

MICROECONOMIC OUTLOOK

JUNIO 2024

PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO CON UN GASTO A LA BAJA, CAMBIOS EN LOS MOMENTOS DE COMPRA Y UN JUNIO CARGADO DE EMOCIONES.



¿QUÉ HA PASADO EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES?

Enero fue un mes de incertidumbre, especialmente marcado por los incendios forestales

Antioquia y Bogotá lideraron exportaciones de Colombia hacia EE. UU. en enero de 2024

En estas dos regiones se consolidaron el 34% de las ventas realizadas a Estados Unidos, por US\$ 323,7 millones.

Comienzan las rebajas en enero: imperdibles descuentos en tiendas Koaj, H&M, Zara y más

Reconocidos comercios anuncian ofertas especiales en Colombia tras la temporada navideña

ENERO

Balance de emergencia: más de 500 incendios se han registrado en Colombia

En enero se profundizó la caída en las ventas de vivienda: el decrecimiento fue de 32 %

Hace un año, la cifra cayó un 50 %. La situación preocupa al sector.

¿Valen 4 veces más? Precio de los dulces en Colombia tuvo importante cambio que afectó a más de uno

Febrero tuvo un día más gracias al año bisiesto, y un mejor desempeño que enero, a pesar de las afectaciones climáticas.

Colombia registró el mejor febrero de su historia en movimiento de vuelos internacionales

La ruta entre Medellín y Miami estuvo entre las de mayor crecimiento.

Por año bisiesto, productividad de febrero sube hasta 0,7% en Colombia

Con los 246 días hábiles y 297 días laborales que tendrá Colombia, habrá un impacto en la actividad económica, que viene afectada por la desaceleración.

Tasa de usura bajo en febrero: estos son los bancos que cobran menos intereses en sus tarjetas de crédito

En abril del año pasado, la tasa de usura había llegado a un máximo de 47,09% efectivo anual, pero a partir de mayo empezó a caer, luego de llevar más de un año sin hacerlo

FEBRERO

48 municipios se declararon en calamidad pública por desabastecimiento de agua

Febrero batió nuevo récord: anota el noveno mes consecutivo en récord de calor en el mundo

Las temperaturas oceánicas mundiales también se salieron de lo normal el mes pasado, alcanzando los 21,06 grados, la media más alta para cualquier mes registrado

La Semana Santa tuvo un día festivo adicional lo cual fue positivo para el turismo en algunas regiones, sin embargo, recortó los días laborales.

El Estéreo Picnic rompió récord: esta fue la millonada que movió el festival al que asistieron más de 159.000 personas

La reciente edición del festival no solo brindó espectáculo, también estimuló la economía local, con un impacto significativo en ingresos por turismo

La ocupación hotelera de esta Semana Santa mejoró: fue del 55%

Boyacá, Caldas, Magdalena y Nariño fueron los destinos que más se recuperaron.

MARZO

Crece la alerta climática: marzo batió el récord de altas temperatura por décimo mes consecutivo

San Andrés tuvo una terrible Semana Santa por la ausencia de turistas: así ha bajado la ocupación en la isla

Cotelco estima que podría ser la "semana más nefasta de los últimos 20 años", en lo que va del 2024 la ocupación hotelera no llega al 30%

Entorno favorable

Entorno desfavorable

¿QUÉ HA PASADO EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES?

1

Abril, un mes de incertidumbre frente a la Reforma de la Salud e intervenciones en algunas EPS. Se hicieron evidentes las consecuencias del Fenómeno de El Niño

Economía en abril dio una 'sorpresa positiva' tras variación anual del 5,5%

Después de 10 meses, todas las actividades económicas quedaron en terreno positivo.

Mercar en abril fue más barato, luego de que la inflación cedió hasta 7,16% este mes

ABRIL

Fenómeno de El Niño hizo que el precio de la energía en bolsa subiera 23% en abril: XM

Inflación de abril hace arder al Caribe colombiano: Dane reveló las ciudades más caras del país

El precio de los alimentos marcó el aumento del costo de vida de Cartagena, Barranquilla y otras capitales en el cuarto mes de 2024. Las frutas frescas, entre lo que más subió de precio a nivel general

Compensar EPS podría desaparecer: presentó una solicitud de liquidación voluntaria ante la Superintendencia

EPS Sanitas fue intervenida por la Superintendencia de Salud ante crisis financiera: llueven críticas por la medida

La entidad es una de las más grandes en todo el país, con cerca de seis millones de afiliados

Crisis hídrica en Bogotá: en el primer ciclo de racionamiento, 18 personas fueron multadas por desperdiciar agua

La temporada del Día de la Madre se extendió en el 2024 gracias a un día festivo adicional. La inflación frenó su desaceleración.

Comerciantes reportaron aumento del 35% en ventas por el Día de la Madre

Black Friday Colombia mayo 2024: Un motor de crecimiento para consumidores y empresas

Para los minoristas y emprendedores, Black Friday representa una oportunidad crucial para incrementar sus ventas y reducir los inventarios acumulados.

Brecha de género en el mercado laboral colombiano cayó a su nivel más bajo desde que hay registros

MAYO

Después de 13 meses a la baja, la inflación se estancó en mayo y se mantuvo en 7,16%

Tomates, papas y dulces no dejan bajar el costo de vida

El indicador anualizado según el Dane fue de 7,16%, a mayo.

Empieza una gran temporada deportiva. Algunos hogares recibieron prima, iniciaron las vacaciones de mitad de año y se celebró el Día del Padre.

Colombianos superaron el billón de pesos en transacciones el Día del Padre, según Redeban

Medellín, Envigado, Cali y Pereira fueron las ciudades con mejor dinámica en compras y facturación.

'Intensamente 2' se convierte en la película más taquillera de la historia de Colombia

La película de Disney 'Intensamente 2' superó a 'Avengers: Endgame', que desde 2019 tuvo en su poder la cifra más alta de la historia del cine colombiano.

¿Colombianos ya se gastaron la prima de mitad de año? Ventas crecieron 20% con la Primatón de Fenalco

Balance de la primera Primatón, que se realizó del 28 al 30 de junio, en más de 19.000 puntos de venta en el territorio colombiano.

JUNIO

Impuestos saludables del Gobierno Petro han causado una caída de hasta el 15% en las tiendas de barrio, aseguró el presidente de Fenalco Jaime Alberto Cabal

Como habían vaticinado los gremios del comercio, en efecto, se han pronunciado las bajas en ventas de algunos productos en establecimientos pequeños

Repunte en inflación podría demorar recorte en tasas de interés, asegura Anif

Entorno favorable

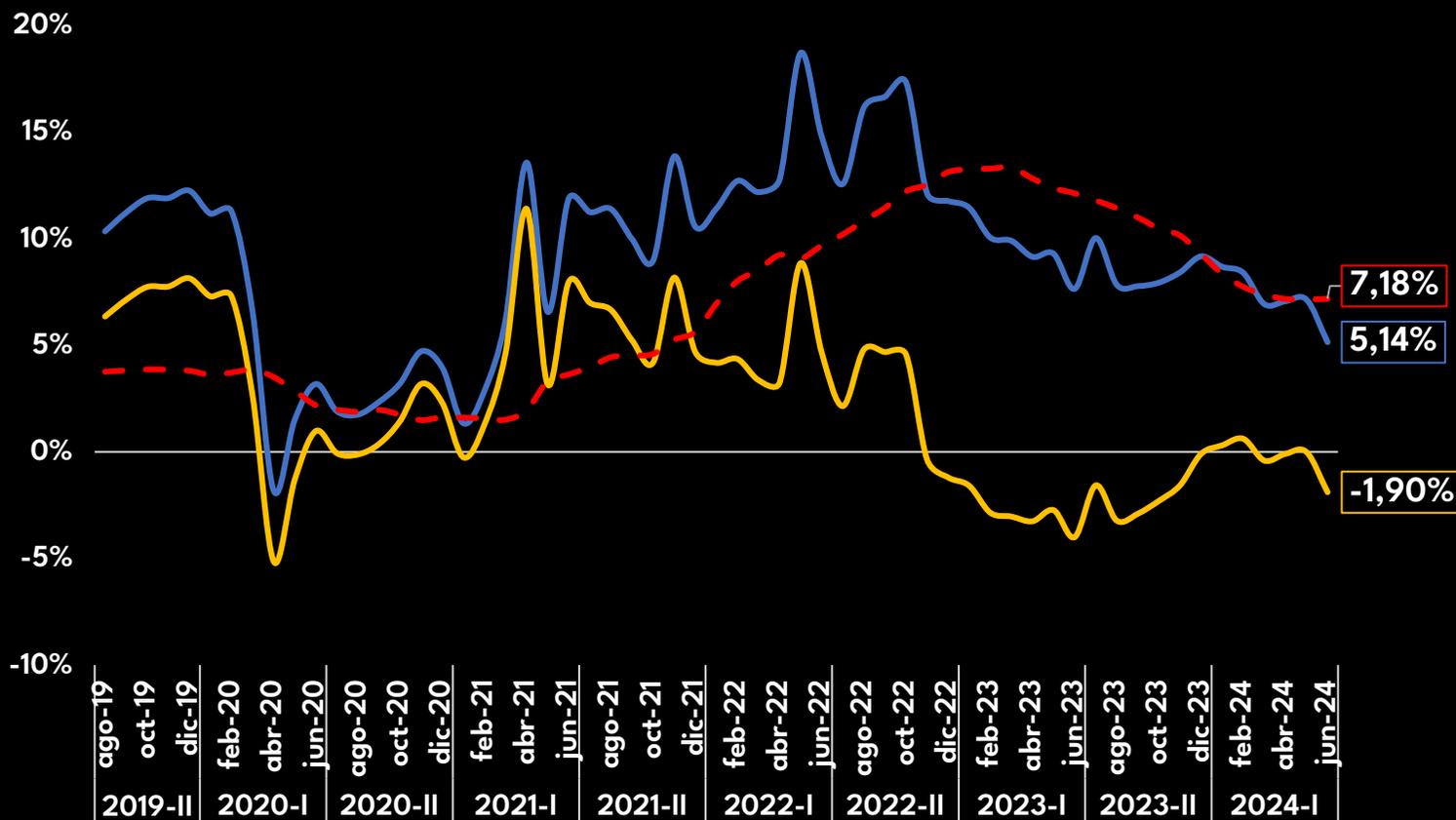
Entorno desfavorable

3

EL GASTO DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2024 FUE DE **\$84,91** BILLONES DE PESOS

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

— VAR. CORRIENTE — VAR. REAL — INFLACIÓN ANUAL



PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO CON UN GASTO A LA BAJA, CAMBIOS EN LOS MOMENTOS DE COMPRA Y UN JUNIO CARGADO DE EMOCIONES.

1

En el primer semestre el gasto tiene un menor impulso, lo que se vio reflejado en las cifras.

2

¿Cómo la dinámica de gasto en las canastas explicó la contracción del gasto de los hogares?

3

Precios de los **alimentos** registraron tendencia al alza, mientras que los **servicios** continuaron presionando el bolsillo de los hogares.

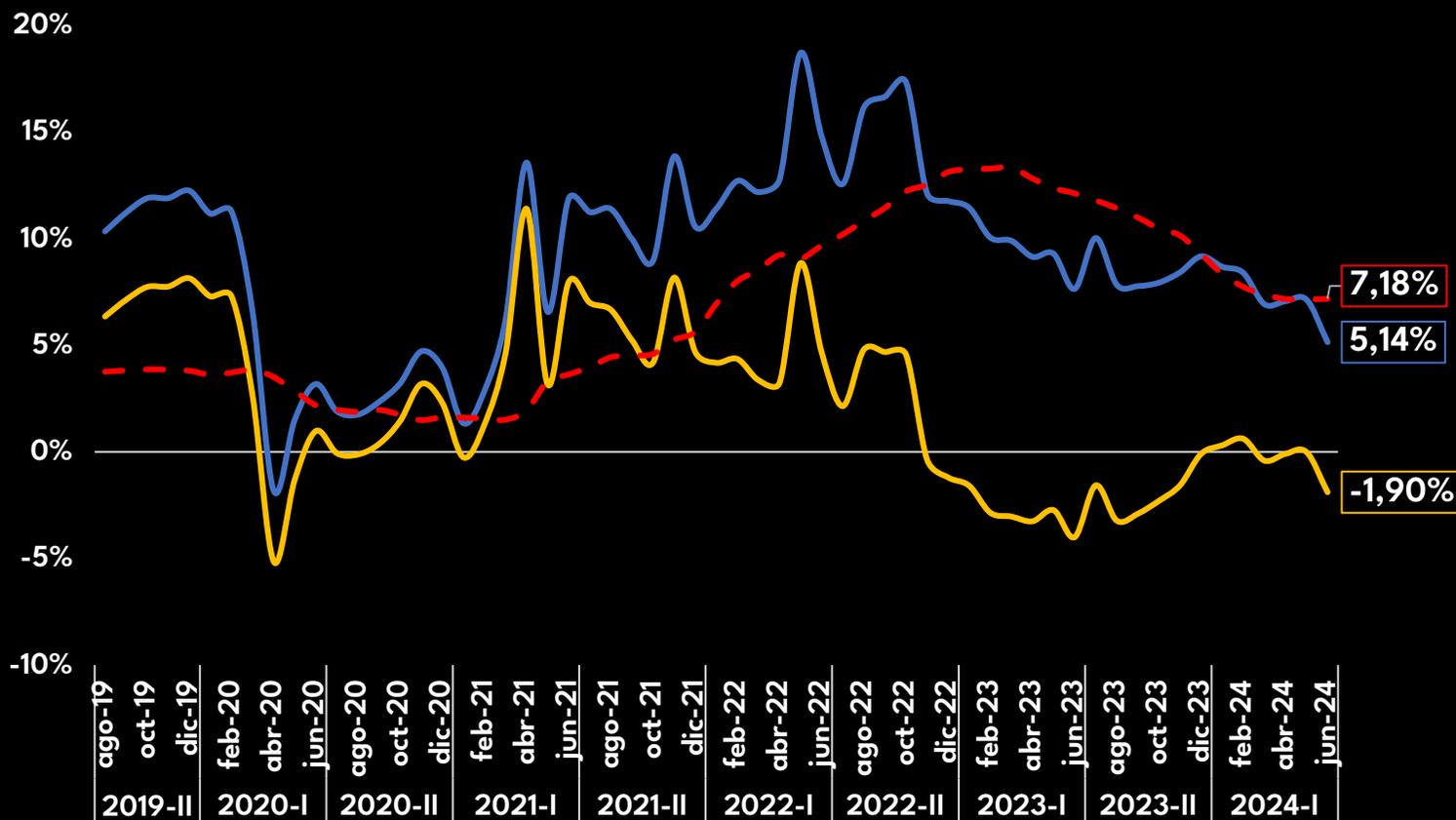
4

Junio, un mes cargado de emociones y momentos de consumo.

EL GASTO DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2024 FUE DE **\$84,91** BILLONES DE PESOS

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

— VAR. CORRIENTE — VAR. REAL — INFLACIÓN ANUAL



PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO CON UN GASTO A LA BAJA, CAMBIOS EN LOS MOMENTOS DE COMPRA Y UN JUNIO CARGADO DE EMOCIONES.

1

En el primer semestre el gasto tiene un menor impulso, lo que se vio reflejado en las cifras.

2

¿Cómo la dinámica de gasto en las canastas explicó la contracción del gasto de los hogares?

3

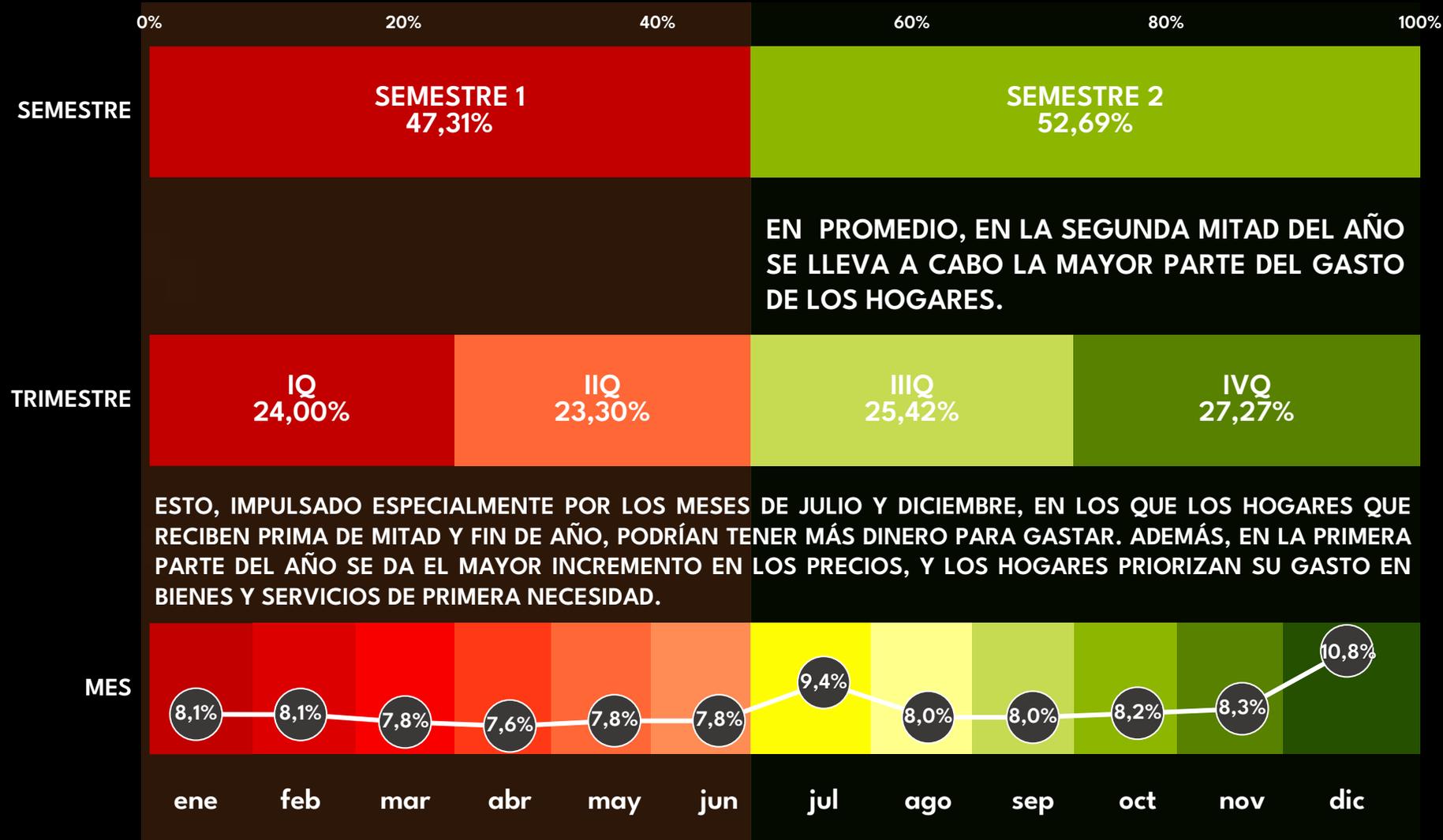
Precios de los **alimentos** registraron tendencia al alza, mientras que los **servicios** continuaron presionando el bolsillo de los hogares.

4

Junio, un mes cargado de emociones y momentos de consumo.

¿EN QUÉ PARTE DEL AÑO ESTAMOS? DURANTE EL PRIMER SEMESTRE EL GASTO TIENE UN MENOR IMPULSO

PARTICIPACIÓN PROMEDIO* DE CADA PERIODO EN EL TAMAÑO DE MERCADO ANUAL



En los primeros seis meses del año, el gasto se apalanca especialmente por los meses de enero y febrero, en los que se siente el primer impacto del aumento del salario mínimo favoreciendo el poder adquisitivo de los hogares, además de presentarse temporadas como la escolar, San Valentín y las vacaciones académicas para colegios y universidades, lo que también puede impulsar el gasto en ciertas canastas. Además, la moda tiene su mayor participación en el bolsillo de los hogares en estos dos primeros meses, especialmente gracias a la liquidación de colecciones, la compra de uniformes, y en general, la renovación del vestuario al iniciar el año.

Abril es el mes del año con el menor peso en el gasto total, ante la ausencia de temporadas en este mes y de días festivos, cuando Semana Santa se da en marzo.

Finalmente, a pesar de que en junio se inician las vacaciones de mitad de año y algunos hogares reciben la prima, el gasto de la misma se ve reflejado en julio, segundo mes del año con mayor participación en el gasto total. Además, en junio se realiza el pago de impuesto predial y vehicular, reduciendo así la disposición de compra de algunos hogares.

¿EN QUÉ PARTE DEL AÑO ESTAMOS?

GASTO PROMEDIO EN TEMPORADAS 2016-2023

EL 23,4% DEL GASTO EN TEMPORADAS SE LLEVA A CABO EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO.

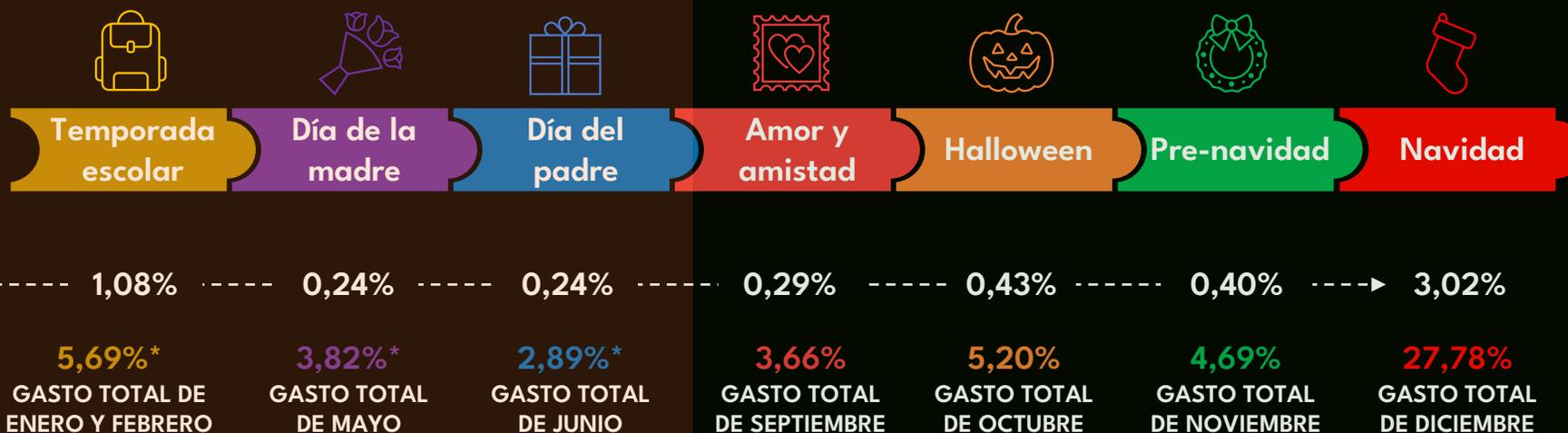
EL 76,6% RESTANTE DEL GASTO EN TEMPORADAS SE LLEVA A CABO EN EL ÚLTIMO SEMESTRE DEL AÑO.

EN PROMEDIO, EL GASTO TOTAL EN TEMPORADAS CORRESPONDE AL

5,7%

DEL GASTO TOTAL ANUAL DE LOS HOGARES

En general, la primera parte del año no es muy fuerte en cuanto a temporadas y conciertos se refiere, y en el 2024 hubo menos días hábiles frente al 2023 en el primer semestre; todo lo anterior, pudo contribuir a un menor gasto en la primera parte del año.



PESO DE LA TEMPORADA EN EL GASTO TOTAL DE CADA MES

DÍAS HÁBILES Y FESTIVOS 2024

La Semana Santa del 2024 tuvo un lunes festivo, dejando 3 festivos en la misma semana y 2 puentes seguidos.

En el primer semestre del año, hubo **9 días festivos**.

En el primer semestre del 2024 hubo **121 días hábiles** VS. 122 en el 2023 ↓

A partir de julio entra en vigor la semana laboral de 46 horas.

En el último semestre del año, hay **9 días festivos**.

En el segundo semestre del 2024 habrá **125 días hábiles** VS. 121 en el 2023 ↑

SE HAN REALIZADO MÁS DE 161 CONCIERTOS

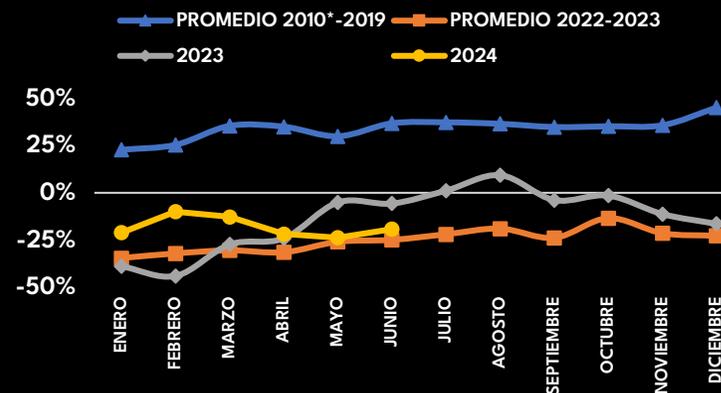
SE REALIZARÁN MÁS DE 159 CONCIERTOS

¿CUÁL ES LA PERCEPCIÓN DE LOS HOGARES ACERCA DE SUS COMPRAS?

Percepción de compra 2010-2019	Semestre 1						Semestre 2					
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Más cosas que el mes pasado	13,6%	10,9%	12,3%	13,6%	12,6%	18,4%	18,8%	15,7%	15,0%	13,3%	14,1%	24,3%
Menos cosas que el mes pasado	40,3%	37,2%	32,7%	32,2%	30,8%	30,0%	28,7%	33,9%	33,6%	34,1%	35,2%	27,6%
Las mismas cosas que el mes pasado	46,1%	51,9%	55,0%	54,2%	56,6%	51,6%	52,4%	50,4%	51,4%	52,5%	50,8%	48,2%
Balance de percepción*	▲19,4%	▲25,7%	▲34,6%	▲35,6%	▲38,3%	▲40,0%	▲42,5%	▲32,2%	▲32,8%	▲31,8%	▲29,6%	▲44,9%

Percepción de compra 2024	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Más cosas que el mes pasado	5,6%	6,6%	6,7%	5,8%	8,0%	7,6%
Menos cosas que el mes pasado	60,5%	55,0%	56,4%	60,9%	61,9%	59,6%
Las mismas cosas que el mes pasado	33,9%	38,4%	37,0%	33,3%	30,1%	32,8%
Balance de percepción*	▼-21,0%	▼-9,9%	▼-12,7%	▼-21,8%	▼-23,7%	▼-19,2%

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



- Meses en el que la percepción de comprar más cosas que el mes pasado es la máxima de cada semestre.
- Meses en el que la percepción de comprar menos cosas que el mes pasado es la máxima de cada semestre.
- Meses en el que la percepción de comprar las mismas cosas que el mes pasado es la máxima de cada semestre.

*Balance de percepción: Corresponde a la resta entre, la percepción de comprar menos cosas. Si es negativo, la cantidad de gente que siente que compra menos cosas es mayor.

En promedio, la percepción de comprar más cosas que el mes pasado alcanza su mayor participación en los meses relacionados con vacaciones y con la recepción o gasto de la prima: junio, julio y diciembre. Ahora bien, se observa como en el primer semestre, los hogares pueden ser más ahorrativos y/o estratégicos por las diferentes obligaciones que se dan en este periodo. Esto se evidencia en enero y febrero, donde se muestran una concentración de la percepción de comprar menos cosas que el mes pasado dada la temporada de fin de año y el ajuste de tarifas. Meses como marzo, abril y mayo registran una mayor concentración en comprar las mismas cosas que el mes pasado, reflejando un comprador que ya sabe lo que tiene y lo que puede permitirse gastar.

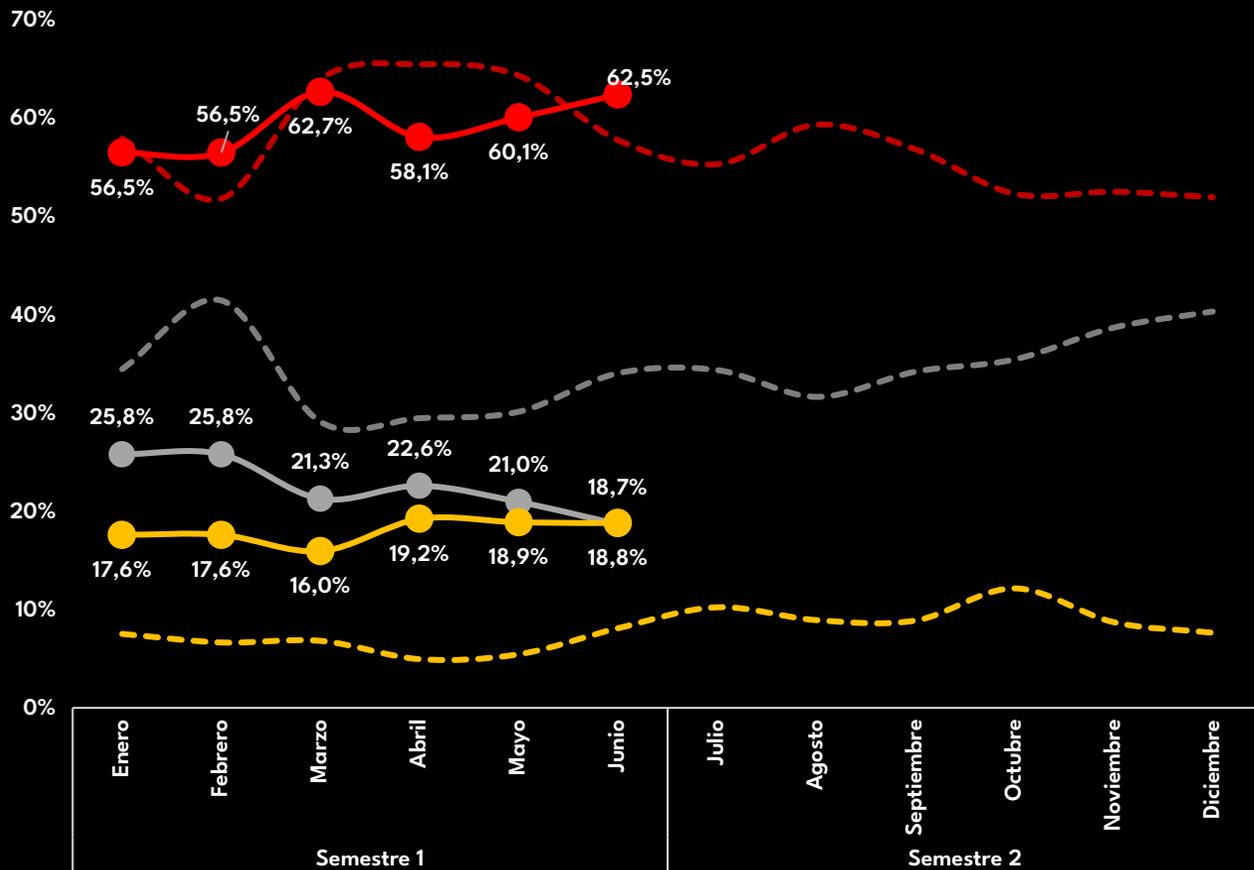
Ahora bien, la sensación del comprador en el segundo semestre muestra una mayor percepción de comprar más cosas que el mes pasado, dadas las temporadas de gasto en este periodo, así como también una menor presión de los ajustes inflacionarios.

