



# RADDAR Consumer Knowledge Group REPORTS

**TE PRESENTAMOS LOS NUEVOS  
INFORMES LIBRES DE RADDAR CKG.**

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

**SEPTIEMBRE 2023**

En septiembre de 2023, hubo una caída del 2,9% en el gasto de los hogares en comparación con el mismo mes del año previo, mostrando una ligera recuperación en su tendencia.

De acuerdo con la Gastometría de RADDAR, el gasto de los hogares en Colombia en septiembre de 2023 ascendió a 82,4 billones de pesos, totalizando 1,004 trillones de pesos en los últimos 12 meses. Esta cifra representó un aumento anual corriente del 7,77%, que en este mes evidenció una leve mejora en la dinámica del gasto.

El gasto experimentó un cambio del 0,04 % en pesos corrientes en relación al mes anterior. Los hogares experimentaron una inflación mensual del 0,53% y un 10,99% en comparación al año anterior. Esto provocó una caída del 0,49% en términos reales con respecto al mes anterior y una disminución del 2,91% en comparación con el mismo mes del año pasado.

La desaceleración en el gasto de este mes podría atribuirse a la dinámica de la colocación de créditos, que ha estado en declive, sin embargo, la variación anual en la colocación con tarjetas de crédito para este periodo retomó a terrenos positivos. Asimismo, la dinámica de crecimiento en el aporte por parte de los salarios y rentas evitaron que el gasto real fuera menor.

# -2,9%

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



**RADDV** Consumer Knowledge Group

# FINANCIAL REPORT

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

**Tasas altas, créditos de consumo a la caída y los hogares acudiendo a salarios y rentas para apalancar su gasto.**

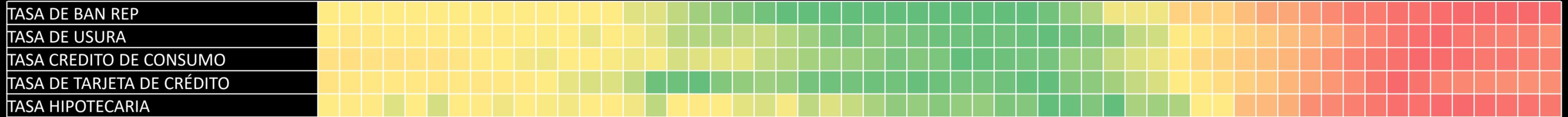
**SEPTIEMBRE 2023**

# ¿CÓMO ESTÁ LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LOS HOGARES EN COLOMBIA?

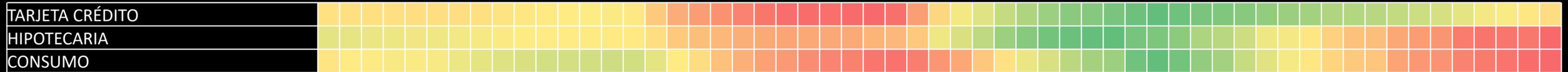
## MAPA DE CALOR – CONDICIONES FINANCIERAS

ene-19 feb-19 mar-19 abr-19 may-19 jun-19 jul-19 ago-19 sep-19 oct-19 nov-19 dic-19 ene-20 feb-20 mar-20 abr-20 may-20 jun-20 jul-20 ago-20 sep-20 oct-20 nov-20 dic-20 ene-21 feb-21 mar-21 abr-21 may-21 jun-21 jul-21 ago-21 sep-21 oct-21 nov-21 dic-21 ene-22 feb-22 mar-22 abr-22 may-22 jun-22 jul-22 ago-22 sep-22 oct-22 nov-22 dic-22 ene-23 feb-23 mar-23 abr-23 may-23 jun-23 jul-23 ago-23 sep-23

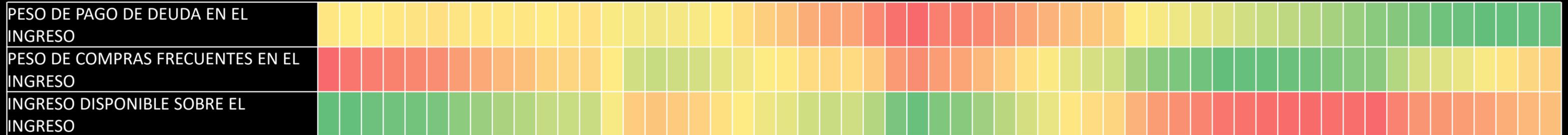
### TASAS DE INTERÉS



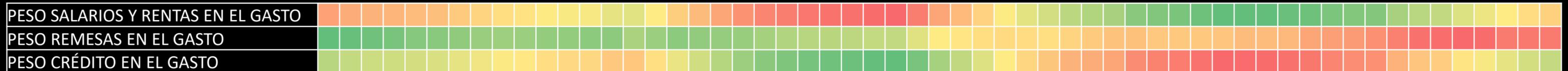
### COLOCACIÓN DE CRÉDITO



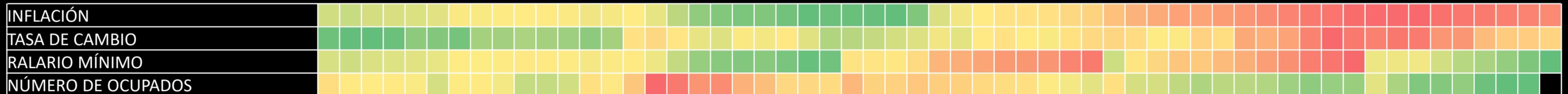
### PESO EN INGRESOS DE LOS HOGARES



### FUENTES DEL GASTO

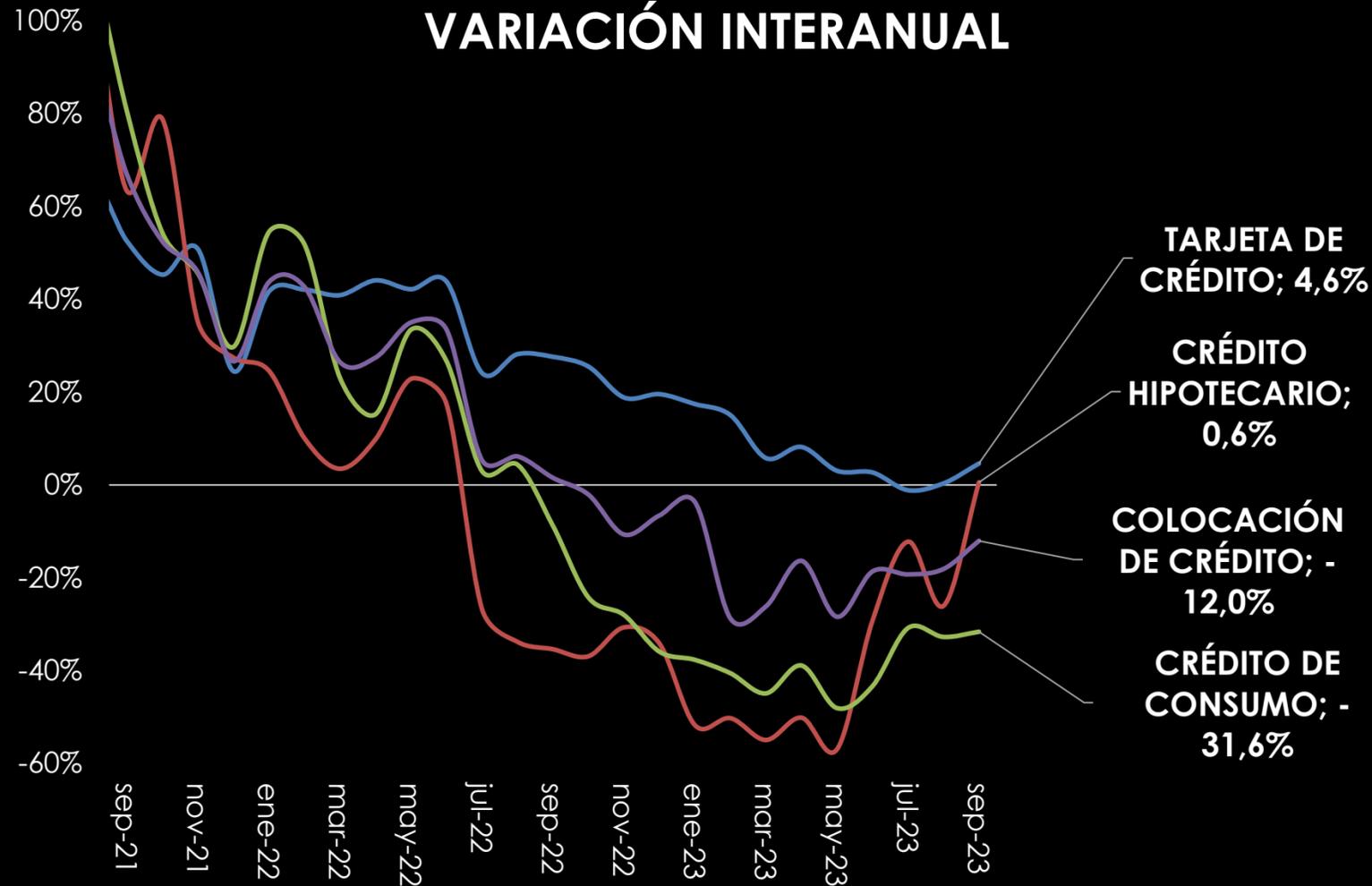


### INDICADORES ECONÓMICOS

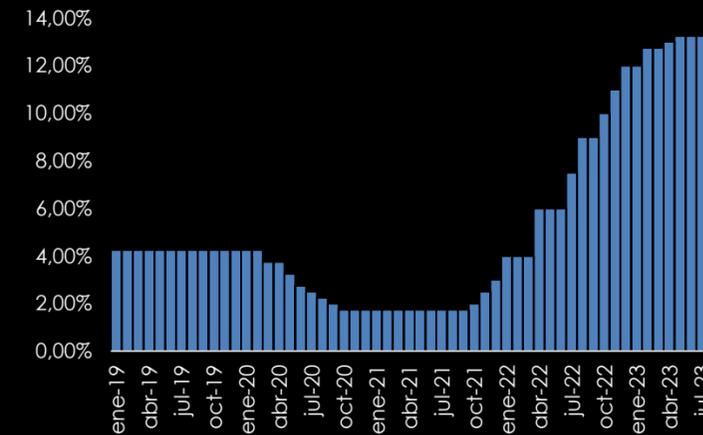


# SE OBSERVA UN CAMBIO DE TENDENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LA COLOCACIÓN DE CRÉDITOS

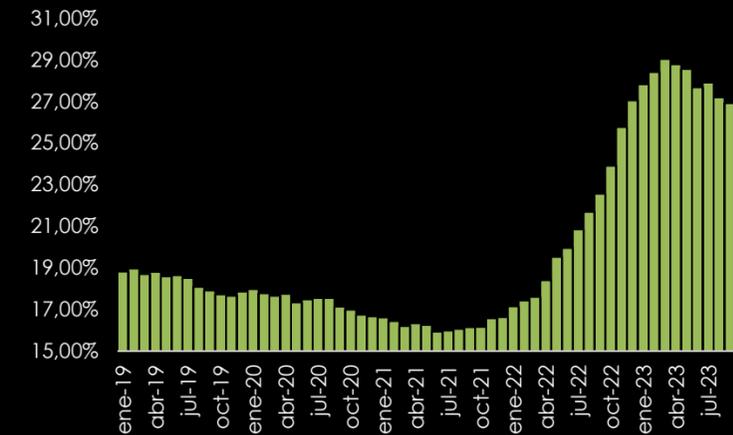
## DINÁMICA DE COLOCACIÓN DE CRÉDITOS VARIACIÓN INTERANUAL



