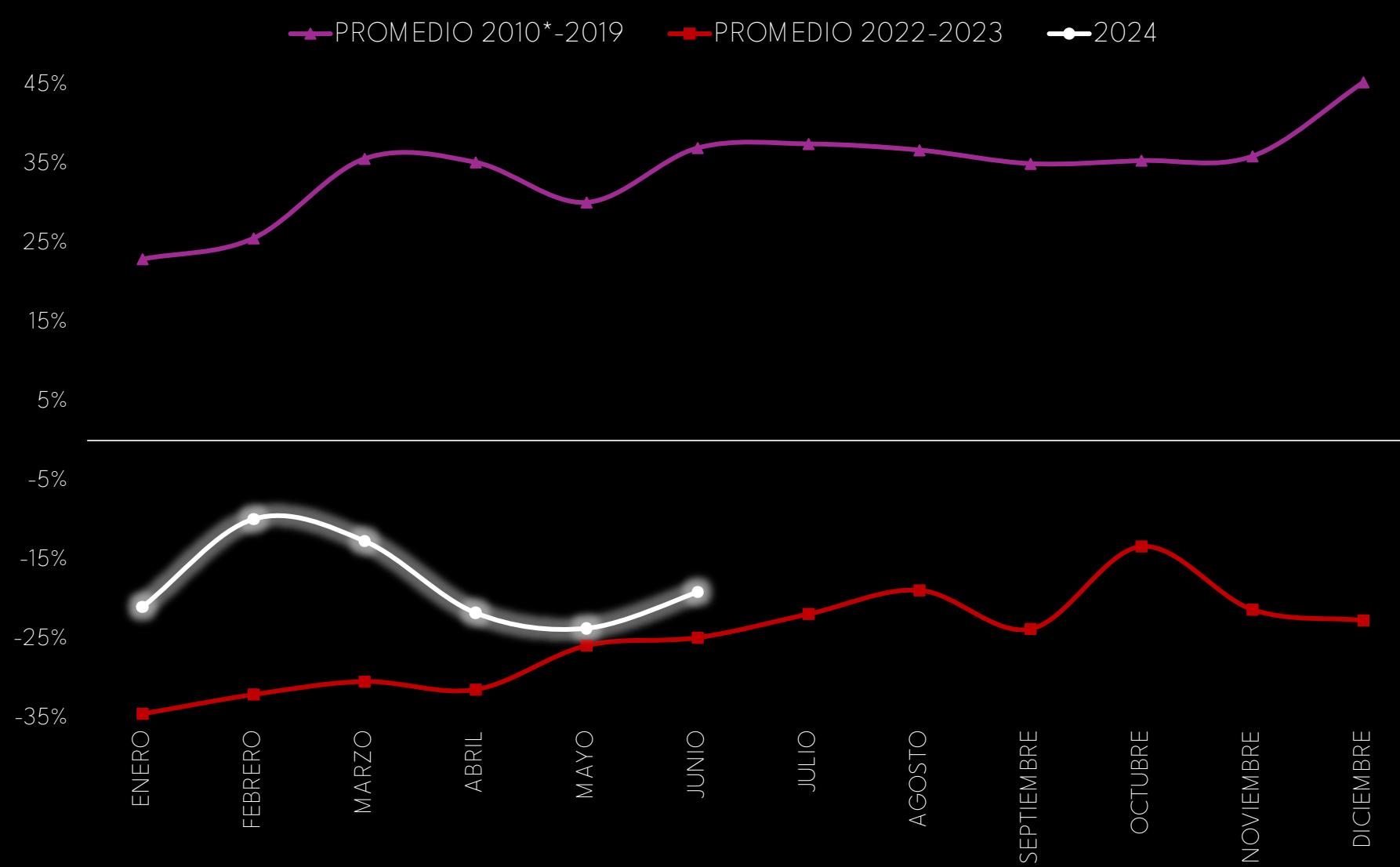
1. EL RETO DE LOS INGRESOS.
2. EL RETO DE LA INFLACIÓN.
3. EL CASO DE LOS IMPUESTOS “SALUDABLES”
4. OTROS FACTORES DE FRENO
5. QUÉ MÁS PUEDE PASAR

LUEGO DE LA TEMPORADA DE MADRES, LOS HOGARES PERCIBIERON UNA MEJOR PERCEPCIÓN DE COMpra

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



¿CÓMO ES LA PERCEPCIÓN DE COMPRA DE LOS HOGARES A LO LARGO DEL AÑO? – BALANCE DE PERCEPCIÓN



La sensación de comprar menos cosas que el mes pasado viene registrando una tendencia al alza en los últimos meses, sin embargo, durante el mes de junio, se registró una leve contracción que podría responder a un mejor ánimo ante el inicio de jornadas deportivas como la Copa América, así como también la presencia de días festivos, que, a su vez, pudo impulsar el repunte en la percepción de comprar las mismas cosas que el mes pasado. Ahora bien, en el balance de la percepción de compra, es decir, la cantidad de hogares que responden que compraron más o las mismas cosas menos los hogares que responden que compraron menos cosas que el mes anterior, viene en terreno negativo luego de la pandemia, pero evidencia como en el segundo semestre del año, se tiende a mejorar la percepción de compra. Los primeros meses del año tienden a tener una baja percepción de compra ante el peso de la inflación en estos períodos, sin embargo, el 2024 no cumplió esta dinámica, y meses como febrero registraron una mejoría. En línea con la dinámica histórica entre 2010-2019 junio repuntó ante una mejor sensación de compra luego del día de las madres que puede impactar la percepción que tienen los hogares de su bolsillo, ante los posibles gastos adicionales en esta fecha especial.

SEGÚN LA GRAN ENCUESTA INTEGRADA DE HOGARES REALIZADA POR EL DANE, EN LO CORRIDO DE ENERO A ABRIL DE 2024 31% DE LOS OCUPADOS EN EL PAÍS DECLARÓ HABER RECIBIDO PRIMA DE SERVICIOS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES...
¿CÓMO UTILIZAN ESTE INGRESO EXTRA LOS HOGARES?

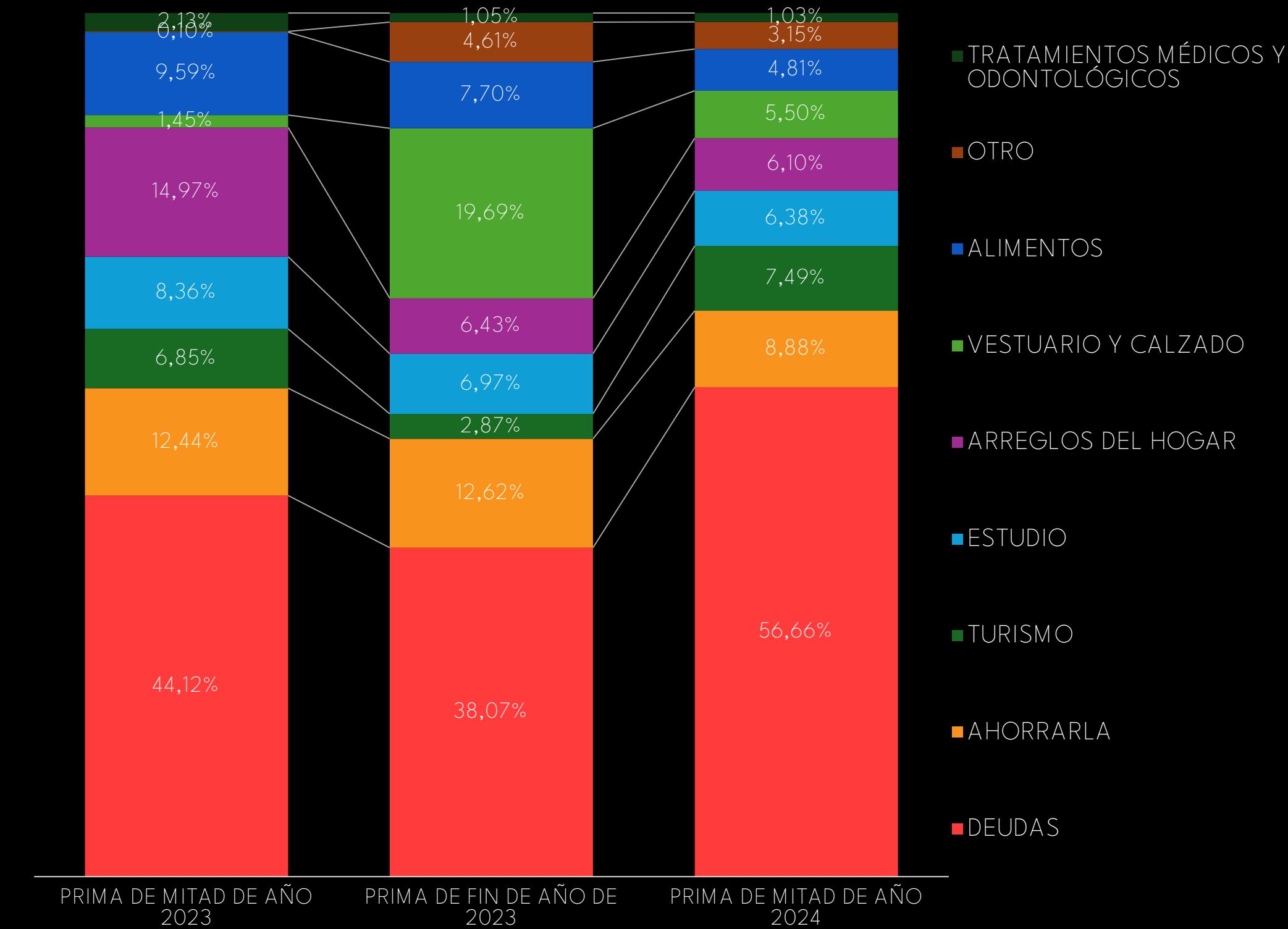
¿CUÁNTAS PERSONAS RECIBEN PRIMA DE SERVICIOS EN COLOMBIA?