Durante el primer semestre de 2024, se observó una marcada percepción de comprar menos cosas, esto en línea con las presiones en el presupuesto de los hogares por aumentos de precio, lo cual los lleva realizar sacrificios para estabilizar su gasto. De esta manera, estos primeros seis meses del año se vio a un consumidor restringido que prioriza los productos que quiere y conoce.

MIENTRAS LOS PRECIOS AUMENTAN, EL VALOR CONTINÚA GANANDO TERRENO FRENTE AL HISTÓRICO, A SU VEZ, EL CAZADOR DE PROMOCIONES VUELVE A CRECER

TENDENCIA DE COMPRADOR

--- CAZADOR DE PROMOCIONES* - - - CAZADOR DE OPORTUNIDAD* - - - CAZADOR DE VALOR*
 ● CAZADOR DE PROMOCIONES 2024 ● CAZADOR DE OPORTUNIDAD 2024 ● CAZADOR DE VALOR 2024



*Promedio 2010-2019

En promedio, entre 2010 y 2019 los meses de marzo a mayo eran los meses de mayor participación del cazador de promociones, ligado a la sensibilidad de los compradores a la búsqueda de precios bajos en un periodo del año en el que se prioriza el gasto en bienes y servicios esenciales, sin embargo, en el transcurso del año, este tipo de comprador pierde fuerza, a medida que aumenta el cazador de oportunidad.

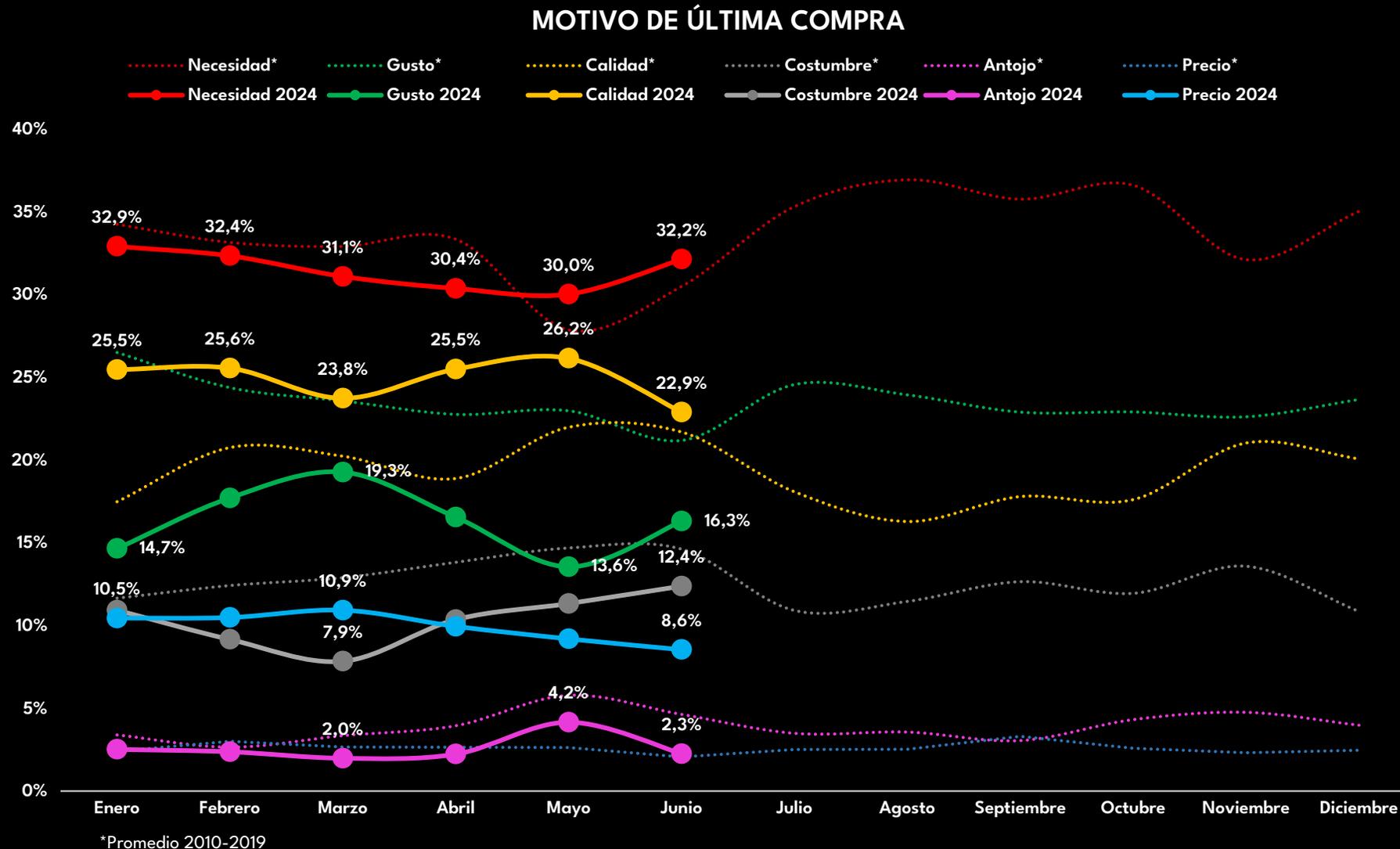
Esta dinámica para el 2024 presentó un quiebre frente a la tendencia histórica, sobre todo a partir del segundo trimestre, en donde abril mostró una caída en la búsqueda de promociones que retomó una tendencia creciente desde mayo y junio ligada posiblemente al freno en la caída de los precios, así como también a una mayor presencia de descuentos y ofertas en el mercado.

Por su parte, febrero en promedio era el mes donde más se buscaba oportunidad, probablemente ante la percepción de comprar menos cosas frente a enero, un bolsillo apretado por los ajustes de tarifas en bienes y servicios y la llegada de la temporada escolar, llevando al comprador a ser más cuidadoso, menos afanado, y esperando el momento adecuado para realizar sus compras ya sea pagando el precio completo o aprovechando una promoción. Esta dinámica se vuelve a acentuar en los últimos tres meses del año, dejando ver una anticipación de las compras navideñas y un comprador que empieza a buscar las oportunidades desde octubre hasta diciembre.

Para 2024, es importante destacar el **fuerte crecimiento del cazador de valor** que logró tener la misma participación del cazador de oportunidad; este último en el 2024 mostró un nivel de participación inferior al promedio.

En el segundo trimestre del 2024, cerca del 19% de compras realizadas fueron motivadas por la búsqueda de valor, siendo esta la mayor participación histórica para este periodo. Así, la tendencia muestra un comprador que está en una disyuntiva entre el valor y la oportunidad, siendo el valor el que está marcando la iniciativa.

LA CALIDAD SE POSICIONÓ COMO EL SEGUNDO MOTIVO DE COMPRA, AUNQUE EN JUNIO, LA NECESIDAD Y EL GUSTO MARCARON LAS COMPRAS DE LOS HOGARES

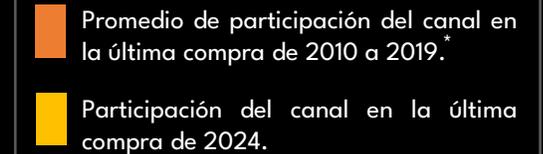
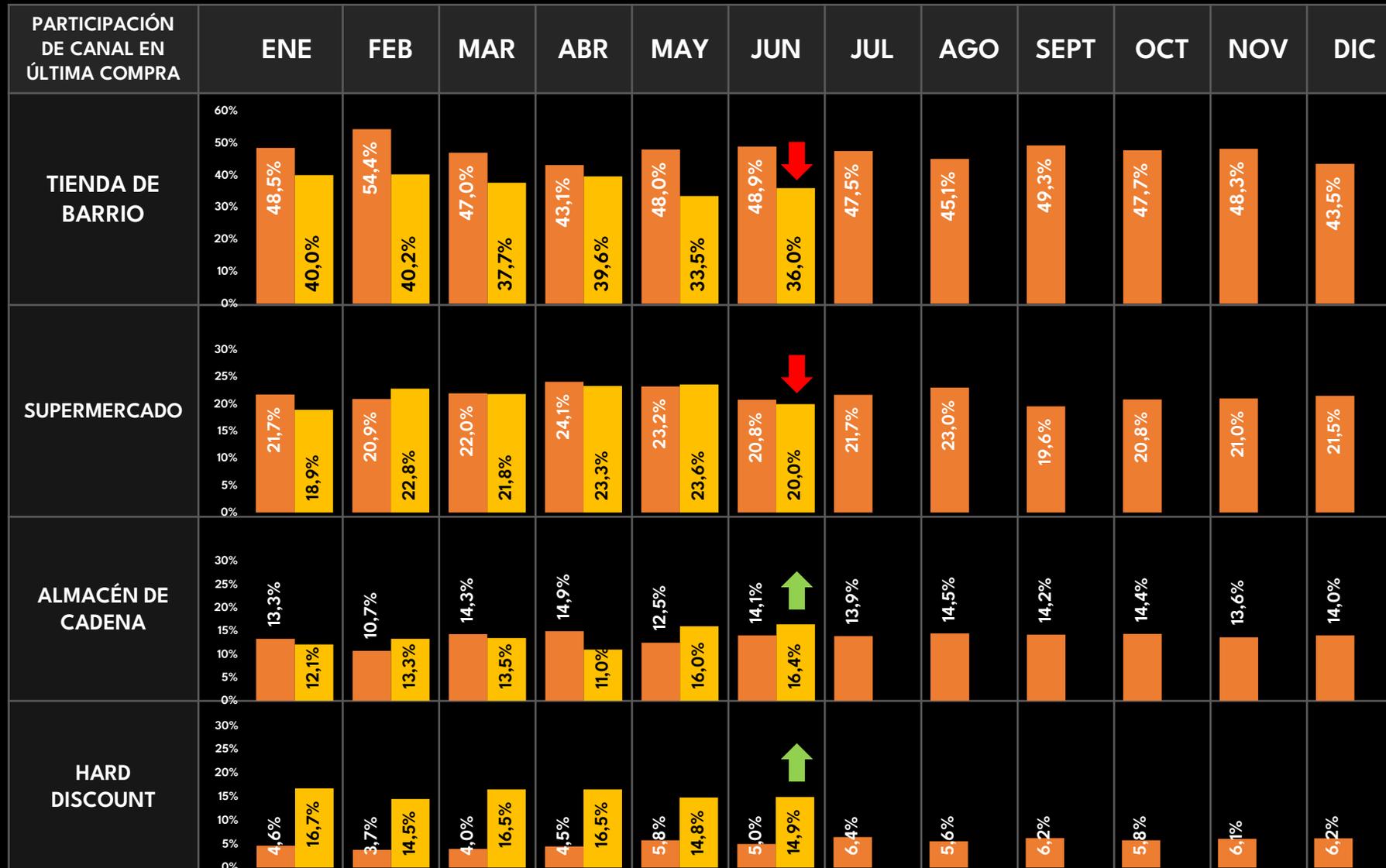


En el 2024, la calidad se posicionó como el segundo motivo de compra principal, superando su participación promedio entre 2010 y 2019; esto, en línea con un aumento del cazador de valor, pone en evidencia un comprador más informado, que se deja llevar **menos por el antojo y la costumbre**, buscando los productos que considera de mayor calidad sin importar que estos puedan implicar un mayor desembolso de dinero, mientras en otras compras, el precio marca la decisión, teniendo en cuenta un costo de vida alto y un comprador cuidadoso con su presupuesto.

Ahora bien, al revisar los demás motivos de compra vemos como estos han jugado entre sí, donde el gusto, la costumbre y el antojo se han ubicado por debajo de su promedio histórico, mientras el precio ganó terreno dentro de los motivadores, reflejando un consumidor que atiende la coyuntura económica.

Para junio, se observa un nuevo repunte del gusto atado a la percepción que se puede dar en este periodo dada la temporada vacacional, deportiva y de ingresos extra, a su vez, la necesidad sigue su tendencia histórica de incremento hacia el segundo semestre del año.

TIENDA DE BARRIO Y HARD DISCOUNT: PROTAGONISTAS EN LAS MISIONES DE COMPRA DURANTE EL PRIMER SEMESTRE



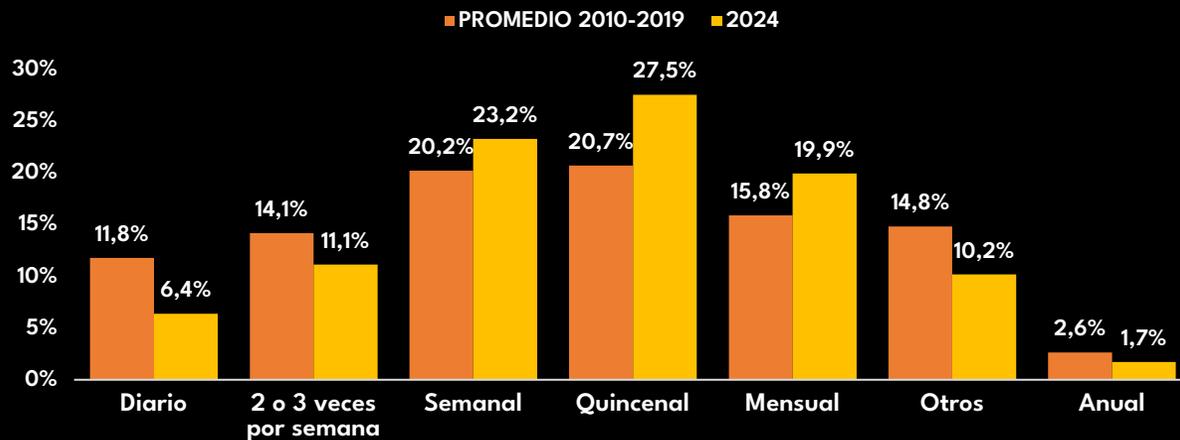
El canal tradicional pierde participación mientras el hard discount aumenta su penetración en las misiones de compra.

Al comparar la participación de los principales canales en la última compra, se evidencia que los primeros dos meses del año, tanto en el promedio como en el 2024 tienen una mayor participación de tienda de barrio, especialmente teniendo en cuenta que en estos meses los hogares pueden ser más cuidadosos con el presupuesto tras el fuerte gasto de diciembre. Esto podría indicar que el Hard Discount podría competir con la tienda de barrio, dada una mayor oferta de categorías que ha crecido paulatinamente, una cercanía a los hogares e incluso una mayor frecuencia de compra.

El almacén de cadena por su parte mantiene e incrementa levemente su participación en las misiones de compra, probablemente impulsado por una oferta completa de productos y las presentaciones en mayor cantidad que podrían implicar cierto ahorro para los hogares en compras mensuales o quincenales.

LA BÚSQUDA DE UNA OFERTA MÁS COMPLETA Y UN AHORRO PUEDE ESTAR LLEVANDO A LOS HOGARES A DISMINUIR SUS COMPRAS DIARIAS, AUMENTANDO PRINCIPALMENTE LA FRECUENCIA DE COMPRA QUINCENAL

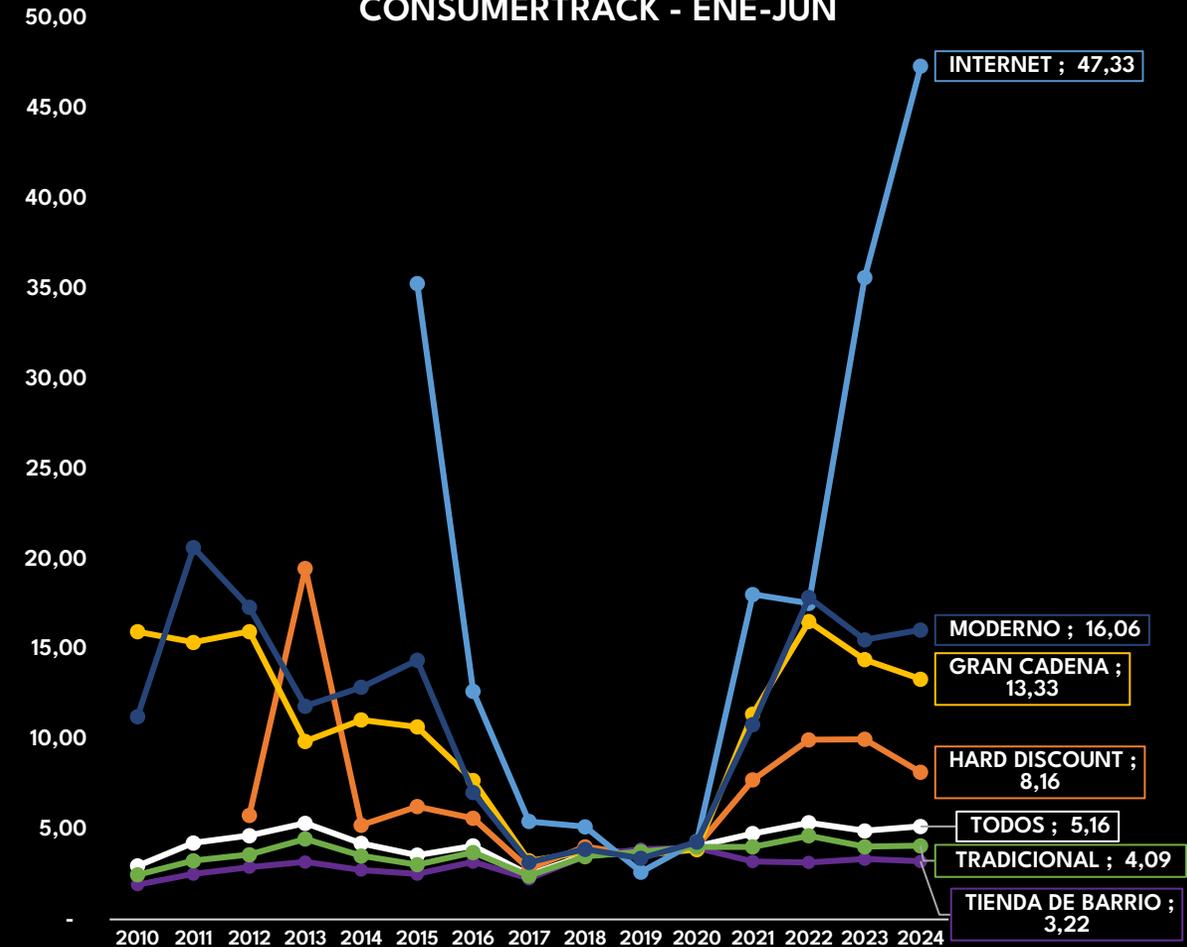
¿CADA CUÁNTO COMPRA ESTE PRODUCTO? – ÚLTIMA COMPRA



En comparación con el promedio de 2010 a 2019, para el 2024 los hogares han buscado realizar sus compras con una periodicidad más acumulada hacia lo semanal, quincenal y mensual. Esto podría relacionarse al cambio en los canales de compra, siendo la tienda de barrio la que más ha perdido participación y es el canal principal de compras de alta frecuencia dada su cercanía al hogar y la presentación de los productos en menores cantidades.

Así, una mayor asistencia a almacenes de cadena y Hard Discount podría estar impulsando las compras de 1 y 4 veces al mes, al manejar compras de mayor volúmen y descuentos, lo que podría deberse a la búsqueda de canales que les garanticen algunos beneficios tales como más cantidad a menor precio, pero a los que no acceden de manera frecuente.

¿CADA CUÁNTOS DÍAS COMPRAMOS ALGO? CONSUMERTRACK - ENE-JUN



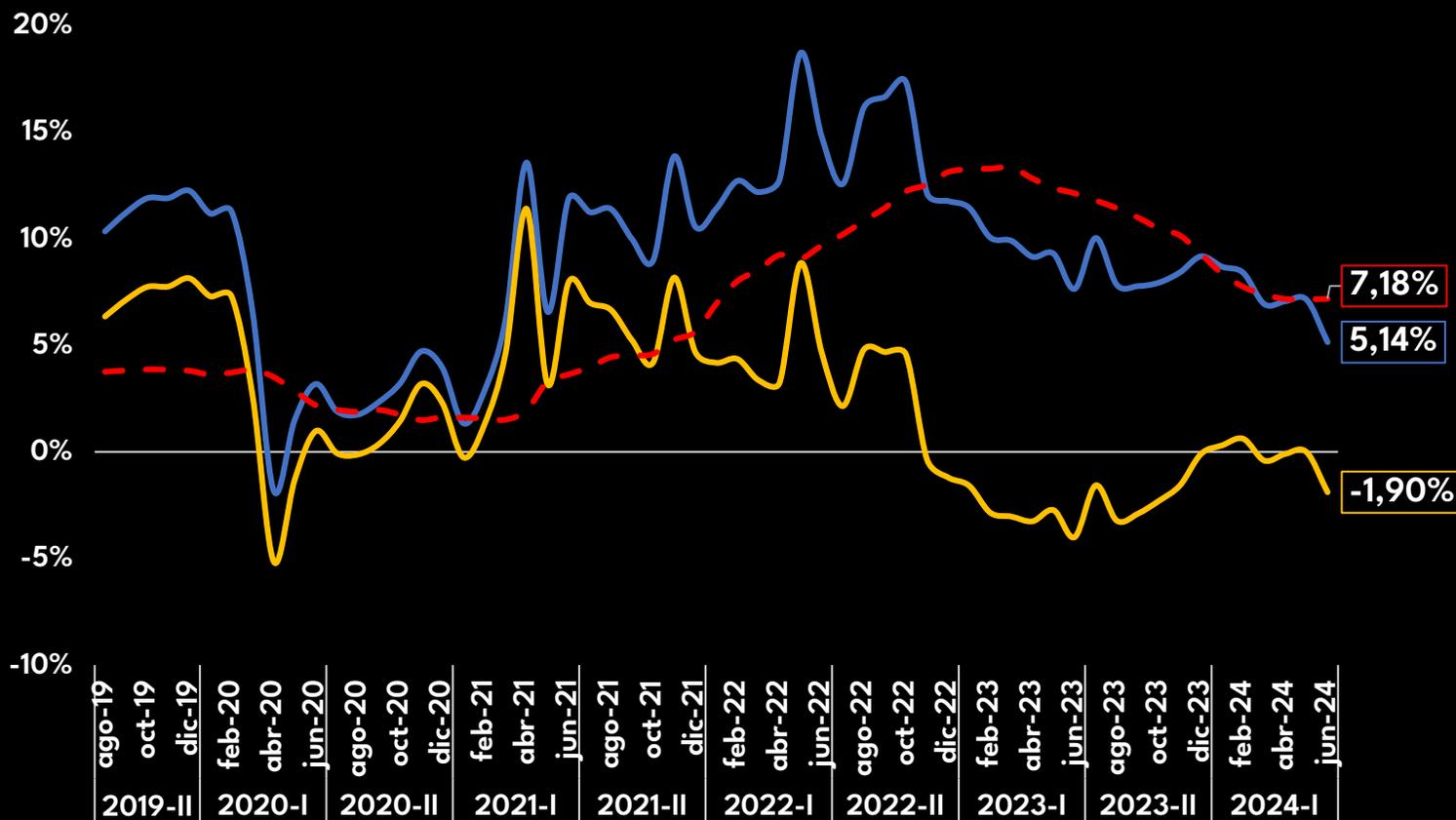
■ Promedio de participación del canal en la última compra de 2010 a 2019.
■ Participación del canal en la última compra de 2024.

FUENTE: ConsumerTrack Junio 2024, RADDAR.

EL GASTO DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2024 FUE DE **\$84,91** BILLONES DE PESOS

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

— VAR. CORRIENTE — VAR. REAL — INFLACIÓN ANUAL



PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO CON UN GASTO A LA BAJA, CAMBIOS EN LOS MOMENTOS DE COMPRA Y UN JUNIO CARGADO DE EMOCIONES.

1

En el primer semestre el gasto tiene un menor impulso, lo que se vio reflejado en las cifras.

2

¿Cómo la dinámica de gasto en las canastas explicó la contracción del gasto de los hogares?

3

Precios de los **alimentos** registraron tendencia al alza, mientras que los **servicios** continuaron presionando el bolsillo de los hogares.

4

Junio, un mes cargado de emociones y momentos de consumo.

En los primeros 6 meses del 2024 los hogares gastaron

\$514,32

BILLONES DE PESOS

49,23%

\$253,22

BILLONES DE PESOS

Segundo trimestre

16,51%

\$84,91

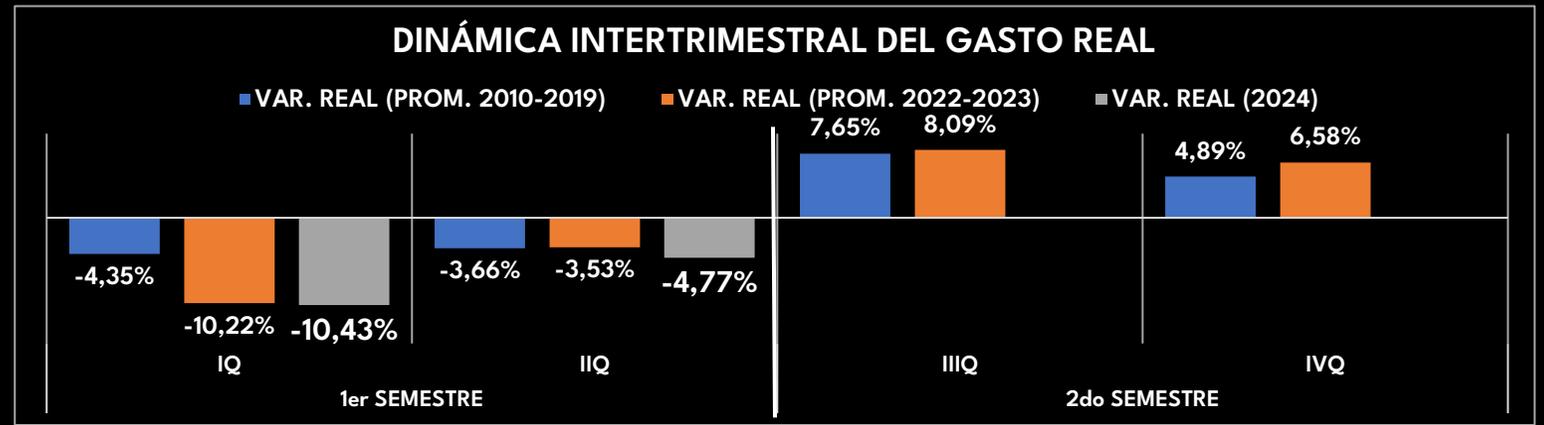
BILLONES DE PESOS

Junio

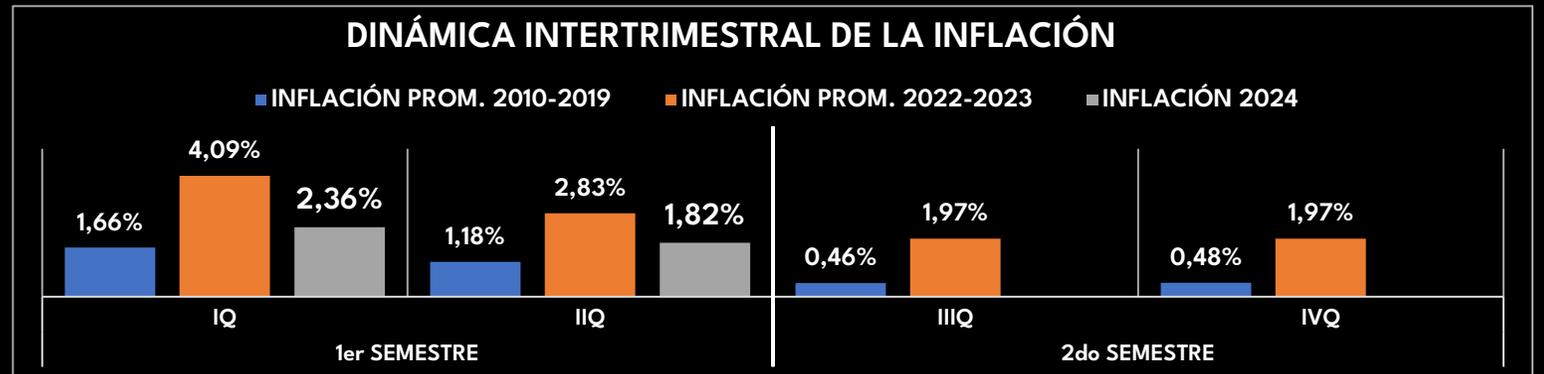
%

Peso dentro del gasto total del primer semestre.

PARA ESTE 1ER SEMESTRE DE 2024, EL GASTO REAL SIGUIÓ UNA TENDENCIA ESPERADA DE CAÍDA, SIN EMBARGO, MÁS ACENTUADA QUE EL PROMEDIO ENTRE 2022 Y 2023



PARA LOS DOS PRIMEROS TRIMESTRES, HABITUALMENTE SE DA UNA CAÍDA DEL GASTO FRENTE AL PERIODO ANTERIOR; SIN EMBARGO, EN EL 2024 ESTA CAÍDA SE ACENTUÓ A PESAR DE QUE EL AUMENTO EN LOS PRECIOS FUE MENOR AL EVIDENCIADO EN 2023.