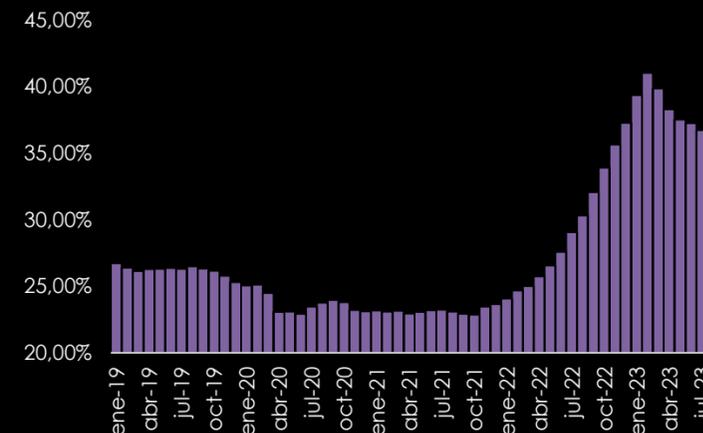
## TASA DE INTERÉS DEL BANCO DE LA REPÚBLICA



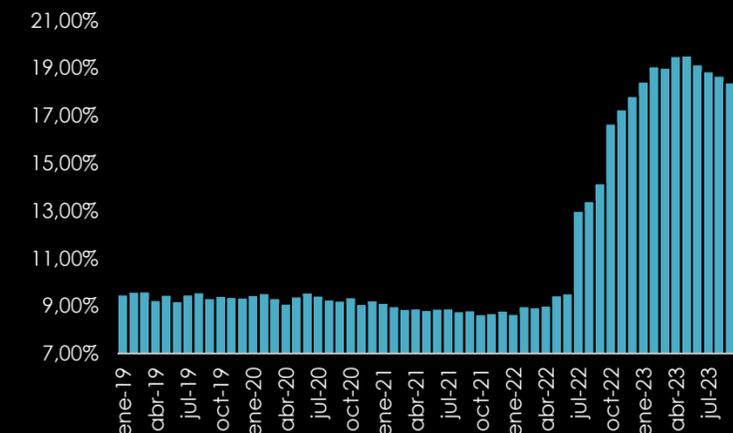
## TASA DE INTERÉS DE CRÉDITO DE CONSUMO



## TASA DE INTERÉS DE TARJETA DE CRÉDITO



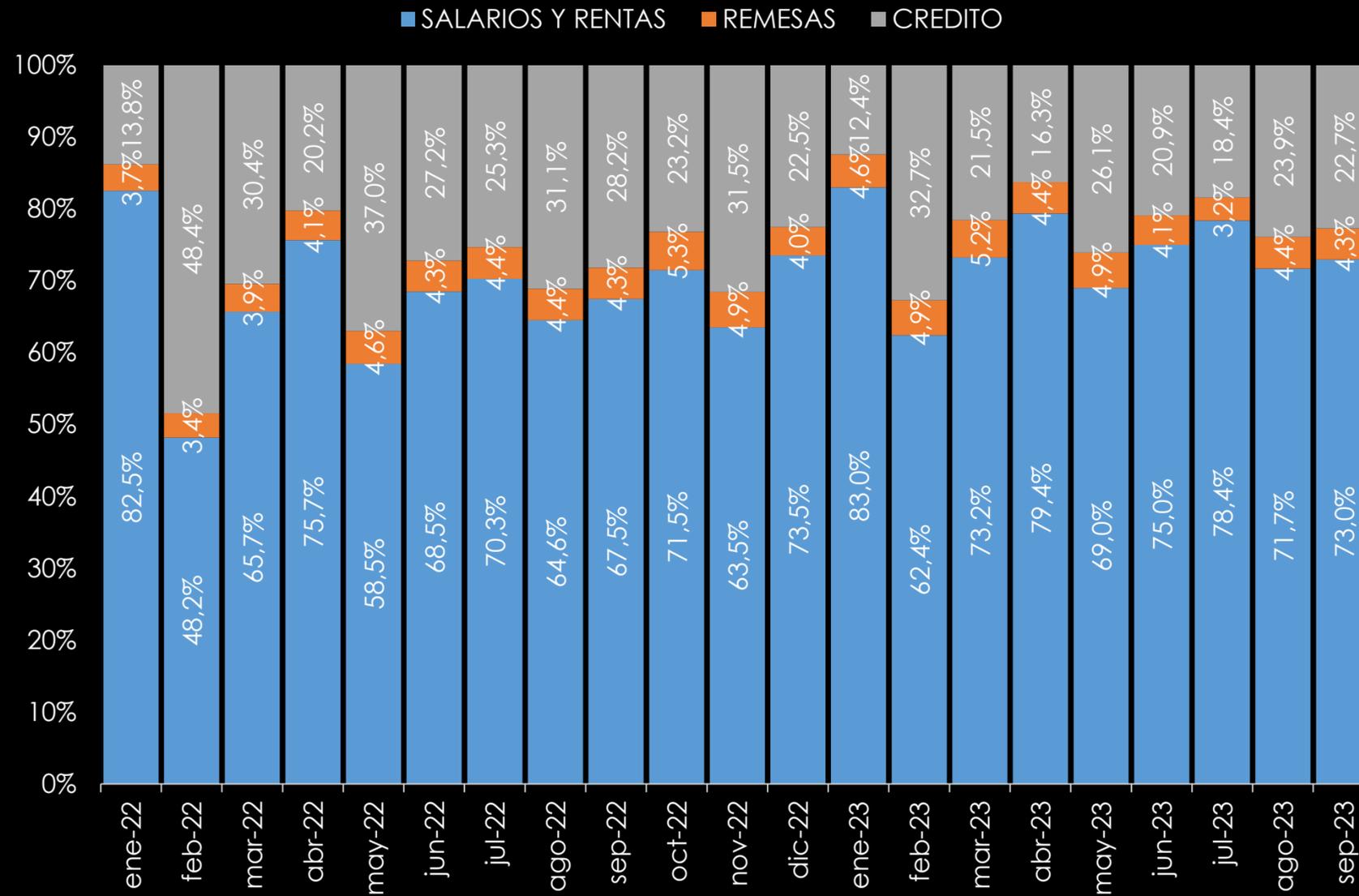
## TASA DE INTERÉS HIPOTECARIA



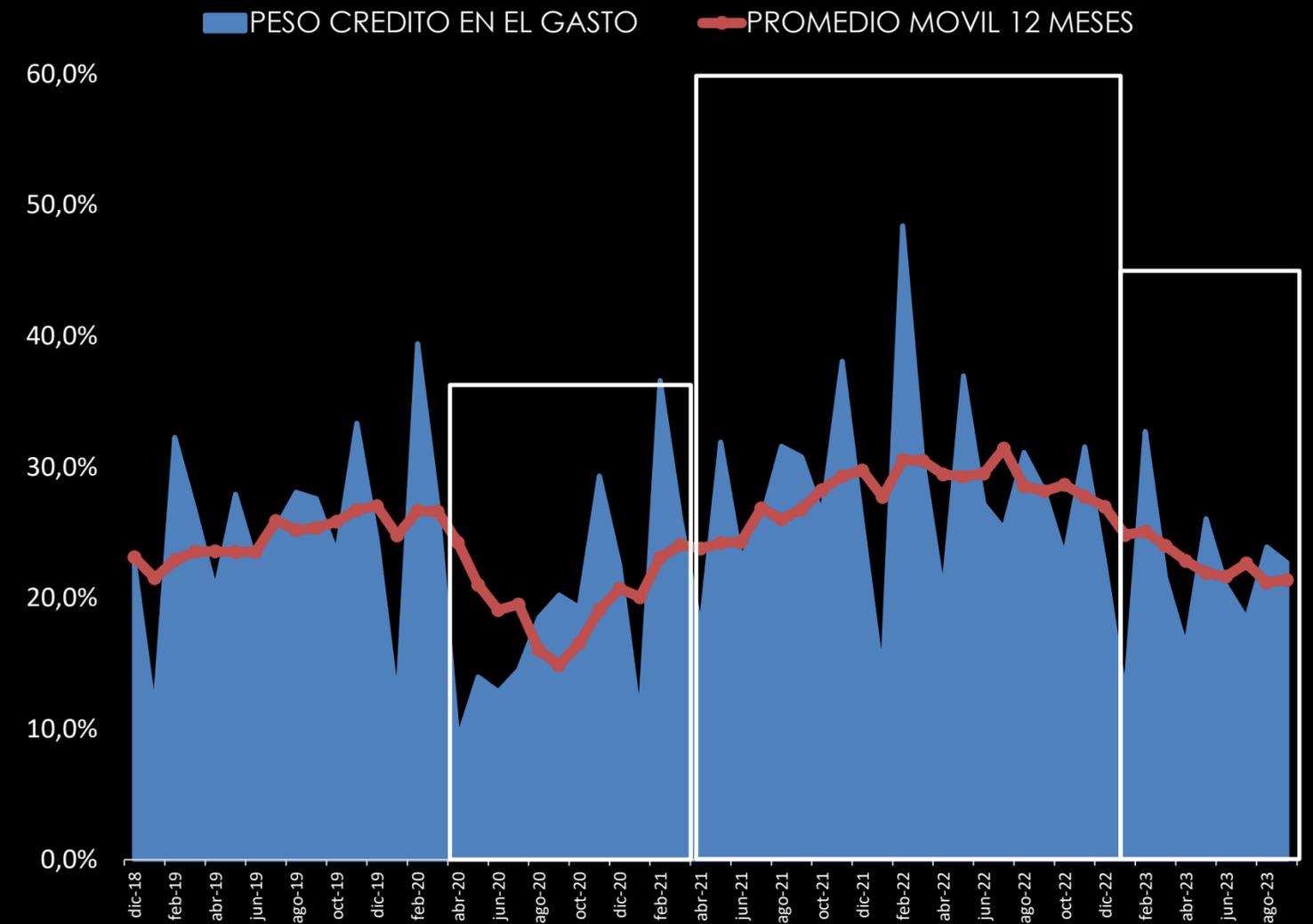
La colocación crediticia ha experimentado un cambio de tendencia notable, a pesar de mantener variaciones anuales negativas. Este fenómeno puede atribuirse en parte a la disminución de las tasas de interés, lo que ha incentivado a los consumidores a buscar financiamiento. Además, un factor determinante ha sido el aumento del ingreso disponible de los hogares, gracias a la reducción en los pagos de deudas y una disminución en las compras frecuentes a crédito.