GEIH DANE ENERO-ABRIL 2024

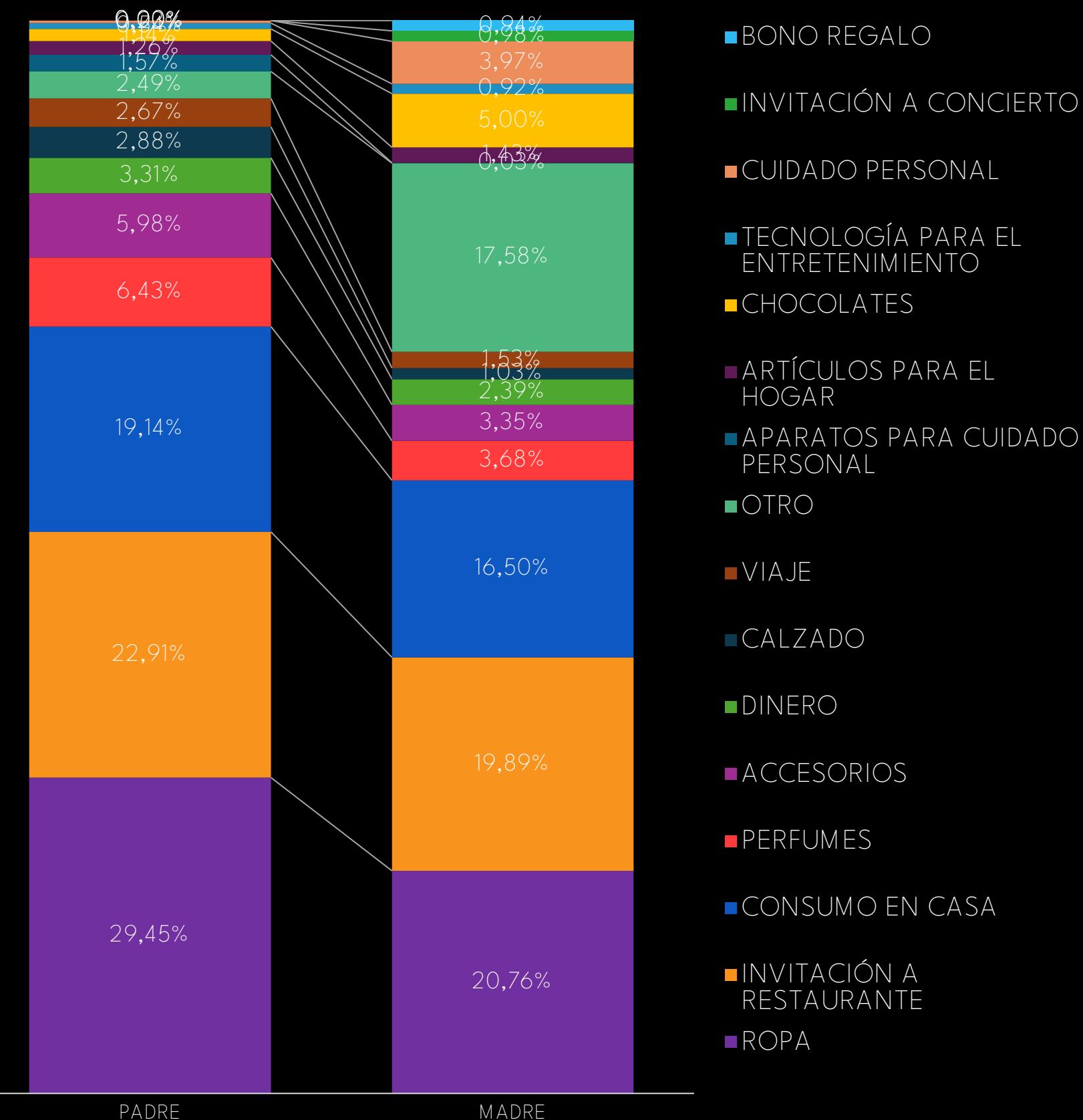


Cerca de un 30% de los ocupados del país pudieron recibir prima a mitad de año posibilitando un ingreso extra que impacta directamente el gasto de los hogares. Ahora bien, cuando le preguntamos a los hogares en que la utilizarán, se evidencia un fuerte crecimiento del pago de deudas frente al mismo periodo del 2023, lo que pudo recortar el presupuesto que anteriormente pudieron destinar para arreglo del hogar o ahorro, esto, teniendo en cuenta el uso del crédito en años previos.

¿EN QUÉ UTILIZAN LA PRIMA LOS HOGARES? – CONSUMERTRACK RADDAR



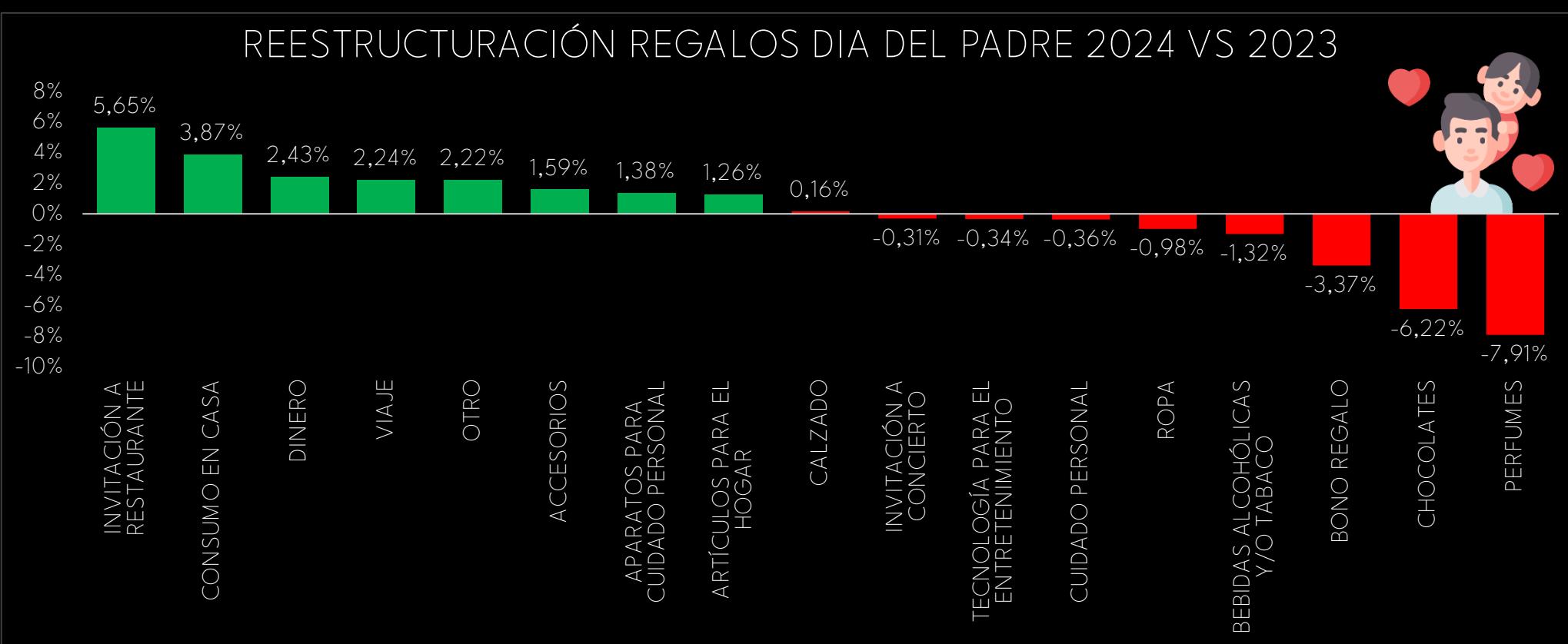
¿QUÉ LE REGALAMOS A NUESTROS PADRES Y A NUESTRAS MADRES? - REGALOS DIA DEL PADRE Y DE LA MADRE 2024



ESPECIAL DÍA DEL PADRE

Según el ConsumerTrack de Raddar, en 2024, un **42,4%** de los encuestados tenían intención de celebrar el **Día del Padre**. Un aumento notable desde el **25,2%** del año pasado.

¿La Copa América pudo motivar a los hogares a compartir con sus padres?



Los regalos del día de la madre parecen estar un poco más diversificados, teniendo mayores participaciones los regalos relacionados con el cuidado personal, así como también, los chocolates. Ahora bien, si bien la ropa es importante, en la celebración del día del padre es donde tiene un mayor terreno al igual que la invitación a restaurante y consumo en casa, que de hecho, frente a la celebración del 2023, fueron los dos tipos de regalo que más crecieron, esto a su vez, relacionado con una mayor facilidad y un posible ticket promedio más bajo que perfumes o ropa. Desde la Gastometría de Raddar, se evidenció un mayor peso de la temporada del día del padre en el gasto de los hogares (3,68%) frente al promedio de 2016-2019 (1,11%), lo que deja en evidencia una mayor importancia a esta celebración en el bolsillo de muchos hogares.

TOM (TOP OF MIND)

(Quiero que me diga la 1ra marca que se le venga a la cabeza, sin importar de qué tipo de producto es)



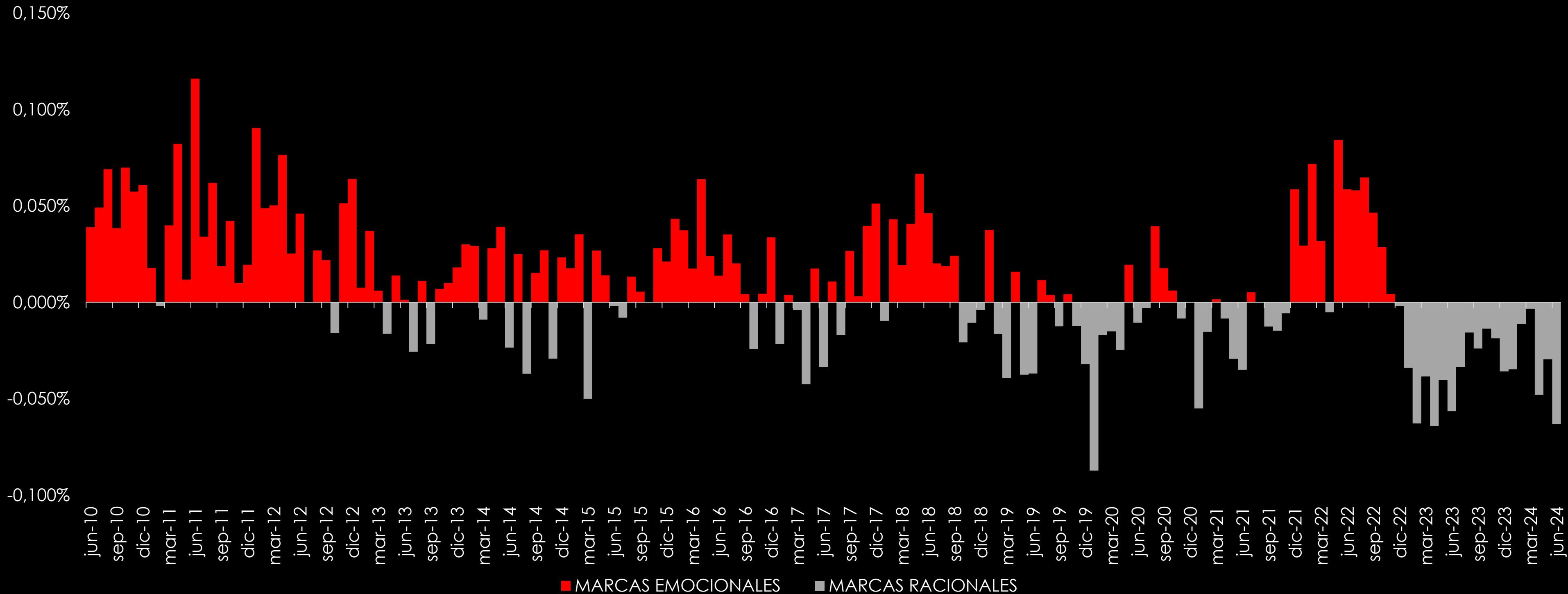
TOH (TOP OF HEART)

(Dígame la marca que usted más quiere, sin importar de qué tipo de producto es)