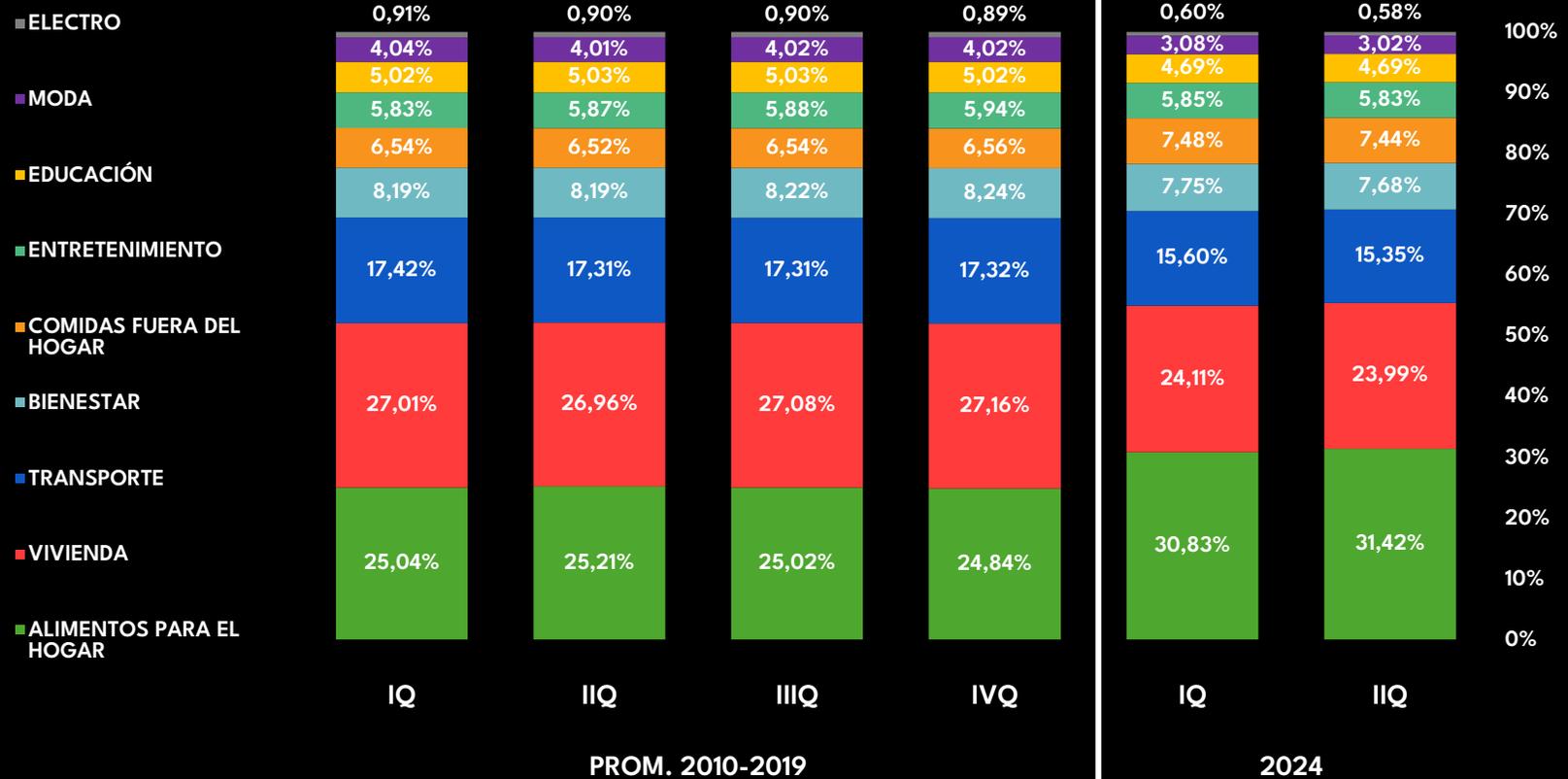


2 LOS NO DURABLES HAN REDUCIDO LA CAPACIDAD DE GASTO EN OTROS TIPOS DE BIENES Y SERVICIOS

Al comparar la distribución del bolsillo de los hogares en lo corrido del 2024 con el promedio de pocketshare desde el 2010 al 2019 se observa una reestructuración entre las canastas de gasto.

- En cuanto a tipos de bienes, los servicios solían ocupar alrededor del 50% del bolsillo de los hogares, sin embargo, con el pico inflacionario que han presentado los alimentos en los últimos años y los nuevos repuntes para el segundo trimestre del 2024, la participación de los no durables ha crecido limitando la capacidad de gasto en otros tipos de bienes.
- Si bien una mayor participación en los alimentos ha generado una reestructuración y ciertos sacrificios en el bolsillo de los hogares, cabe destacar la importancia que tienen algunas canastas que no han sido sacrificadas, como Entretenimiento, en la que los hogares han intentado mantener su gasto corriente, mientras otras ceden participación como el caso de Moda y servicios como: Transporte y Educación.
- Por su parte, otras canastas ganaron importancia para los hogares, como el caso de Comidas fuera del hogar, lo que pudo ser resultado de la búsqueda de nuevas experiencias, bienestar, esparcimiento y un mayor consumo por fuera del hogar, además de haber ser una solución en momentos en que los alimentos para el hogar tuvieron un fuerte incremento de precios.

POCKETSHARE CORRIENTE POR CANASTAS



	PROM. 2010-2019				2024	
	IQ	IIQ	IIIQ	IVQ	IQ	IIQ
NO DURABLES	38,36%	38,51%	38,37%	38,26%	43,48%	43,92%
SEMIDURABLES	3,41%	3,38%	3,39%	3,38%	2,60%	2,54%
DURABLES	7,61%	7,59%	7,62%	7,63%	6,98%	6,75%
SERVICIOS	50,62%	50,52%	50,62%	50,72%	46,94%	46,79%

Los datos resaltados corresponden al trimestre en el que cada tipo de bienes alcanza su máxima participación.

POCKETSHARE CORRIENTE POR TIPO DE BIENES

¿EN QUÉ MESES LAS CANASTAS TIENEN SU MAYOR PARTICIPACIÓN EN EL BOLSILLO DE LOS HOGARES?

(Mes en el cual la canasta alcanzó punto máximo en pocketshare)

PROMEDIO 2010-2019

2024



Si bien el gasto en los primeros meses del año tiene una mayor carga derivada de las temporadas de inicio de año, ajuste de tarifas e incremento de precios, frente al histórico se observaron algunos cambios en la participación de las canastas en lo corrido del primer semestre.

- **Electro** extendió su participación hasta febrero, lo que pudo estar relacionado con su dinámica inflacionaria en terreno negativo.
- Si bien el gasto en Educación ha destacado durante el mes de marzo, para el 2024 se presentó una mayor participación de **CFH** y **Entretenimiento**, dinámica que estuvo apalancada por la celebración del día de la mujer, día del hombre, semana santa y 4 días festivos (cifra superior al promedio de años anteriores).
- Los **Alimentos** históricamente tenían un mayor peso en abril y mayo, no obstante, para el 2024 obtuvieron una mayor asignación en mayo y junio, dinámica que va de la mano con el repunte de la inflación para estos meses, siendo una situación atípica especialmente en el mes de junio en donde normalmente la inflación tendía a ceder.

*CFH: Comidas fuera del hogar.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

¿EN QUÉ MESES SE DA LA MAYOR INFLACIÓN MENSUAL?

PROMEDIO INFLACIÓN MENSUAL (2010-2019)

CANASTA / MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ALIMENTOS	1,6%	0,6%	0,7%	0,9%	0,4%	-0,1%	0,1%	-0,3%	0,1%	0,0%	-0,1%	0,4%
CFH*	1,4%	0,7%	0,4%	0,4%	0,3%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,6%
VIVIENDA	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
MODA	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
BIENESTAR	0,7%	0,6%	0,5%	0,4%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%
EDUCACIÓN	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
TRANSPORTE	0,7%	0,5%	0,3%	0,3%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,4%
ELECTRO	-0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	-0,1%	-0,2%	-0,2%	-0,2%	-0,2%	-0,3%	-0,2%	-0,4%
ENTRETENIMIENTO	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,6%	0,7%	0,0%	-0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,7%

INFLACIÓN MENSUAL (2024)

CANASTA / MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
ALIMENTOS	0,3%	0,4%	0,9%	1,5%	0,9%	0,5%
CFH*	1,8%	1,1%	1,0%	0,3%	0,7%	0,4%
VIVIENDA	1,0%	0,9%	0,9%	0,7%	0,5%	0,4%
MODA	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%
BIENESTAR	1,2%	0,5%	0,7%	0,5%	0,5%	0,4%
EDUCACIÓN	0,0%	7,0%	0,1%	-0,1%	0,0%	-0,1%
TRANSPORTE	1,9%	0,6%	1,2%	0,1%	0,0%	0,2%
ELECTRO	-0,5%	-0,5%	-0,3%	-0,8%	-0,9%	-0,9%
ENTRETENIMIENTO	0,8%	0,9%	0,4%	0,3%	0,1%	0,1%

Al revisar el promedio de la inflación mensual de 2010 a 2019, se observó que para el mes de enero los alimentos dentro y fuera del hogar registraron las variaciones más altas, no obstante, para el 2024, los servicios fueron los que presionaron al alza distintas canastas como es el caso de CFH y Vivienda, afectados por el incremento en servicios públicos; y Bienestar, impulsado por los servicios de salud y cuidado personal.

Por su parte, la canasta de Entretenimiento solía tener el mayor incremento de precios en temporadas altas y de vacaciones como junio y diciembre, sin embargo, para el 2024 su tendencia muestra un incremento para los primeros dos meses del año, derivado de una mayor demanda, mayores costos operativos y ajustes en sus tarifas tras la alta carga inflacionaria que se presentó en lo corrido del 2023.

*CFH: Comidas fuera del hogar.

Menor dato del periodo

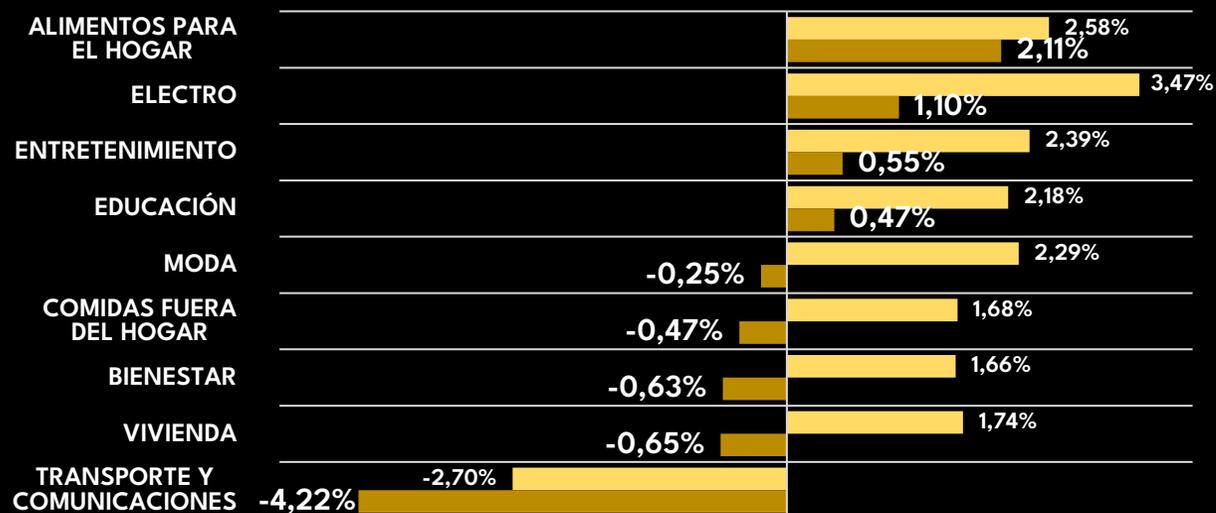
Mayor dato del periodo

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

EN EL SEGUNDO TRIMESTRE LOS HOGARES DESACELERARON SU GASTO REAL EN TODAS LAS CANASTAS, TRANSPORTE Y COMUNICACIONES LA MÁS AFECTADA

VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL TRIMESTRAL POR CANASTAS (2024)

■ IQ 2024 ■ IIQ 2024



ÍNDICE DEL GASTO REAL POR CANASTAS (IQ 2019 = 100)

■ IQ 2024 ■ IIQ 2024



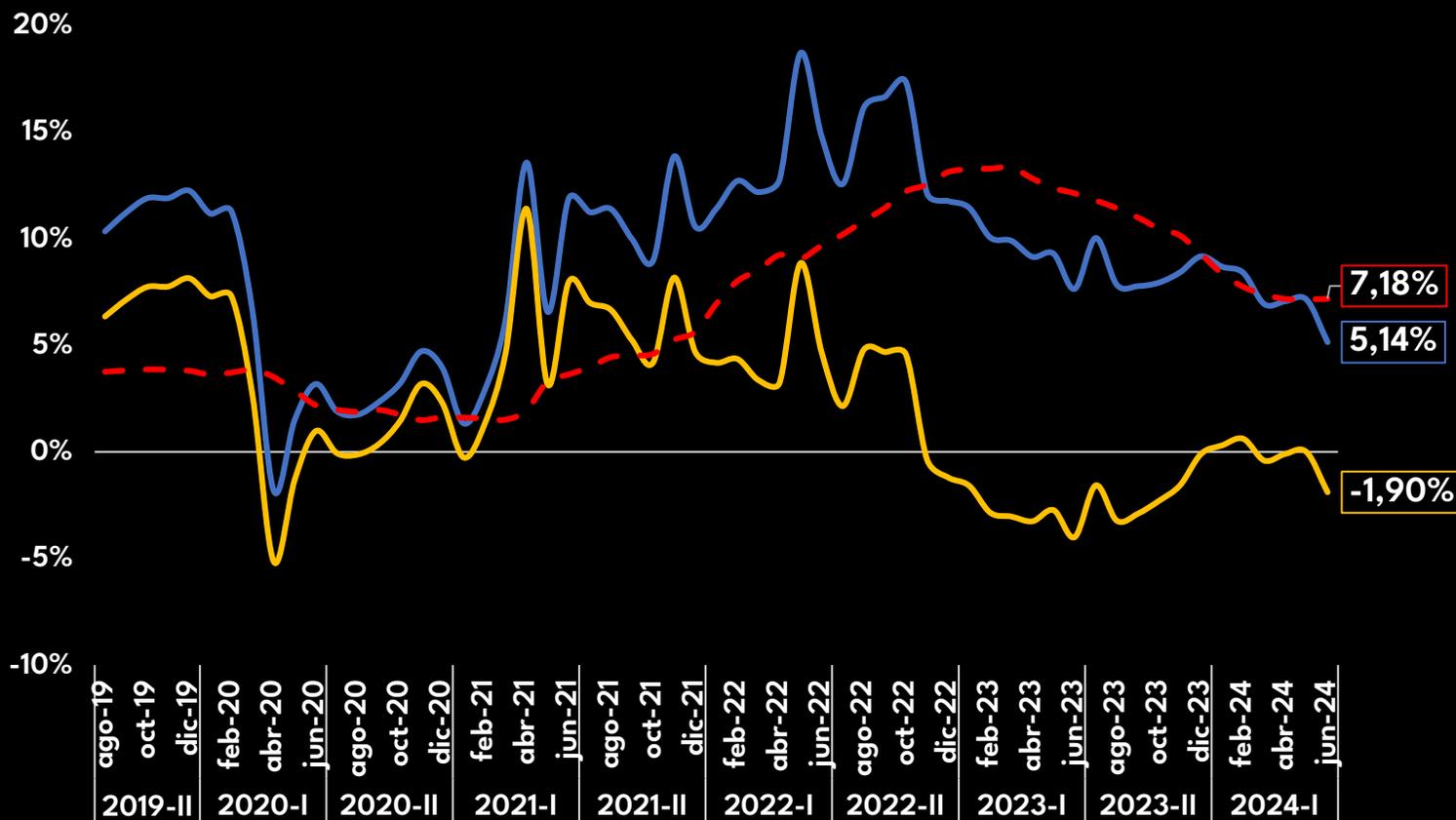
Aunque en lo corrido del año algunas canastas habían presentado recuperaciones en su gasto real, el segundo trimestre reflejó crecimientos menores a los presentados en el primer trimestre de 2024, debido en parte por la caída del gasto real que se presentó en junio. Presiones inflacionarias en canastas de gran importancia dentro del bolsillo de los hogares como alimentos y servicios, podrían haber incentivado a los hogares a reducir su gasto en bienes y servicios menos indispensables que se encuentra en canastas como Moda, Electro, Comidas fuera del hogar y Entretenimiento.

Teniendo como base de comparación el primer trimestre del 2019, para el primer trimestre del 2024 todas las canastas evidenciaron un mejor desempeño de gasto, siendo Moda y Electro las de mayor crecimiento. Sin embargo, al revisar el segundo trimestre, algunas de las canastas tuvieron un nivel de gasto inferior al evidenciado en el primer trimestre del 2019. Persistencia de la inflación en canastas como Transporte y Comunicaciones y Vivienda, podrían haber afectado el gasto, llevando a los hogares a adquirir menos unidades. Sumado a esto, a pesar de la expectativa de las vacaciones y llegada de la prima en junio, el gasto en la canasta de Comidas Fuera del Hogar cayó a terrenos negativos en este mes y se contrajo respecto al primer trimestre de 2024 e incluso del 2019.

EL GASTO DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2024 FUE DE **\$84,91** BILLONES DE PESOS

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

— VAR. CORRIENTE — VAR. REAL — INFLACIÓN ANUAL



PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO CON UN GASTO A LA BAJA, CAMBIOS EN LOS MOMENTOS DE COMPRA Y UN JUNIO CARGADO DE EMOCIONES.

1

En el primer semestre el gasto tiene un menor impulso, lo que se vio reflejado en las cifras.

2

¿Cómo la dinámica de gasto en las canastas explicó la contracción del gasto de los hogares?

3

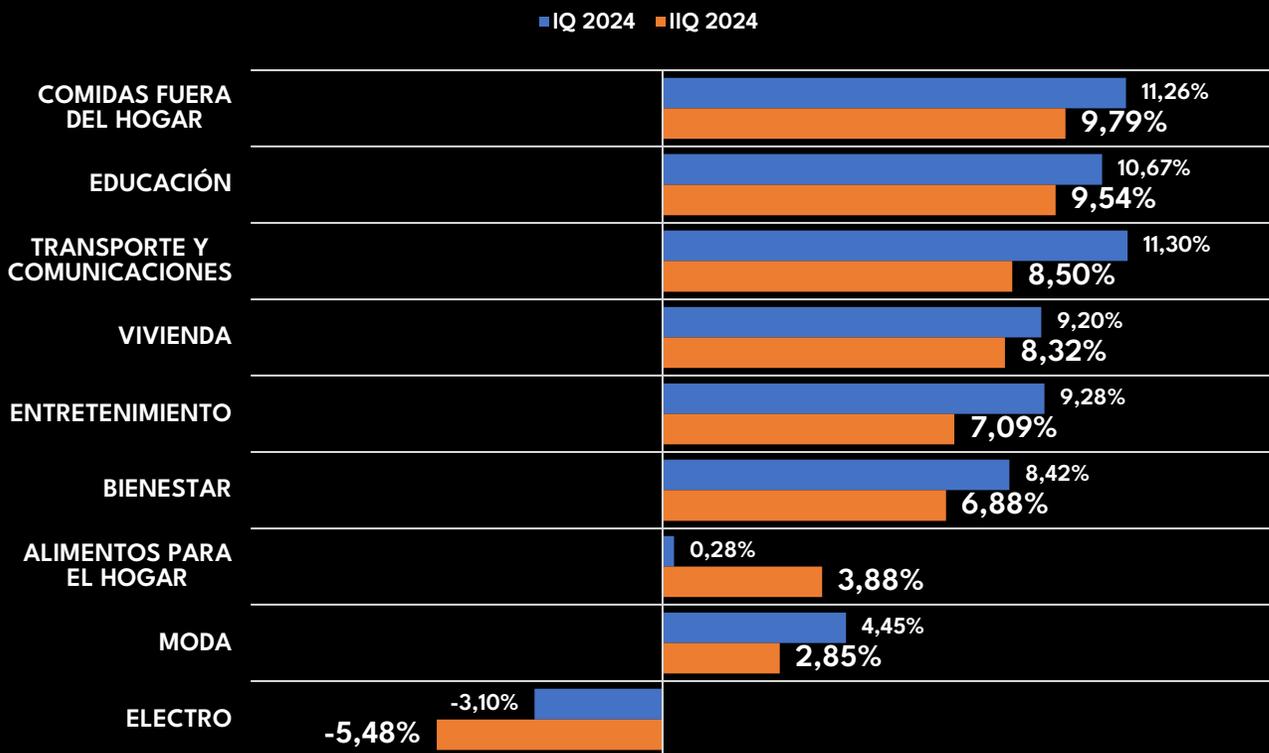
Precios de los **alimentos** registraron tendencia al alza, mientras que los **servicios** continuaron presionando el bolsillo de los hogares.

4

Junio, un mes cargado de emociones y momentos de consumo.

LOS PRECIOS DE LOS ALIMENTOS, EL DOLOR DE CABEZA DE LOS HOGARES EN LA PRIMERA PARTE DEL 2024

DINÁMICA DE LA INFLACIÓN ANUAL POR CANASTAS (2024)



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

PRODUCTOS / PERIODO	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%

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

Todas las canastas en el segundo trimestre tuvieron una menor inflación en comparación al primer IQ de 2024, a excepción de Alimentos para el hogar que tuvo un repunte bastante notorio en el cual destacan dos grupos, los alimentos naturales como tomate, papa y mora, y los ultraprocesados como embutidos, salsas, entre otros. Además, Comidas fuera del hogar tuvo el mayor aumento en los precios, en particular en productos referentes a comidas rápidas en donde varios de sus insumos hacen parte de productos ultraprocesados. Cabe mencionar que un repunte en productos esenciales como papa y tomate pueden repercutir en los precios de los almuerzos para la segunda parte del año.

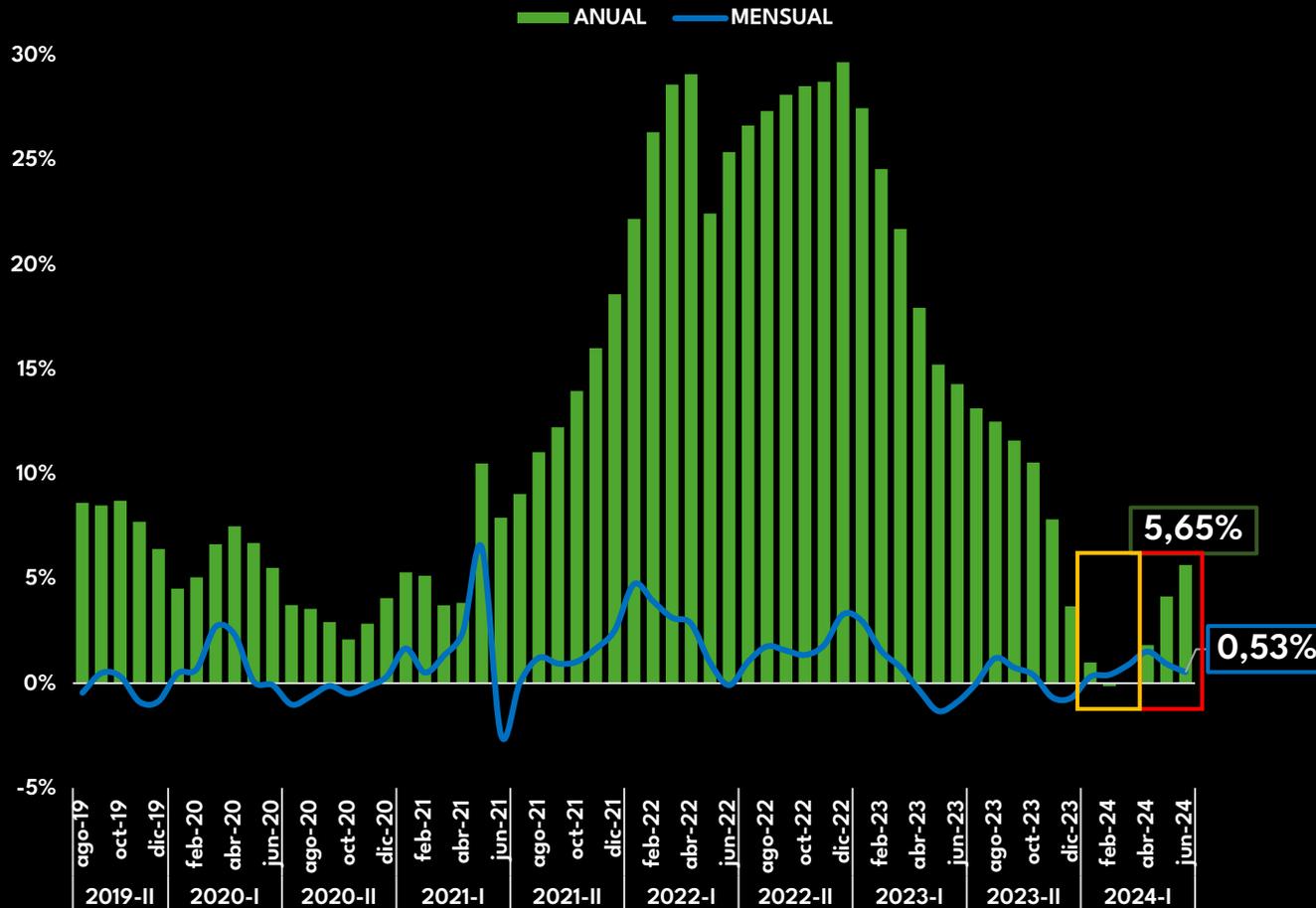
Por otro lado, en el caso de Educación en el segundo trimestre no cambian los precios de matrículas y pensiones, predomina más un efecto base al compararlo con tarifas del año anterior, sin embargo, si se pudo ver impulsada por algunos artículos escolares como textos.

⬡ Productos con impuesto saludable.

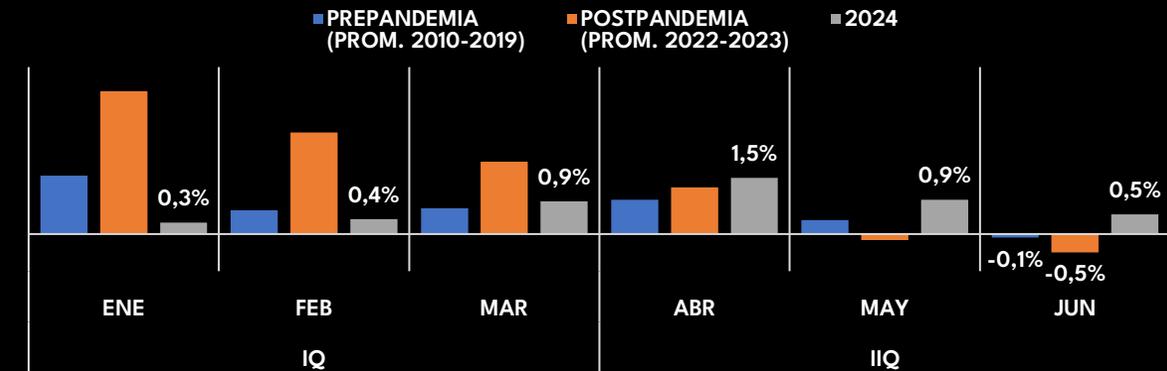
FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

LA INFLACIÓN MENSUAL DE ALIMENTOS CRECIÓ EN JUNIO 0,53%, MOSTRANDO UNA TENDENCIA DIFERENTE, YA QUE HISTÓRICAMENTE SE SITUABA EN TERRENO NEGATIVO

DINÁMICA DE LA INFLACIÓN DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR



DINÁMICA DE LA INFLACIÓN MENSUAL DE ALIMENTOS EN PREPANDEMIA, POSTPANDEMIA Y 2024



Era habitual que en el mes de junio la inflación en Alimentos para el hogar se sitúe en terrenos negativos, sin embargo, junio de 2024 rompió la tendencia ¿Qué sucedió en el primer semestre para que junio tuviera ese comportamiento?

En el primer trimestre del año la inflación continuó su curso descendente junto a un fenómeno de El Niño que se consolidó y causó que se adelantaran cosechas de diversos productos como la papa y el plátano.

Para el segundo trimestre la inflación mostró un cambio de tendencia pronunciado, periodo en el cual se juntaron factores como la falta de cosechas, aumentos en los precios del productor y mayores afectaciones en los cultivos por las altas temperaturas. Además, se reflejó un mayor impacto sobre productos gravados con el impuesto saludable.

DADO EL REPUNTE DE LA INFLACIÓN EN ALIMENTOS EN JUNIO, EL PESO DENTRO DEL BOLSILLO DE LOS HOGARES NO CEDIÓ COMO ERA HABITUAL

PROMEDIO PESO DE LOS ALIMENTOS DENTRO DEL BOLSILLO DE LOS HOGARES (2010-2019)

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
REGIÓN SUR	28,54%	28,58%	28,71%	28,70%	28,69%	28,69%	28,74%	28,61%	28,59%	28,62%	28,52%	28,55%
REGIÓN NORTE	31,06%	31,00%	31,09%	31,26%	31,30%	31,30%	31,36%	31,22%	31,13%	31,03%	30,91%	30,94%
RESTO NACIONAL	25,49%	25,50%	25,62%	25,76%	25,74%	25,63%	25,66%	25,55%	25,52%	25,49%	25,40%	25,37%
REGIÓN ANDES	25,23%	25,24%	25,34%	25,39%	25,36%	25,31%	25,31%	25,20%	25,17%	25,19%	25,13%	25,19%
NACIONAL	24,98%	25,00%	25,11%	25,25%	25,24%	25,12%	25,15%	25,05%	25,02%	24,99%	24,89%	24,86%
BOGOTÁ	21,81%	21,85%	21,92%	22,14%	22,17%	22,00%	21,99%	21,92%	21,88%	21,81%	21,71%	21,63%

PROMEDIO PESO DE LOS ALIMENTOS DENTRO DEL BOLSILLO DE LOS HOGARES(2024)

	ene	feb	mar	abr	may	jun
REGIÓN SUR	37,34%	37,28%	37,25%	37,67%	38,05%	38,20%
REGIÓN NORTE	36,00%	35,78%	35,85%	36,05%	36,22%	36,23%
RESTO NACIONAL	31,42%	31,31%	31,39%	31,72%	31,98%	32,13%
REGIÓN ANDES	31,39%	31,31%	31,48%	31,78%	31,85%	31,80%
NACIONAL	30,86%	30,77%	30,85%	31,18%	31,45%	31,63%
BOGOTÁ	27,01%	26,91%	26,90%	27,21%	27,64%	28,08%

Habitualmente durante el primer semestre del año los hogares en Colombia realizan una mayor asignación de gasto en Alimentos y en el segundo semestre este peso se reduce incrementando la asignación a otras canastas.