# EL PESO DEL CRÉDITO COMO FUENTE DEL GASTO MUESTRA UNA ESTABILIZACIÓN EN LOS ÚLTIMOS MESES

## FUENTES DEL GASTO DE LOS HOGARES



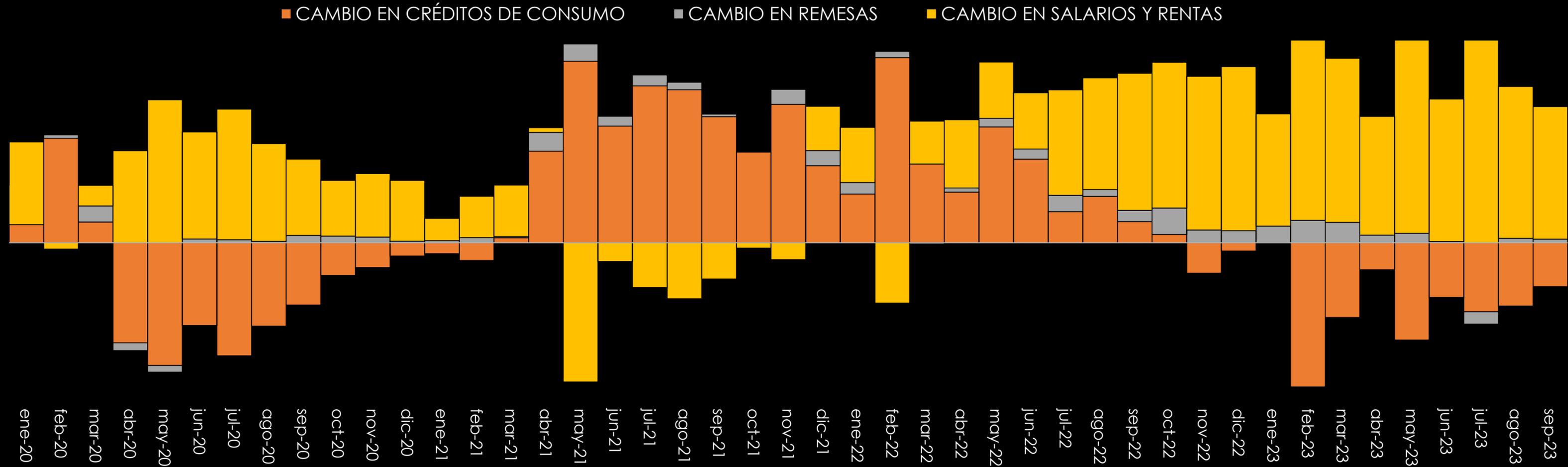
## PESO DEL CRÉDITO EN EL GASTO DE LOS HOGARES



La importancia del crédito como fuente de gasto en los hogares ha demostrado una estabilización notoria. Esto sugiere que las familias ya no están reduciendo el uso del crédito con la misma intensidad que en meses anteriores. En los próximos meses se podría observar un cambio de tendencia en la importancia del crédito en el gasto.

# LAS REMESAS VUELVEN A APORTAR POSITIVAMENTE Y EL CRÉDITO TIENE UN MENOR IMPACTO NEGATIVO EN COMPARACIÓN A MESES ANTERIORES

## APORTES AL CAMBIO EN EL GASTO



Las remesas han vuelto a desempeñar un papel positivo en el crecimiento del gasto, principalmente gracias al aumento en el flujo de remesas hacia el país. Este fenómeno sugiere que los trabajadores en el extranjero han ajustado los montos que envían a sus hogares debido a la disminución de la tasa de cambio del peso colombiano, lo que hace que sus envíos sean más significativos en términos de poder adquisitivo local. Paralelamente, el impacto negativo del crédito en el gasto está disminuyendo gradualmente, reflejando una dinámica mejorada en la colocación de créditos.



# RADDER Consumer Knowledge Group

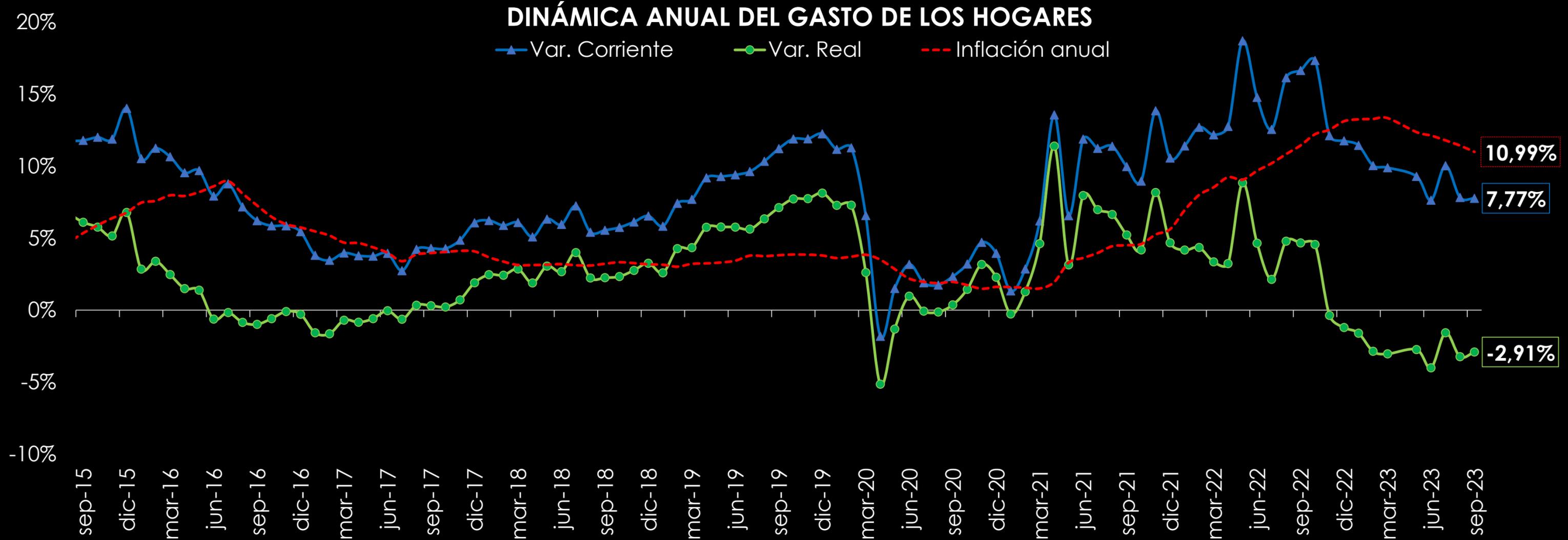
# GASTOMETRÍA

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

**10 meses consecutivos de caída del gasto real: los hogares adquieren menos unidades de bienes y servicios que en años pasados.**

**SEPTIEMBRE 2023**

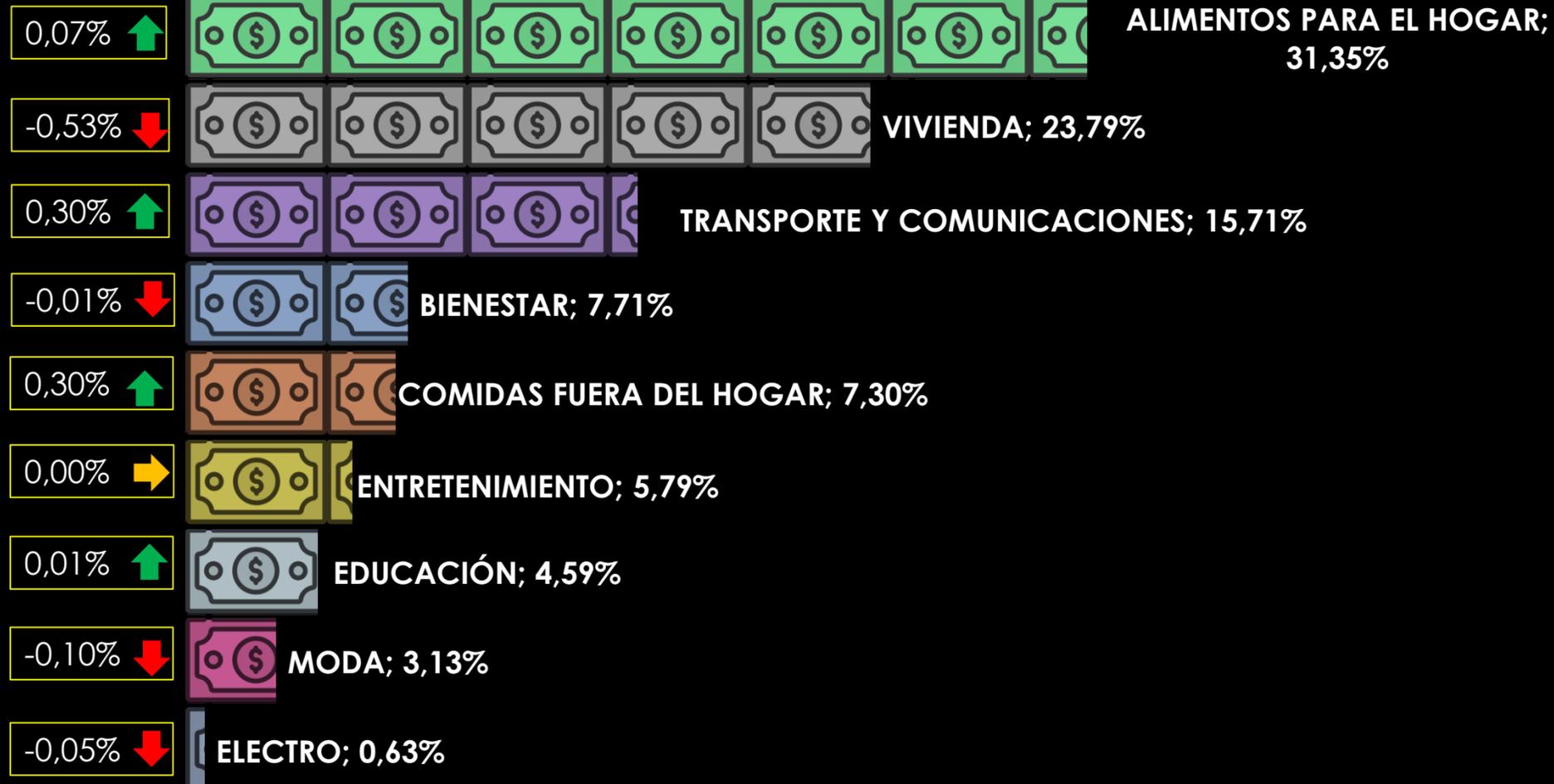
# SEPTIEMBRE DE 2023 CON UNA LEVE RECUPERACIÓN DEL GASTO REAL