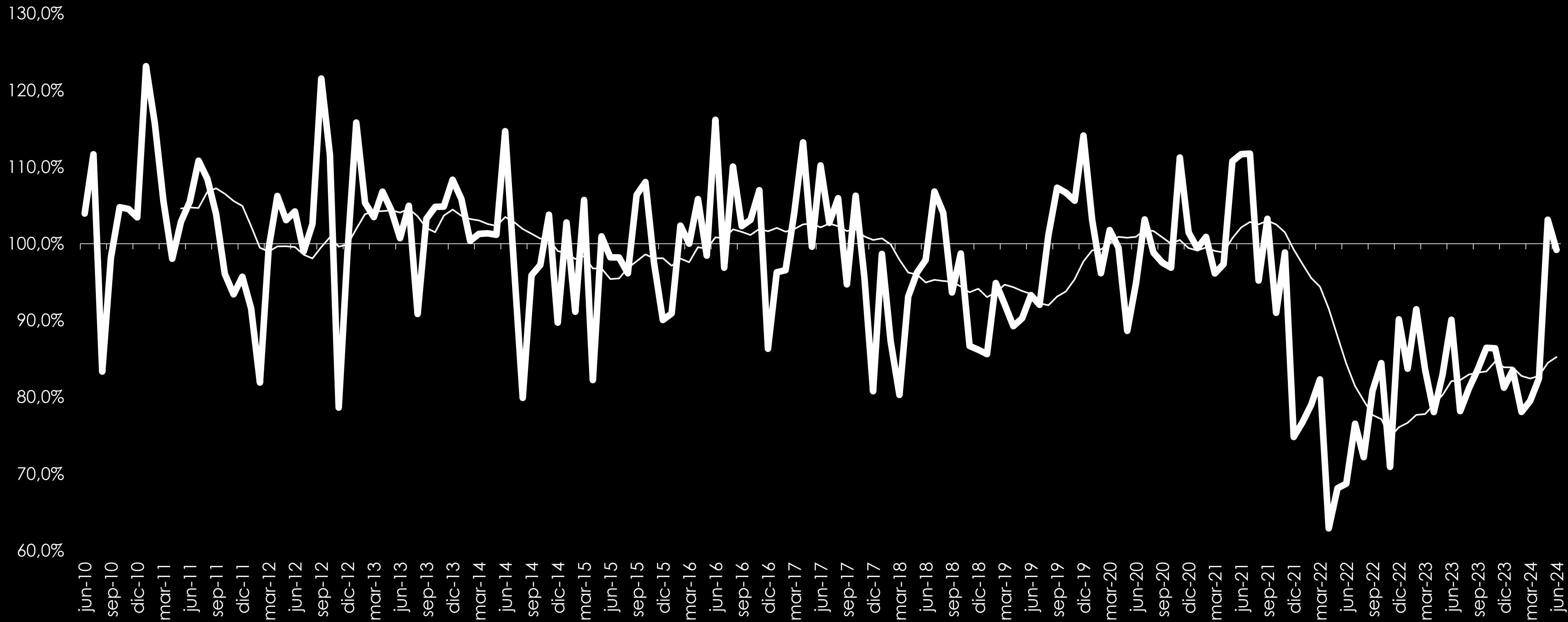
DESDE 2023, LOS COMPRADORES TIENE UNA RELACIÓN MAS RACIONAL CON LAS MARCAS:
!MAS TOM QUE TOH!

RELACION CON LAS MARCAS: ¿EMOCIONAL O RACIONAL?



AUNQUE EL COMPRADOR TIENE CADA VEZ MÁS MARCAS EN SU CABEZA, CADA VEZ COMpra MENOS

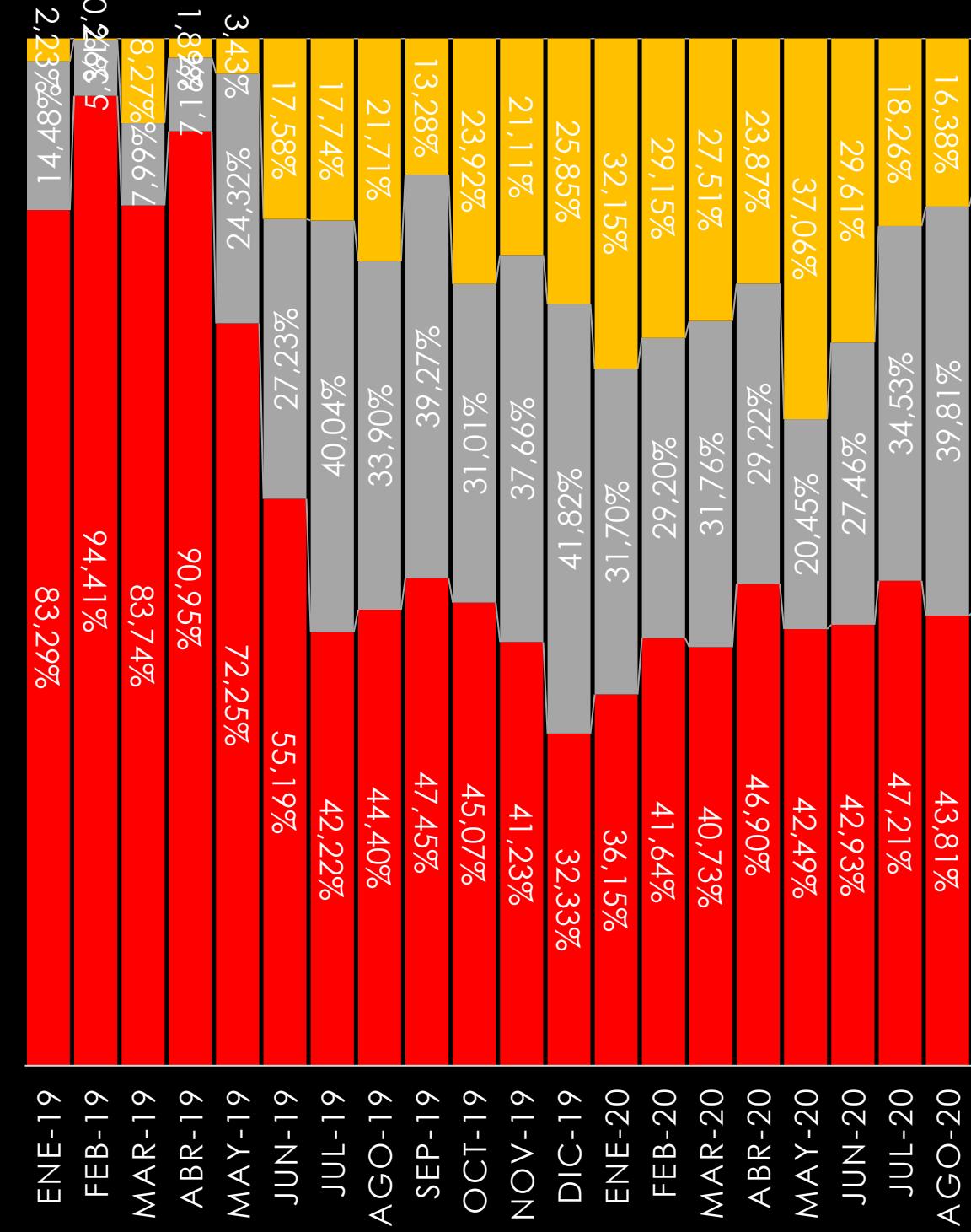
CONVERSIÓN (MARCA QUE COMPRÓ VS TOM)



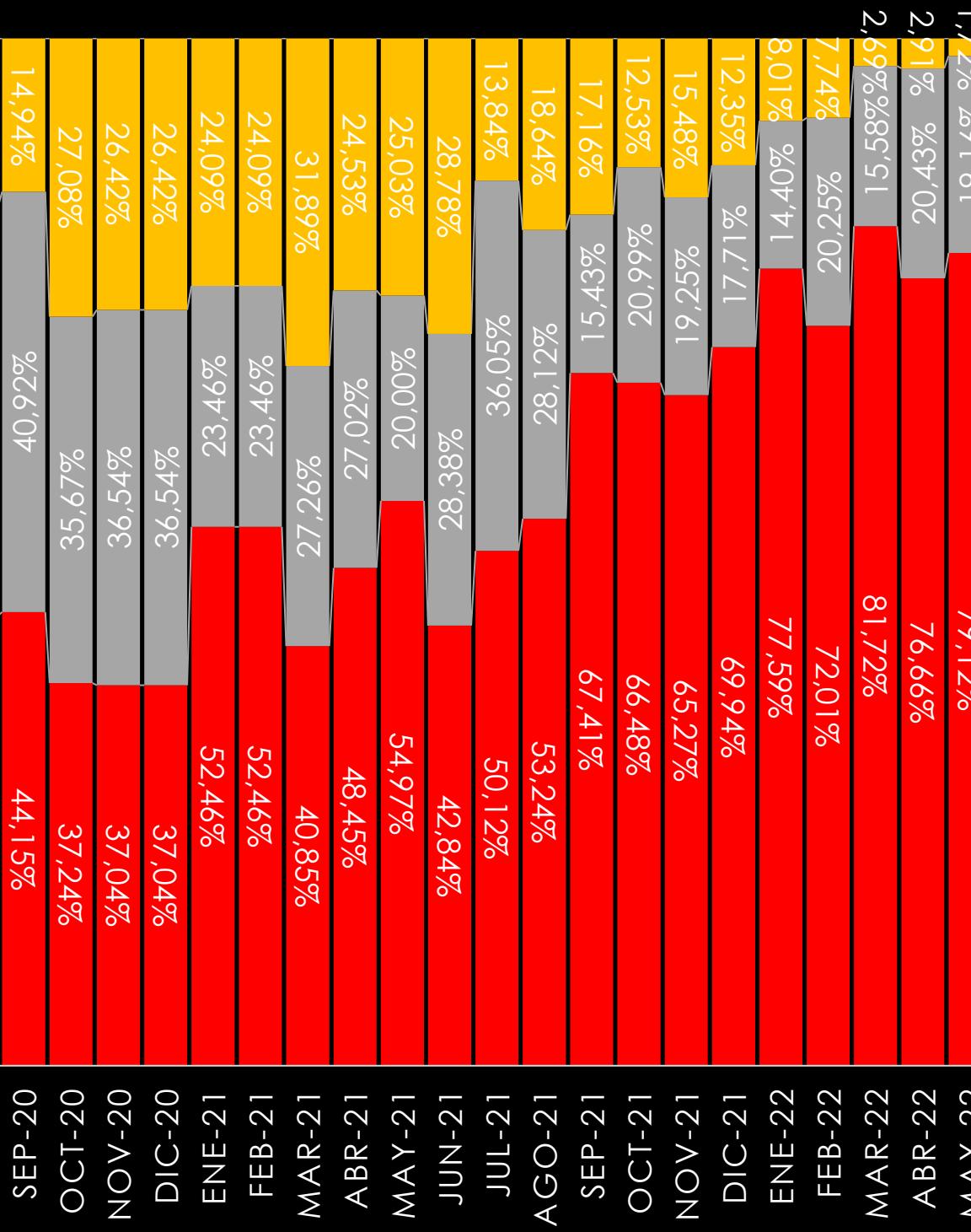
HAY UN RETORNO A LA BÚSQUEDA DE PRECIOS BAJOS Y PROMOCIONES...