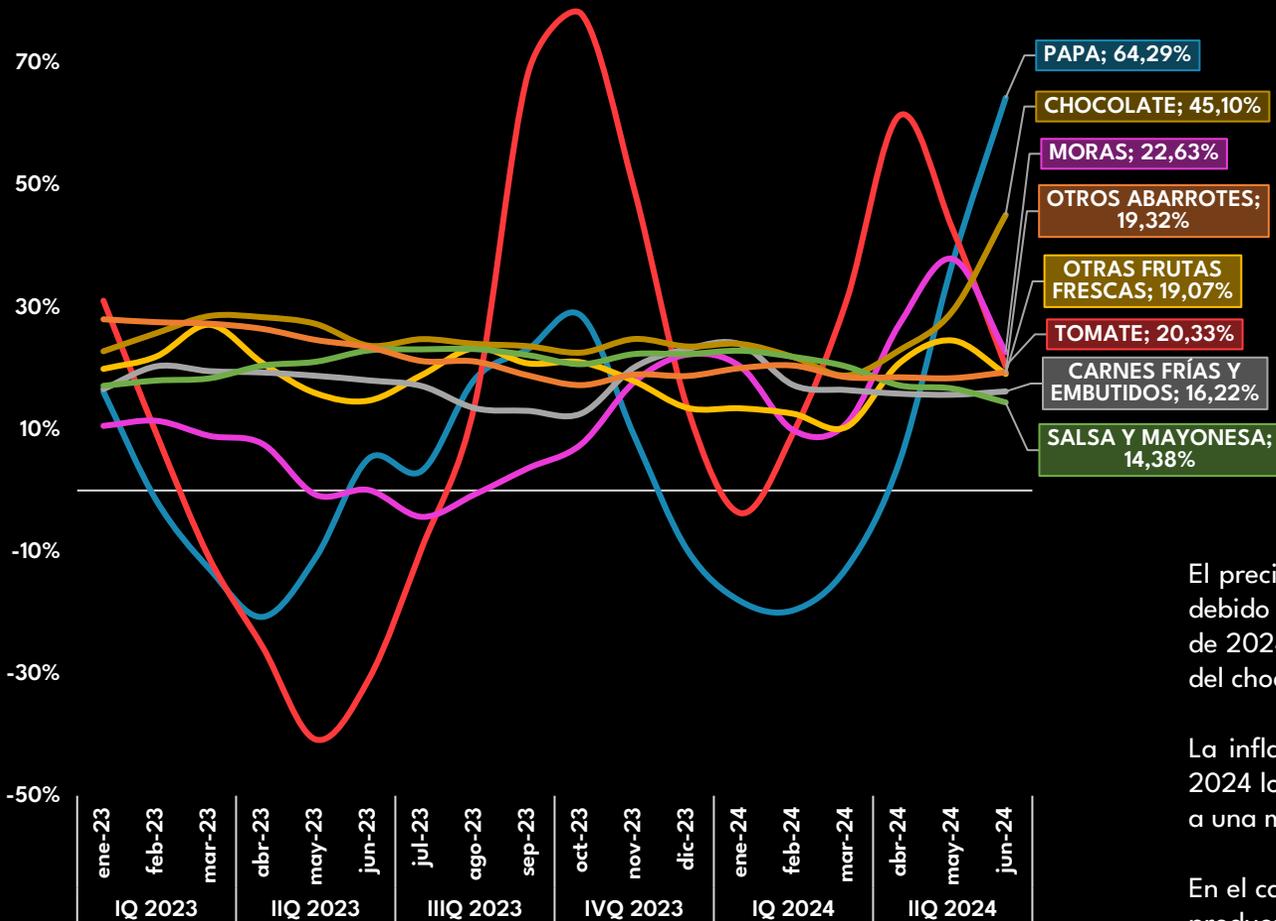
El peso de esta canasta en promedio se incrementaba en los meses de abril y mayo, pero en el primer semestre de 2024 se puede observar cómo este peso se trasladó a los meses de mayo y junio debido al repunte de inflación en Alimentos del mes, lo que podría haber ocasionado una reestructuración en el bolsillo y menor designación a otras canastas menos esenciales.

Las regiones Sur y Norte tuvieron las mayores participaciones de los Alimentos dentro del bolsillo de sus hogares, por lo que el repunte de la inflación podría afectarlas en mayor medida.

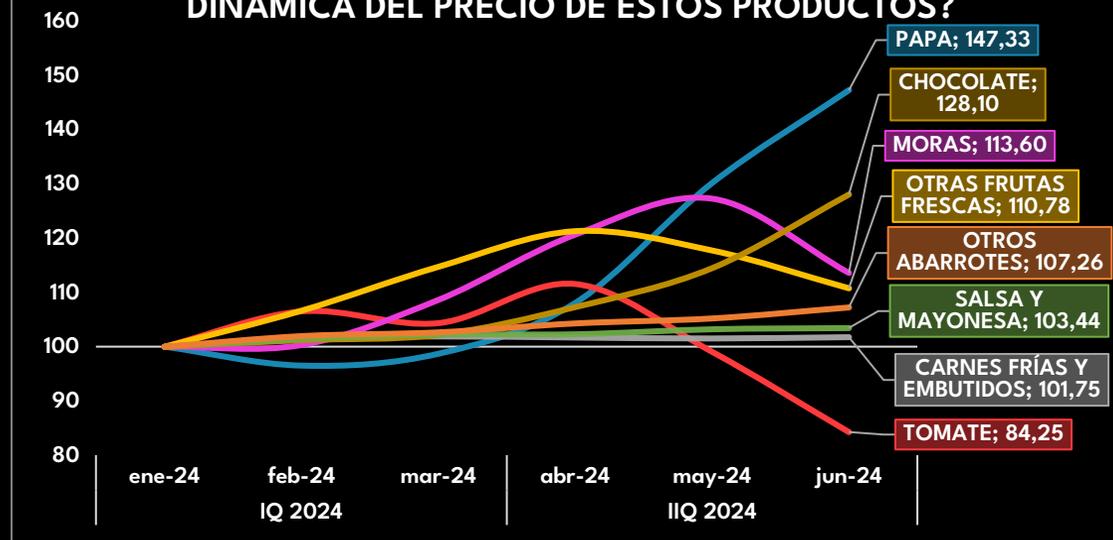
- Región Sur: Cali, Neiva, Pasto y Villavicencio.
- Región Norte: Barranquilla, Cartagena, Montería y Cúcuta.
- Región Andes: Medellín, Manizales, Pereira y Bucaramanga.

8 DE LOS 10 PRODUCTOS CON MAYOR INFLACIÓN ANUAL EN EL IIQ DE 2024 SON ALIMENTOS ¿CÓMO HA SIDO SU DINÁMICA A LO LARGO DEL AÑO Y QUÉ LO HA PODIDO CAUSAR?

DINÁMICA DE LA INFLACIÓN ANUAL



RESPECTO A ENERO DE 2024, ¿CÓMO HA SIDO LA DINÁMICA DEL PRECIO DE ESTOS PRODUCTOS?



El precio del **chocolate** continuó en su tendencia creciente, que tomó mayor velocidad a partir de abril, debido a la fuerte sequía que vive África Occidental. Se espera una mayor escasez de cacao para final de 2024, 28,7% más que la proyectada a principio de año. Esto puede seguir repercutiendo en el precio del chocolate a nivel local.

La inflación del **tomate** comenzó a retroceder para el segundo trimestre, llevando a que en junio de 2024 los hogares asignaran 15 pesos menos en comparación con enero de 2024. Esto se debió en parte a una mayor cosecha en Boyacá, Valle del Cauca, Antioquia y Quindío.

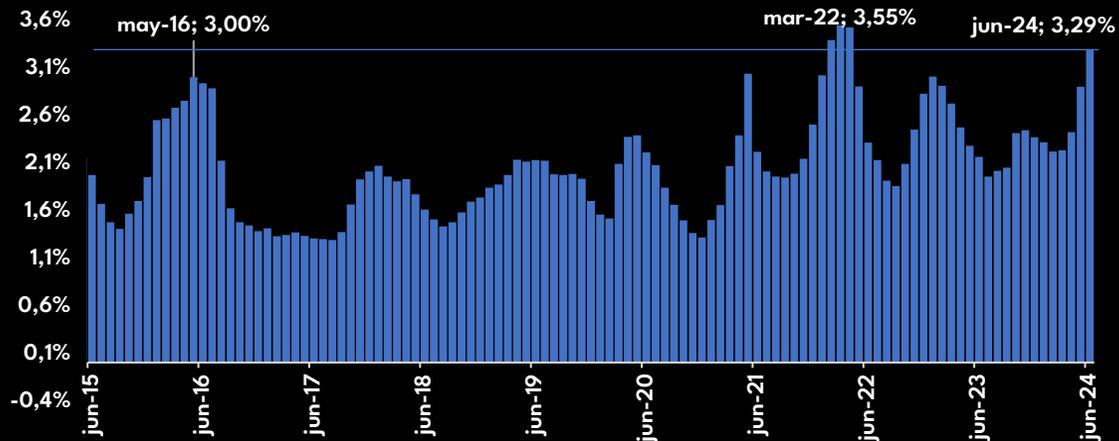
En el caso de la **mora**, tuvo una mayor cosecha en Cundinamarca y Santander, lugares en los cuales se produce aproximadamente el 42% de esta fruta, por ende, su comportamiento en el precio ha tomado un rumbo a la baja.

Por su parte, la papa continuó siendo el producto con mayor inflación y los ultraprocesados tuvieron una tendencia estable sin dejar de tener un impacto negativo en el bolsillo de los hogares.

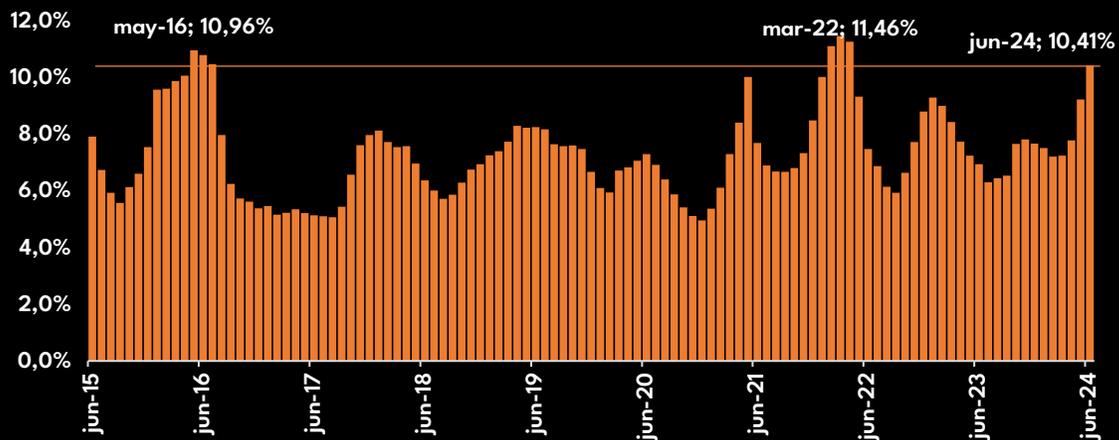
FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

EL PESO DE LA PAPA DENTRO DEL GASTO TOTAL Y DE ALIMENTOS MOSTRÓ EN JUNIO DE 2024 UNAS DE LAS MAYORES PARTICIPACIONES HISTÓRICAS

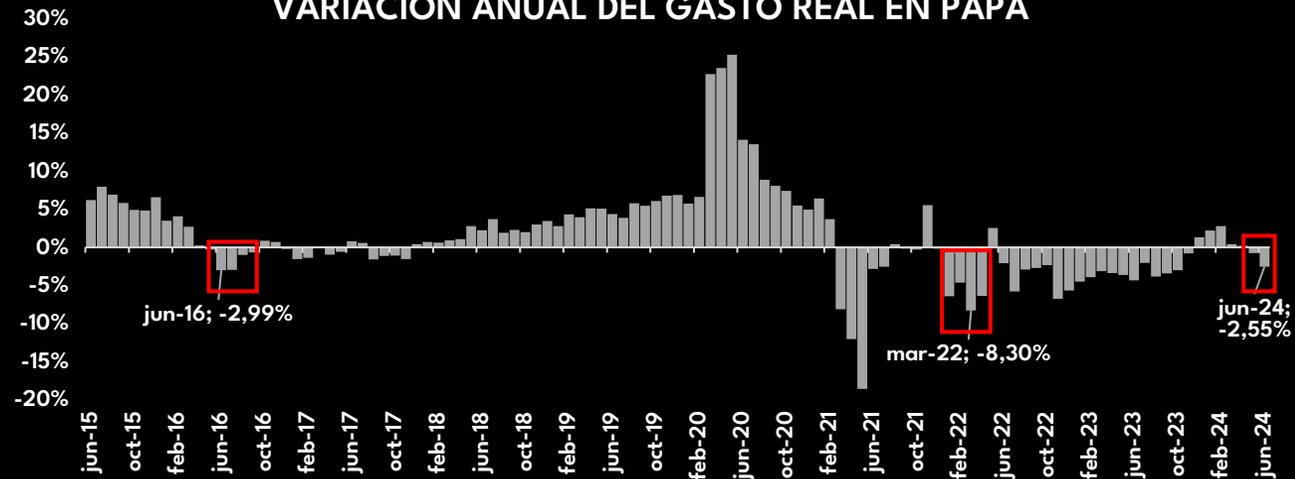
POCKETSHARE CORRIENTE DE LA PAPA SOBRE EL GASTO TOTAL NACIONAL (2015-2024)



POCKETSHARE CORRIENTE DE LA PAPA SOBRE EL GASTO EN ALIMENTOS PARA EL HOGAR (2015-2024)



VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL EN PAPA



Es importante destacar que la papa es uno de los productos cuya producción se ve impactada en gran medida por el clima y las condiciones de transporte entre ciudades en el país. Así, se evidencian 3 periodos en los que la papa alcanzó su mayor participación en el bolsillo de los hogares: mayo del 2016, marzo del 2022 y junio del 2024; esto, por cuenta de un fuerte incremento de precios **y, por ende, una caída en el gasto real en estos periodos.**

En el primer trimestre del 2016, el fenómeno de El Niño ocasionó falta de agua para los cultivos, cosechas escasas y de calidad regular, además de una caída del 80% en papa en una de las regiones productoras. Sumado a esto, en el segundo trimestre del 2016 el paro camionero en el país provocó escasez de productos como cebolla y papa ya que se quedaron estancados en los lugares donde se producen y no pudieron ser distribuidos.

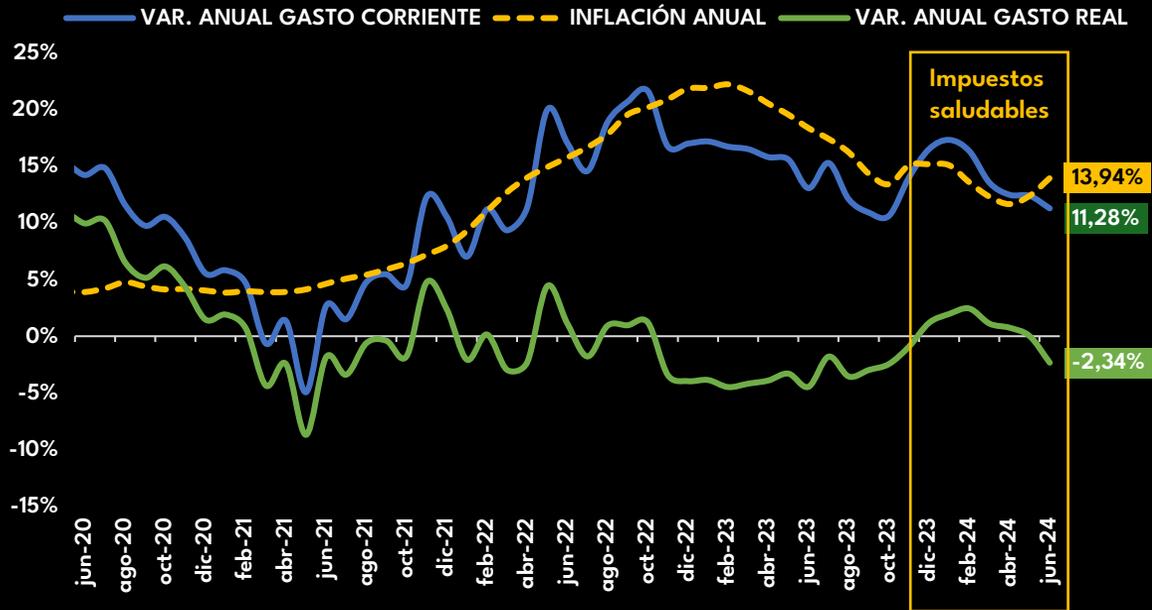
Por su parte, en febrero de 2022, se agravó la crisis de la papa colombiana por el alto costo de producción e intermediarios de la cadena, además de una disminución en la oferta, tras los bloqueos del 2021. Así mismo, en abril del 2022 hubo una escasez de semillas para sembrar, ocasionando un desabastecimiento de este producto a nivel nacional.

Finalmente, en el 2024 la papa vuelve a verse afectada por el impacto del fenómeno de El Niño en las cosechas y la oferta de este producto a nivel nacional.

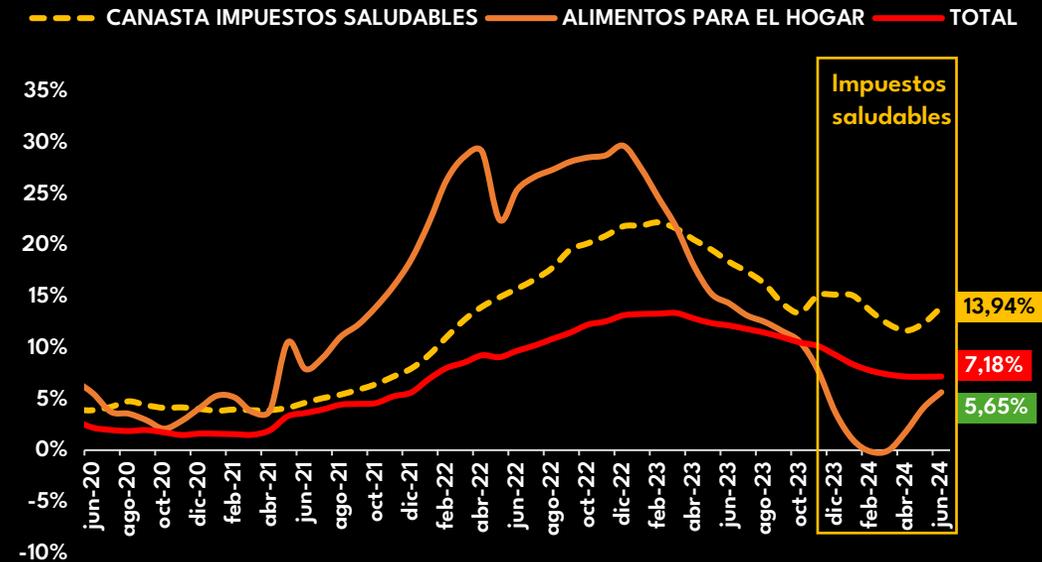
FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

¿CÓMO LOS IMPUESTOS SALUDABLES PUDIERON AFECTAR EL GASTO DE LOS HOGARES?

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO EN CANASTA-IMPUESTOS SALUDABLES



INFLACIÓN ANUAL



Los productos gravados por los impuestos saludables ya venían afectados entre el 2022 y 2023 por la escasez de insumos, el incremento en los costos de producción, entre otros factores.

A finales del 2023 se empezó a ver una desaceleración en la inflación tanto de alimentos para el hogar como de la canasta de impuestos saludables, lo cual se detuvo en noviembre del 2023 al entrar en vigor la norma.

Así, mientras los precios de los alimentos para el hogar se venían desacelerando en el inicio del 2024, la canasta de impuestos saludables se había estancado en una inflación anual del 12% en la primera parte del año. Ya para junio, se empezó a ver el impacto del aumento en los precios de estos alimentos que pudo haber jalonado al alza la inflación de la canasta de Alimentos para el hogar.



EN JUNIO DEL 2024, LOS HOGARES GASTARON

4,39

BILLONES DE PESOS EN PRODUCTOS NO SALUDABLES



LO QUE EQUIVALE AL

5,2%

DEL GASTO TOTAL DE LOS HOGARES EN JUNIO



Y AL

13,2%

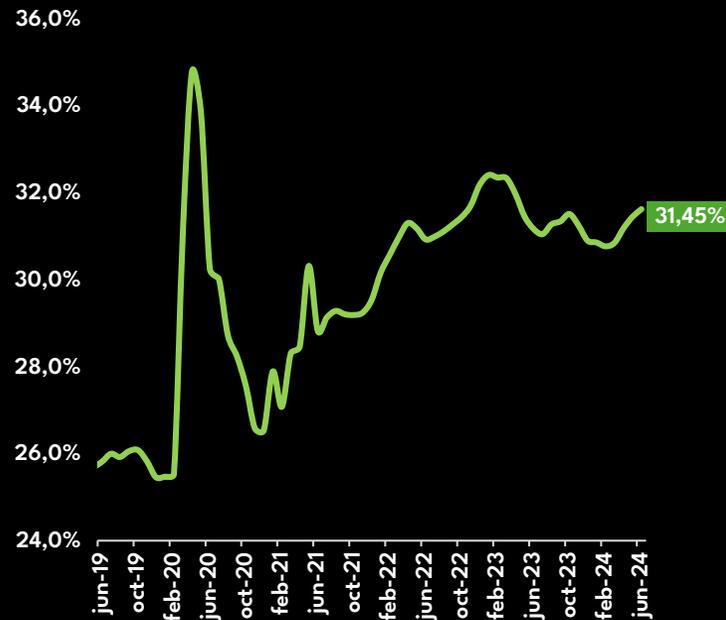
DEL GASTO EN ALIMENTOS (DENTRO Y FUERA DEL HOGAR)

*Sin incluir helados que corresponde a comidas fuera del hogar.

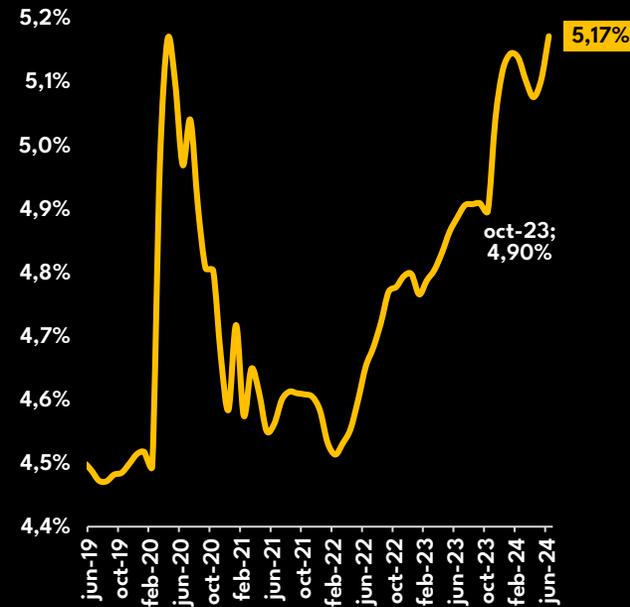
FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

8 MESES DESPUÉS DEL INICIO DE LOS IMPUESTOS SALUDABLES SE HA EVIDENCIADO EL ESFUERZO QUE HAN REALIZADO LOS HOGARES PARA ADQUIRIR ESTOS PRODUCTOS

POCKETSHARE –ALIMENTOS PARA EL HOGAR



POCKETSHARE - CANASTA IMPUESTOS SALUDABLES



En el 2020, el peso de los alimentos y los productos no saludables en el bolsillo de los hogares incrementó notablemente por cuenta de los confinamientos, el abastecimiento y el consumo en el hogar.

Para el 2024, los productos no saludables cada vez ganan más participación en el bolsillo de los hogares, situándose en un nivel similar al de pandemia.

ANTES DE LOS IMPUESTOS SALUDABLES (OCTUBRE DE 2023), POR CADA \$100 PESOS QUE LOS HOGARES GASTABAN



\$4,9 ERAN DESTINADOS A PRODUCTOS NO SALUDABLES

8 MESES DESPUÉS DE LOS IMPUESTOS, POR CADA \$100 PESOS QUE GASTAN LOS HOGARES



\$5,2 FUERON DESTINADOS A PRODUCTOS NO SALUDABLES

LO QUE CORRESPONDE AL

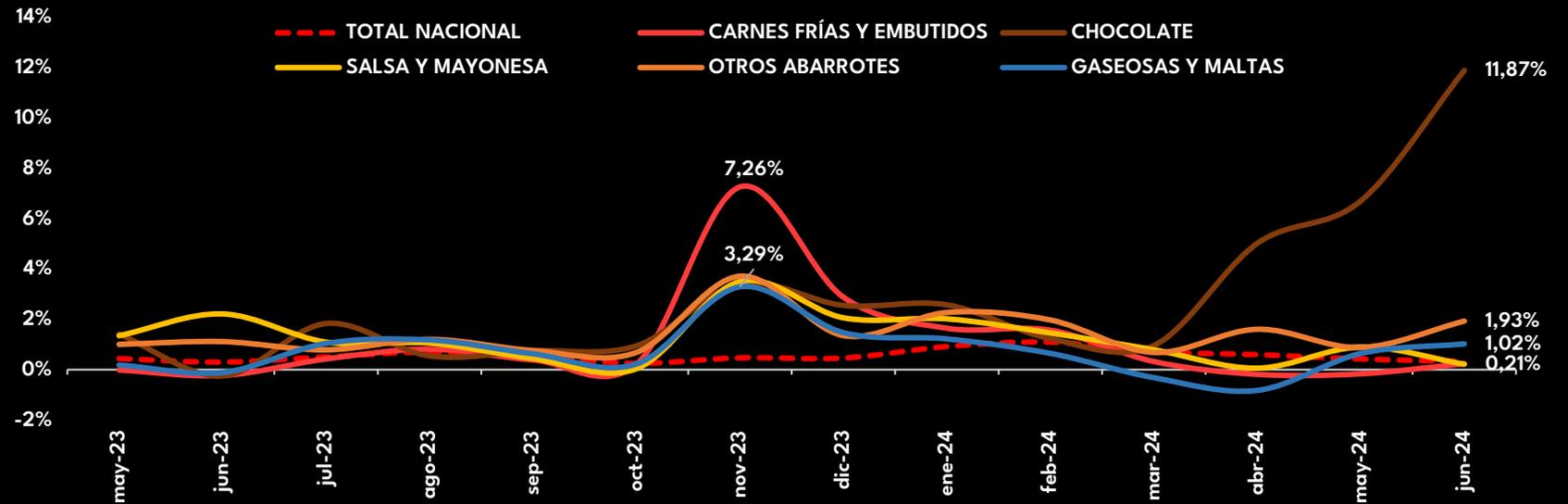
13,2% DEL GASTO TOTAL EN ALIMENTOS

Es importante destacar que, desde las mediciones de Raddar, 15 productos de Alimentos para el hogar fueron gravados por estos impuestos (11,7% de la canasta); y 1 producto de la canasta de comidas fuera del hogar: helados.

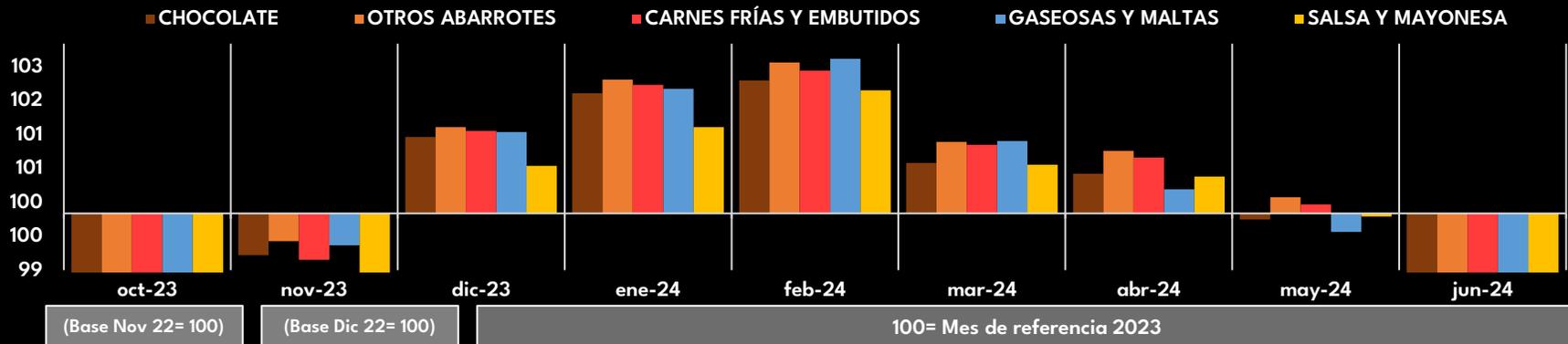
ESTE ESFUERZO EN DINERO SE VIO EVIDENCIADO EN EL GASTO: AL COMPARAR EL GASTO DE CADA MES ANTES Y DESPUÉS DEL IMPUESTO, LOS HOGARES HABÍAN LOGRADO MANTENER E INCLUSO INCREMENTAR SU NIVEL DE GASTO. SÓLO HASTA MAYO SE EVIDENCIÓ UNA CAÍDA EN LA MAYORÍA DE LOS PRODUCTOS GRAVADOS

- En noviembre de 2023 todos los productos gravados vieron un impacto en sus precios, siendo las carnes frías y embutidos las de mayor incremento. Este fuerte incremento se vio evidenciado en el gasto real, pues teniendo como base de comparación a noviembre del 2022, los hogares adquirieron cerca de 2 unidades menos.
- Durante el 2024 los productos han evidenciado continuos incrementos mensuales en sus precios, a excepción de gaseosas y maltas que en marzo y abril tuvieron una dinámica negativa.
- En los primeros 4 meses del año, a pesar del impuesto, los hogares aumentaron el gasto real de gaseosas, maltas, jugos y otras, frente al año anterior a la implementación del impuesto. Las altas temperaturas evidenciadas en el país pudieron favorecer el incremento en la demanda.
- Finalmente, en mayo del 2024 se evidenció el impacto de estos impuestos en los productos gravados, dado un repunte en la inflación mensual y por primera vez en el año una dinámica negativa en el gasto, que se acentuó en junio.
- Es importante destacar que otros factores adicionales al impuesto han incrementado el precio de estos productos, como en el caso del chocolate cuya escasez de oferta a nivel mundial ha sido el principal factor de encarecimiento del producto.

INFLACIÓN MENSUAL DE ALGUNOS PRODUCTOS CON IMPUESTO SALUDABLE



SI EN EL MES DE REFERENCIA DEL AÑO ANTERIOR SE ADQUIRIERON 100 UNIDADES DE ESTOS PRODUCTOS ¿CUÁNTAS SE ADQUIRIERON EN EL MISMO MES DESPUÉS DE LA APROBACIÓN DEL IMPUESTO?