Los hogares en Colombia llevan experimentando una dinámica de contracción del gasto real durante 10 meses consecutivos, lo que se traduce en una menor cantidad de bienes y servicios en el carrito de compra si se compara con el año pasado. Lo anterior, en primera medida es resultado de una inflación significativamente alta que en el mes septiembre de 2023 cerró en 10,99%; por otro lado, entre los factores que ayudaron a que el gasto se recuperara levemente se encuentra la buena dinámica que presentó el empleo traducido en mayores ingresos vía salario y remesas.

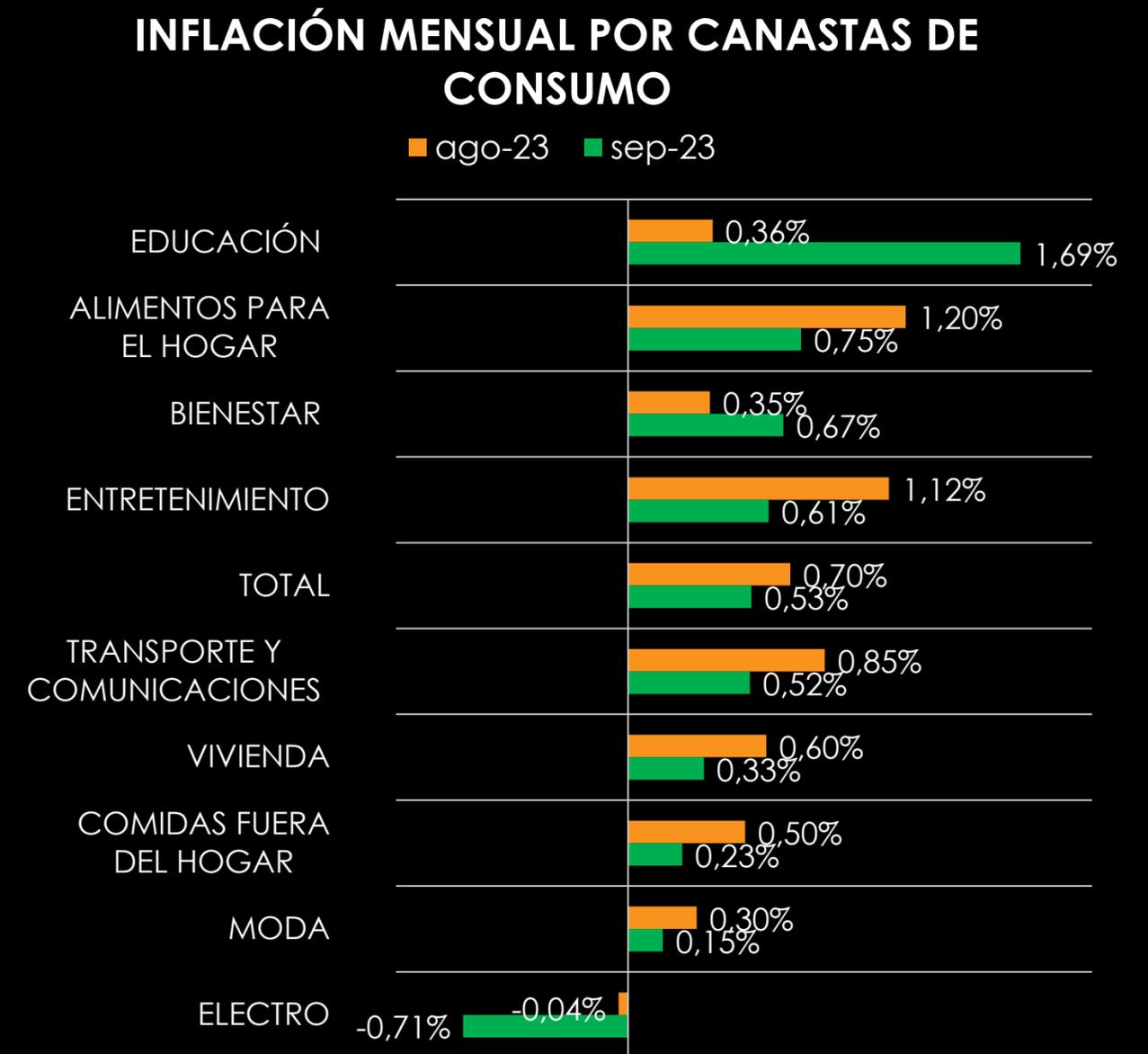
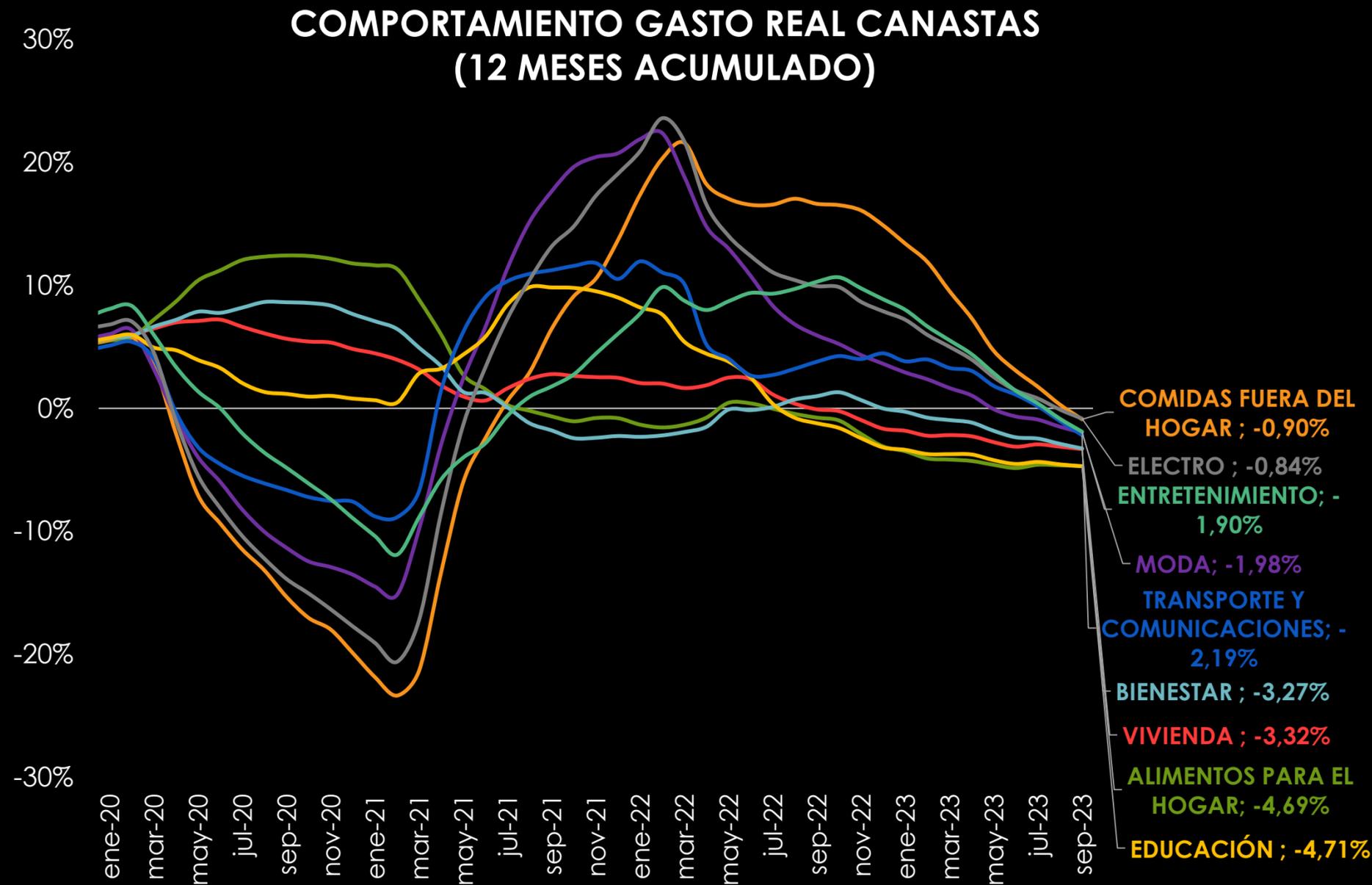
# POCKETSHARE EN COLOMBIA EN SEPTIEMBRE DE 2023

Reestructuración  
SEP 23 VS SEP 22



Comparado con el mes de septiembre del 2022, los hogares han asignado más dinero a canastas básicas como: Alimentos para el hogar y Transporte y comunicaciones. Sin embargo, otra canasta recibe más dinero, posiblemente como una solución a la inflación de alimentos que golpeó de manera fuerte a los hogares y se podría estar convirtiendo en esa búsqueda de precios bajos; esta canasta es comidas por fuera del hogar que recibió 0,30% más que el año pasado.