TIPOS DE COMPRADOR

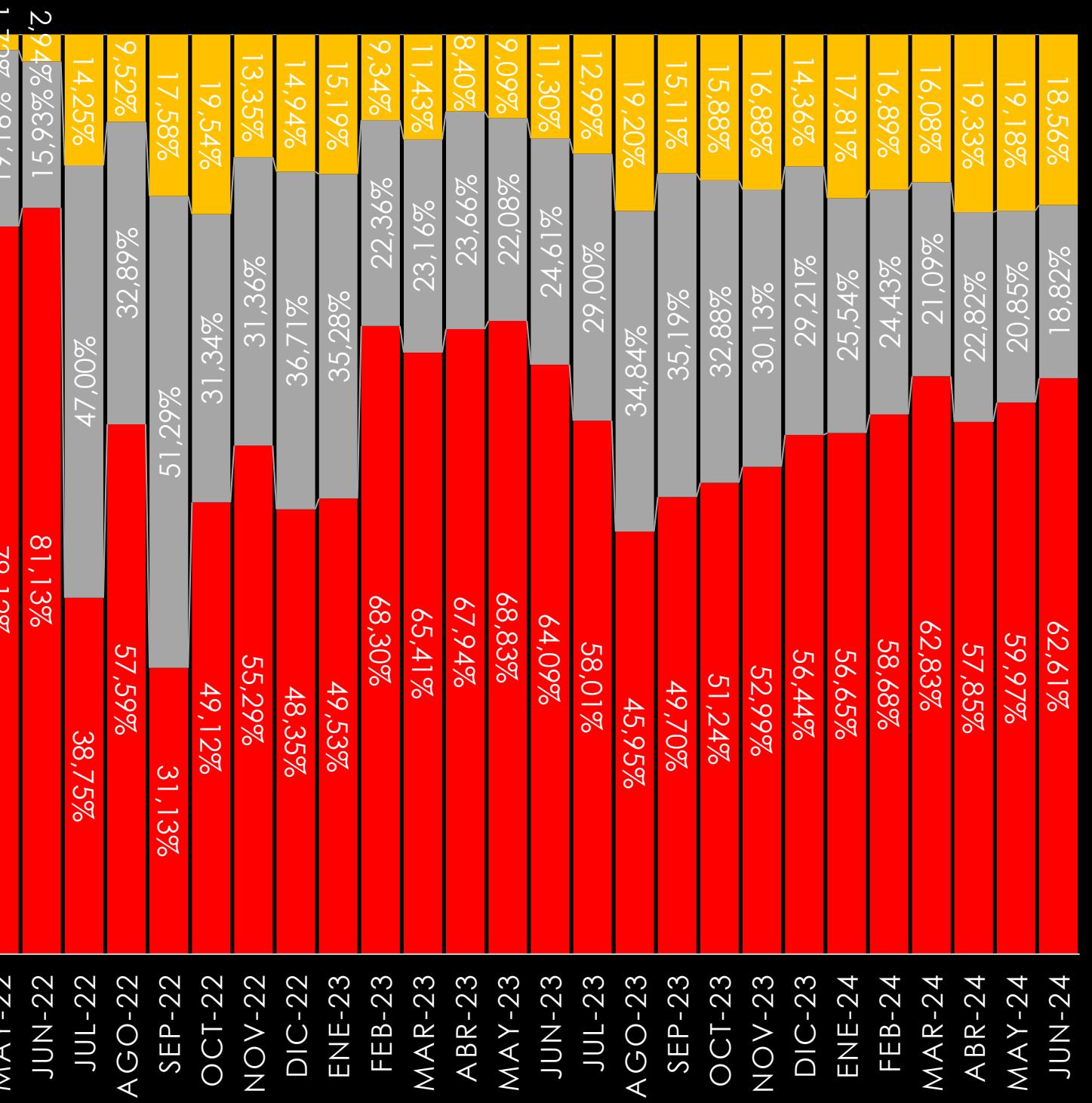
■ 1. CAZADOR DE PROMOCIONES



■ 2. CAZADOR DE OPORTUNIDAD



■ 3. CAZADOR DE VALOR



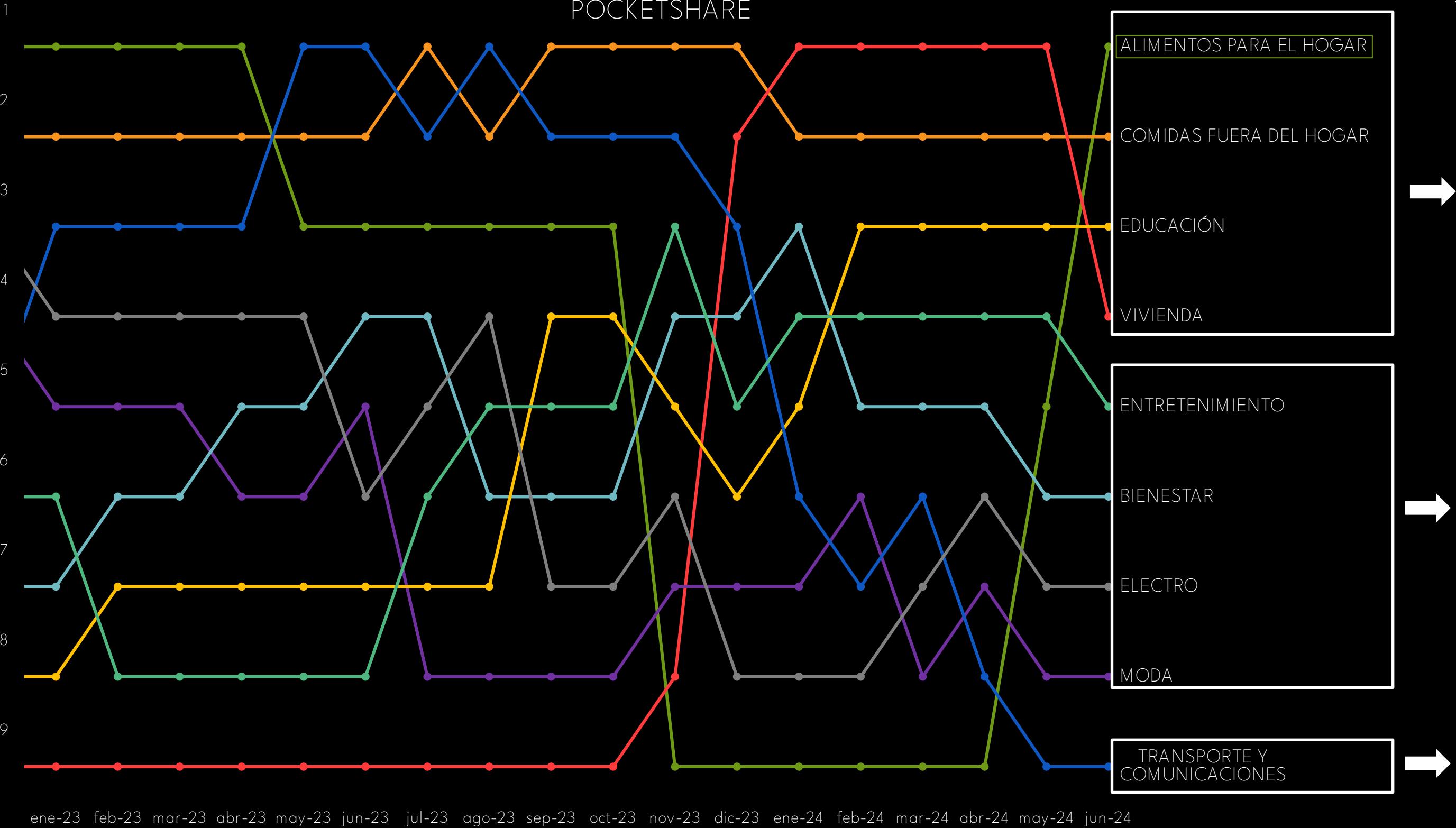
EL ESTANCIAMIENTO DE LA INFLACIÓN EVIDENCIÓ UN RECORTE EN LA CAPACIDAD DE COMPRA FRENTE A JUNIO DE 2023,
VOLVIENDO A TERRENO NEGATIVO 8 DE LAS 9 CANASTAS DE CONSUMO

FRENTE AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR	CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO REAL POR CANASTAS	PRIMER SEMESTRE 2023						SEGUNDO SEMESTRE 2023						PRIMER SEMESTRE 2024							
		IQ-2023			IIQ-2023			jun-23	IIIQ-2023			IVQ-2023			dic-23	IQ-2024			IIQ-2024		
		ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23		Jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23		ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
ALIMENTOS PARA EL HOGAR	-6,07%	-6,52%	-5,72%	-5,50%	-4,32%	-5,08%	-2,56%	-3,66%	-3,21%	-2,15%	-0,90%	1,11%	2,45%	3,23%	2,04%	2,56%	2,83%	0,96%			
COMIDAS FUERA DEL HOGAR	-0,28%	-2,91%	-4,34%	-3,89%	-3,27%	-4,45%	-1,58%	-3,42%	-2,86%	-2,33%	-0,91%	1,12%	1,68%	2,17%	1,16%	0,83%	0,17%	-2,34%			
VIVIENDA	-4,23%	-4,55%	-3,75%	-3,52%	-2,92%	-4,18%	-1,51%	-3,27%	-2,90%	-2,38%	-1,09%	1,06%	1,82%	2,32%	1,03%	0,72%	-0,03%	-2,57%			
MODA	-2,60%	-3,19%	-3,36%	-2,89%	-2,09%	-3,46%	-0,88%	-2,76%	-2,03%	-1,51%	-0,14%	1,92%	2,56%	2,82%	1,43%	1,13%	0,38%	-2,20%			
BIENESTAR	-3,84%	-4,64%	-4,44%	-3,98%	-3,44%	-4,54%	-1,91%	-3,76%	-3,27%	-2,78%	-1,32%	0,86%	1,68%	2,23%	1,05%	0,75%	-0,02%	-2,55%			
EDUCACIÓN	-5,76%	-5,97%	-5,49%	-5,11%	-4,47%	-5,49%	-2,79%	-4,49%	-3,62%	-3,01%	-1,45%	0,89%	1,97%	2,74%	1,81%	1,77%	1,08%	-1,38%			
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	-0,90%	-2,47%	-3,48%	-3,86%	-3,48%	-5,70%	-3,66%	-5,95%	-6,23%	-5,75%	-5,25%	-2,78%	-2,48%	-2,48%	-3,18%	-3,46%	-3,81%	-5,36%			
ELECTRO	-1,02%	-2,53%	-3,15%	-2,69%	-2,00%	-3,18%	-0,45%	-2,24%	-1,45%	-0,91%	0,54%	2,63%	3,68%	3,98%	2,71%	2,41%	1,82%	-0,84%			
ENTRETENIMIENTO	-2,10%	-4,00%	-4,82%	-4,07%	-3,49%	-4,46%	-1,85%	-4,02%	-3,63%	-2,96%	-1,15%	1,14%	2,19%	2,95%	2,01%	1,78%	1,16%	-1,22%			

FRENTE AL MISMO MES ANTERIOR	CRECIMIENTO MENSUAL DEL GASTO REAL POR CANASTAS	PRIMER SEMESTRE 2023						SEGUNDO SEMESTRE 2023						PRIMER SEMESTRE 2024							
		IQ-2023			IIQ-2023			jun-23	IIIQ-2023			IVQ-2023			dic-23	IQ-2024			IIQ-2024		
		ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23		Jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23		ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24
ALIMENTOS PARA EL HOGAR	-22,98%	-0,01%	-5,41%	-3,48%	5,42%	0,00%	19,80%	-15,55%	-0,47%	3,14%	3,31%	27,12%	-21,96%	0,76%	-6,50%	-2,98%	5,70%	-1,82%			
COMIDAS FUERA DEL HOGAR	-22,86%	-0,11%	-5,80%	-3,11%	5,81%	0,07%	20,09%	-15,85%	-0,45%	2,47%	3,26%	27,59%	-22,43%	0,36%	-6,73%	-3,42%	5,11%	-2,44%			
VIVIENDA	-22,94%	0,01%	-5,61%	-3,13%	5,76%	0,05%	19,91%	-15,81%	-0,53%	2,47%	3,23%	27,59%	-22,36%	0,49%	-6,79%	-3,43%	4,98%	-2,50%			
MODA	-22,87%	0,43%	-5,66%	-3,03%	5,98%	0,11%	19,85%	-15,91%	-0,27%	2,46%	3,31%	27,43%	-22,39%	0,69%	-6,93%	-3,32%	5,20%	-2,46%			
BIENESTAR	-22,96%	-0,18%	-5,70%	-3,02%	5,75%	0,12%	19,90%	-15,93%	-0,50%	2,44%	3,37%	27,53%	-22,34%	0,37%	-6,79%	-3,32%	4,95%	-2,41%			
EDUCACIÓN	-23,12%	0,09%	-6,00%	-3,25%	5,71%	0,05%	19,88%	-15,84%	0,09%	2,42%	3,33%	27,56%	-22,30%	0,85%	-6,85%	-3,29%	5,00%	-2,39%			
TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	-23,19%	0,06%	-6,28%	-3,23%	5,45%	-0,61%	19,28%	-16,16%	-0,88%	2,57%	2,72%	27,44%	-22,96%	0,06%	-6,95%	-3,52%	5,06%	-2,21%			
ELECTRO	-22,91%	0,18%	-5,44%	-2,98%	5,96%	0,22%	20,04%	-15,74%	-0,26%	2,47%	3,37%	27,66%	-22,12%	0,47%	-6,60%	-3,27%	5,34%	-2,39%			
ENTRETENIMIENTO	-23,08%	-0,15%	-5,27%	-2,77%	5,85%	0,26%	19,98%	-16,27%	-0,70%	2,51%	3,34%	27,48%	-22,28%	0,59%	-6,13%	-2,99%	5,21%	-2,10%			

MES A MES, LOS HOGARES AJUSTAN SU BOLSILLO

¿A QUÉ LE ESTAN DANDO PRIORIDAD LOS HOGARES? - REESTRUCTURACIÓN ANUAL DEL POCKETSHARE



La reestructuración del pocket share bajo una jerarquía permite entender el orden en que las canastas se ajustan mes a mes en el bolsillo de los hogares.