*Productos no saludables: Ultraprocesados y bebidas azucaradas gravados con los impuestos saludables.
Otros abarros: Mostaza, gelatina, papas fritas, mermelada, entre otros.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

EN LÍNEA CON EL AUMENTO DE TEMPERATURAS EN ESTE AÑO, LA CANASTA “REFRESCANTE”* AUMENTÓ SU PARTICIPACIÓN EN EL BOLSILLO DE LOS HOGARES EN TODAS LAS REGIONES FRENTE A LOS AÑOS ANTERIORES, SIENDO LA REGIÓN NORTE EN LA QUE ESTA CANASTA TIENE EL MAYOR PESO SOBRE EL GASTO TOTAL

PROMEDIO DE TEMPERATURA °C POR REGIONES** (2015-2023)***

	ene	feb	mar	abr	may	jun
REGIÓN NORTE	27,74	28,18	28,15	28,34	28,67	28,51
REGIÓN SUR	22,96	23,67	23,11	22,89	22,98	22,59
REGIÓN ANDES	20,01	19,99	19,60	19,78	19,79	20,03
BOGOTÁ	14,05	13,91	14,16	14,08	14,02	13,61
COLOMBIA	22,78	23,08	22,82	22,81	22,98	22,83

PROMEDIO DE TEMPERATURA °C POR REGIONES** 2024

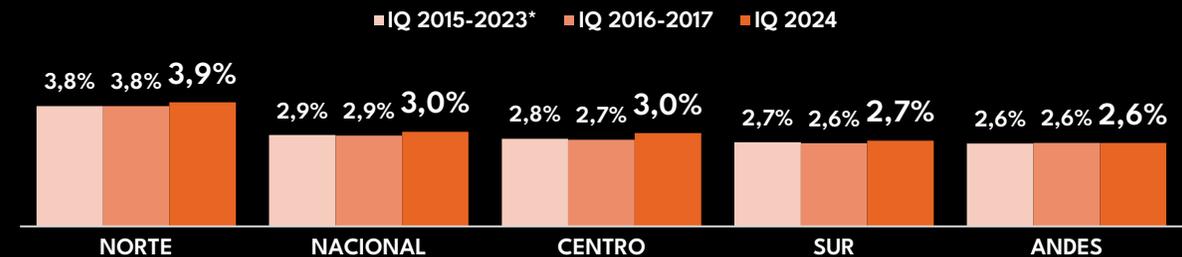
	ene	feb	mar	abr	may
REGIÓN NORTE	28,41	28,20	29,20	28,75	28,51
REGIÓN SUR	24,37	24,37	24,70	23,85	23,47
REGIÓN ANDES	21,52	21,55	21,77	20,52	20,27
BOGOTÁ	14,74	15,11	15,25	15,24	15,54
COLOMBIA	24,00	23,97	24,46	23,67	23,42

* CANASTA “REFRESCANTE”: Compuesta por gaseosas y maltas, jugos, aguas, cerveza y helados.

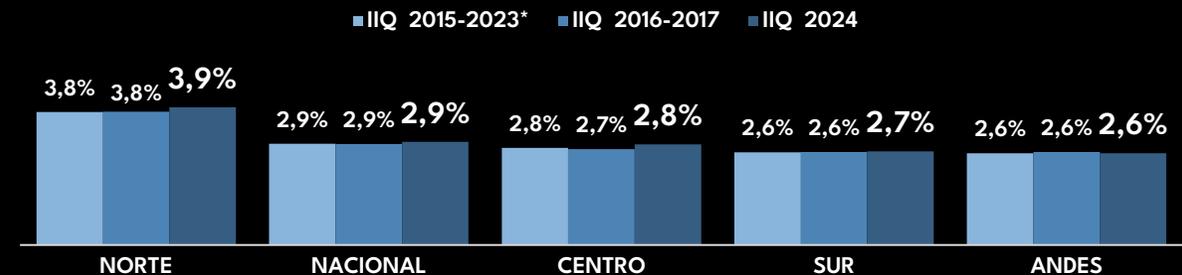
** Región Norte: Atlántico, Bolívar, Córdoba y Norte de Santander
Región Andes: Antioquia, Caldas, Risaralda y Santander
Región Sur: Huila, Meta, Valle del Cauca y Nariño

*** Excluyendo 2016 y 2017 por ser periodos con fenómeno de El Niño

POCKETSHARE DE LA CANASTA “REFRESCANTE” DENTRO DEL GASTO TOTAL NACIONAL EN LOS IQ



POCKETSHARE DE LA CANASTA “REFRESCANTE” DENTRO DEL GASTO TOTAL NACIONAL EN LOS IIQ



En promedio (2015 a 2023, exceptuando 2016 y 2017), febrero era mes más caluroso de los primeros semestres en Colombia, sin embargo, el 2024 presentó cambios en esta dinámica por la presencia del Fenómeno de El Niño en el país, que llevó a marzo a ser el mes más caluroso, lo que pudo haber afectado los ciclos de las cosechas, impulsando el cambio en la dinámica de la inflación en alimentos y de algunas categorías como la de bebidas.

La canasta “Refrescante” tuvo durante los dos primeros trimestres del 2024 una mayor participación de gasto en dinero respecto el gasto total nacional, lo que mostró, por un lado, un incentivo al gasto destinado a estos productos ante el fenómeno de El Niño. Y, por otro lado, esta mayor participación pudo estar ligada al mayor precio de estos productos por estar gravados con el impuesto saludable (a excepción de la cerveza).

Por otro lado, la región norte mostró la mayor participación respecto las otras regiones, entendiendo las constantes temperaturas altas y los mayores precios que han tenido estos productos en esta región.

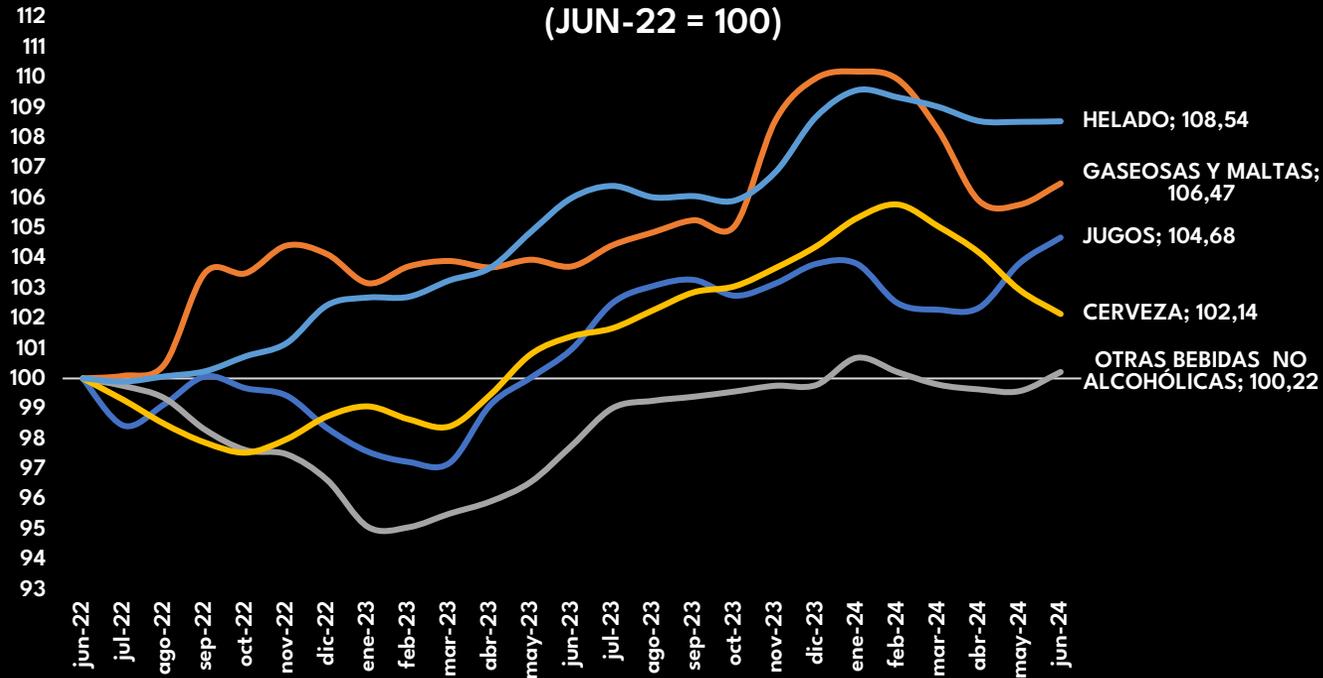
FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024; IDEAM.

Menor dato del periodo

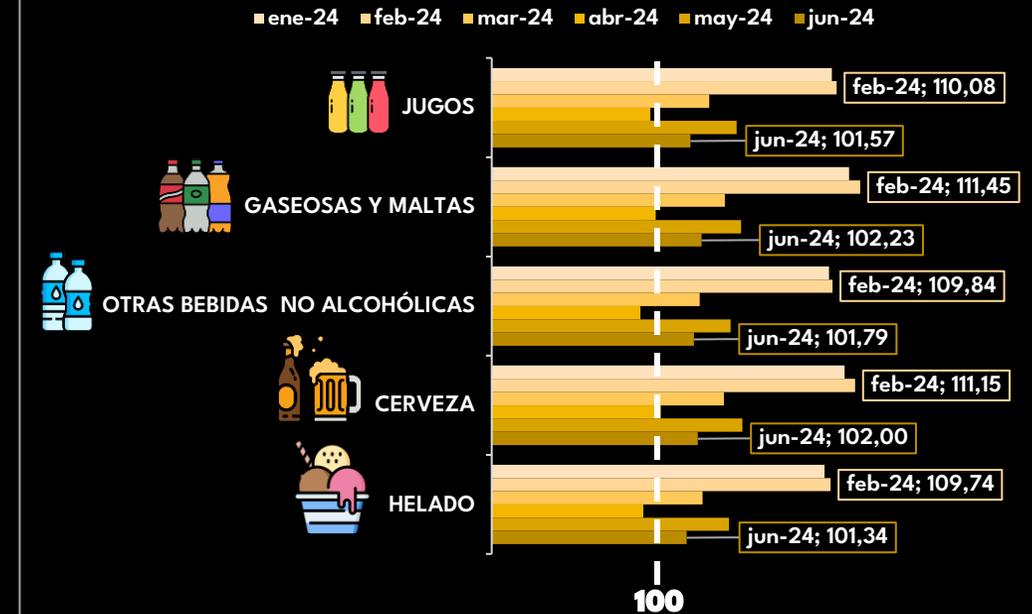
Mayor dato del periodo

¿CÓMO SE HA COMPORTADO EL GASTO DE LA CANASTA “REFRESCANTE” LO CORRIDO DEL 2024? ¿EL AUMENTO DE LAS TEMPERATURAS FAVORECIÓ SU DINÁMICA?

ÍNDICE DE POCKETSHARE CORRIENTE (JUN-22 = 100)



ÍNDICE DEL GASTO REAL EN CANASTA REFRESCANTE (JUN-19 = 100)



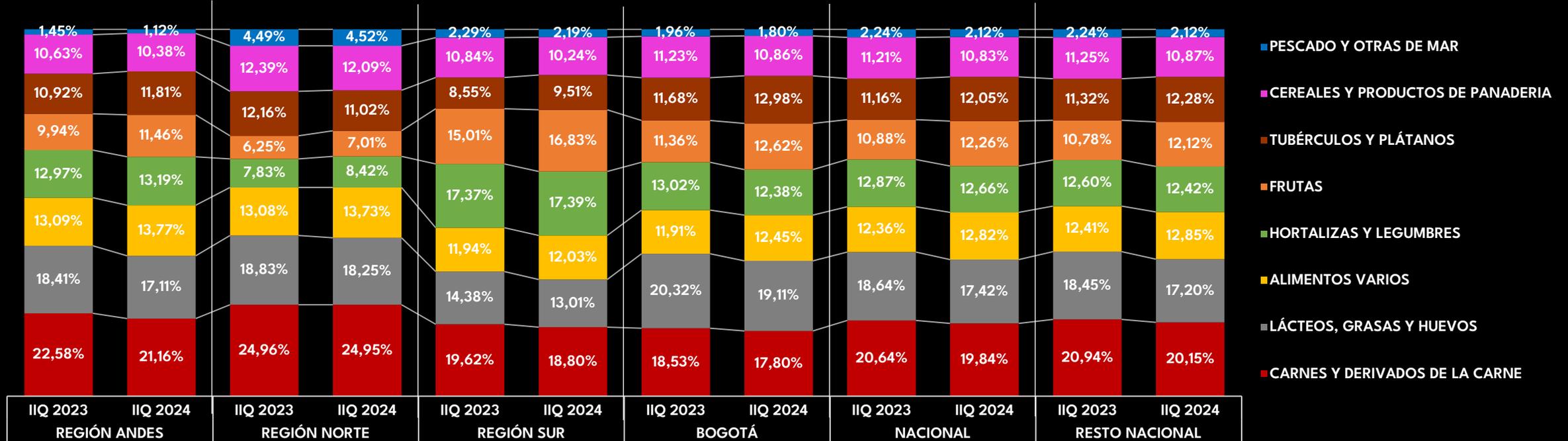
Al revisar la asignación de gasto en dinero de los hogares en bebidas y helados, se ve una marcada tendencia alcista si tenemos como base de comparación a junio de 2022. Si en este mes los hogares gastaban \$100 en esta categoría, en el mismo mes de 2024 gastaron \$8 adicionales en helados y \$6 en gaseosas, sin embargo, estos mayores desembolsos de dinero solo se vieron reflejados en un aumento de 2 unidades de gaseosas, 2 unidades de jugos, y 1 unidad de otras bebidas.

Ahora bien, es importante destacar que, en el mes de febrero de 2024 se adquirieron más unidades de estos productos, siendo cervezas, gaseosas y maltas los más favorecidos. De alguna manera, esto ha podido estar ligado al marcado aumento de las temperaturas en el país, que alcanzaría su máximo en el mes de marzo. Durante el IQ del 2024, la mayoría de los productos mostraron el más alto repunte de pocketshare respecto al gasto total nacional.

Respecto a junio, se mostró una dinámica a la baja generalizada respecto el dato reportado en mayo. En alguna medida, la leve caída en las temperaturas pudo aportar a esta dinámica. Por último, la cerveza fue el único producto que perdió participación en el índice del pocketshare.

POR COSTUMBRE, CULTURA E INFLUENCIA DE LOS PRECIOS, LAS REGIONES DISTRIBUYEN DE FORMA DISTINTA SU DINERO EN ALIMENTOS

¿CÓMO DISTRIBUYEN EL GASTO EN ALIMENTOS LOS HOGARES? POR REGIONES

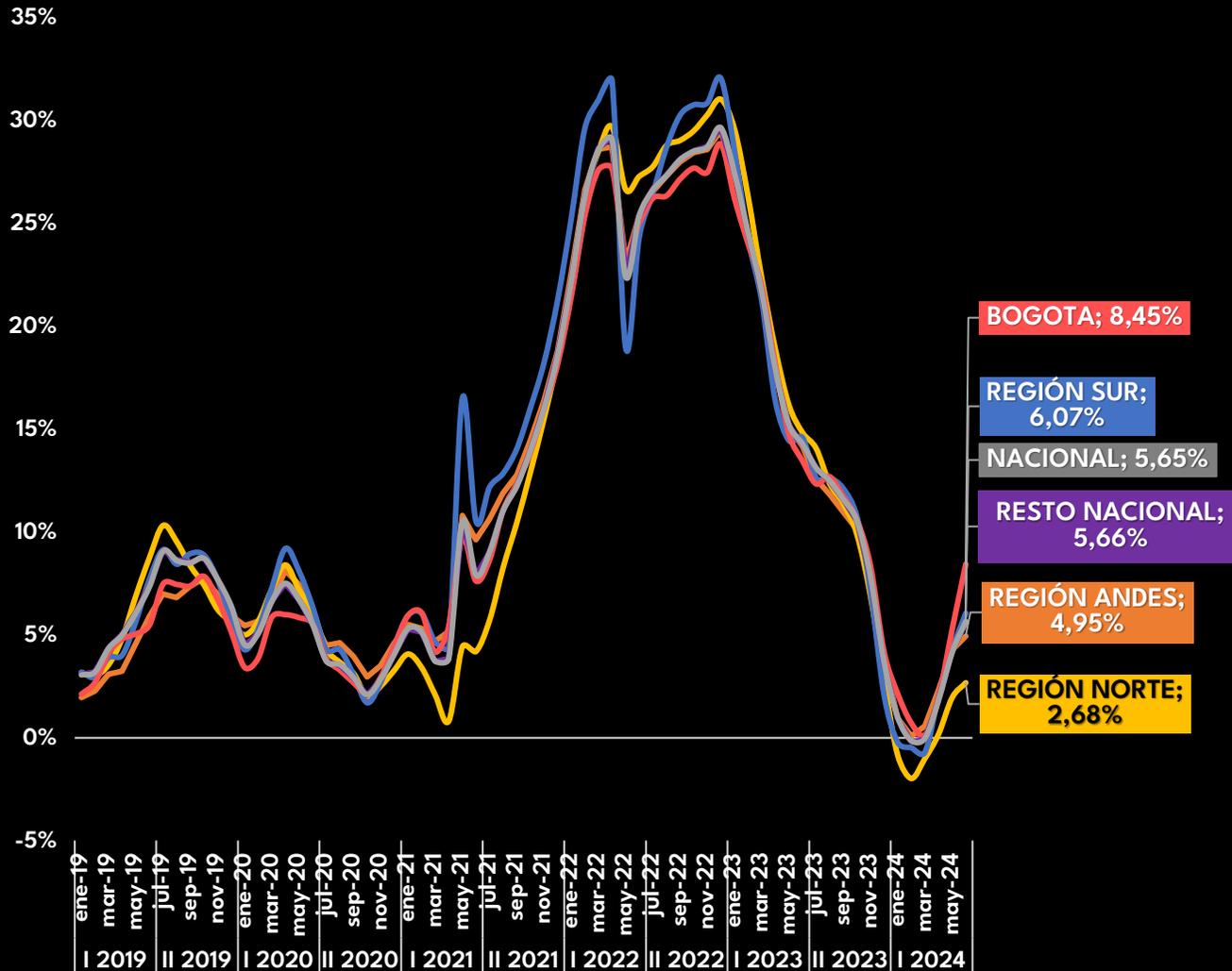


Al revisar la composición del gasto en Alimentos para el hogar por regiones, se observó que la región norte es la que asigna mayor parte de su gasto en alimentos a las carnes y derivados, lo que puede estar relacionado con una menor oferta de cárnicos en la región Caribe en esta zona en comparaciones con otras regiones más fuertes en producción. Así mismo, es la región con la mayor participación en pescado debido a la proximidad al mar Caribe, que facilita la pesca y el suministro de pescado fresco haciendo que sea más accesible y económico en comparación con otras regiones, sumado una cultura de mayor participación del pescado en las preparaciones tradicionales.

Por otro lado, para el segundo trimestre del 2024 todas las regiones han experimentado una mayor asignación en frutas y alimentos varios comparado con el mismo periodo del 2023, derivado del incremento de precios en estos alimentos por factores climáticos, los cuales han afectado las cosechas y producción de distintas frutas. Así mismo, destaca en todas las regiones una caída en la participación de lácteos, grasas y huevos en el bolsillo de los hogares; esta dinámica pudo ser impulsada por la leche, cuyo consumo a nivel nacional ha disminuido a pesar de una caída en los precios, lo que podría estar mostrando un cambio en los hábitos de consumo de los hogares.

SI BIEN LA INFLACIÓN REPUNTO EN TODAS LAS REGIONES, BOGOTÁ FUE LA CIUDAD CON MAYOR CRECIMIENTO EN LOS PRECIOS DE ALIMENTOS PARA JUNIO 2024

INFLACIÓN ANUAL DE ALIMENTOS POR REGIONES



TOP 10 ALIMENTOS CON MAYOR INFLACIÓN ANUAL EN BOGOTÁ	jun-24
Papá	64,26%
Chocolate	47,02%
Cebolla	27,95%
Otras hortalizas y legumbres frescas	20,89%
Otros abarrotos	20,86%
Tomate	20,85%
Otras frutas frescas	19,95%
Moras	17,88%
Carnes frías y embutidos	17,37%
Otros productos de panadería	17,02%

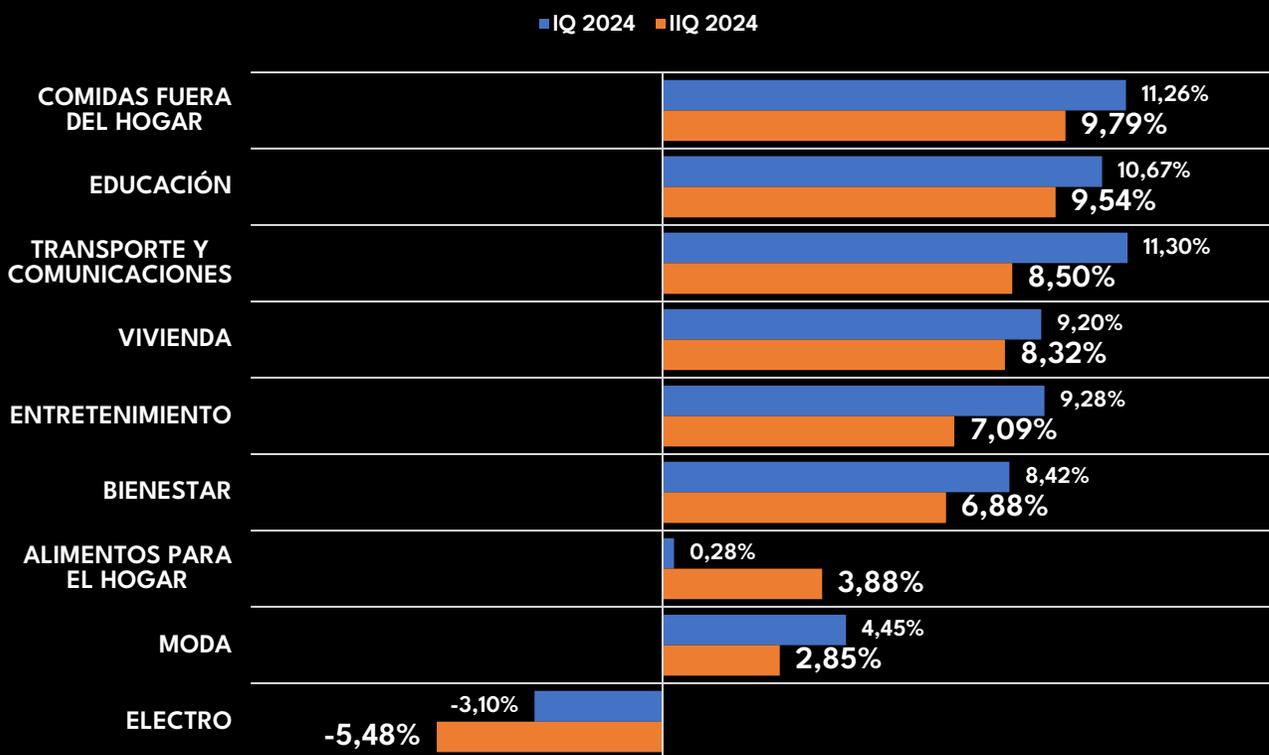
La inflación de alimentos en Bogotá es considerablemente superior a la que experimenta el resto del país, esta dinámica podría estar impulsada por diferentes factores como:

1. El mayor costo de vida en Bogotá como capital del país.
2. La mayoría de los alimentos consumidos en la ciudad provienen de otras regiones, lo que conlleva costos de transporte más altos, exacerbados por el aumento de los precios del combustible y los peajes.
3. La mayor presencia de intermediarios en la cadena de suministro de alimentos en Bogotá puede incrementar el precio final que pagan los consumidores.
4. Bogotá tiene una población más grande y densa que otras ciudades colombianas, lo que genera una mayor demanda de alimentos. Esto puede poner presión al alza sobre los precios, especialmente en momentos de escasez.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

LA ENERGÍA HA PRESIONADO EL BOLSILLO DE LOS HOGARES DURANTE LOS PRIMEROS 6 MESES DEL 2024

DINÁMICA DE LA INFLACIÓN ANUAL POR CANASTAS (2024)



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

PRODUCTOS / PERIODO	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 ABARROTOS	19,65%	18,73%
SALSA Y MAYONESA	21,64%	16,05%
CARNES FRÍAS Y EMBUTIDOS	19,08%	15,91%

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

Todas las canastas en el segundo trimestre tuvieron una menor inflación en comparación al primer IQ de 2024, a excepción de Alimentos para el hogar que tuvo un repunte bastante notorio en el cual destacan dos grupos, los alimentos naturales como tomate, papa y mora, y los ultraprocesados como embutidos, salsas, entre otros. Además, Comidas fuera del hogar tuvo el mayor aumento en los precios, en particular en productos referentes a comidas rápidas en donde varios de sus insumos hacen parte de productos ultraprocesados. Cabe mencionar que un repunte en productos esenciales como papa y tomate pueden repercutir en los precios de los almuerzos para la segunda parte del año.

Por otro lado, en el caso de Educación en el segundo trimestre no cambian los precios de matrículas y pensiones, predomina más un efecto base al comprarlo con tarifas del año anterior, sin embargo, si se pudo ver impulsada por algunos artículos escolares como textos.

○ Productos con impuesto saludable.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

LA ENERGÍA ELÉCTRICA: EL SERVICIO CON MAYOR PESO EN EL BOLSILLO DE LOS HOGARES

LOS HOGARES GASTARON EN SERVICIOS PÚBLICOS EN EL PRIMER SEMESTRE

\$28,2
BILLONES DE PESOS

5,4% En el gasto total

22,8% En la canasta de Vivienda

2,45% **ENERGÍA ELÉCTRICA**
(+0,27pps VS IQ 2023)

1,87% **ACUEDUCTO***
(+0,08pps VS IQ 2023)

1,19% **GAS**
(-0,08pps VS IQ 2023)

IQ 2024

2,45% **ENERGÍA ELÉCTRICA**
(+0,21pps VS IIQ 2023)

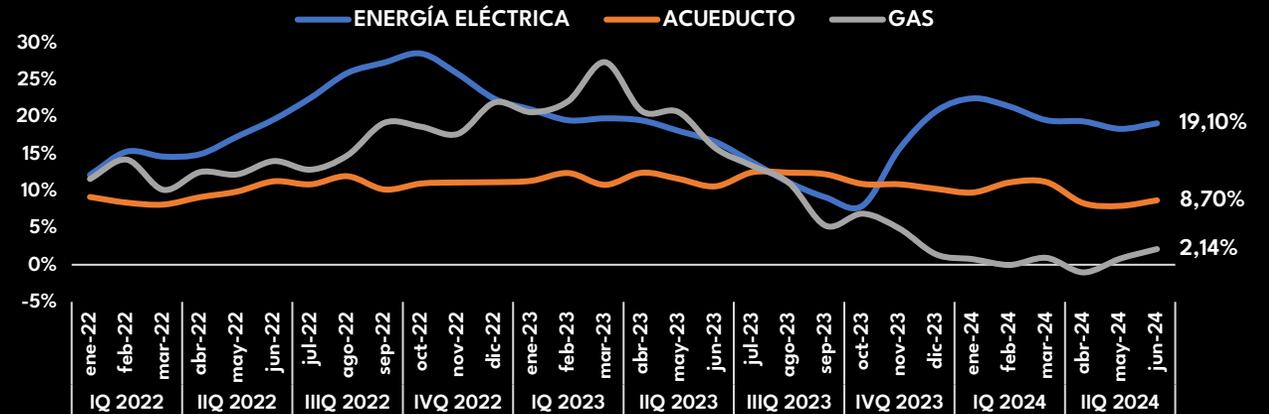
1,86% **ACUEDUCTO***
(+0,02pps VS IIQ 2023)

1,15% **GAS**
(-0,09pps VS IIQ 2023)

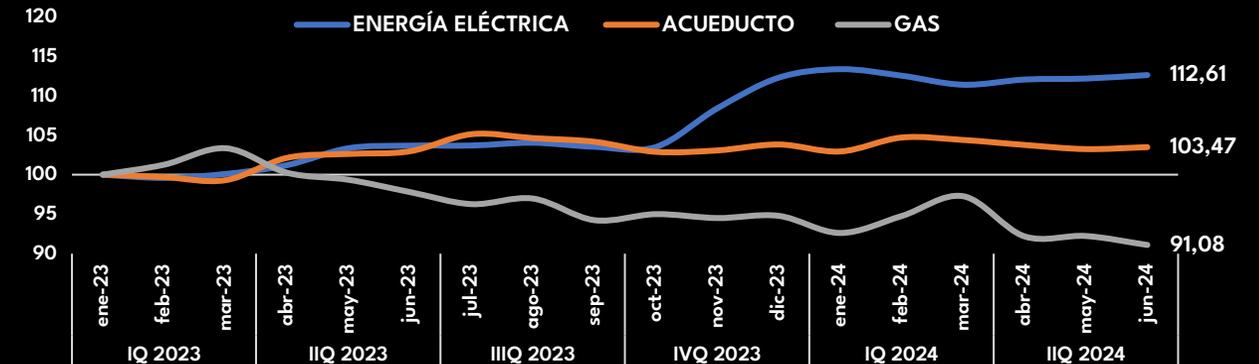
IIQ 2024

● Participación del servicio público dentro del gasto total nacional

INFLACIÓN ANUAL DE SERVICIOS PÚBLICOS



ÍNDICE DE POCKETSHARE DE SERVICIOS PÚBLICOS (ENERO 2023=100)



El servicio de gas natural residencial presentó un repunte en su inflación para el segundo trimestre de 2024 en línea con un mayor uso de este combustible para la generación de energía eléctrica, pues según un informe de la Bolsa Mercantil de Colombia, en marzo y abril el gas representó cerca del 60% de los combustibles para generar energía eléctrica, pero disminuyó en mayo y junio a 47%. Además, se espera una menor producción de gas a cierre 2024 (-7,3%) y 2025 (-11,6%).