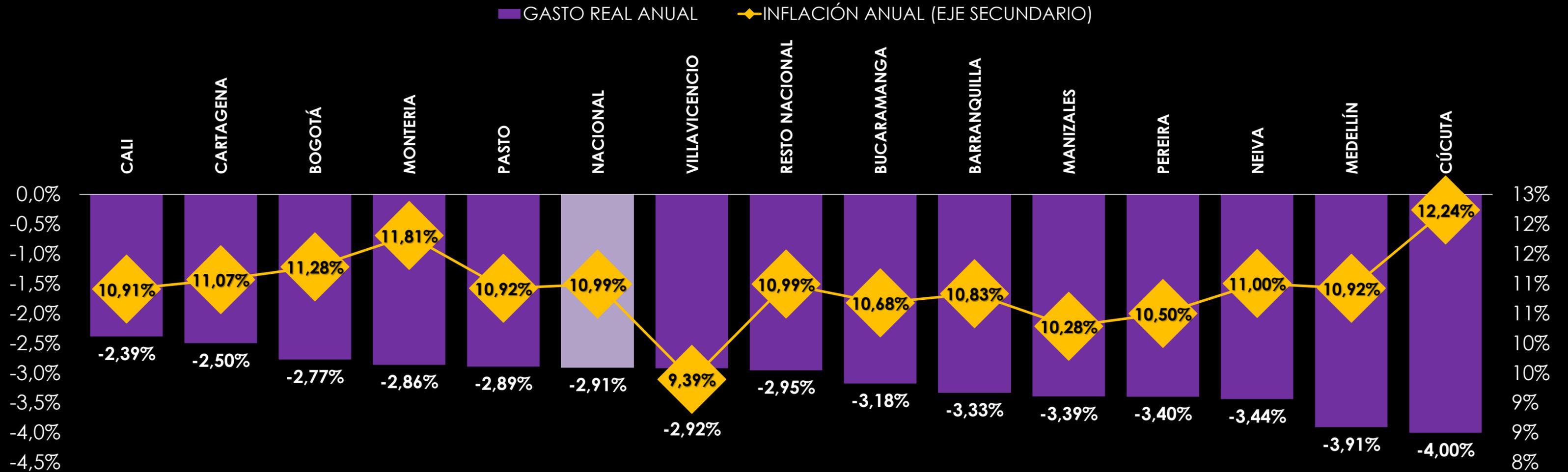
# ¿CÓMO ES LA DINÁMICA DE GASTO EN LAS 9 CANASTAS RADDAR?



Todas las canastas de consumo presentaron una tendencia a la contracción acumuladas 12 meses, dónde las canastas con las contracciones más significativas fueron educación, alimentos para el hogar y vivienda, un comportamiento resultado del aumento en los costos de transporte por combustibles, aumentos en precios de servicios públicos como la electricidad y algunas hortalizas.

# CUCÚTA COMO LA CIUDAD CON LA MAYOR INFLACIÓN EN SEPTIEMBRE

## DINÁMICA DEL GASTO REAL Y LA INFLACIÓN EN LA 13 CIUDADES PRINCIPALES



Es de tener en cuenta que la inflación se vive diferente en cada región del país, debido a que las formas de vida y las características económicas de cada ciudad son diferentes. Con esto en mente, para septiembre del 2023 Cali, Cartagena, Bogotá, Montería y Pasto se ubicaron como las ciudades con la mejor dinámica del gasto real, es decir, ha mejorado el poder adquisitivo de estas ciudades ubicándose por encima del promedio nacional. Mientras tanto, la ciudad de Cúcuta fue la ciudad con la mayor caída del gasto real resultado de un aumento en los precios de los combustibles, algunos artículos para el cuidado personal y alimentos como el tomate, tubérculos y papa.



**RADDA** Consumer  
Knowledge  
Group

# SHOPPER REPORT

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

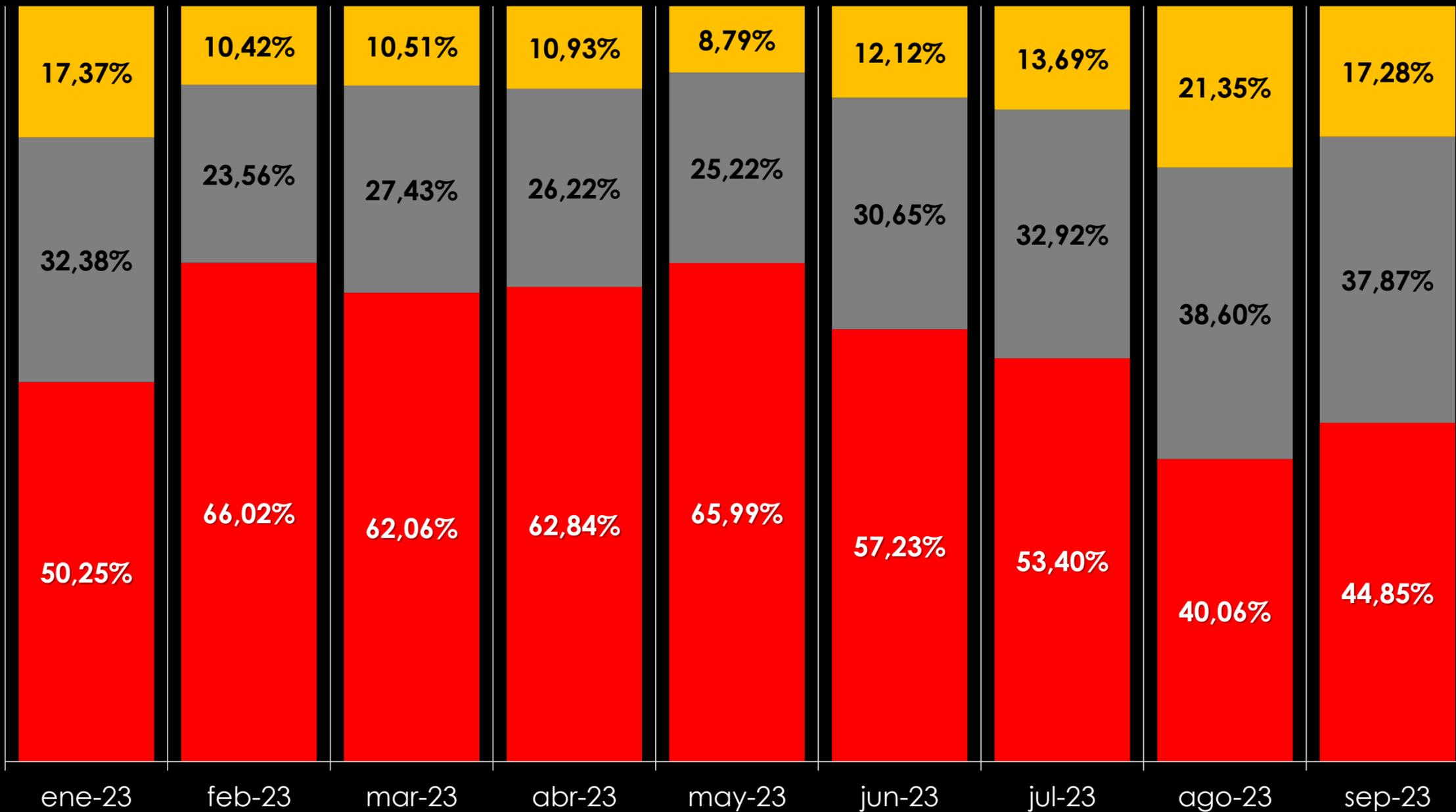
**El gusto y la calidad como motivadores de compra y compradores cada vez menos enfocados en el precio.**