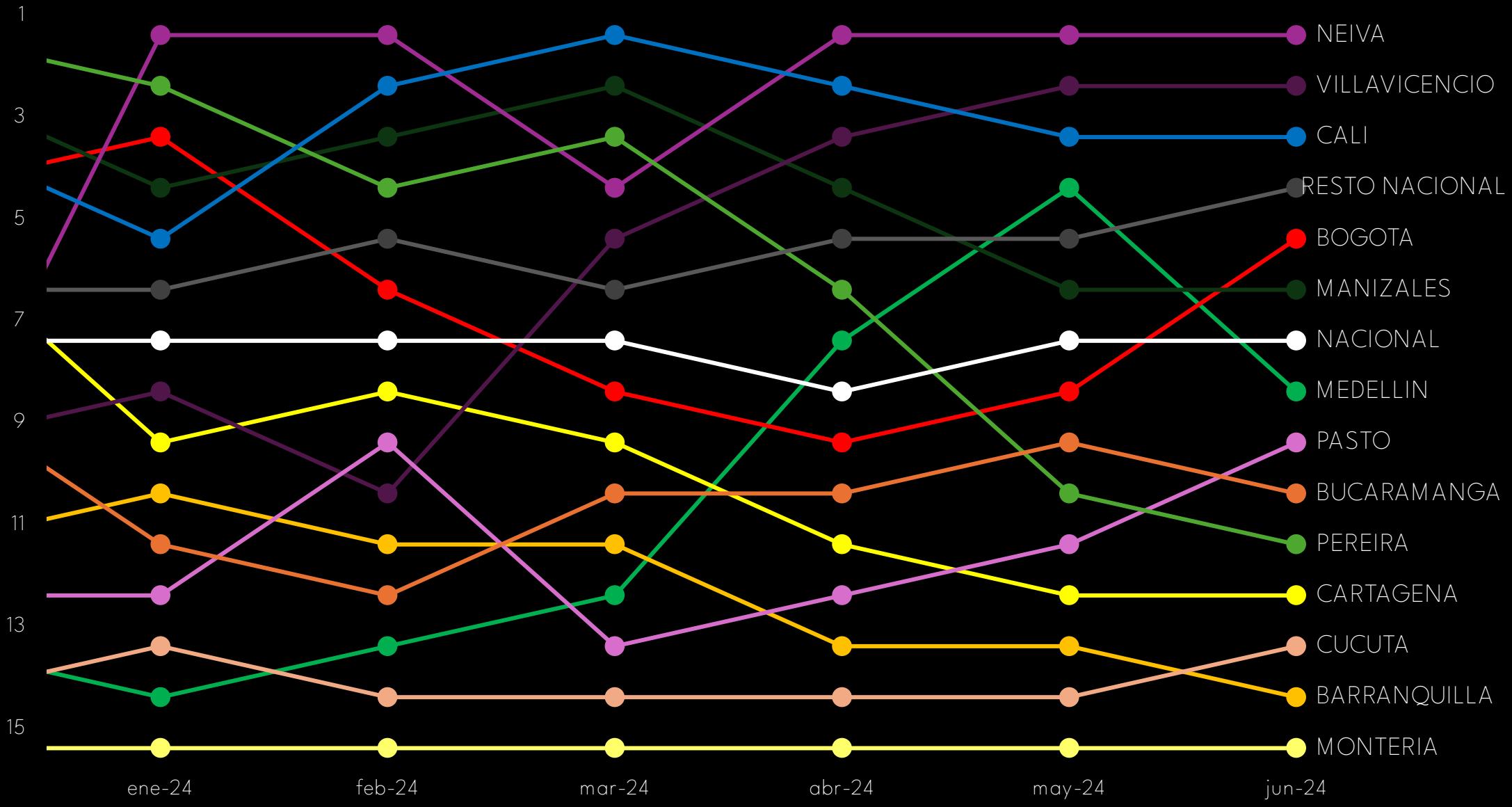
Los dolores en el bolsillo cambian. Vivienda se mantenía como una prioridad ante las tarifas de servicios públicos, arriendos y algunos productos de aseo, sin embargo, ante el aumento de precios de algunos alimentos, los hogares le han vuelto a dar prioridad a estos en los últimos dos meses. Comidas por fuera del hogar y educación se mantienen estables en el bolsillo de los hogares durante los últimos meses.

Un movimiento en el precio de los alimentos genera un cambio inmediato en la participación de canastas como entretenimiento, bienestar y moda, cayendo de lugar en el bolsillo de los hogares, pero manteniéndose estables en junio, lo que demuestra la cautela de los hogares para ampliar su gasto ante una nueva coyuntura económica y pese a la temporada del año.

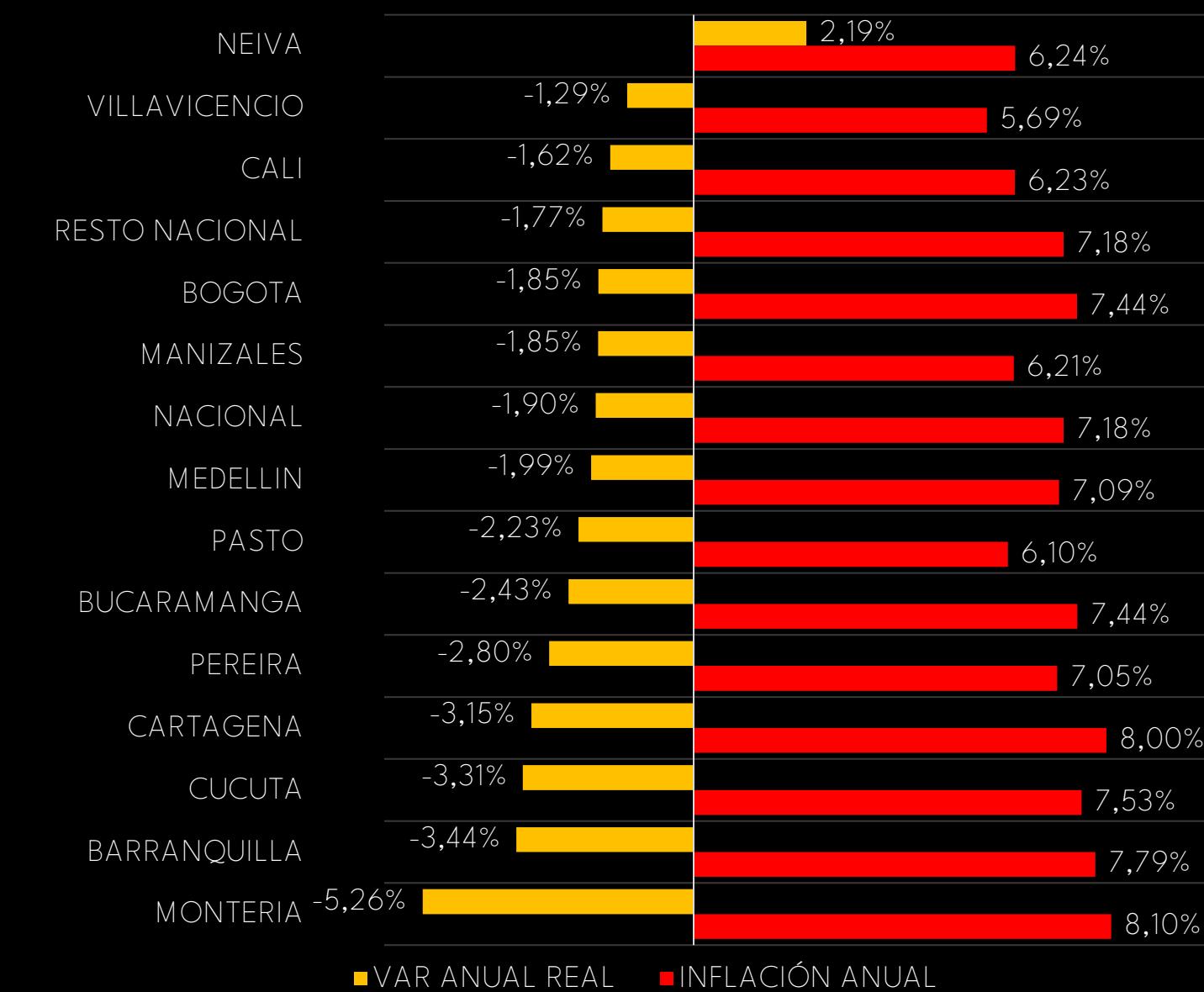
Luego de ocupar el lugar #1 en el bolsillo de los hogares ante el aumento del combustible en 2023, transporte y comunicaciones cae consecutivamente desde noviembre de 2023, a excepción de marzo- por posibles ajustes ante semana santa- al último lugar en el bolsillo.