Por su parte, la energía eléctrica fue el servicio público que causó mayor presión en el bolsillo de los hogares, estos han pagado 12 pesos adicionales si se toma como referencia a enero de 2023, lo cual podría estar ligado con las altas temperaturas y la escasez de lluvias en los últimos meses lo que impactó negativamente el nivel de los embalses.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

EXCLUYENDO 2020, EL PESO DE ENERGÍA EN EL BOLSILLO DE LOS HOGARES ALCANZÓ UN MÁXIMO HISTÓRICO EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2024

POCKETSHARE EN ENERGÍA ELÉCTRICA (Peso en el gasto total nacional)

Año/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2010	1,78%	1,80%	1,82%	1,84%	1,85%	1,88%	1,88%	1,89%	1,87%	1,89%	1,92%	1,91%
2011	1,89%	1,89%	1,91%	1,90%	1,87%	1,88%	1,90%	1,89%	1,95%	1,94%	1,91%	1,94%
2012	1,96%	1,97%	1,97%	1,88%	1,93%	1,95%	1,89%	1,88%	1,94%	1,91%	1,89%	1,87%
2013	1,92%	1,93%	1,87%	1,86%	1,93%	1,98%	1,86%	1,85%	1,93%	1,94%	1,86%	1,88%
2014	1,87%	1,86%	1,86%	1,89%	1,87%	1,91%	1,94%	1,96%	1,96%	1,97%	1,98%	1,97%
2015	1,89%	1,89%	1,89%	1,88%	1,93%	1,87%	1,91%	1,91%	1,90%	1,91%	1,94%	1,99%
2016	1,97%	1,98%	1,99%	1,82%	1,92%	1,94%	1,92%	1,98%	2,00%	2,01%	2,00%	2,00%
2017	1,99%	1,94%	1,92%	1,96%	1,96%	1,94%	1,90%	1,91%	1,95%	1,96%	1,96%	1,94%
2018	1,92%	1,91%	1,95%	2,00%	2,01%	1,97%	2,00%	2,02%	2,03%	2,04%	2,04%	2,05%
2019	2,04%	2,02%	2,04%	2,08%	2,07%	2,01%	1,99%	1,99%	2,01%	2,02%	2,05%	2,07%
2020	2,03%	2,05%	2,46%	3,44%	2,89%	2,49%	2,51%	2,44%	2,38%	2,33%	2,25%	2,14%
2021	2,21%	2,12%	2,21%	2,18%	2,18%	2,15%	2,19%	2,19%	2,18%	2,17%	2,16%	2,16%
2022	2,13%	2,12%	2,10%	2,11%	2,16%	2,19%	2,24%	2,29%	2,30%	2,32%	2,27%	2,22%
2023	2,18%	2,17%	2,18%	2,21%	2,26%	2,26%	2,26%	2,27%	2,26%	2,26%	2,37%	2,45%
2024	2,47%	2,46%	2,43%	2,45%	2,45%	2,46%						

Junio de 2024 alcanzó el máximo histórico en la asignación de dinero en el servicio de energía eléctrica en comparación con los junios desde 2010 (excluyendo 2020).

En 2020 se presentó una mayor asignación derivada de la pandemia, ya que al pasar más tiempo en casa se pudo incrementar el consumo de energía eléctrica.

POCKETSHARE EN ENERGÍA ELÉCTRICA

EL PRIMER SEMETRE DE 2024 MOSTRÓ UN COMPORTAMIENTO DISTINTO AL HISTÓRICO

Periodo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PROMEDIO 2010-2019	1,92%	1,92%	1,92%	1,91%	1,93%	1,93%	1,92%	1,93%	1,95%	1,96%	1,95%	1,96%
PROMEDIO 2022-2023	2,16%	2,15%	2,14%	2,16%	2,21%	2,23%	2,25%	2,28%	2,28%	2,29%	2,32%	2,33%
2024	2,47%	2,46%	2,43%	2,45%	2,45%	2,46%						

Menor dato del periodo

Mayor dato del periodo

Habitualmente, en el primer semestre mayo y junio eran los meses en lo que más se asignaba dinero a energía eléctrica. Sin embargo, en el primer semestre de 2024 cambió la tendencia a causa del fenómeno de El Niño que llegó oficialmente en noviembre de 2023.

Para la segunda parte del año, diciembre es el mes con mayor asignación en este servicio, en el cual pueden influir las festividades y aumento de reuniones familiares. Además, el alumbrado navideño en los hogares puede tener un impacto; por ejemplo, si se estima que una familia tiene 8 extensiones de luces LED** prendidas por 6 horas diarias durante 30 días, la tarifa de energía podría estar incrementando en promedio \$6.491 para diciembre de 2024, tomando el precio promedio* en bolsa de la energía en lo corrido de 2024.

*\$600,99 costó el Kilovatio-hora en promedio para el primer semestre de 2024.

** Una extensión de luces LED consume en promedio 7,5 Kwh.

FUENTE:

Gastometría RADDAR – Junio 2024

La República estima que se requieren en promedio 8 extensiones para adornar el árbol y la casa en navidad.

¿QUÉ SUCEDIÓ EN LOS ANTERIORES FENÓMENOS DE EL NIÑO?

PROMEDIO TRIMESTRAL POCKETSHARE EN ENERGÍA ELÉCTRICA

Periodo	IQ	IIQ	IIIQ	IVQ
2010	1,80%	1,86%	1,88%	1,91%
2011	1,90%	1,88%	1,91%	1,93%
2012	1,97%	1,92%	1,90%	1,89%
2013	1,90%	1,92%	1,88%	1,89%
2014	1,86%	1,89%	1,95%	1,97%
2015	1,89%	1,89%	1,91%	1,95%
2016	1,98%	1,89%	1,97%	2,00%
2017	1,95%	1,95%	1,92%	1,95%
2018	1,93%	1,99%	2,02%	2,04%
2019	2,03%	2,05%	2,00%	2,05%
2020	2,18%	2,94%	2,45%	2,24%
2021	2,18%	2,17%	2,18%	2,16%
2022	2,12%	2,16%	2,27%	2,27%
2023	2,18%	2,24%	2,26%	2,36%
2024	2,45%	2,45%		
PROMEDIO 2010-2019	1,92%	1,93%	1,93%	1,96%

Menor dato del periodo

Mayor dato del periodo

*La temporada de precipitaciones en la región Caribe y Andes es usual en marzo-mayo y septiembre-noviembre y las temporadas secas junio-agosto y diciembre febrero.

FENÓMENO DE EL NIÑO DÉBIL

A finales de 2011 y principios de 2012 se dio un fenómeno de El Niño débil que coincidió y tuvo su mayor impacto con la temporada seca habitual de principio de año. Esto pudo ocasionar que en el primer trimestre de 2012 los hogares tuvieran que asignar más dinero a energía eléctrica ya que la inflación anual estuvo cerca al 8,11%. Sin embargo, en el resto del año fue disminuyendo la presión en el bolsillo por la llegada del fenómeno de La Niña.

FENÓMENO DE EL NIÑO FUERTE

A finales de 2015 y durante gran parte de 2016 se consolidó uno de los fenómenos de El Niño más fuertes, que causó incendios y disminución de caudales en la región Andina y Caribe, así como racionamientos en diferentes zonas del país. Los aumentos en el precio de la energía se dieron con mayor fuerza en la segunda parte de 2016 que continuó impactando en la temporada seca de principios de 2017, y por ende, en la asignación de dinero a energía.

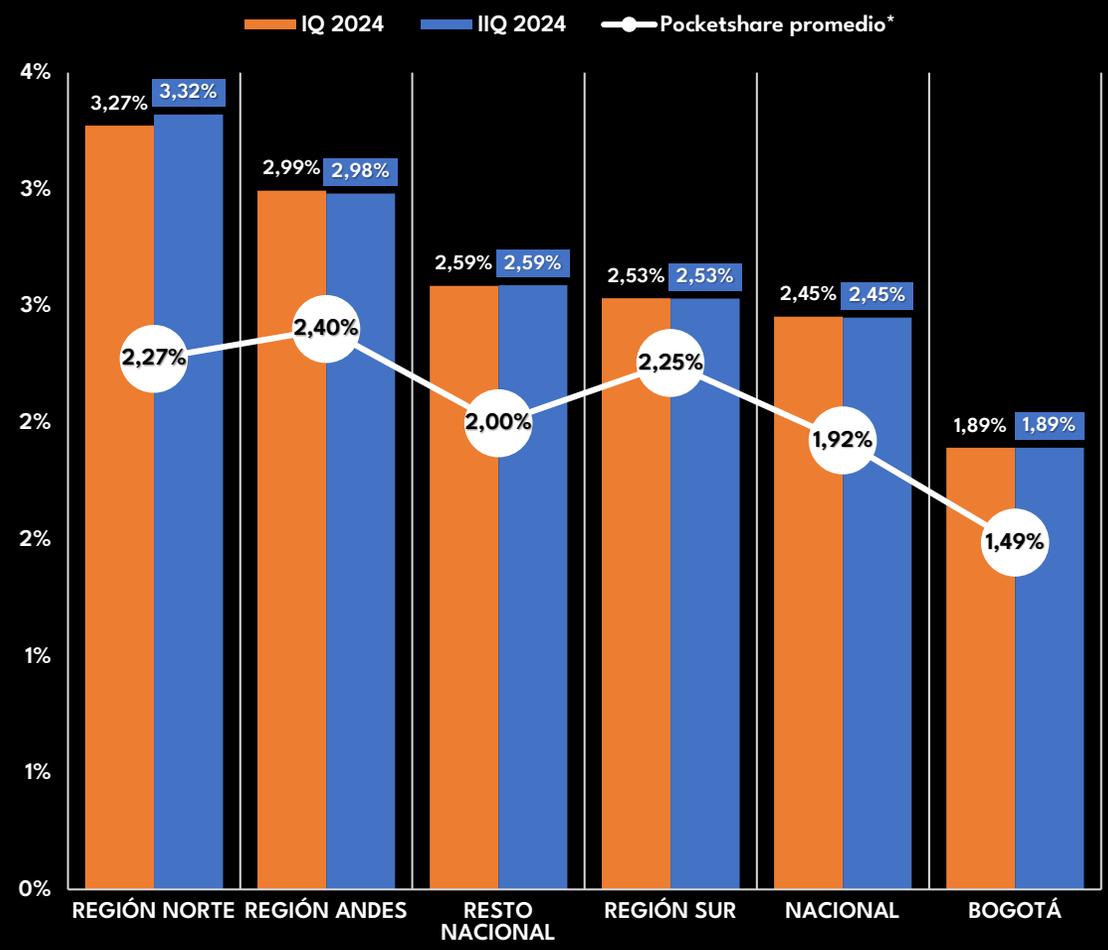
¿QUÉ PODRÍA ESPERARSE EN LA SEGUNDA PARTE DE 2024?

En noviembre de 2023 llegó el fenómeno de El Niño y alcanzó su punto más crítico en el primer trimestre de 2024, sin embargo, las tarifas de energía ya venían subiendo desde el segundo trimestre de 2023 mostrando un aumento del gasto a lo largo de ese año. En 2024 continuaron los fuertes incrementos de precios mostrando una tendencia a mantener la asignación alta como en 2017. Sin embargo, la probabilidad de la llegada de un fenómeno de La Niña (69% según el IDEAM) en el segundo semestre puede llevar a un comportamiento de disminución en los precios de la energía similar al de 2012, aunque el último trimestre del año se caracterice por una mayor asignación jalónada por un posible consumo de energía adicional en la temporada navideña.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

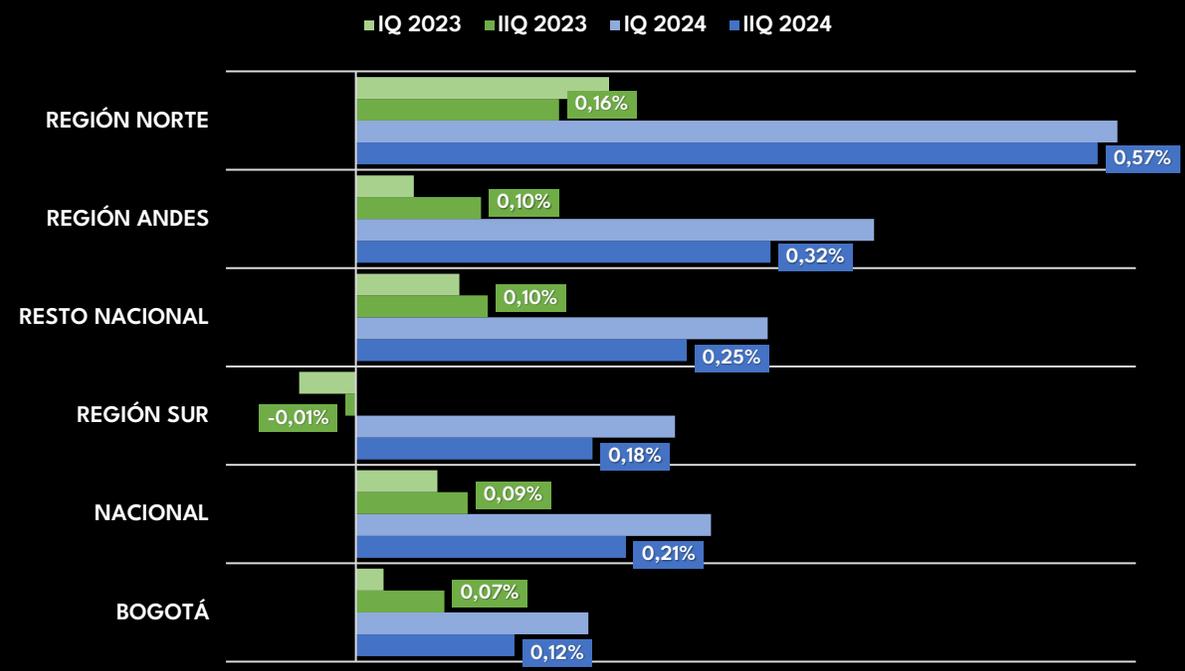
NOTABLE INCREMENTO DEL PESO DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA DENTRO DEL BOLSILLO DE LOS HOGARES EN LAS REGIONES DEL PAÍS

POCKETSHARE DE ENERGÍA ELÉCTRICA TRIMESTRAL VS PROMEDIO*



*Promedio primeros semestres 2010-2019

REESTRUCTURACIÓN INTERANUAL DEL POCKETSHARE DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR TRIMESTRES



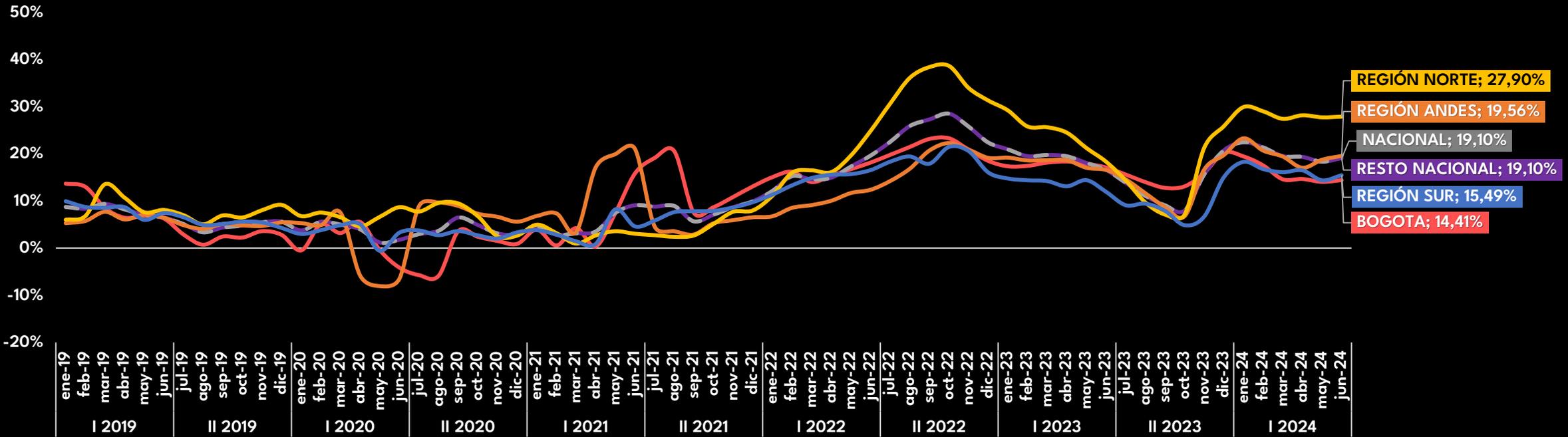
El peso de la energía eléctrica en las regiones de Colombia durante el primer y segundo trimestre de 2024 se ubicó por encima del promedio semestral de 2010 a 2019, teniendo la mayor diferencia en las regiones Norte y Andes. Adicional a esto, la Región Norte fue la única en presentar crecimientos del peso en comparación con el primer trimestre del año, derivado de una mayor inflación en el servicio. En comparación con los dos primeros trimestres de 2023, se puede observar el incremento de la participación de energía eléctrica en el bolsillo de los hogares, que podría deberse al crecimiento de la inflación en energía eléctrica, que se ha visto afectada en parte por la presencia en el país del fenómeno de El Niño. Aunque la reestructuración fue más fuerte en el primer trimestre que en el segundo, podría seguir afectando el bolsillo de los hogares si persisten los incrementos en precios del servicio.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

*Promedio 2010-2019

LA REGIÓN NORTE HA EXPERIMENTADO EL MAYOR INCREMENTO DE PRECIOS DE ENERGÍA, NO OBSTANTE, LA REGIÓN ANDES ES LA QUE MÁS HA REPUNTADO EN LOS ÚLTIMOS MESES

INFLACIÓN ANUAL ENERGÍA ELÉCTRICA POR REGIONES



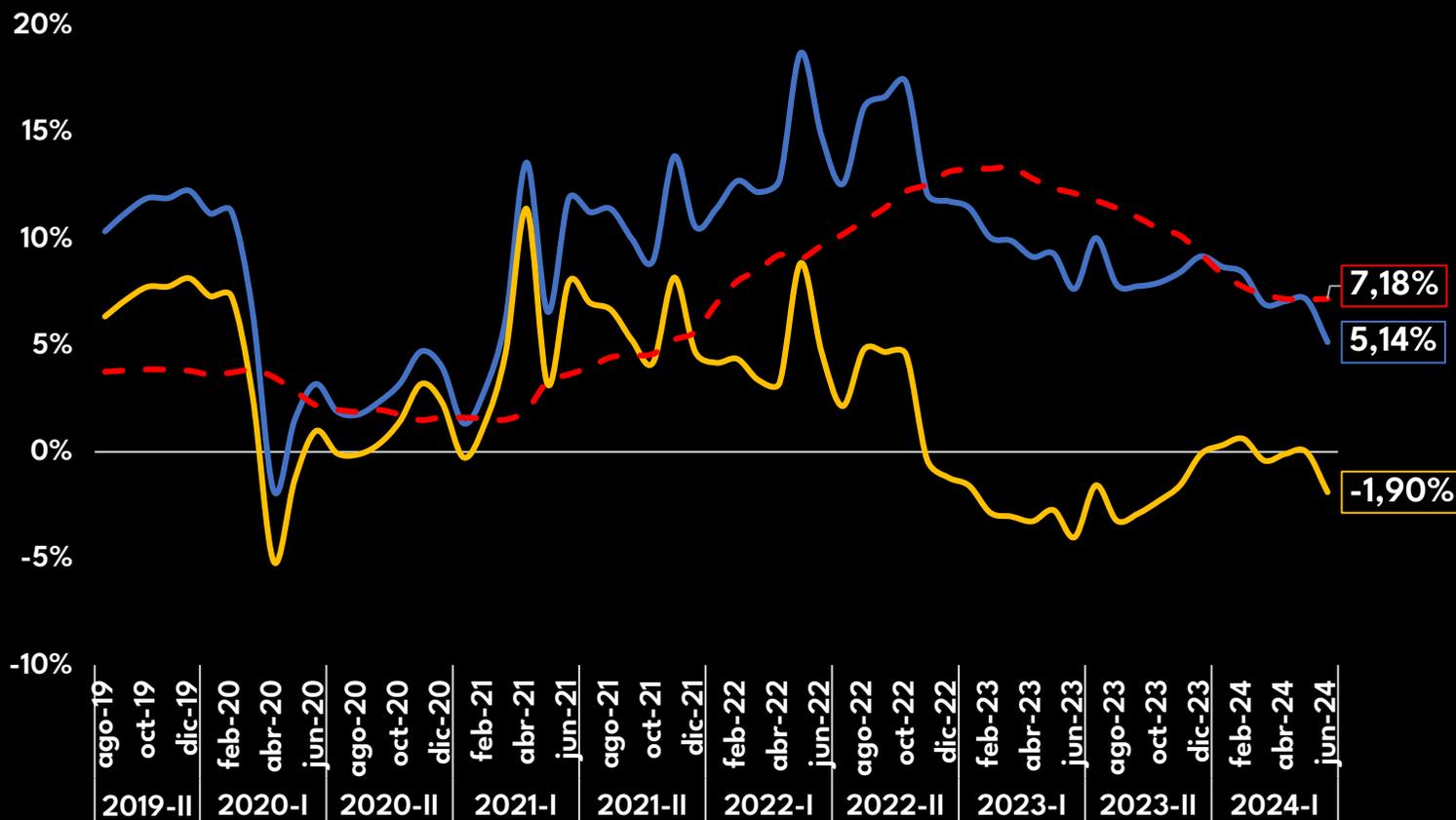
Luego de tener una ralentización en el crecimiento de sus precios, a partir de octubre de 2023 la inflación de la energía eléctrica en Colombia repuntó. Aunque, en lo corrido del 2024 no ha presentado nuevos picos, aún se mantiene en niveles elevados y no parece estar cediendo. La región más afectada durante este primer semestre fue la Región Norte, ya que Air-e y Afinia, las dos grandes distribuidoras de energía de esa región, en promedio ofrecen el costo unitario de la energía \$300 pesos por encima que las demás regiones. Esto tiene raíz dentro de dos componentes de la estructura tarifaria: I. el primero se refiere a “Restricciones” el cual señala si una planta de generación de energía opera por encima de su capacidad ideal y se le debe reconocer un valor monetario adicional. Además, en abril sufrió un fuerte incremento este componente por el bajo nivel de los embalses. II. El segundo componente se refiere al “Costo de Opción tarifario”, mecanismo que fue utilizado por el gobierno en pandemia para aliviar el costo de este servicio público, en la región caribe este costo adicional es 5 veces más alto en comparación a las demás regiones lo que causa que su tarifa sea mucho más alta.

Por su parte la inflación de la Región Andes se mantuvo al alza en el segundo trimestre de 2024 debido en parte a incrementos en la tarifa de los usuarios en la ciudad de Manizales afectada por los mismos componentes de la estructura tarifaria, lo que llevó a la ciudad a tener la inflación mensual en energía eléctrica más alta del país en mayo.

EL GASTO DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2024 FUE DE **\$84,91** BILLONES DE PESOS

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

— VAR. CORRIENTE — VAR. REAL — INFLACIÓN ANUAL



PRIMEROS SEIS MESES DEL AÑO CON UN GASTO A LA BAJA, CAMBIOS EN LOS MOMENTOS DE COMPRA Y UN JUNIO CARGADO DE EMOCIONES.

1

En el primer semestre el gasto tiene un menor impulso, lo que se vio reflejado en las cifras.

2

¿Cómo la dinámica de gasto en las canastas explicó la contracción del gasto de los hogares?

3

Precios de los **alimentos** registraron tendencia al alza, mientras que los **servicios** continuaron presionando el bolsillo de los hogares.

4

Junio, un mes cargado de emociones y momentos de consumo.

JUNIO: UN MES CARGADO DE EMOCIONES Y MOMENTOS DE CONSUMO

Intensamente 2 fue lanzada el 13 de junio y se convirtió en la película más taquillera de Colombia (superando a Avengers y Avatar). Además, **junio fue un mes cargado de emociones para los hogares** y esto se vio reflejado en su percepción, sus compras y su elección de lugares a los cuales asistir.



Temor

- Cae el gasto de los hogares en junio, siendo el comportamiento más negativo en lo corrido del año.
- Esta dinámica se dio a nivel nacional y en la mayoría de las ciudades.



Alegría

En junio se disfrutaron y celebraron distintos eventos como: la final de la Champions League, el Día del Padre, la final de la Liga BetPlay, la final de la NBA, el inicio de la Copa América y la Eurocopa.



Desagrado

Inició en Colombia el pico respiratorio del año, además de una alerta por dengue en la temporada de vacaciones.



Furia

Los servicios públicos siguieron incrementando su participación dentro del bolsillo de los hogares.



Envidia

Junio contó con dos puentes, además del inicio de las vacaciones de mitad de año, y algunos hogares recibieron la prima. (No todos los hogares salieron a vacaciones y sólo el 30% de los ocupados recibió prima).



Vergüenza

La tasa de natalidad alcanzó la mayor caída en al menos 10 años.



Tristeza

La inflación repuntó levemente, impulsada por alimentos.



Ansiedad

Aunque la confianza del consumidor aumentó, se mantuvo en terreno negativo. ¿Qué podría pasar en el segundo semestre del 2024?



Aburrimiento

- El Fenómeno de El Niño retrasó las cosechas de alimentos.
- Los productos gravados con impuestos saludables siguen subiendo de precio.

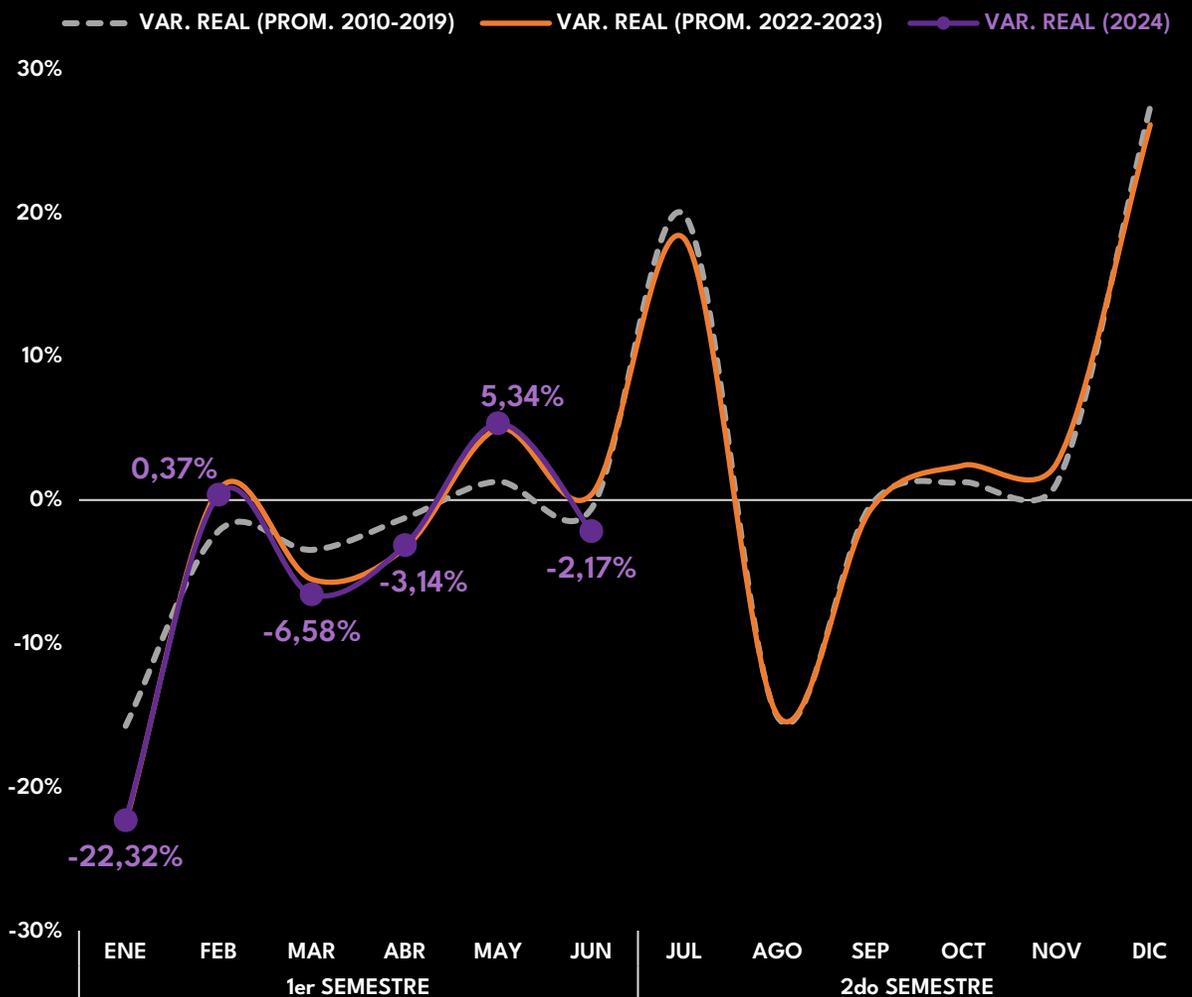
FUENTE: Gastometría RADDAR, Junio 2024; El Tiempo, INS, Infobae, Semana



Temor

LA VARIACIÓN MENSUAL DEL GASTO REAL DE JUNIO FUE INFERIOR A LA DE AÑOS ANTERIORES

DINÁMICA MENSUAL DEL GASTO REAL



En junio del 2024, el gasto de los hogares volvió a terreno negativo por cuarta vez en el año. Sin embargo, es importante resaltar que no es inusual que este mes tenga un comportamiento con tendencia a la baja, pero en el 2024 el dato fue inferior a años anteriores.

Por un lado, en el sexto mes del año suele haber contracción de gasto tras la celebración del Día de la madre en mayo, y ante la expectativa de la recepción de prima y la llegada de las vacaciones. Así, los hogares podrían ser más restrictivos en cuanto a los gastos.

Ahora bien, el dato de gasto de junio del 2024 se situó por debajo del promedio de años anteriores, lo que pudo ser impulsado por varios factores.

Por un lado, en este mes del 2024 se cumplió el plazo para pagar el impuesto predial sin descuento y el vehicular, mientras que en años anteriores estos plazos se cumplían en julio o agosto, lo que ocasionó que se adelantara el pago de estas obligaciones y, por ende, se redujera la disponibilidad de compra de aquellos hogares responsables de dichos impuestos.