**SEPTIEMBRE 2023**

# CRECE EL CAZADOR DE OPORTUNIDAD Y EL CAZADOR DE VALOR

## TIPO DE COMPRADOR EN COLOMBIA

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

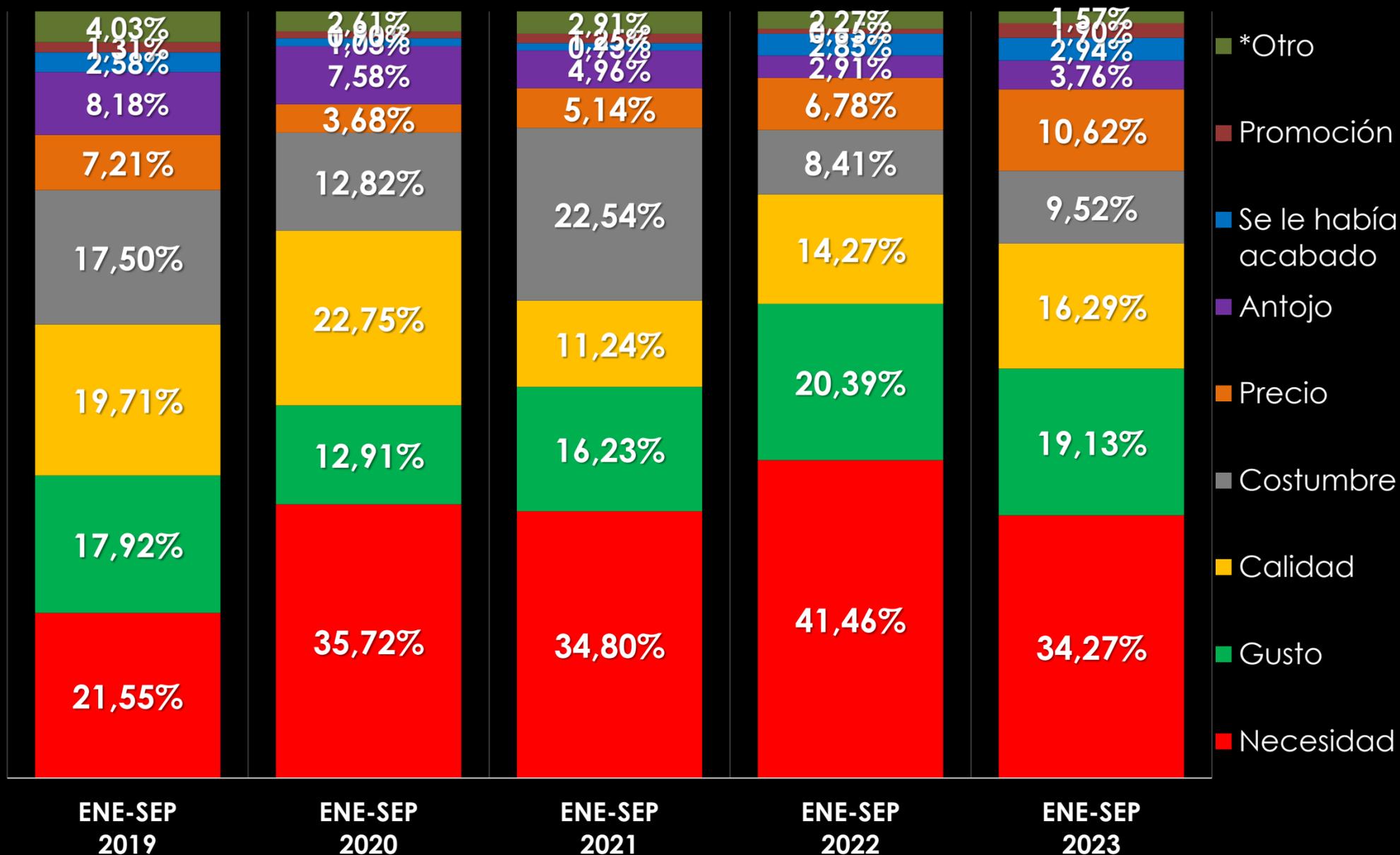


En Colombia, los patrones de compra han experimentado cambios significativos. En marzo del 2023 la inflación en el país tocó techo histórico, por lo que los consumidores empezaron a enfocarse de manera más intensa en la búsqueda de promociones. No obstante, a medida que la inflación ha ido desacelerándose de forma gradual, los compradores han comenzado a dar prioridad a la búsqueda de oportunidades y al valor que encuentran en sus adquisiciones.

En otras palabras, el precio en el proceso de compra está perdiendo relevancia progresivamente. En su lugar, lo que adquiere un papel cada vez más importante es la satisfacción y la experiencia que perciben al comprar esos productos que ya conocen y en los que han depositado su confianza.

# LAS COMPRAS POR NECESIDAD COMEINZAN A REDUCIR SU PARTICIPACIÓN

## RAZONES DE COMPRA EN COLOMBIA



Los motivos de compra en los hogares de Colombia pueden considerarse como un reflejo tanto de las condiciones económicas del país como del estado de ánimo de los consumidores.

En 2019, en lo que se consideraba la "antigua normalidad", los hogares manifestaban que el 21% de sus compras se basaban en necesidades. Sin embargo, con la llegada de la pandemia en 2020 y 2021, la necesidad se convirtió en un motivador de compra aún más prominente, en parte debido a las circunstancias extraordinarias. Este aumento en la importancia de la necesidad llegó a su punto máximo en 2022, coincidiendo con el inicio de un notorio aumento en los precios en el país, especialmente en los alimentos.

No obstante, en lo que va del año 2023, hemos observado una disminución de la necesidad como motivador de compra. En su lugar, factores como el gusto, la calidad y el precio están ganando terreno, lo que sugiere una mejora en la percepción de los compradores y una mayor diversificación en sus razones para adquirir productos.

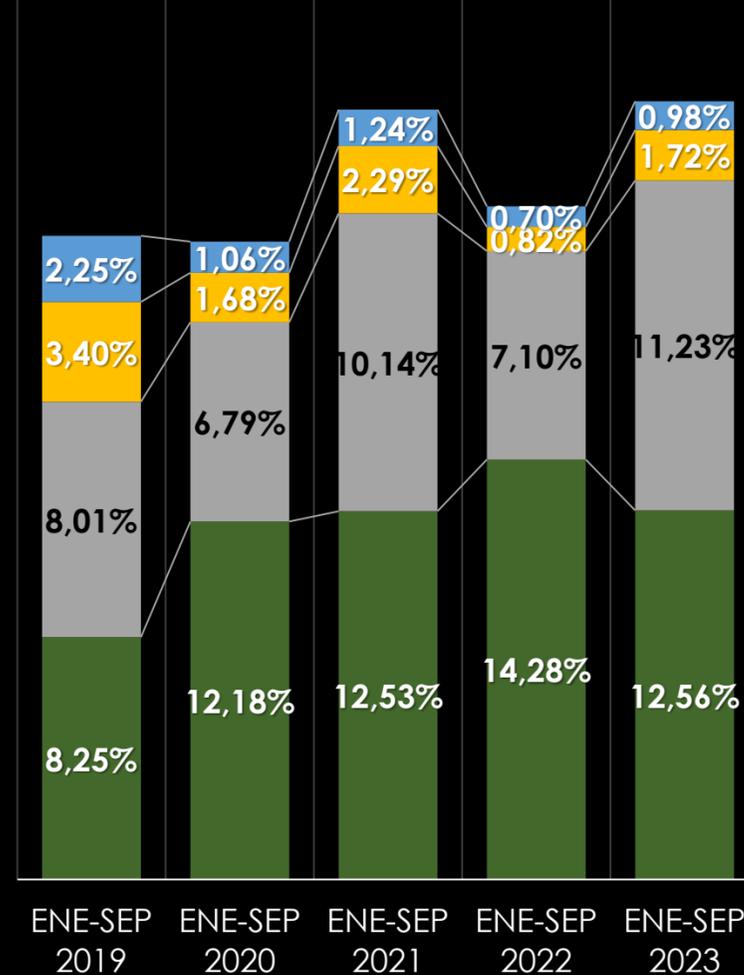
\*En Otro se encuentran: Para actualizar el anterior, Porque necesita otro, Fidelidad, Moda

# ¿DÓNDE COMPRAN SUS PRODUCTOS LOS HOGARES EN COLOMBIA?

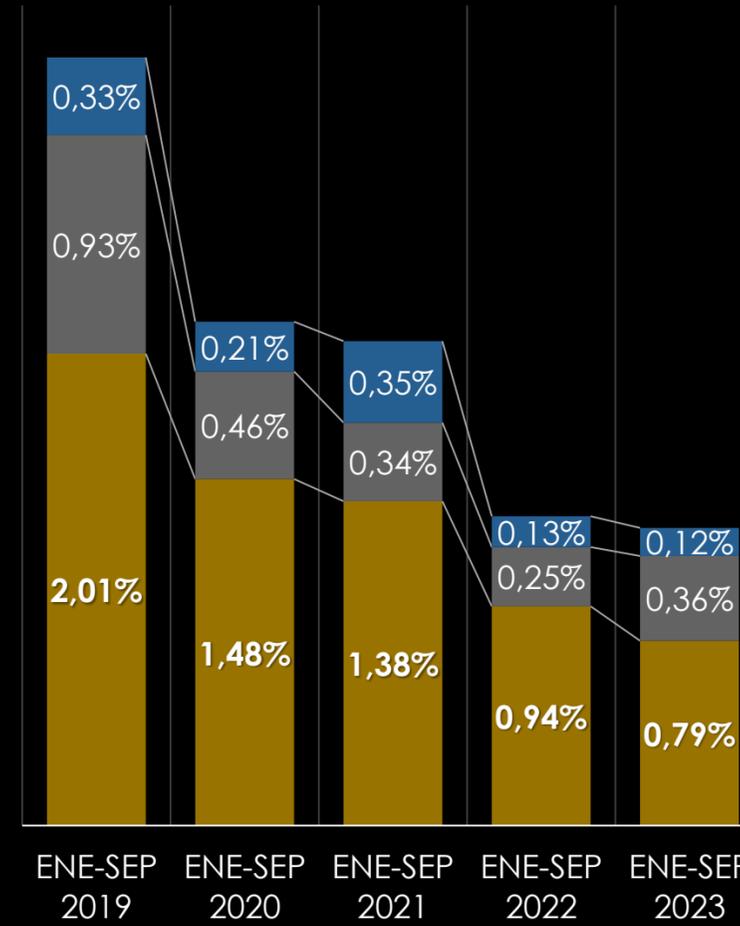
## CANAL TRADICIONAL



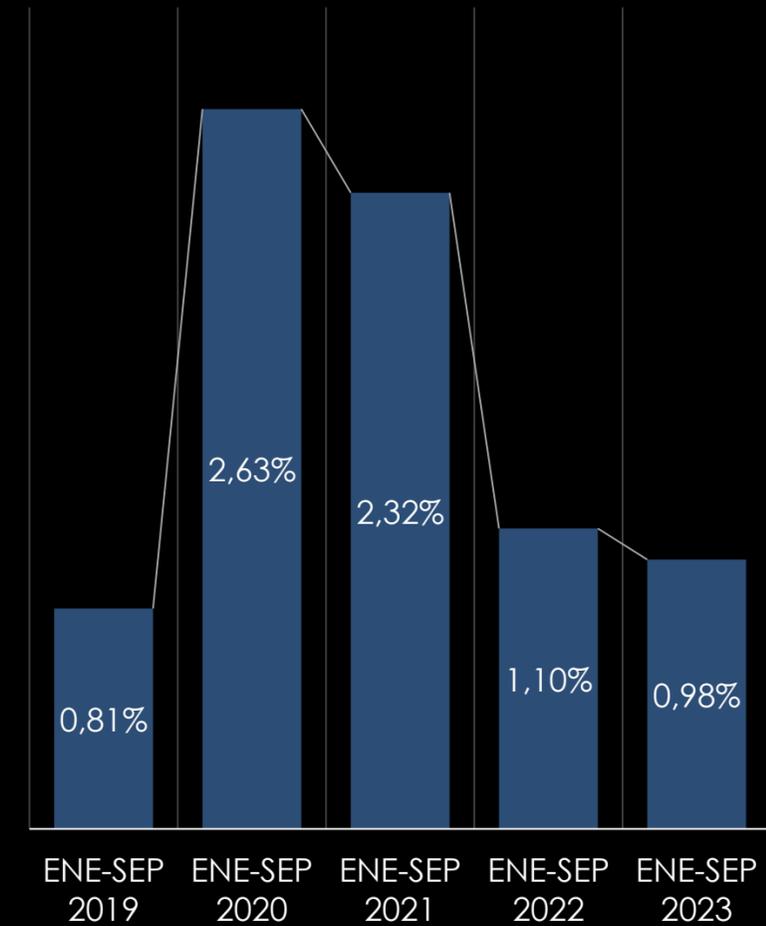
## GRANDES SUPERFICIES



## OTROS CANALES



## INTERNET



■ Vendedor ambulante

■ Supermercado

■ Zona comercial (Como san Victorino, San andresito)

■ Tienda de barrio

■ Almacén de la marca en centro comercial

■ Almacén de la marca

■ Almacén de cadena (Gran cadena)

■ Catalogo

■ Punto autorizado/Banco/CADE

■ Otro Cuál?