DINAMISMO EN EL GASTO DE LOS HOGARES AL SUR DEL PAÍS, MIENTRAS QUE LOS HOGARES AL NORTE PRESENTAN DESAFÍOS PERSISTENTES POR EL COSTO DE VIDA

¿CUÁL FUE LA CIUDAD QUE HA CRECIDO MÁS CADA MES? DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO REAL



DINÁMICA INTERANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES POR CIUDADES - JUNIO 2024

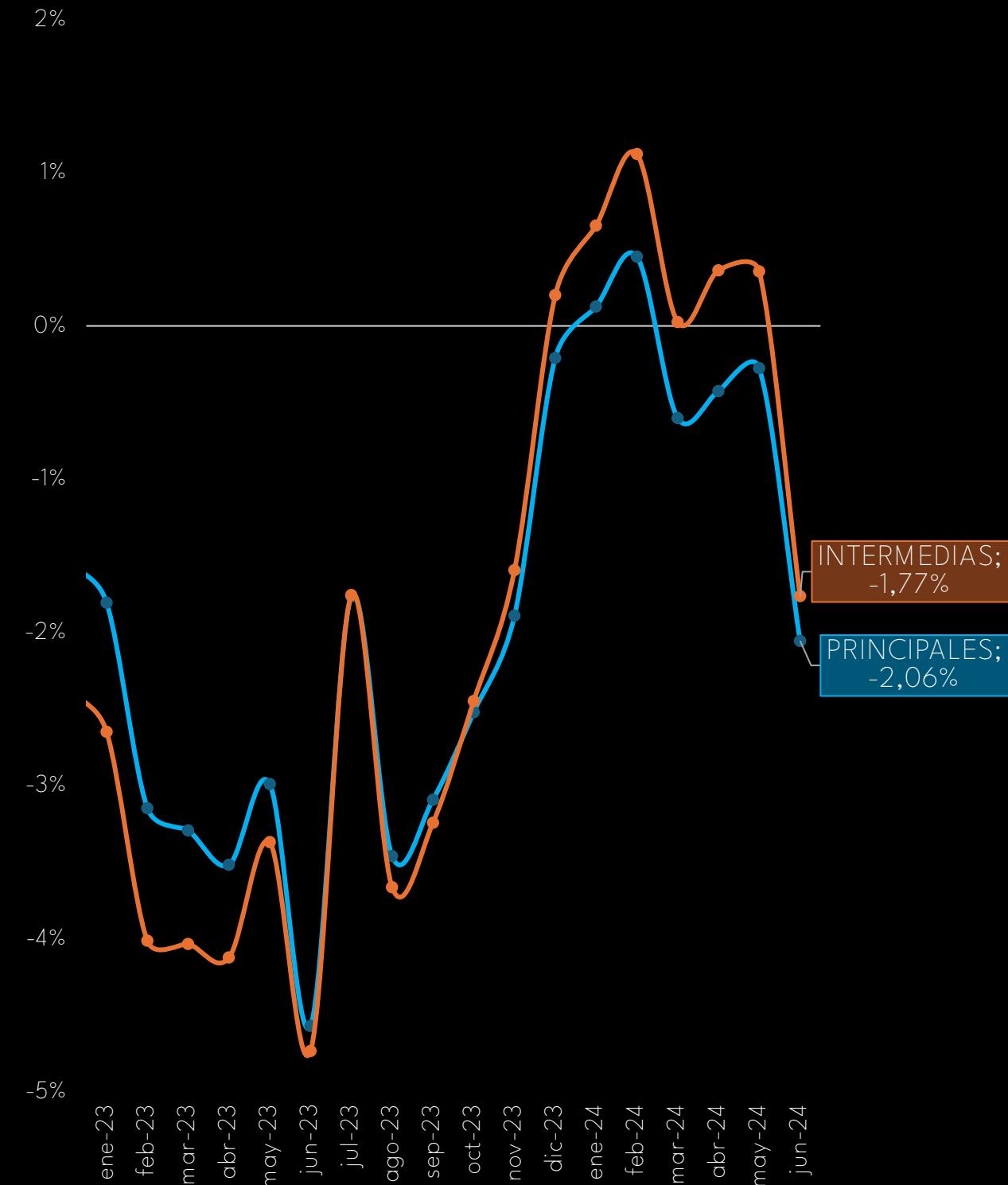


Al detallar el comportamiento del gasto real en lo corrido del año a nivel de ciudades, se observa que son principalmente las ciudades de la región sur del país las que han tenido una mejor dinámica, escalando posiciones frente a las demás. Factores como la importante recepción de remesas en esta región, especialmente durante este año que ha batido récords en este concepto, podrían explicar en parte esta dinámica. Asimismo, el significativo peso de los alimentos en el presupuesto de los hogares en esta región, cuya inflación ha mostrado una marcada reducción respecto al año pasado, podría explicar la mejor dinámica en términos reales. Por otro lado, las ciudades de la región norte del país, como Montería, Barranquilla, Cúcuta y Cartagena, han presentado un mayor deterioro en su capacidad de gasto, posiblemente explicado por el fuerte impacto de los precios de la energía en la región en donde entre otros motivos, los rezagados efectos del fenómeno de El Niño llevaron a la implementación de fuentes de generación de energía más costosas que las habituales, lo que se ha traducido en inflaciones elevadas.

LAS CIUDADES INTERMEDIAS EMPIEZAN A LIDERAR LA DINÁMICA DE CRECIMIENTO DEL GASTO DE LOS HOGARES

VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL

PRINCIPALES INTERMEDIAS



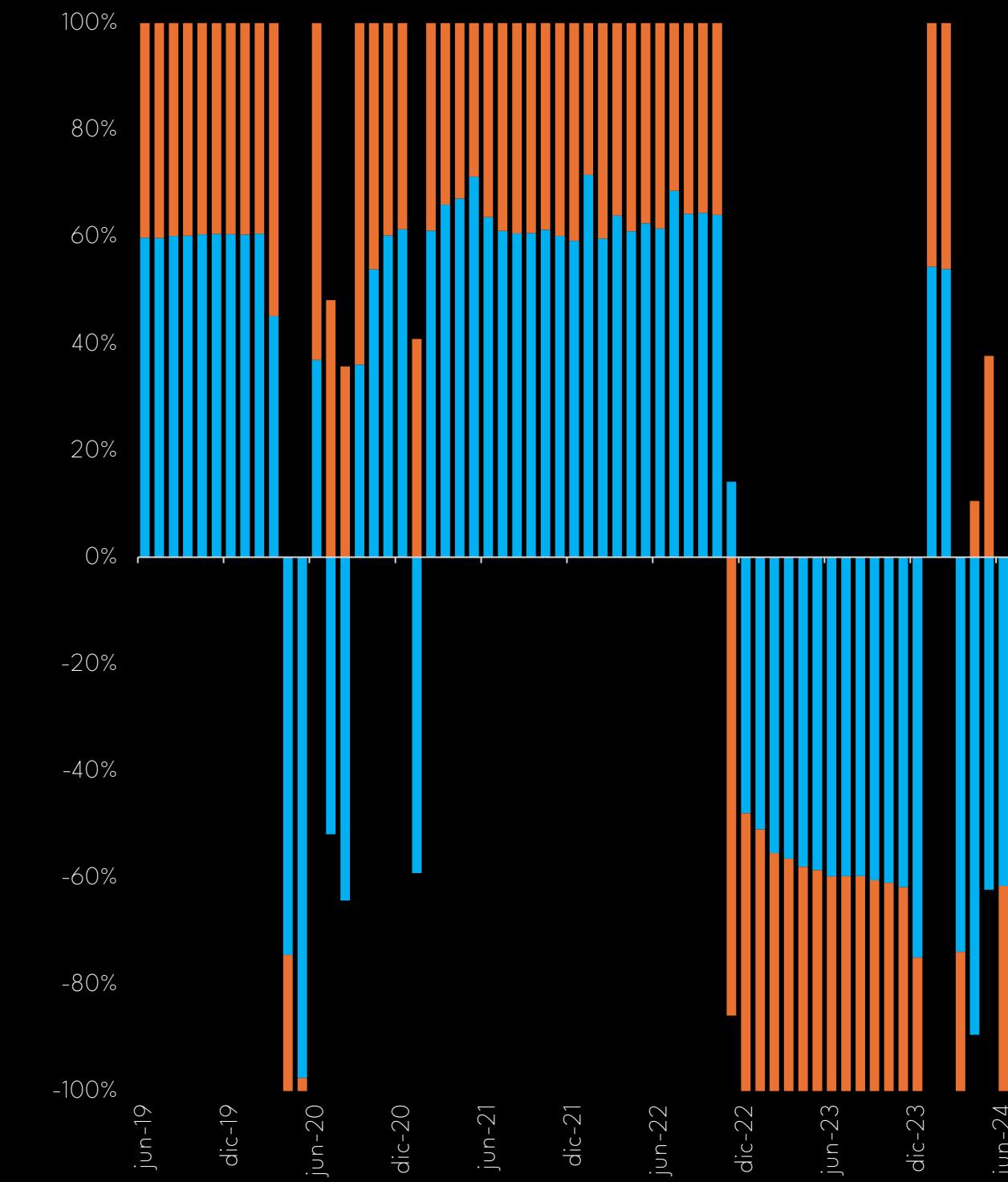
APORTE AL CAMBIO DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES

PRINCIPALES INTERMEDIAS



APORTE AL CAMBIO DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES

PRINCIPALES INTERMEDIAS

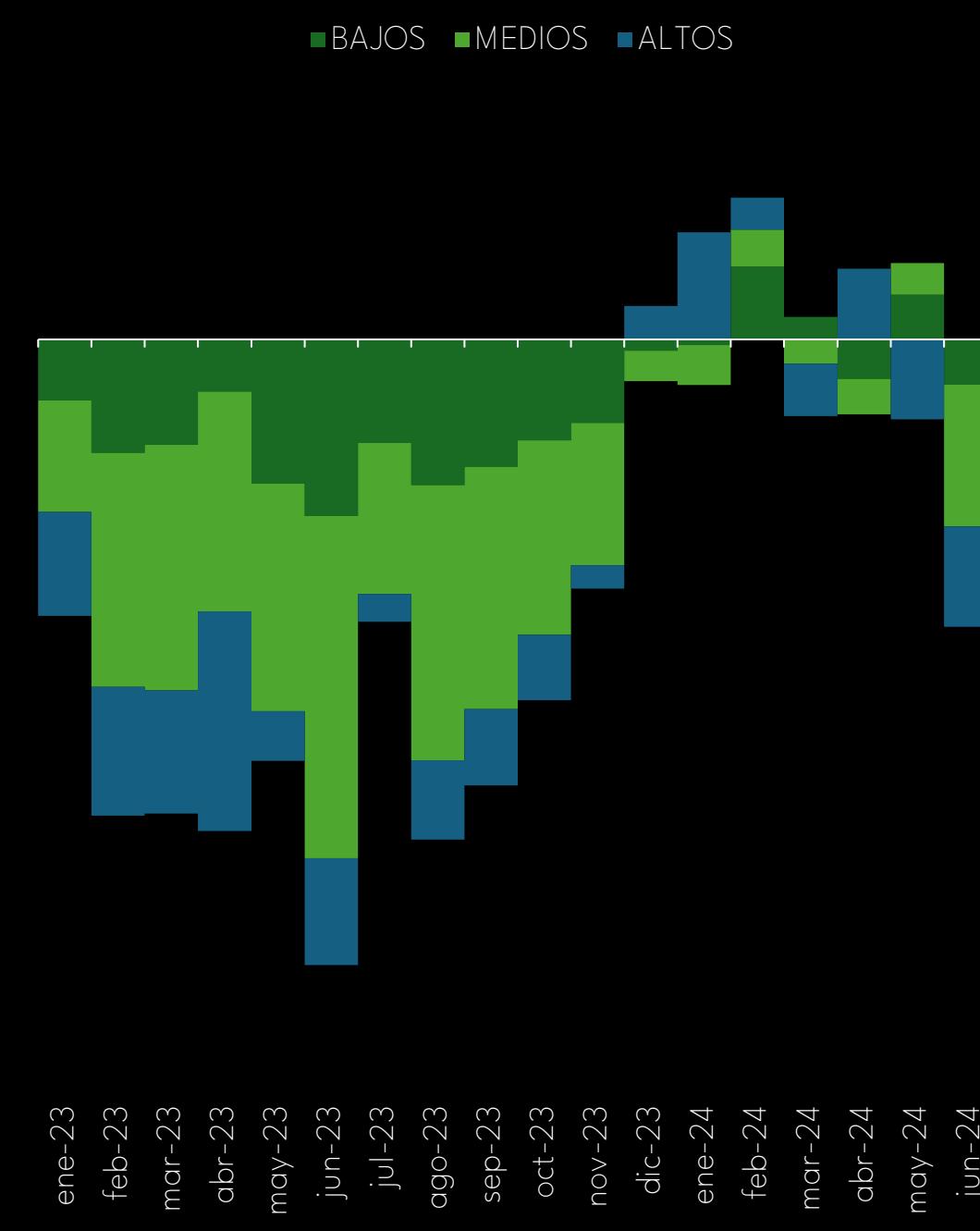


LOS INGRESOS ALTOS FRENAN DE MANERA MUY FUERTE SU GASTO, POR PAGAR DEUDA, PAGO DE IMPUESTOS Y AHORRO PARA EL PAGO DE IMPUESTO DE RENTA ...