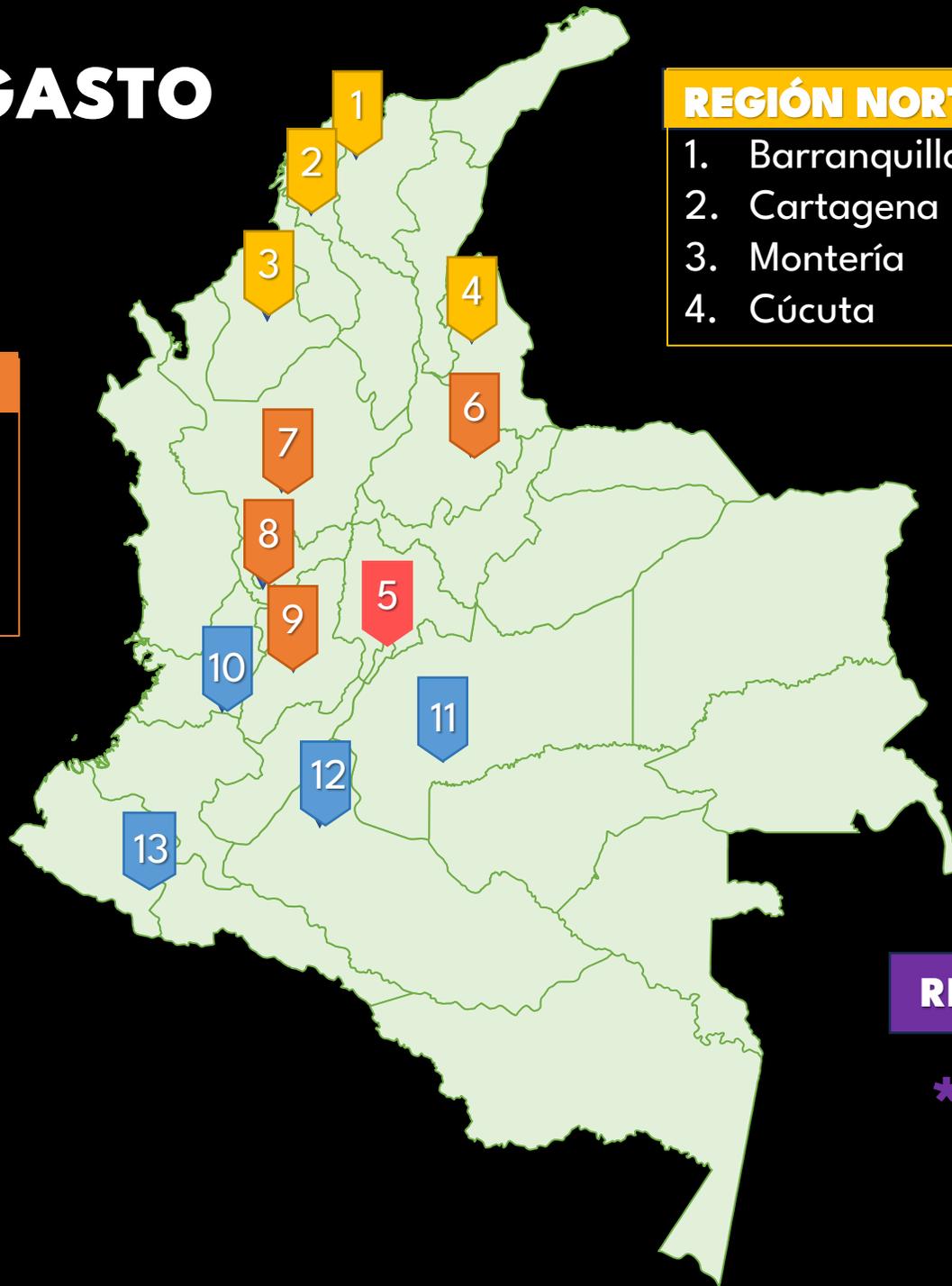
Por otro lado, para junio de este año pudo haber un menor uso de tarjetas de crédito frente al mismo mes de años anteriores, al tener una mayor tasa de interés en comparación a dichos periodos (la más alta históricamente para un junio), por lo que el gasto apalancado por crédito pudo verse desincentivado en este año.

Finalmente, habitualmente en junio la Inflación mensual de Alimentos para el hogar tiene una dinámica negativa, por lo que al ser una canasta de primera necesidad, una disminución en precios podía aliviar el bolsillo de los hogares. Mientras que, en el 2024, estos productos aumentaron de precio limitando el gasto para otros bienes y servicios.

FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.

PARTICIPACIÓN DEL GASTO POR REGIONES

JUNIO 2024



REGIÓN NORTE

1. Barranquilla
2. Cartagena
3. Montería
4. Cúcuta

***7,72%**

REGIÓN ANDES

6. Bucaramanga
7. Medellín
8. Pereira
9. Manizales

***13,83%**

REGIÓN CENTRO

5. Bogotá

***36,88%**

REGIÓN SUR

10. Cali
11. Villavicencio
12. Neiva
13. Pasto

***9,33%**

RESTO NACIONAL

***32,25%**

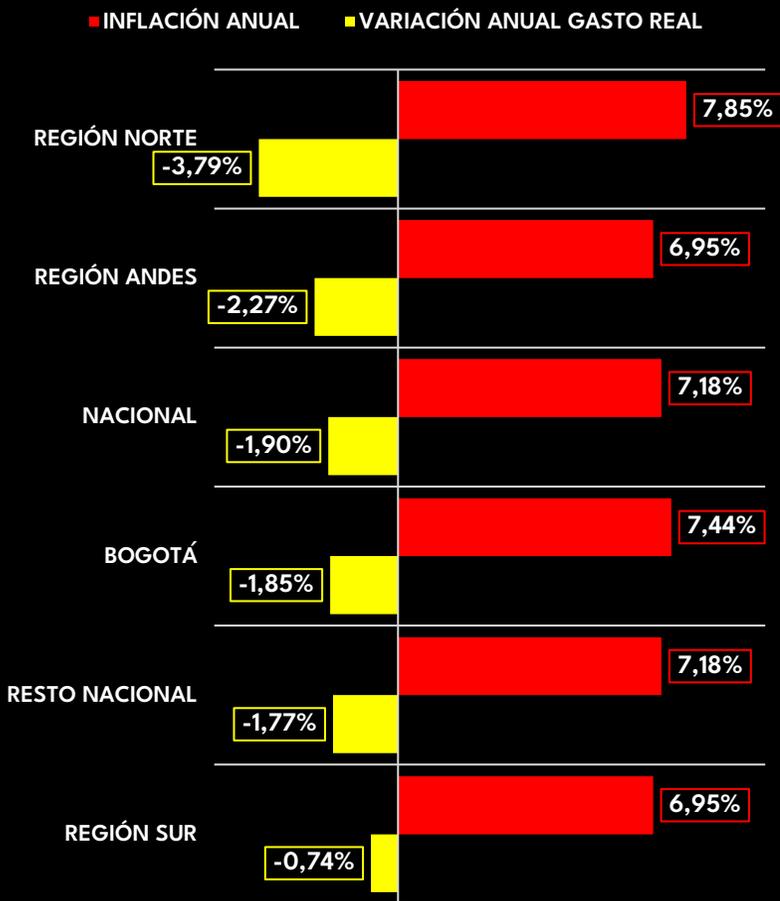
*Participación de la región en el gasto total nacional de junio.



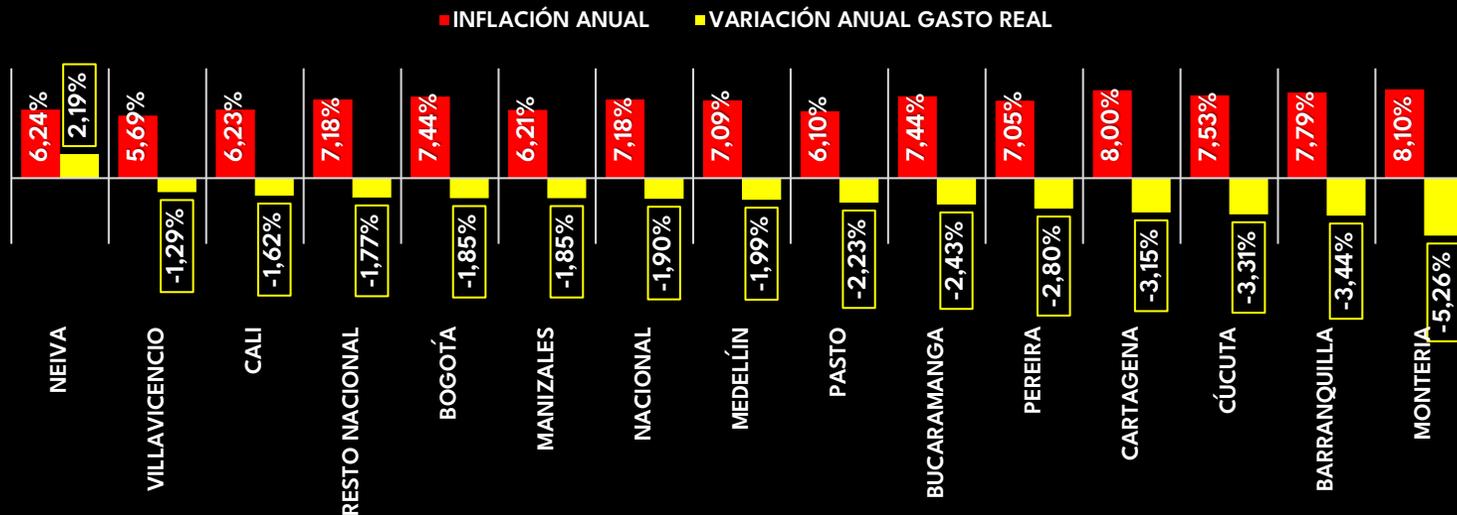
Temor

DENTRO DE LAS 13 CIUDADES, NEIVA FUE LA ÚNICA QUE LOGRÓ VARIACIÓN POSITIVA EN JUNIO DE 2024

DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES POR REGIONES- JUNIO 2024



DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES POR CIUDADES- JUNIO 2024



Durante el mes de junio el gasto real de los hogares registró una cifra negativa a nivel nacional. Sin embargo, es pertinente resaltar que hubo regiones en donde la caída fue mayor; por ejemplo, en la región norte se evidenciaron las cifras más altas en inflación en ciudades como Montería y Barranquilla, en donde la canasta más impactada fue Transporte y comunicaciones, mientras que la canasta de Vivienda se vio fuertemente afectada en Cartagena y Cúcuta.

Al revisar las 13 ciudades principales, Neiva fue la única ciudad en la que el gasto real creció frente al año anterior. Esta dinámica pudo impulsarse por un crecimiento del gasto anual real 3,72% en Alimentos para el hogar, siendo la mayor variación en esta canasta en comparación con las demás ciudades del país; además, Neiva es la ciudad en la que los alimentos tienen el mayor peso en el bolsillo, por lo que un incremento en los precios de estos productos puede apalancar con más fuerza el gasto. Por otro lado, destaca la importancia de la celebración de las fiestas de San Pedro y San Pablo en esta ciudad desde el 14 de junio hasta el 1 de julio, lo que a su vez pudo favorecer el crecimiento del gasto en esta ciudad.

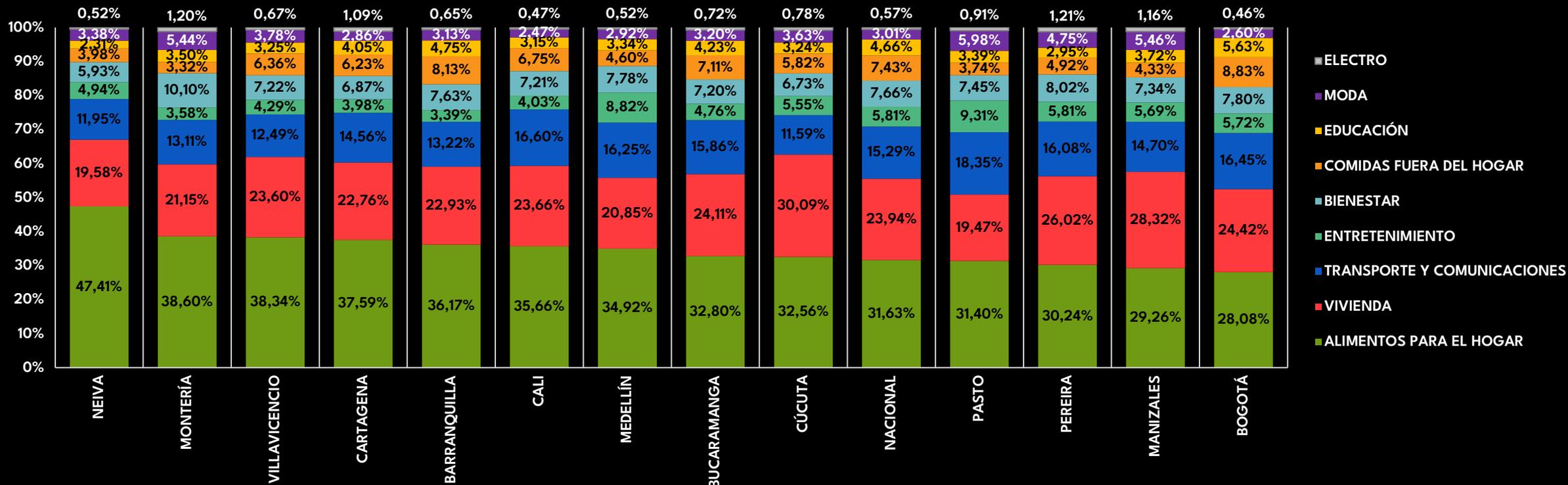
FUENTE: Gastometría RADDAR - Junio 2024.



EL BOLSILLO DE LOS HOGARES SE DISTRIBUYE DE ACUERDO CON SUS NECESIDADES, INGRESOS, COSTUMBRES Y FENÓMENOS COYUNTURALES

Temor

POCKETSHARE CORRIENTE POR CANASTAS EN TODAS LAS CIUDADES (JUNIO 2024)



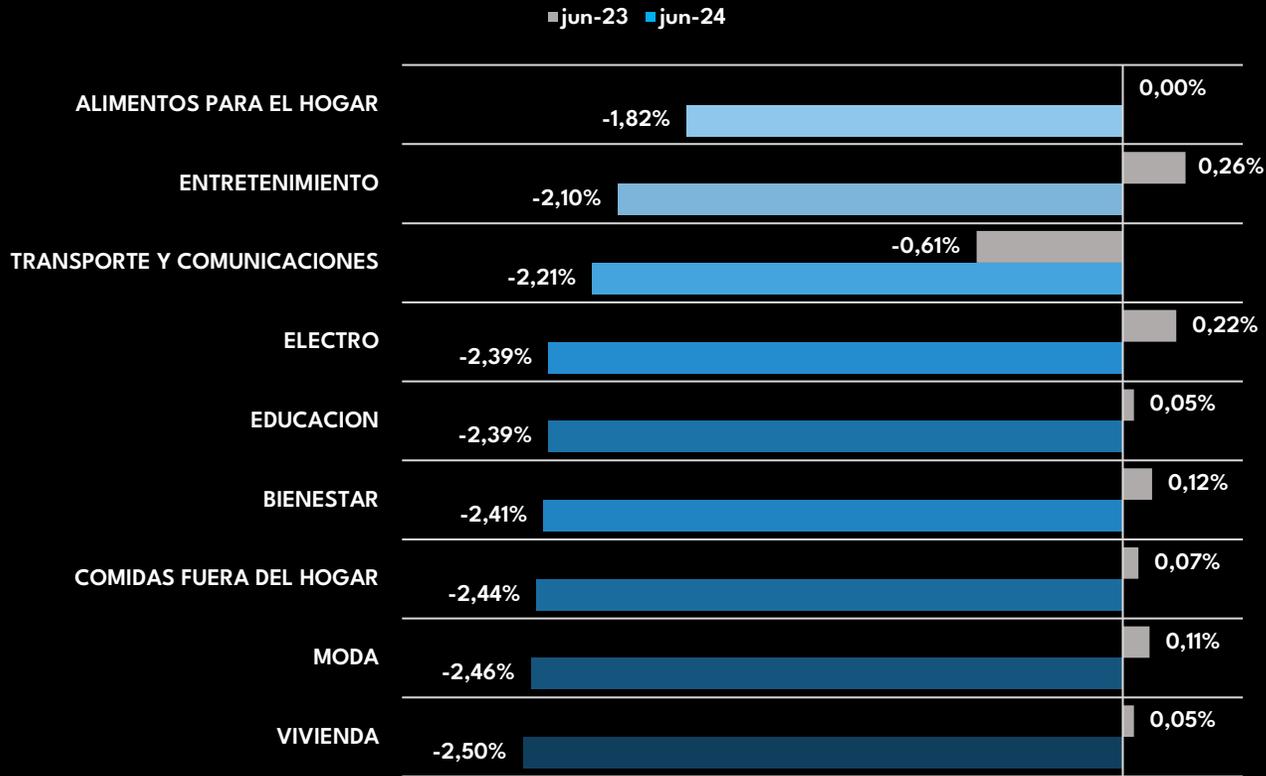
El bolsillo de los hogares se distribuye de manera distinta en las diferentes ciudades del país, esto acorde a las condiciones y costumbres propias de cada región. Sin embargo, hay algunos comportamientos que se mantienen, es decir, la canasta de Alimentos para el hogar suele liderar la participación de gasto, pero también hay algunas particularidades tales como que, en junio de 2024, los hogares en Neiva destinaron el 47,41% de su presupuesto a la canasta de Alimentos para el hogar, casi la mitad. En contraste, en ciudades como Manizales y Bogotá, esta proporción no supera el 30%. En esta última la menor asignación en alimentos podría estar relacionada con mayores ingresos de los hogares en la capital, lo que les permite destinar más recursos a otras canastas, como las de moda y entretenimiento, donde se registró una menor participación en comparación con lo observado en las demás ciudades.

Medellín y Pasto destacaron como la ciudad donde los hogares realizan una mayor asignación a la canasta de entretenimiento, lo que podría estar relacionado con la gran oferta en las ciudades, en particular la capital antioqueña que ha destacado como centro turístico y de entretenimiento en la región.

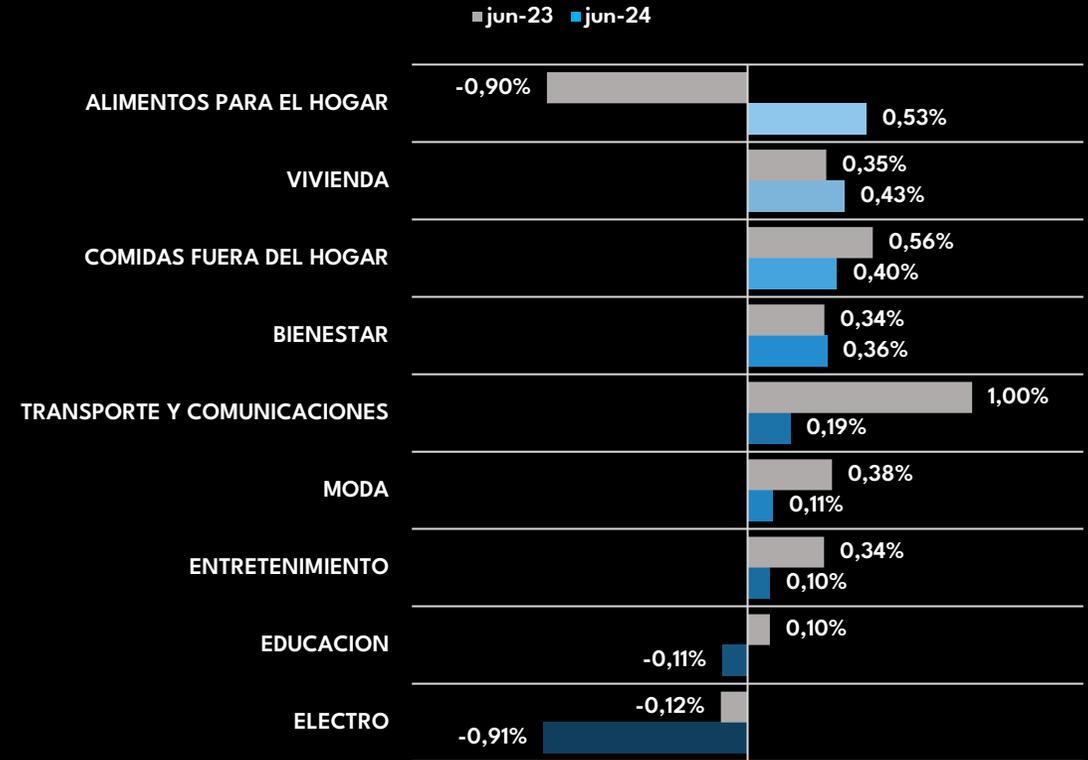


TODAS LAS CANASTAS DISMINUYERON EN EL GASTO REAL MENSUAL

VARIACIÓN MENSUAL DEL GASTO REAL POR CANASTA



INFLACIÓN MENSUAL POR CANASTA



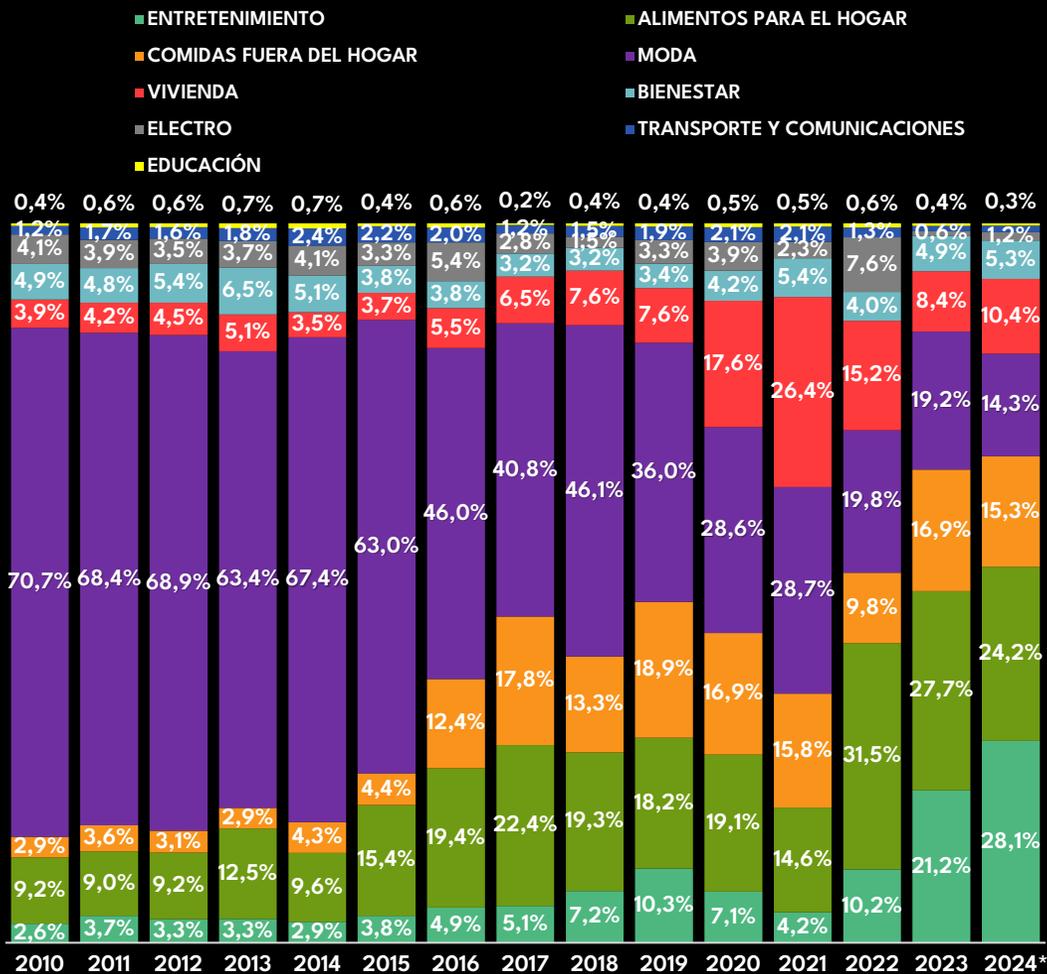
Mientras que en junio del 2023 solo Transporte y comunicaciones decreció en el gasto real frente a mayo del mismo año, en junio del 2024 todas las canastas presentaron una caída frente al mes anterior, donde la que tuvo menor decrecimiento fue Alimentos para el hogar a pesar de tener la inflación más alta, lo que podría deberse a que es una de las más importantes para los hogares. La canasta de Entretenimiento fue la segunda con menor caída, que podría deberse a los distintos eventos que se presentaron en el mes, que pudieron motivar el gasto en los servicios de esparcimiento. Por otro lado, Vivienda tuvo la mayor caída del gasto, además de ser la segunda con mayor inflación mensual, lo que pudo ser impulsado especialmente por las tarifas de servicios públicos, en particular energía eléctrica, que en ciudades como Bucaramanga tuvo el mayor aumento (1,85%) respecto a mayo, seguida de Neiva, Manizales, Villavicencio y Medellín.



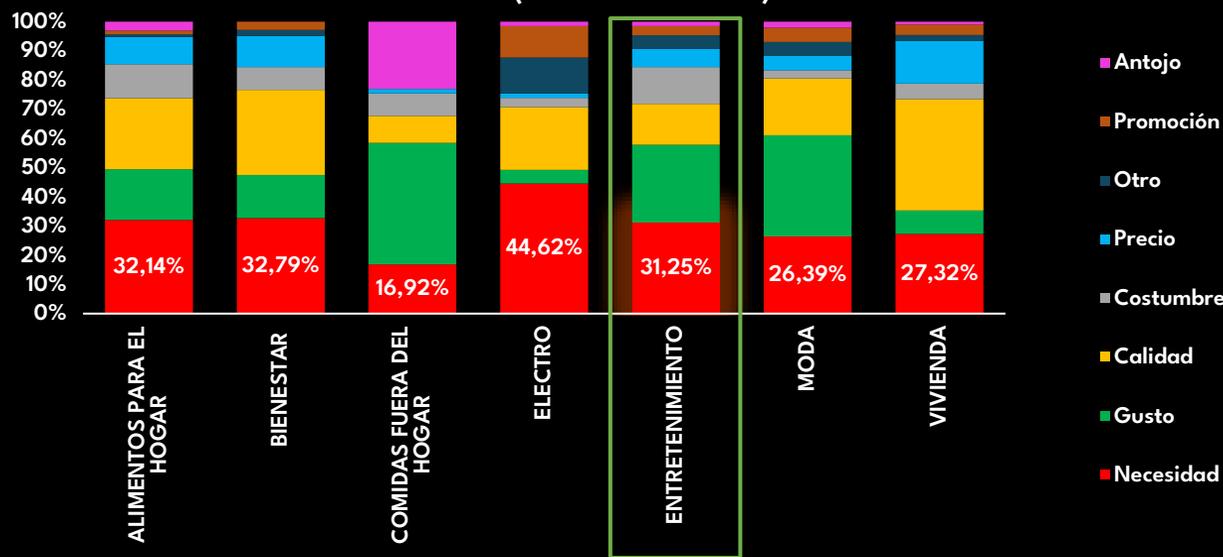
Alegria

EL ENTRETENIMIENTO ES CADA VEZ MAS IMPORTANTE EN LOS CENTROS COMERCIALES Y SE POSICIONA COMO UNA NECESIDAD EN LOS HOGARES

¿QUÉ FUE LO ÚLTIMO QUE COMPRÓ EN UN CENTRO COMERCIAL?



MOTIVOS DE COMPRA SEGÚN GRUPOS DE GASTO (ENE-JUN 2024)



Cambios en las dinámicas de vida de los hogares en los últimos años han hecho que la búsqueda de entretenimiento se incremente y en este caso, en los centros comerciales el repunte ha sido notorio. Desde el 2022, el entretenimiento ha incrementado su participación dentro de la última compra de los hogares en centros comerciales, hasta convertirse en la canasta con mayor presencia (29,32%) en lo corrido de 2024, superando incluso canastas de gran importancia en este tipo de plataformas de comercio como las de Alimentos para el hogar, Comidas fuera del hogar y moda.

Sin embargo, cabe resaltar que, ante una mayor diversificación de la oferta de bienes y servicios, estos espacios se vienen consolidando como un ecosistema que responde a múltiples necesidades de los hogares, lo que se podría ver reflejado en una mayor asistencia a almacenes de cadena, espacios de esparcimiento, networking, coworking, gimnasios y centros de bienestar.

FUENTE: ConsumerTrack Junio 2024, RADDAR.



ESPECIAL DÍA DEL PADRE

¿PLANEAS DAR REGALO DEL DÍA DEL PADRE?

25,2%
SI

vs

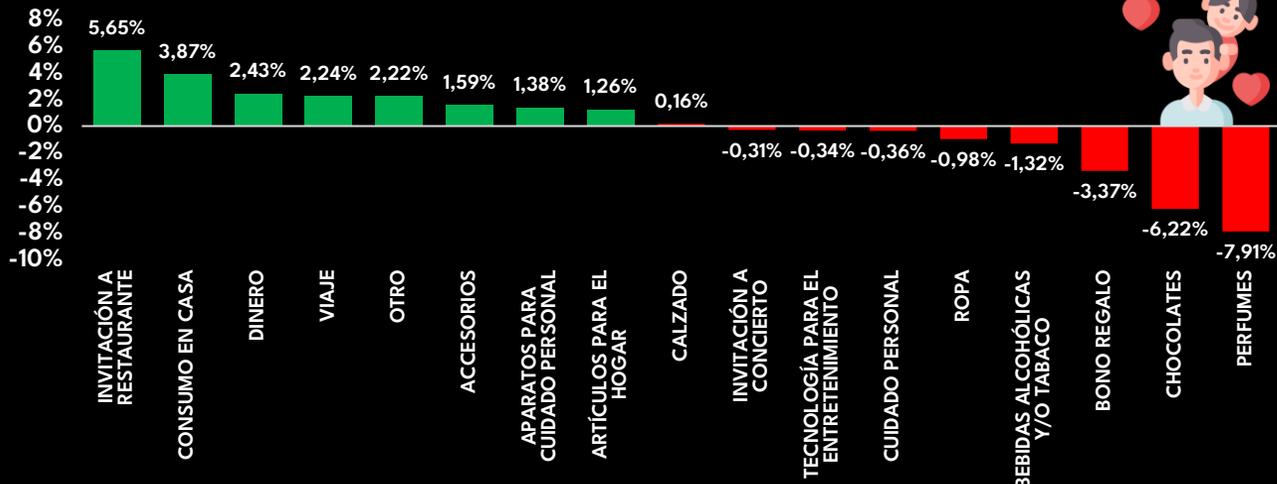
42,4%
SI

2023

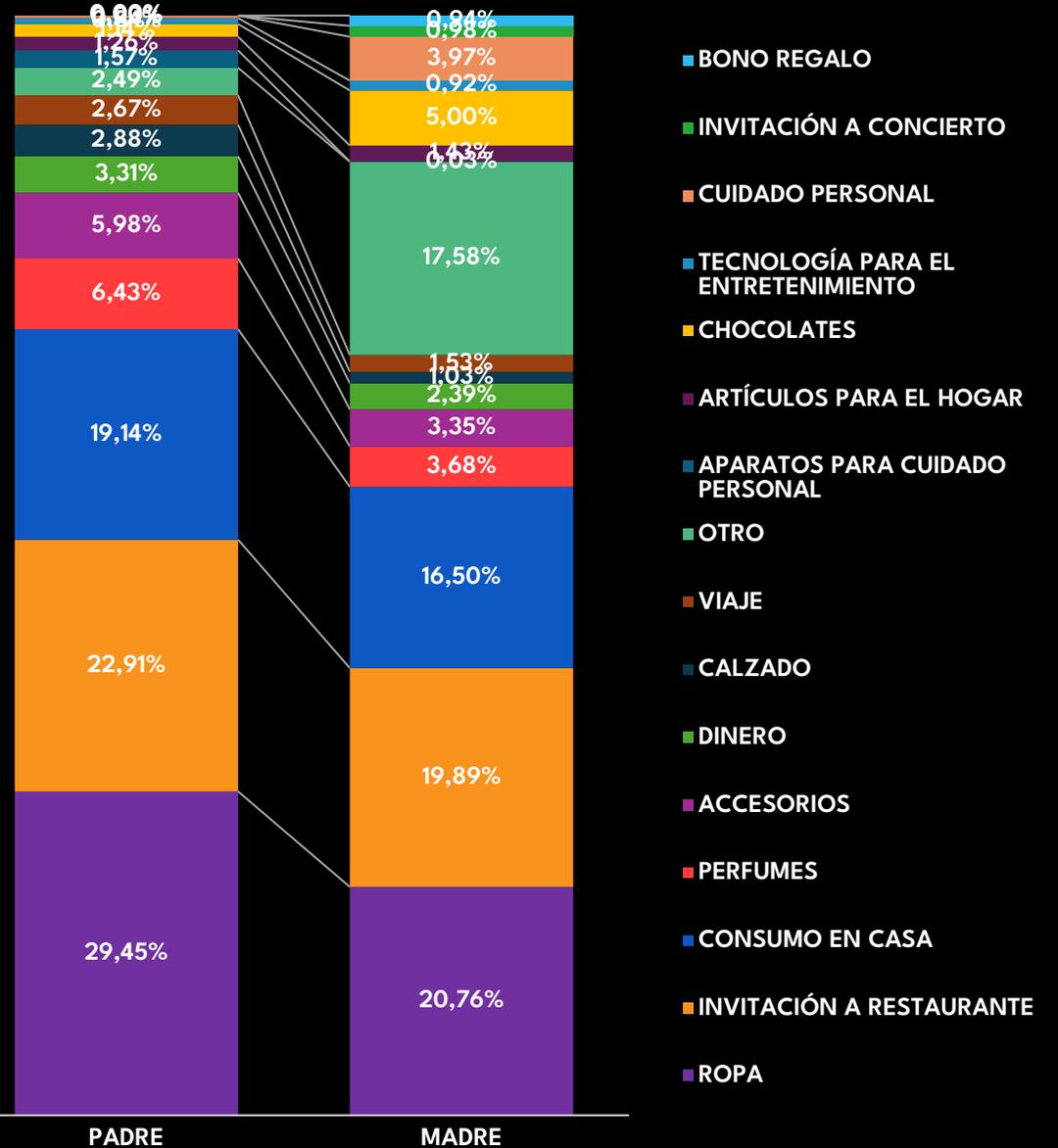
2024

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.