■ Internet



# RADDVA Consumer Knowledge Group CONSUMER REPORT

Identifica las personalidades del consumidor, así como satisfacción y recomendación de los productos que consumen los hogares en Colombia.

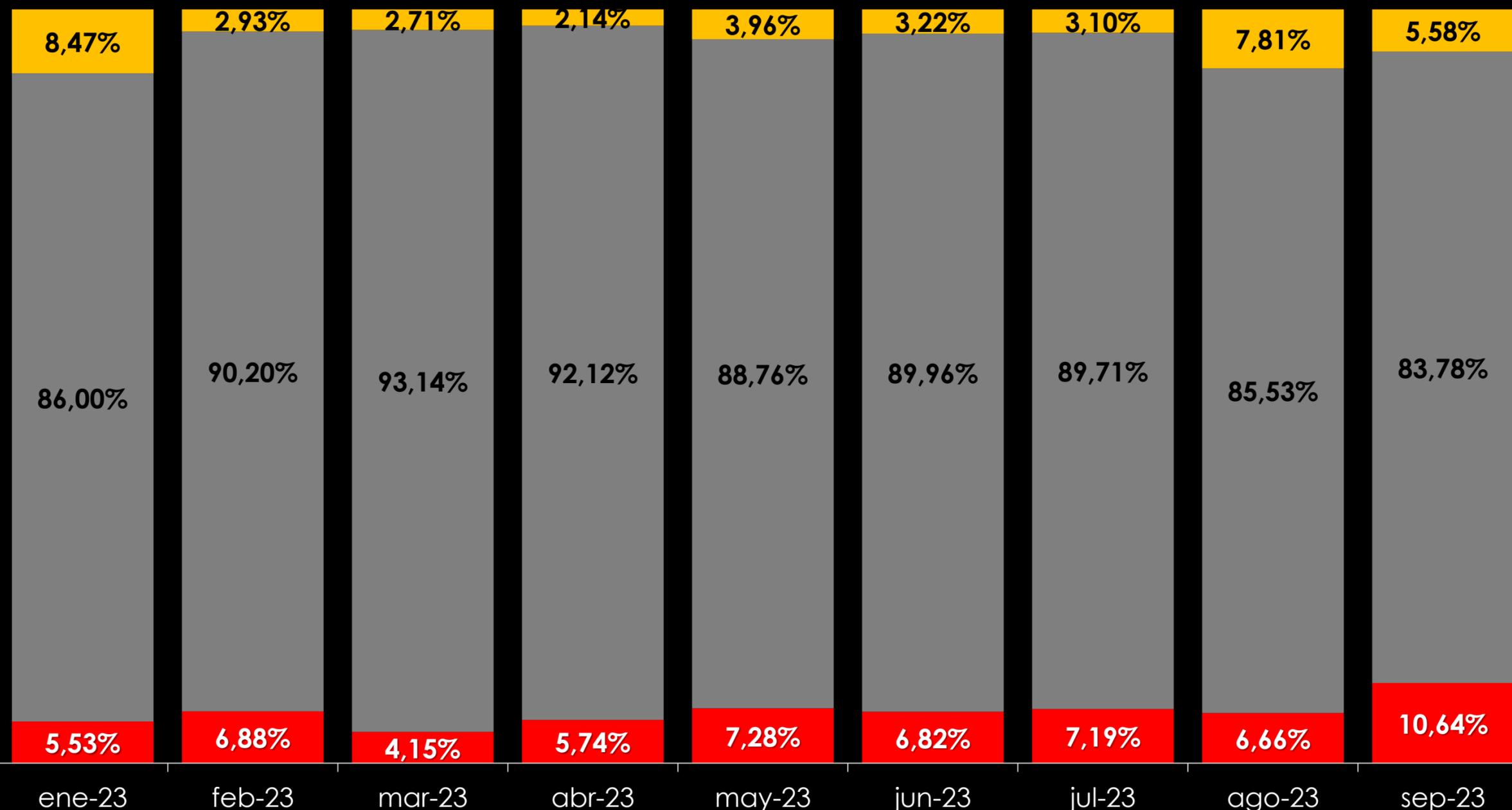
Consumidores cada vez más conocedores y con satisfacciones más altas

SEPTIEMBRE 2023

# CRECEN LOS BUSCADORES DE EXPERIENCIAS EN TIEMPOS DE RECORTE DEL PODER ADQUISITIVO

## TIPO DE CONSUMIDOR EN COLOMBIA

■ BUSCADOR DE EXPERIENCIAS ■ BUSCADOR DE TIEMPO ■ BUSCADOR DE BIENESTAR



La tendencia a ser buscadores de tiempo es un común denominador en el consumidor colombiano, esto quiere decir que el consumidor cada vez más busca productos que les lleven el menor tiempo descifrando cómo se consumen para poder dedicar de su de su tiempo a otras actividades.

Sin embargo, para septiembre del 2023 aumentaron los buscadores de experiencias, aquellos consumidores que no conocen la categoría, pero están dispuestos a probar nuevas cosas, posiblemente como resultado del recorte adquisitivo que viven las personas en el país, desembocando en la búsqueda de alternativas nuevas que suplan costumbres no satisfechas.

# ¿CÓMO SE SIENTE EL CONSUMIDOR?

LOS CONSUMIDORES EN COLOMBIAN SE SIENTEN MÁS SATISFECHOS CON LOS PRODUCTOS DE BIENESTAR, ESTO HA LLEVADO A UNA MAYOR DISPOSICIÓN A LA HORA DE RECOMENDARLOS.

ESPECIAL CANASTA DE BIENESTAR – CLASIFICACIÓN RADDAR

¿QUÉ TAN SATISFECHO ESTÁ CON SU ÚLTIMA COMPRA?  
PROMEDIO ENE-SEP

2022

2023

7,98

8,94

DEPENDIENDO DE LA SATISFACCIÓN EN SU COMPRA ¿RECOMENDARÍA LA MARCA A UN AMIGO?  
PROMEDIO ENE-SEP

2022

2023

8,51

9,15





**RADDVA** Consumer  
Knowledge  
Group

# BRANDING REPORT

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

**Las marcas que más quieren lo hogares en Colombia y en las que más confían.**

**SEPTIEMBRE 2023**

# TOP OF HEART (TOH)

ESPECIAL CANASTA DE MODA – CLASIFICACIÓN RADDAR

¿CUÁL ES LA MARCA QUE USTED  
MÁS QUIERE? (ENE-SEP 2023)

## TOP 10 LIDERES TOH



KOAJ

Leonisa®



AC  
ARTURO CALLE



ELA



EN LA CANASTA  
DE VESTUARIO,  
CALZADO Y  
ACCESORIOS, EL  
CONSUMER  
TRACK TIENE UN  
TRACK RECORD  
DE:

196

MARCAS

MARCAS QUE MÁS ESCALARON  
EN EL TOP OF HEART (ENE-SEP)

	POSICIÓN 2022	POSICIÓN 2023	VARIACIÓN
GEF	34	11	23 ↑
VANS	34	19	15 ↑
ALBERTO VO5	34	21	13 ↑
PUMA	21	11	10 ↑
PAT PRIMO	15	6	9 ↑

# CONFIANZA DE MARCAS

ESPECIAL CANASTA DE ALIMENTOS – CLASIFICACIÓN RADDAR

¿CUÁL ES LA MARCA QUE USTED COMPARÍA CUALQUIER PRODUCTO, FIJÁNDOSE SOLO EN LA MARCA? ENE-SEP 2023

## TOP 10 LÍDERES EN CONFIANZA



EN LA CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR, EL CONSUMER TRACK TIENE UN TRACK RECORD DE: **550** MARCAS

## MARCAS QUE MÁS ESCALARON EN CONFIANZA (ENE-SEP)

	POSICIÓN 2022	POSICIÓN 2023	VARIACIÓN
FRESKALECHE	70	15	51 ↑
LA BASTILLA	70	18	49 ↑
RAMO	70	23	46 ↑
KIKES	60	23	36 ↑
MAC POLLO	60	27	34 ↑