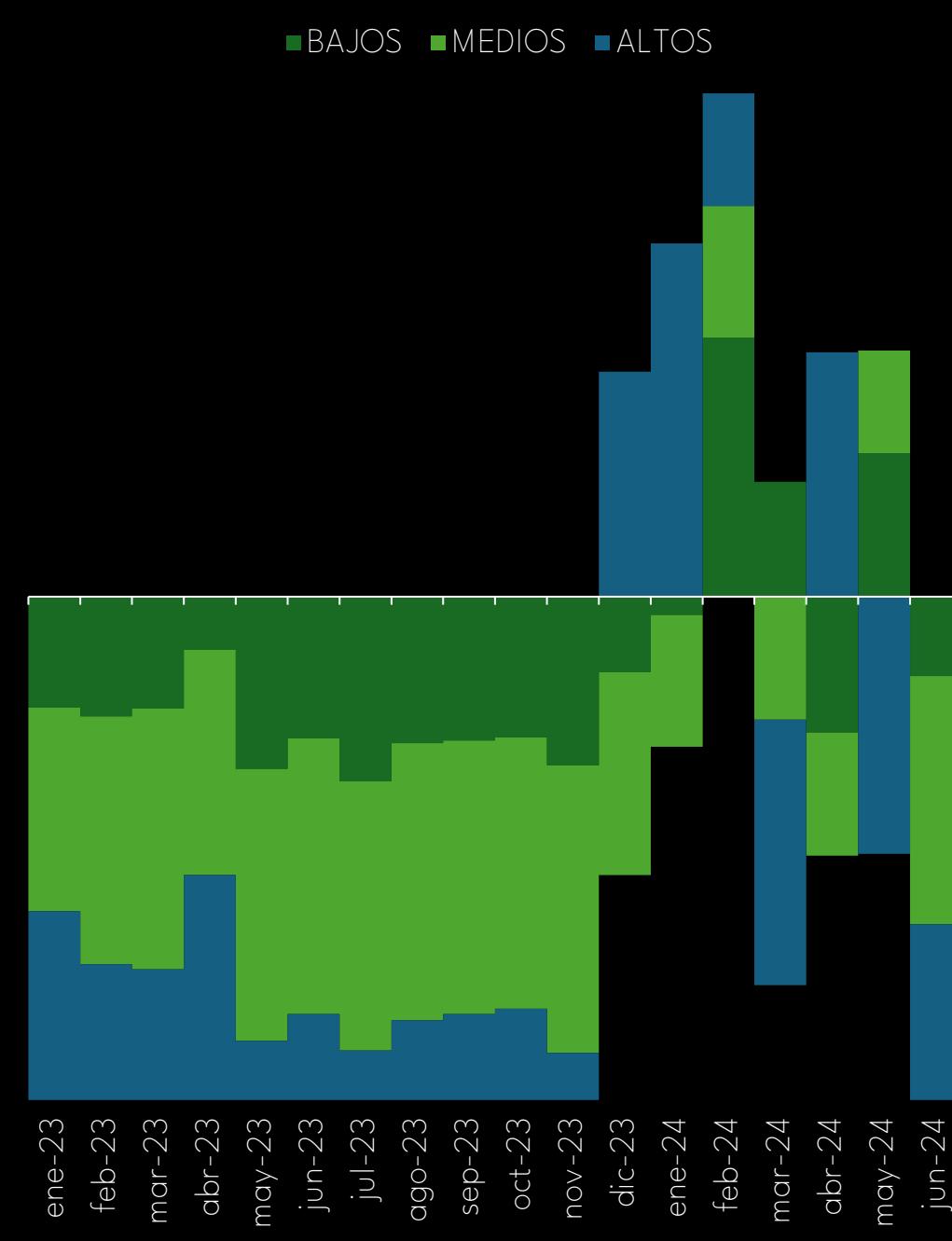
CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO DE HOGARES
POR NIVEL DE INGRESO



APORTES AL CAMBIO ANUAL DEL
GASTO POR NIVEL DE INGRESO



APORTES AL CAMBIO ANUAL DEL
GASTO POR NIVEL DE INGRESO

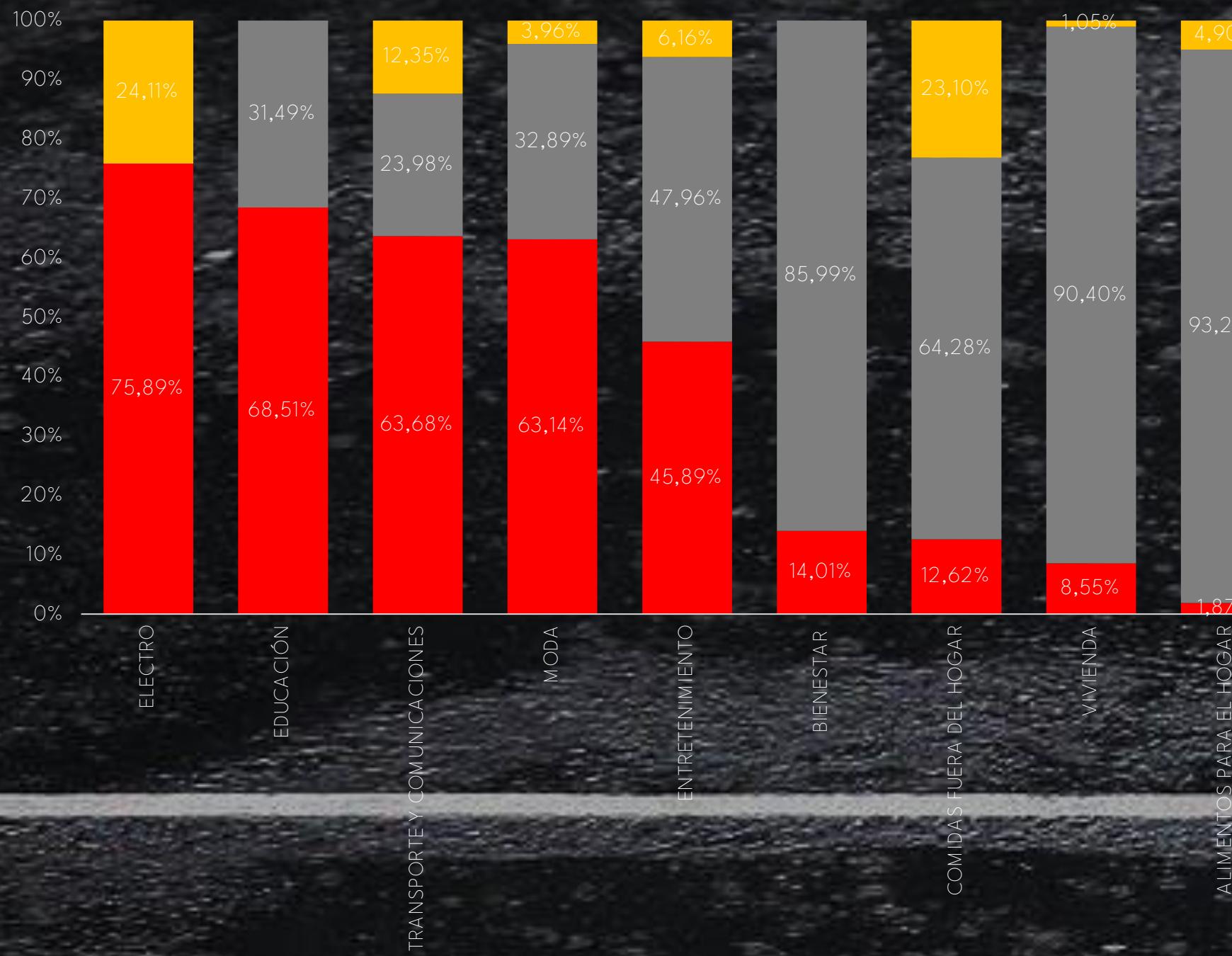


¿QUÉ IMPACTOS HA TENIDO EL GASTO DE LOS HOGARES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES?

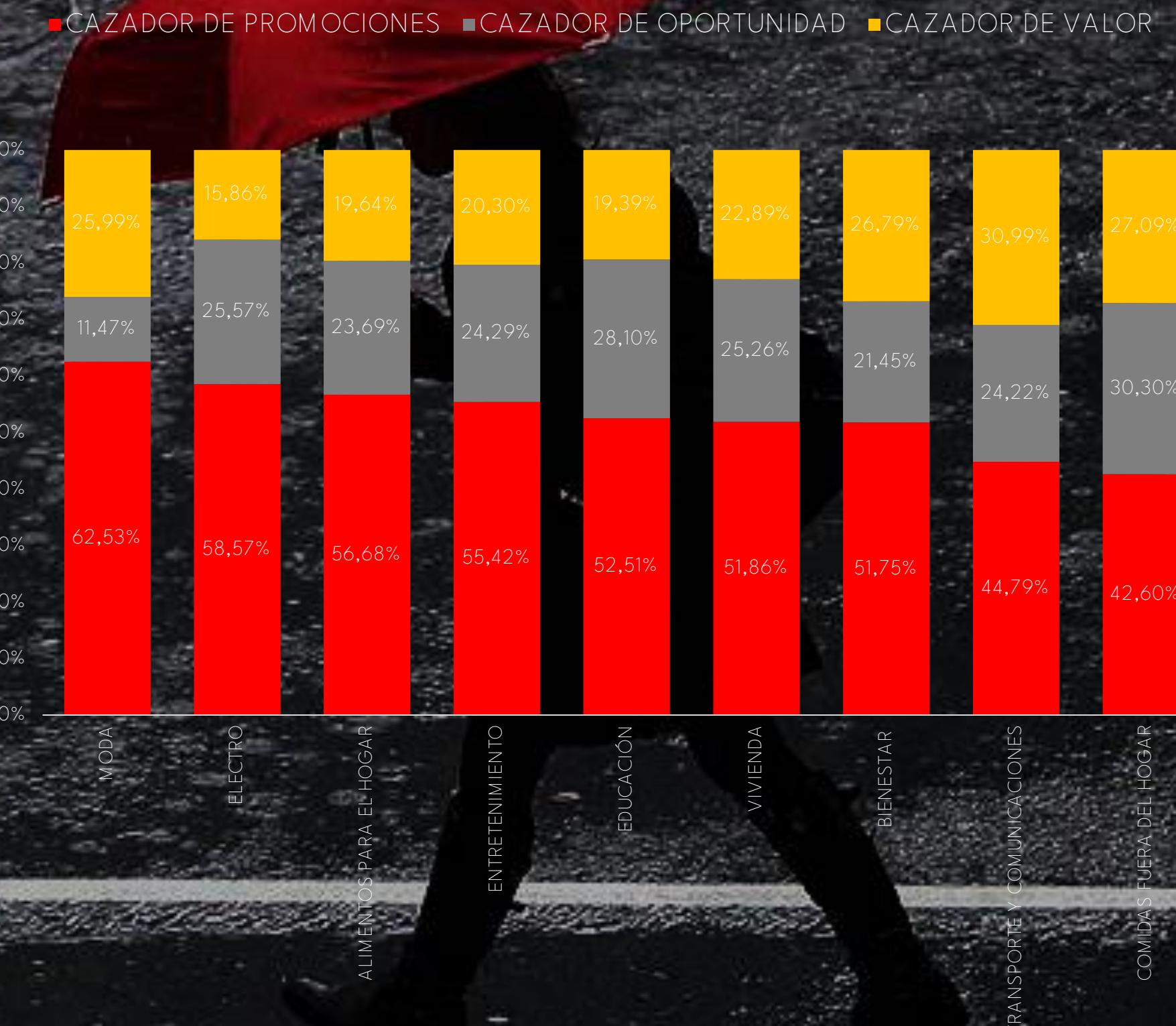
	INGRESO	CRÉDITOS	IMPUESTOS	INFLACIÓN	IMPUESTO DE RENTA
INGRESOS BAJOS	AUMENTO DE SM LVR MÁS SUBSIDIOS AUMENTO DE REMESAS CAÍDA DE INGRESO POR EMPLEADO	BAJA COLOCACIÓN CREDITICIA	IMPUESTOS SALUDABLES ARANCEL DE MODA	AUMENTANDO	NO AFECTA
INGRESOS MEDIOS	AUMENTO DE SM LVR MÁS SUBSIDIOS AUMENTO DE REMESAS CAÍDA DE INGRESO POR EMPLEADO	BAJA COLOCACIÓN CREDITICIA PREPAGO DE DEUDA CARTERA MOROSA	IMPUESTOS SALUDABLES ARANCEL DE MODA PREDIAL VEHÍCULOS AUMENTO RETEFUENTE	AUMENTANDO	AFFECTA POCO
INGRESOS ALTOS	AUMENTO DE REMESAS CAÍDA DE INGRESO POR EMPLEADO	BAJA COLOCACIÓN CREDITICIA PREPAGO DE DEUDA CARTERA MOROSA	IMPUESTOS SALUDABLES ARANCEL DE MODA PREDIAL VEHÍCULOS AUMENTO RETEFUENTE	DISMINUYENDO	HA GENERADO FUERTES AHORROS Y PREPAGO DE DEUDAS
TOTAL	AUMENTO DE SM LVR MÁS SUBSIDIOS AUMENTO DE REMESAS CAÍDA DE INGRESO POR EMPLEADO	BAJA COLOCACIÓN CREDITICIA PREPAGO DE DEUDA CARTERA MOROSA	IMPUESTOS SALUDABLES ARANCEL DE MODA PREDIAL VEHÍCULOS AUMENTO RETEFUENTE	AUMENTANDO ESTANCADA	HA GENERADO FUERTES AHORROS Y PREPAGO DE DEUDAS FRENTO DE GASTO