REESTRUCTURACIÓN REGALOS DÍA DEL PADRE 2024 VS 2023



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



FUENTE: ConsumerTrack Junio 2024, RADDAR.



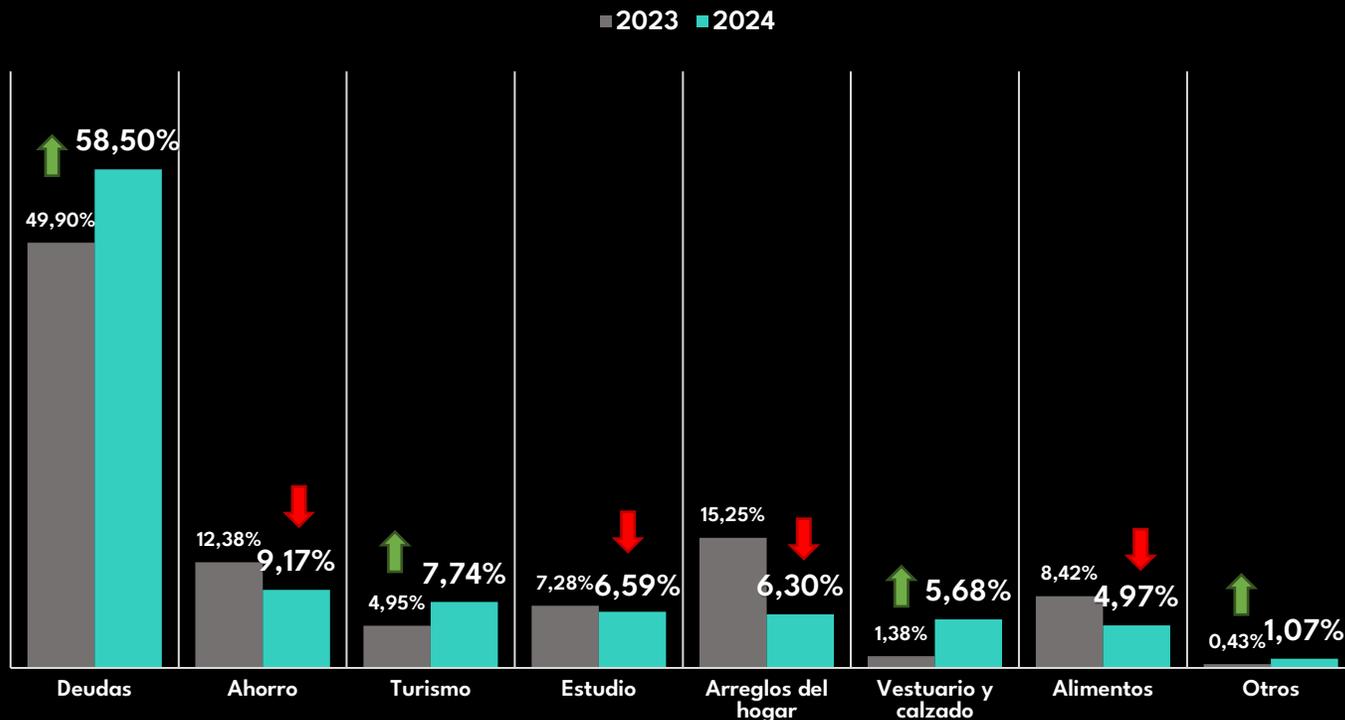
EL PAGO DE LAS DEUDAS FUE EL PRINCIPAL DESTINO DE LA PRIMA

Envidia

¿CUÁNTAS PERSONAS RECIBEN PRIMA DE SERVICIOS EN COLOMBIA? GEIH DANE ENERO-ABRIL 2024



¿EN QUÉ GASTÓ LA PRIMA DE MITAD DE AÑO?

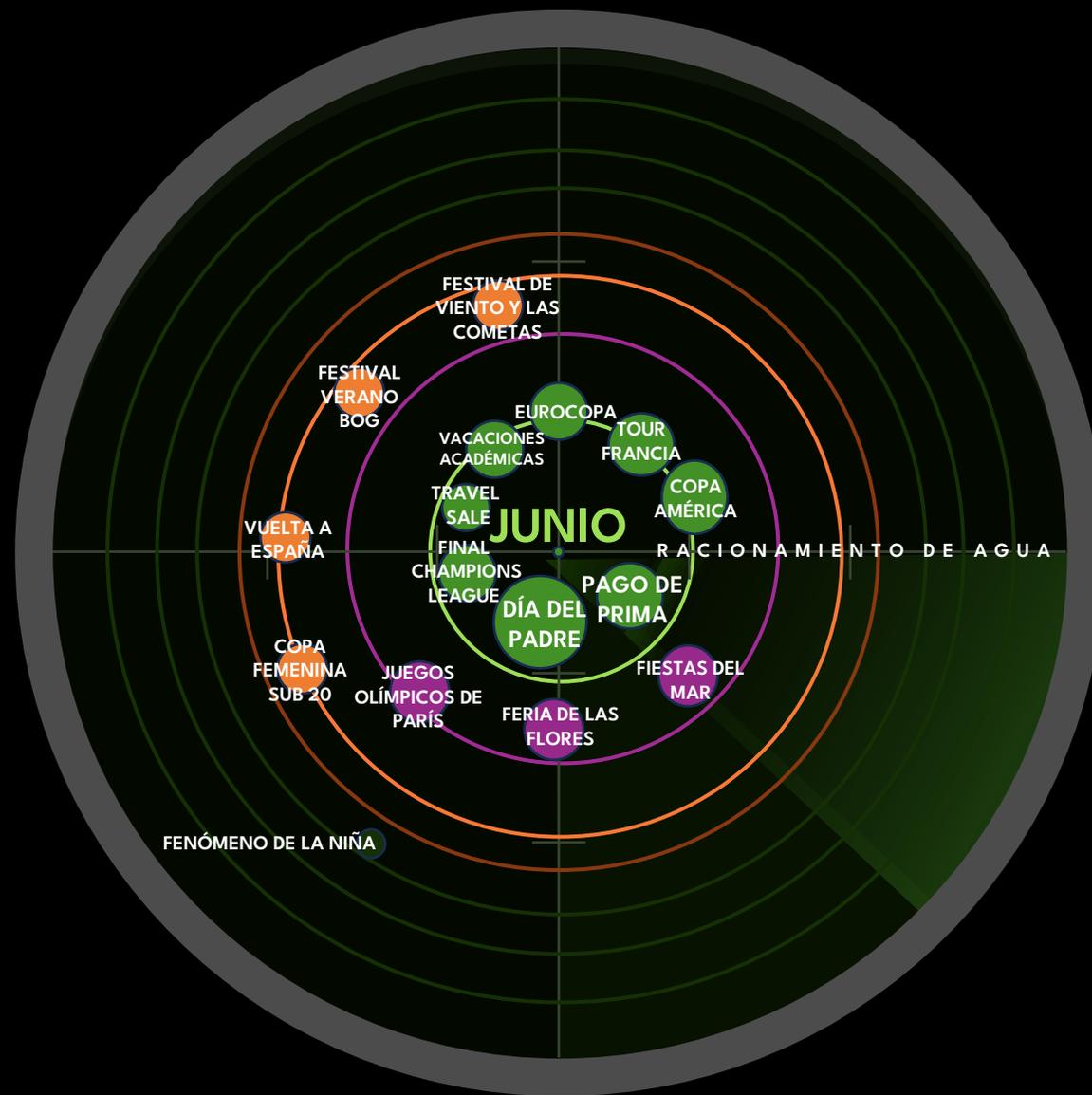


Para el 2024 aumentó la asignación de la prima al pago de deudas, que podría deberse a que la cartera morosa en créditos de consumo, por ejemplo, para vehículos y tarjetas de crédito creció, por lo que los hogares pudieron aprovechar el ingreso extra para ponerse al día en las deudas. Por otro lado, el turismo, vestuario y calzado fueron las otras categorías que crecieron respecto al 2023, que podría explicarse a la Primatón promovida por Fenalco desde el 28 al 30 de junio, donde distintos comercios ofrecieron descuentos motivando el gasto. En cuanto al ahorro, estudio, arreglos para el hogar y alimentos, para el 2024 disminuyó la participación en la asignación de la prima. Ahora bien, vale la pena tener en cuenta que solo el 30% de los ocupados reciben prima teniendo en cuenta la tasa de informalidad del país.



Ansiedad

¿Y AHORA QUÉ VIENE?



- JUNIO
- JULIO
- AGOSTO
- SEPTIEMBRE
- OCTUBRE
- NOVIEMBRE
- DICIEMBRE

A TENER EN CUENTA EN JULIO

☆	2 FESTIVOS, 2 PUENTES 18 DÍAS HÁBILES DE 31
	17 JUN- 7 JUL VACACIONES ACADÉMICAS
	15: IMPUESTOS SALUDABLES MAY-JUN
	10-23: CUOTA N° 2 RENTA EMPRESAS
	10-23: IVA MAY-JUN
	10-23: RETEFUENTE JUNIO
	10-23: INC* MAY-JUN

ENTRETENIMIENTO

29 JUN-21 JUL: TOUR DE FRANCIA
14: FINAL COPA AMÉRICA
26 JUL-5 AGO: FERIA DE LAS FLORES (MED)
26 JUL-11 AGO: JUEGOS OLÍMPICOS PARÍS 2024
FIESTAS DEL MAR (STA MARTA)
FESTIVAL DE LA CONFRATERNIDAD AMAZÓNICA

-Salida de datos macroeconómicos.
*ISE: Indicador de Seguimiento a la Economía.

A TENER EN CUENTA EN AGOSTO

☆	2 FESTIVOS, 1 PUENTE 20 DÍAS HÁBILES DE 31
	LIQUIDACIÓN DE COLECCIONES
	9: CUOTA N°2 IMPUESTO PREDIAL
	DECLARACIÓN DE RENTA PERSONAS NATURALES
	12-26: RETEFUENTE JULIO

ENTRETENIMIENTO

26 JUL-5 AGO: FERIA DE LAS FLORES (MED)
26 JUL-11 AGO: JUEGOS OLÍMPICOS PARÍS 2024
17 AGO - 8 SEPT: VUELTA A ESPAÑA
25 AGO- 3 SEPT: FILBO (BUCARAMANGA)
31 AGO-22 SEP: COPA MUNDIAL FEMENINA SUB 20
FESTIVAL DE VERANO (BOG)
FESTIVAL DEL VIENTO Y LAS COMETAS (VILLA DE LEYVA)
FESTIVAL DE MÚSICA DEL PACÍFICO PETRONIO ÁLVAREZ (CALI)
TORNEO INTERNACIONAL JOROPO (VILL)

FUENTE: RADDAR.

RADVA

RESUMEN

JUNIO 2024



EN RESUMEN

¿QUÉ SUCEDIÓ EN LOS PRIMEROS SEIS MESES DEL 2024?

- La percepción de los hogares en la primera parte del año ha tenido un balance negativo, con una marcada percepción de comprar menos cosas que el mes pasado. Esto, impulsado por el repunte de la inflación de los alimentos, el fuerte impacto de los servicios públicos en el bolsillo de los hogares y el aumento de precios en alimentos Ultraprocesados por cuenta de los impuestos saludables, entre otros factores.
- En comparación con el promedio, para el 2024 la calidad ganó participación dentro de los motivos de compra de los hogares, dejando de lado el antojo y la costumbre; así mismo, se evidenció una migración hacia canales no tradicionales como el Hard Discount y una frecuencia media en las compras, ya que los hogares en el 2024 han preferido asistir solo entre 1 y 4 veces al mes a realizar sus compras.
- En 2024, el fenómeno de El Niño mantuvo alto el gasto en energía eléctrica durante el primer semestre, con incrementos desde 2023. Se espera que el fenómeno de La Niña pueda reducir los precios en el segundo semestre. La región norte experimentó el mayor incremento por alzas en tarifas, mientras que en la región andes el aumento estuvo relacionado con costos de energía en Manizales y Pereira. La región sur también vio un aumento significativo, con Neiva y Villavicencio siendo las más afectadas.
- En junio del 2024, el gasto de los hogares volvió a terreno negativo por cuarta vez en el año. Sin embargo, es importante resaltar que no es inusual que este mes tenga un comportamiento con tendencia a la baja, pero en el 2024 el dato fue inferior a años anteriores. Esto último pudo ser motivado por un adelanto en el pago de algunos impuestos frente a años anteriores, la tasa de interés más alta históricamente para junio y un repunte en los precios de alimentos, que habitualmente caían para junio de años anteriores.

5,14%
Junio 2024

Gasto corriente

VS **7,64%**
Junio 2023



-1,90%
Junio 2024

Gasto real

VS **-4,01%**
Junio 2023



7,18%
Junio 2024

Inflación anual

VS **12,13%**
Junio 2023



-12,7
Junio 2024

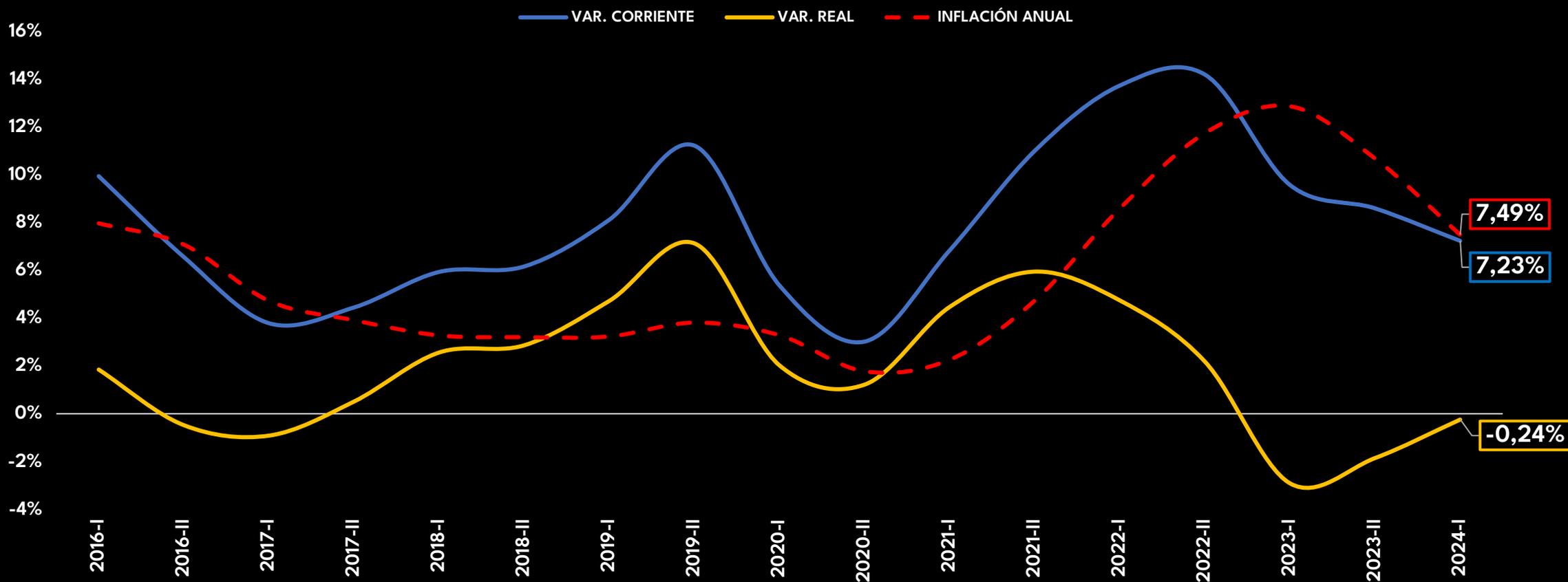
Confianza del Consumidor

VS **-14,1**
Junio 2023

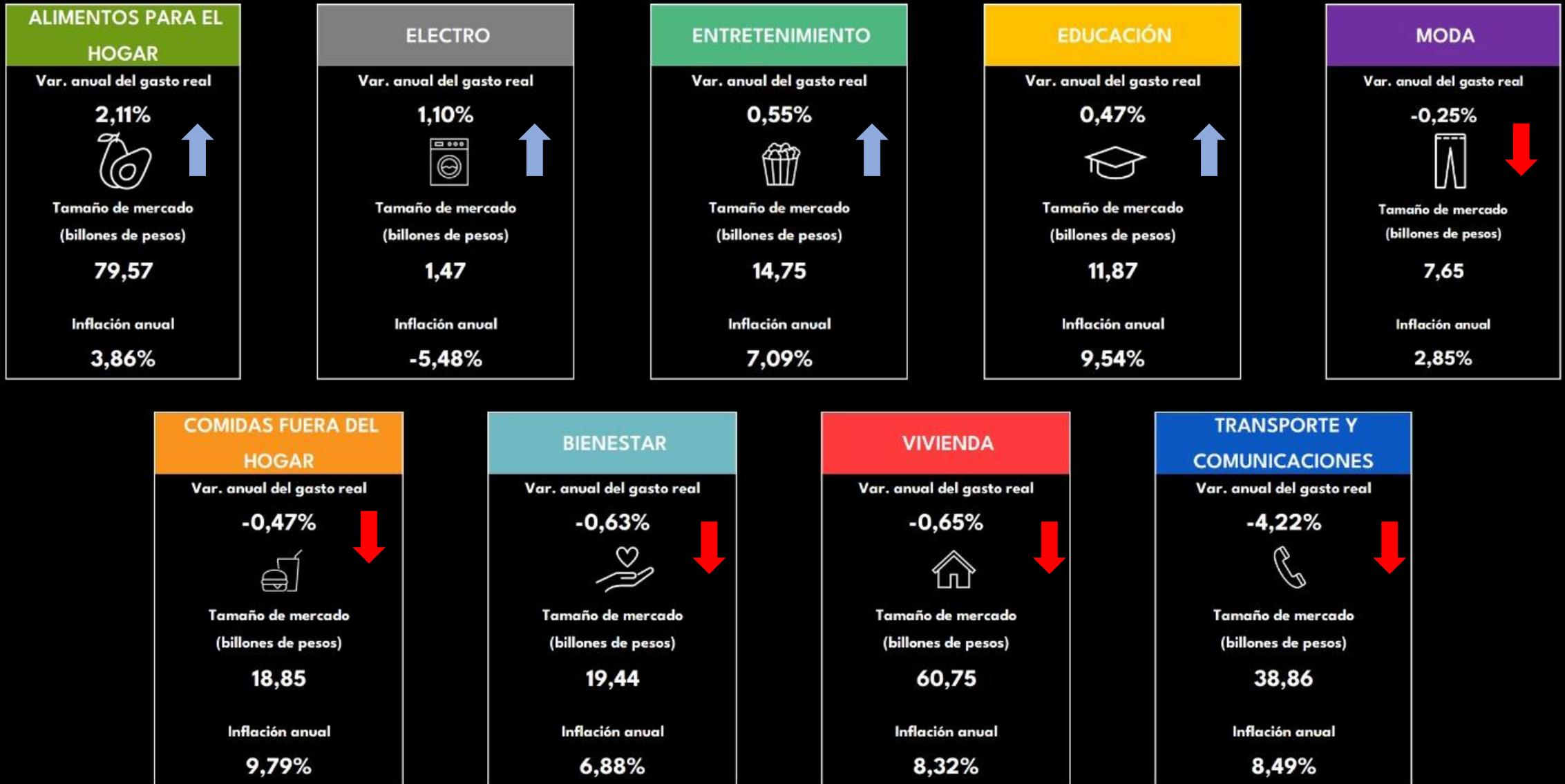


EL GASTO DE LOS HOGARES EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2024 FUE DE **\$514,32 BILLONES DE PESOS, LO QUE CON UNA INFLACIÓN ANUAL PROMEDIO DE **7,49%** GENERÓ UNA CAÍDA DEL GASTO REAL DE **0,24%****

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO SEMESTRAL



DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO 2024-II



DINÁMICA DEL GASTO EN LAS CIUDADES PRINCIPALES 2024-II



CALI

Var. anual del gasto real

-0,20%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)

18,81

Inflación anual

6,45%



MEDELLÍN

Var. anual del gasto real

-0,57%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)

25,97

Inflación anual

7,18%



BOGOTÁ

Var. anual del gasto real

-0,80%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)

93,11

Inflación anual

7,26%



BUCARAMANGA

Var. anual del gasto real

-1,06%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)

5,00

Inflación anual

7,61%



BARRANQUILLA

Var. anual del gasto real

-1,90%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)

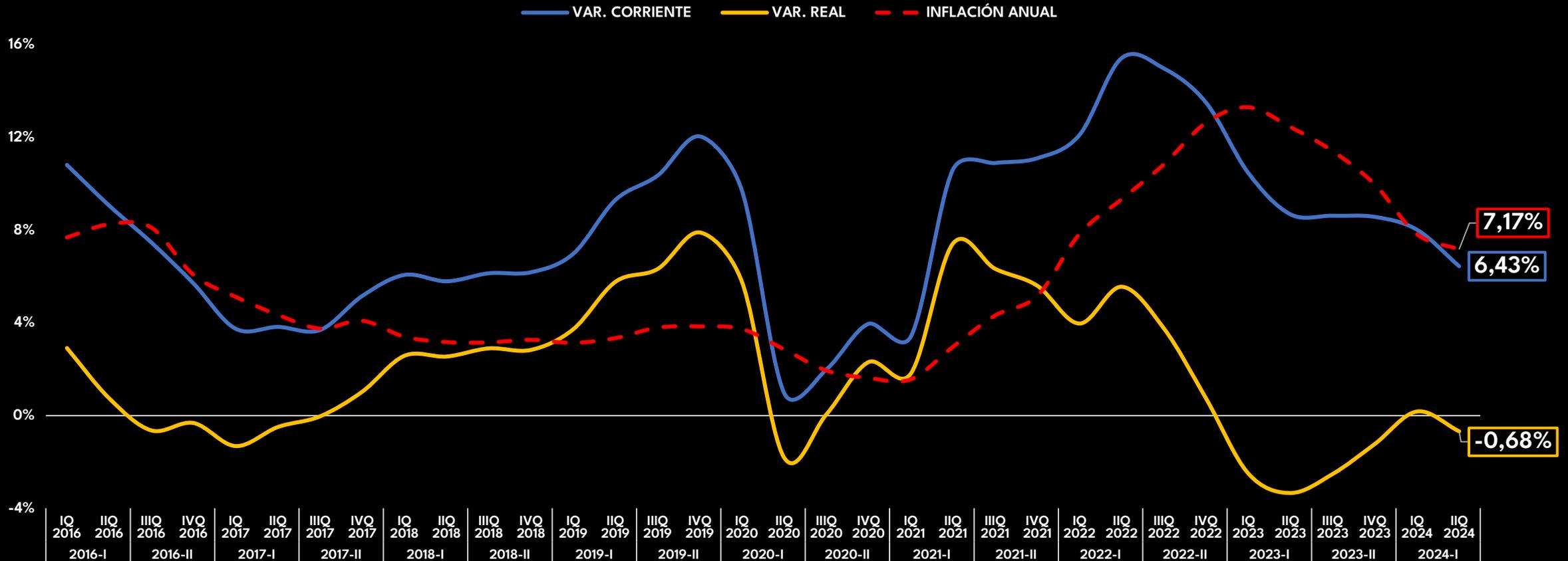
10,08

Inflación anual

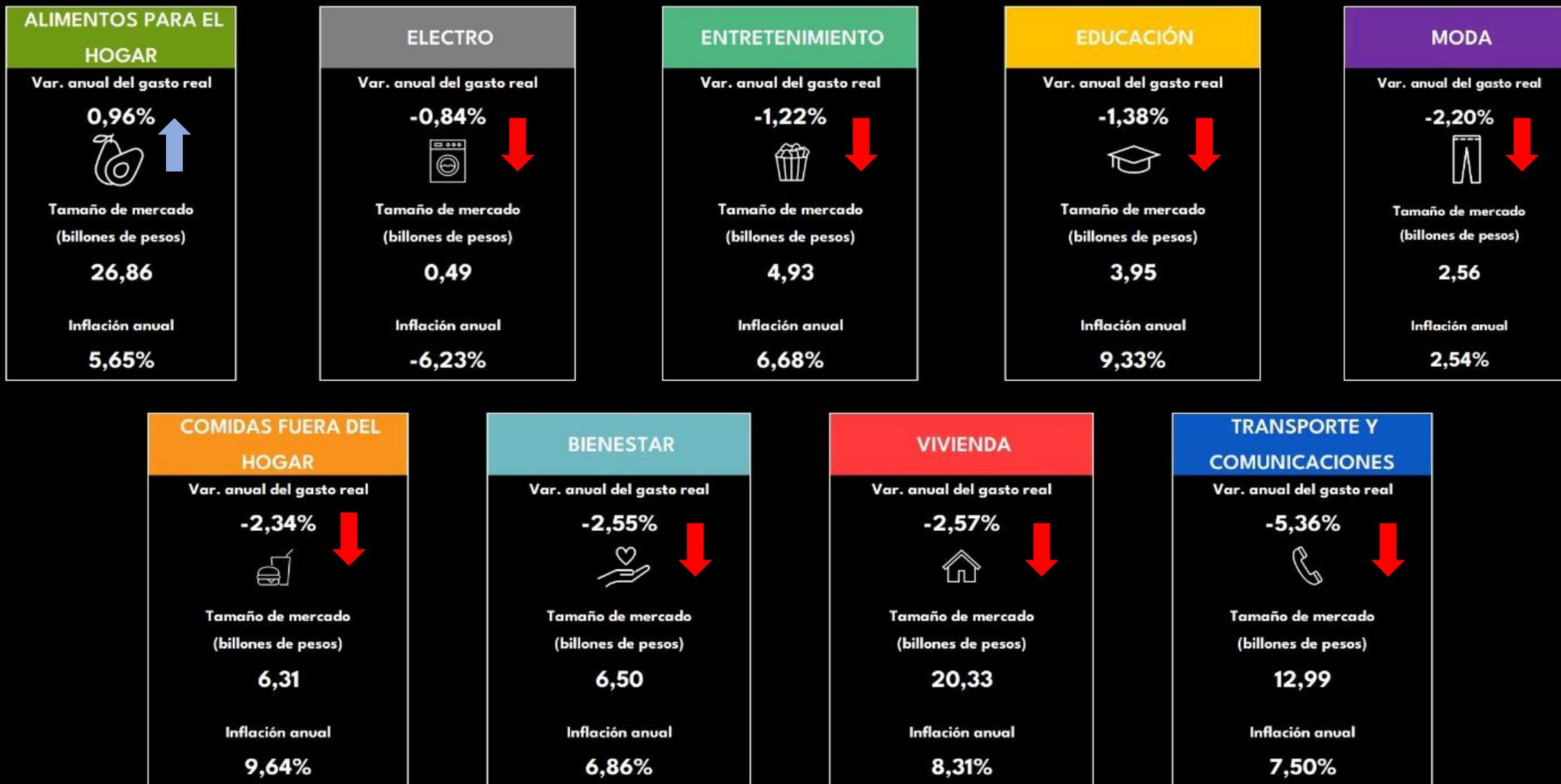
8,07%

EL GASTO DE LOS HOGARES EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2024 FUE DE **\$253,22 BILLONES DE PESOS, LO QUE CON UNA INFLACIÓN ANUAL PROMEDIO DE **7,17%** GENERÓ UNA CAÍDA DEL GASTO REAL DE **0,68%****

DINÁMICA ANUAL DEL GASTO TRIMESTRAL DE LOS HOGARES



DINÁMICA DE LAS CANASTAS DE CONSUMO JUNIO-2024



DINÁMICA DEL GASTO EN LAS CIUDADES PRINCIPALES JUNIO-2024



CALI

Var. anual del gasto real
-1,62%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)
6,27

Inflación anual
6,23%



BOGOTÁ

Var. anual del gasto real
-1,85%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)
31,32

Inflación anual
7,44%



MEDELLÍN

Var. anual del gasto real
-1,99%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)
8,68

Inflación anual
7,09%



BUCARAMANGA

Var. anual del gasto real
-2,43%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)
1,68

Inflación anual
7,44%



BARRANQUILLA

Var. anual del gasto real
-3,44%



Tamaño de mercado
(billones de pesos)
3,37

Inflación anual
7,79%

¡VISÍTANOS!



GRACIAS



RADDAR Consumer Knowledge Group