**RADDER** Consumer  
Knowledge  
Group

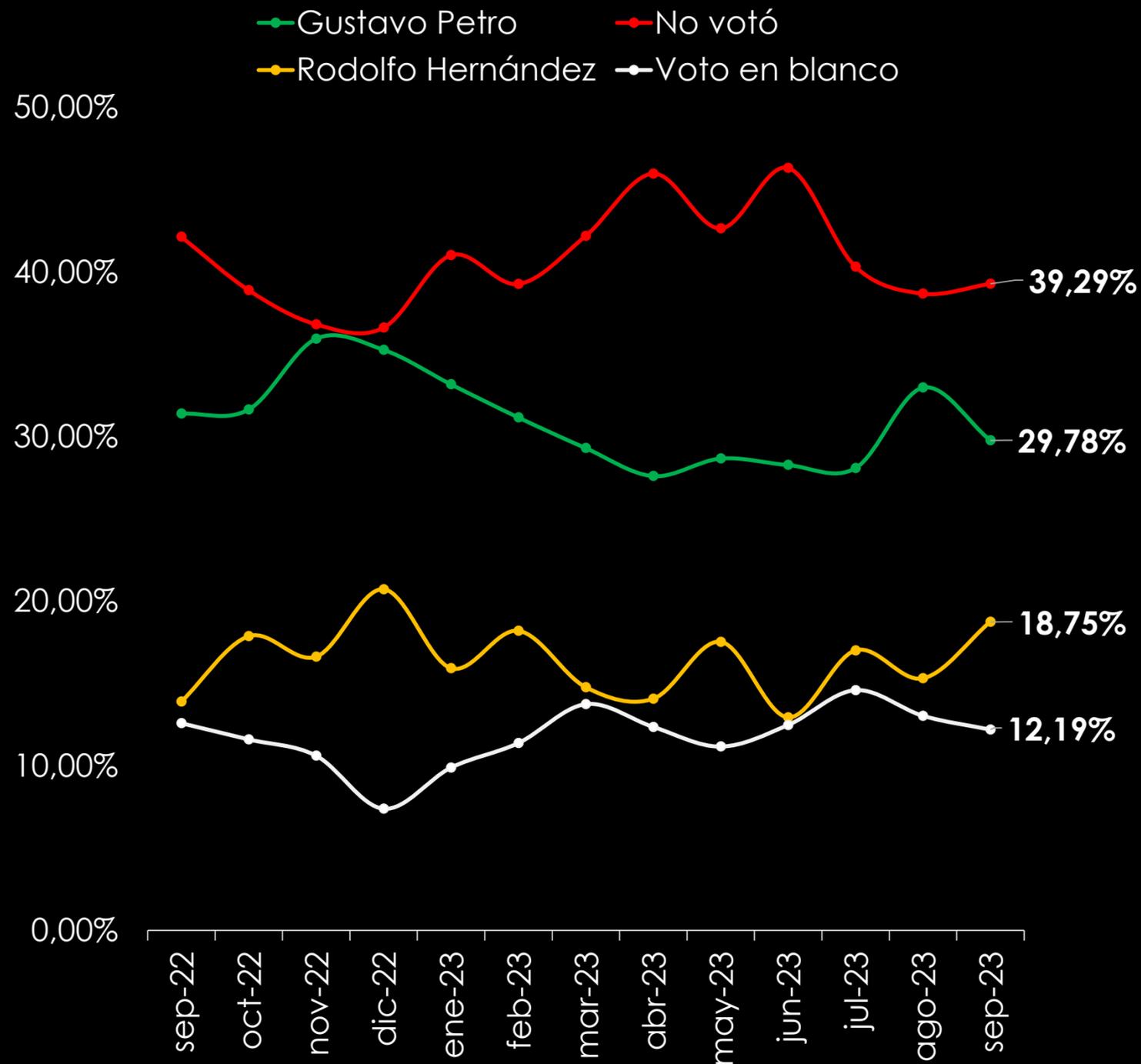
# POLITICAL REPORT

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

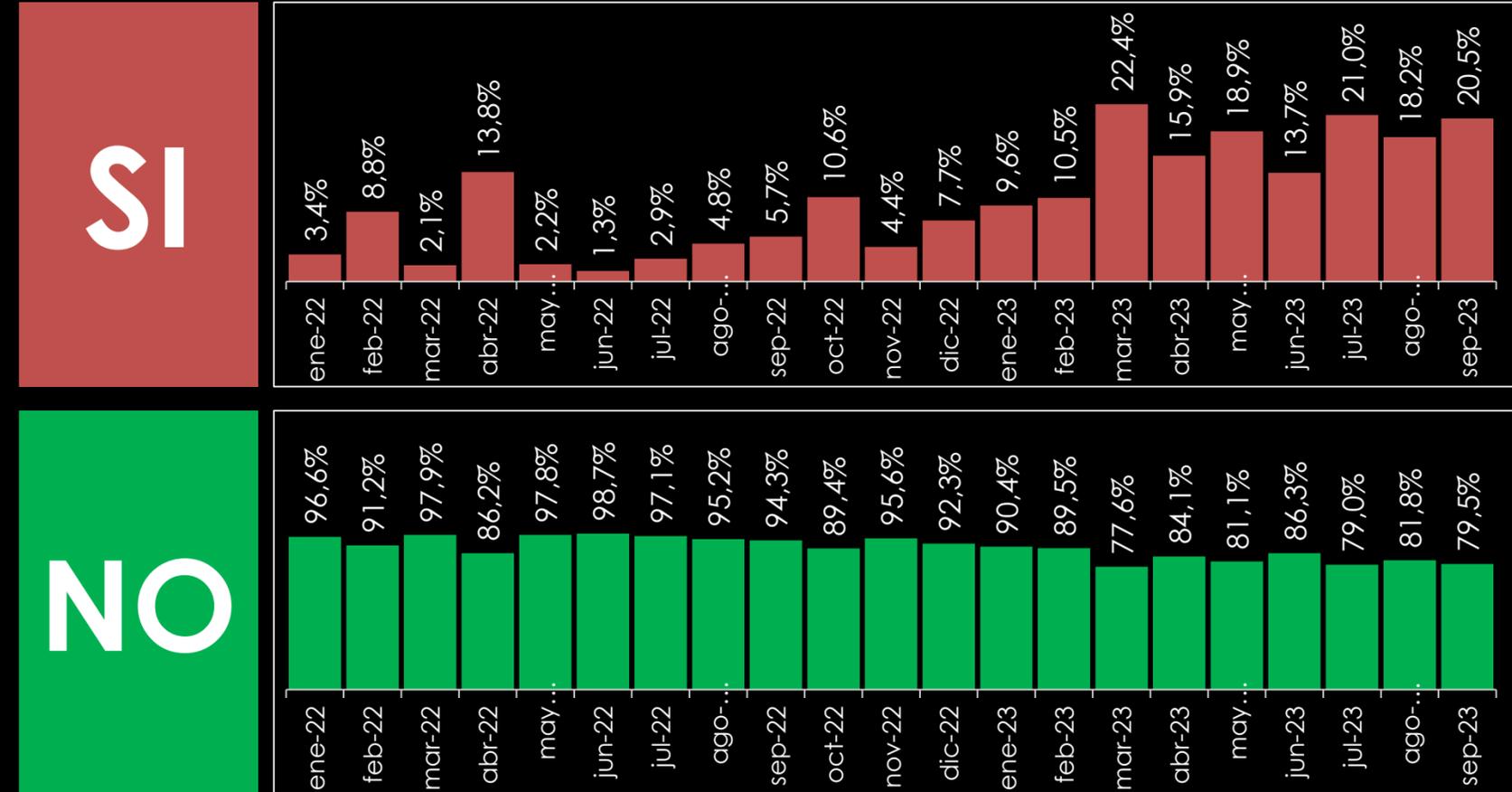
**Cambio de tendencia del espectro político del país ahora en centro.**

**SEPTIEMBRE 2023**

## ¿POR QUIÉN VOTÓ EN SEGUNDA VUELTA?



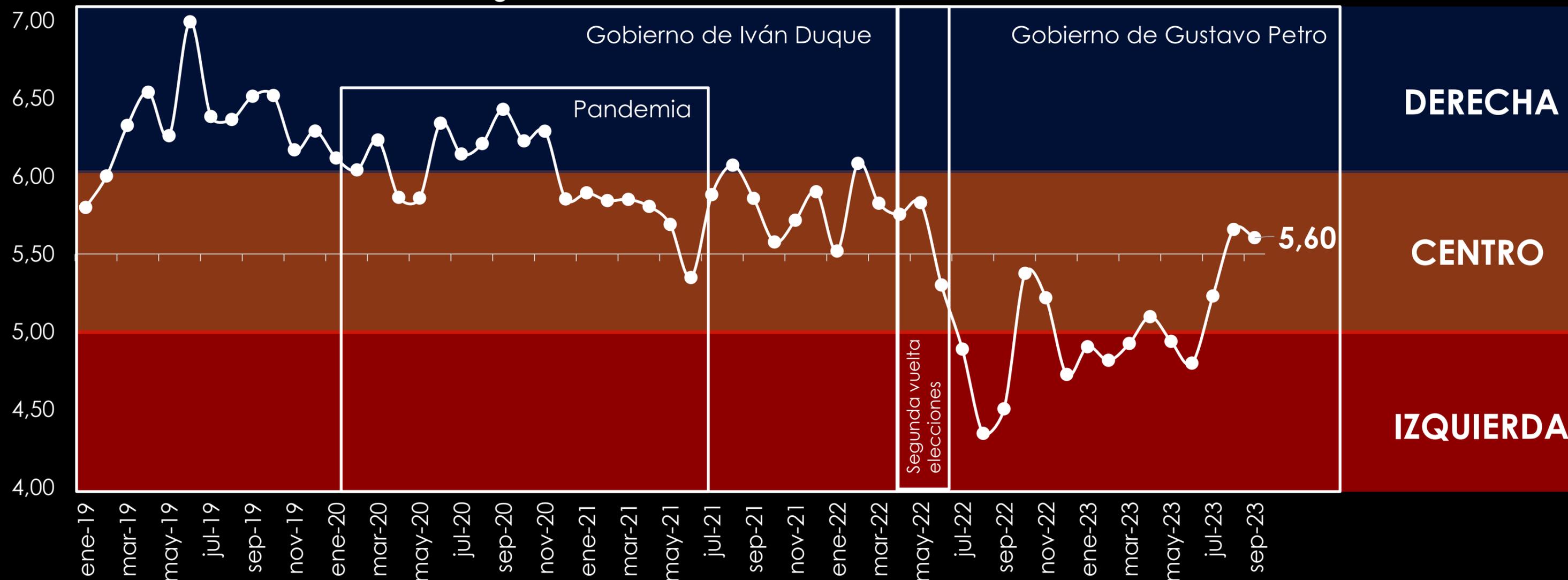
## ¿SE ARREPIENTE DE SU VOTO EN SEGUNDA VUELTA? SOLO LOS QUE VOTARON POR GUSTAVO PETRO



En medio del actual panorama de incertidumbre política en Colombia, se observa una tendencia a la disminución en la proporción de hogares que declaran haber votado por Gustavo Petro. Sin embargo, hubo un pico en noviembre de 2022 con un 35% de apoyo, para septiembre de 2023 esta cifra ha descendido al 29%.

Además de esta reducción en la participación de votantes, gradualmente ha aumentado el número de personas que se arrepienten de haber votado por Gustavo Petro. No obstante, aún el 79% de aquellos que respaldaron al actual presidente del país no lamentan su elección.

## POLÍTICAMENTE HABLANDO, SI 1 ES IZQUEIRDA Y 10 ES DERECHA, ¿DÓNDE SE UBICA USTED?



En 2019, durante la presidencia de Iván Duque, se observó que los colombianos tendían a autodefinirse en mayor medida como pertenecientes a la derecha política. Sin embargo, tras la pandemia y algunos problemas de impopularidad del gobierno, la inclinación política del país comenzó a desplazarse hacia el centro. Para las elecciones de 2022, la tendencia política del país había girado hacia la izquierda, y el candidato Gustavo Petro emergió como el representante de esta corriente al ganar las elecciones.

Hoy en día, debido a los desafíos en la gestión del gobierno de Gustavo Petro, los hogares colombianos han comenzado a volver hacia una tendencia más centrada en el espectro político.

**SI QUIERES PROFUNDIZAR  
EN ALGUNAS DE NUESTRAS  
HERRAMIENTAS**

**¡VISÍTANOS!**



# **RADDAR** Consumer Knowledge Group **REPORTS**

**SEPTIEMBRE 2023**



**@Raddarckg**



**Raddar CKG**



**Raddarckg**



**RADDAR CKG**

**¡PRONTO NUEVAS SECCIONES!**