LOS CONSUMIDORES SABEN EN DONDE BUSCAR, LOS COMPRADORES PUEDEN CAZAR EN DE INGRESOS BAJOS, MÁS AÚN TODAS LAS CANASTAS DE CONSUMO INFLACIÓN

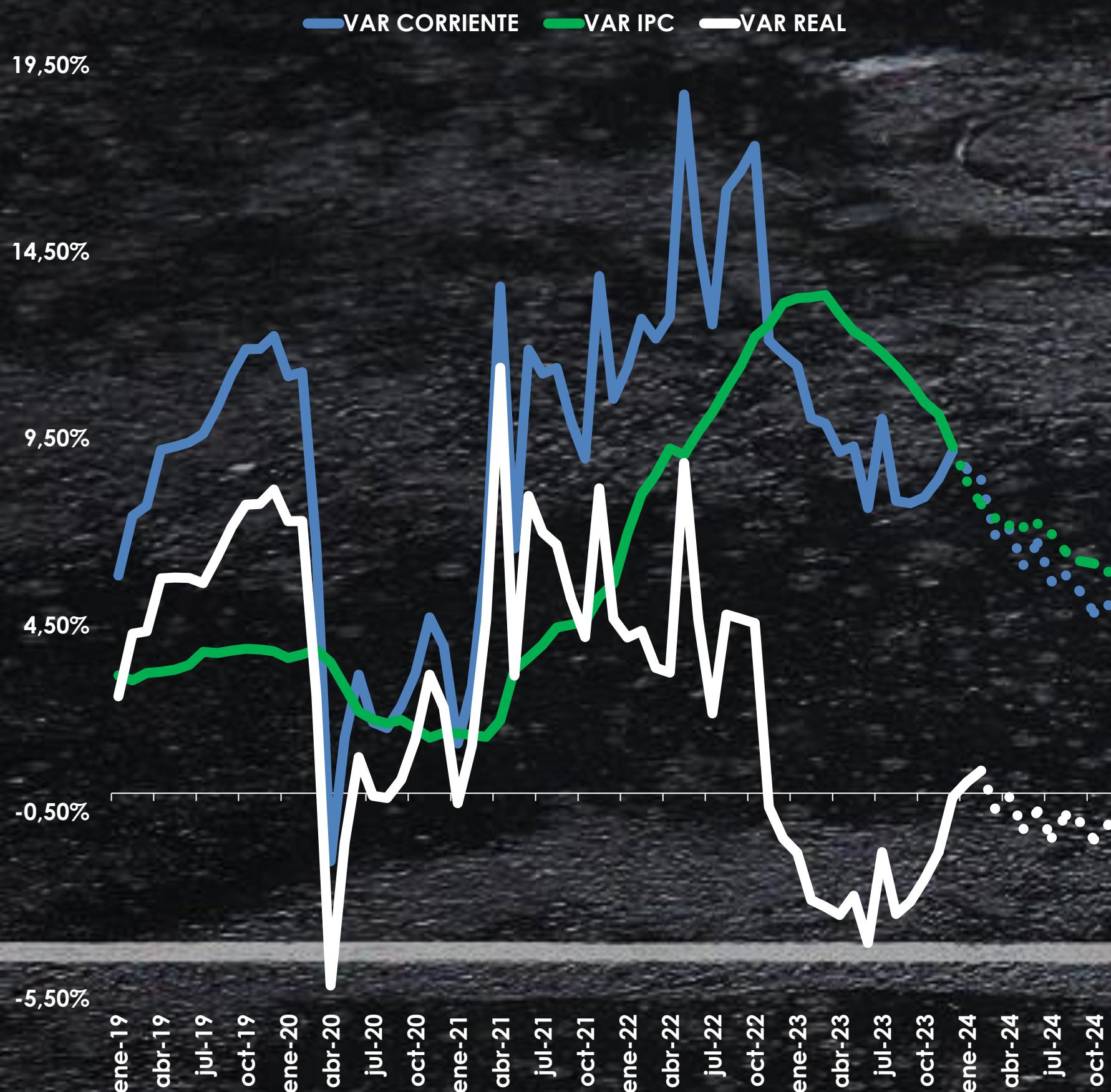
TIPOS DE CONSUMIDOR POR CANASTAS - ENERO A MAYO 2024



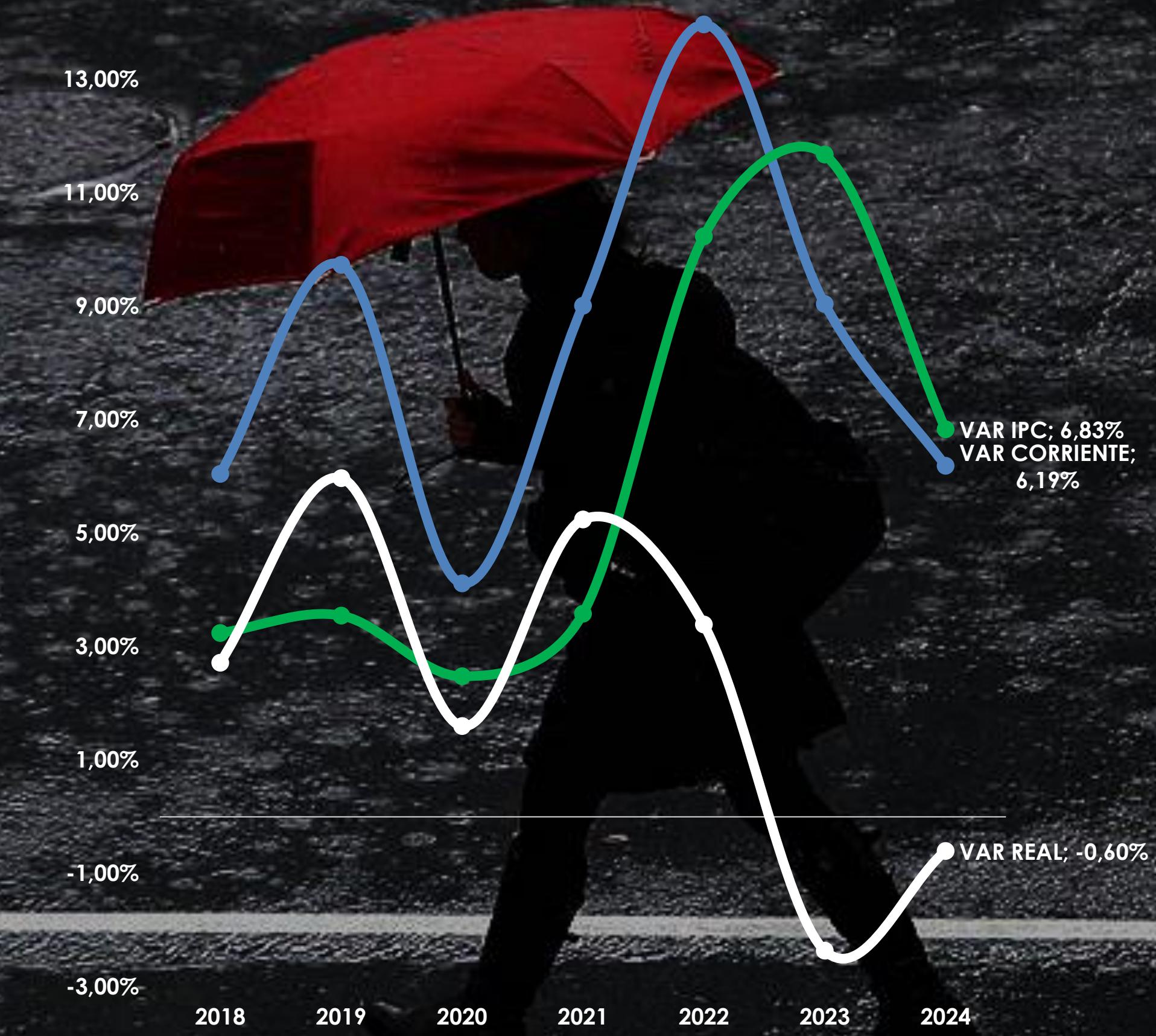
TIPOS DE COMPRADOR POR CANASTAS - ENERO A MAYO 2024



VARIACIÓN INTERANUAL DEL GASTO TOTAL MENSUAL



VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO TOTAL



A black and white photograph of a person walking away from the camera on a wet, reflective surface. The person is holding a bright red umbrella. The background is a dark, textured area, possibly a forest or a field. The overall mood is somber and contemplative.

YA PASÓ LA
TORMENTA....



...EL COMPRADOR
ESTA MOJADO...

A close-up photograph of a woman with dark hair, wearing a grey sweatshirt. She is holding a white tissue to her nose and a digital thermometer to her mouth. Her eyes are closed, and she has a pained expression, suggesting she has a cold or fever. The background is blurred.

... EL CONSUMIDOR
TIENE GRIPA ...



... Y TODO ESTA
EMBARRADO ...



CONSUMER
VOICE...

...NO ES,
LA VOZ DEL
SHOPPER

¡VISITANOS!



GRACIAS



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG

SI QUIERES PROFUNDIZAR EN
ALGUNAS DE NUESTRAS
HERRAMIENTAS

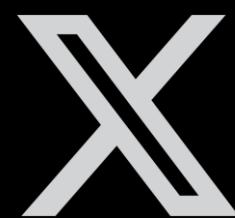
¡VISÍTANOS!



RADDAR REPORTS

Consumer
Knowledge
Group

JUNIO 2024



@Raddarckg



Raddarckg



Raddar CKG



RADDAR CKG

