

# ¿CÓMO LE FUE A LOS ALIMENTOS EN EL GASTO DE LOS HOGARES EN SEPTIEMBRE 2023?

## ANDI ALIMENTOS



# CONTENIDO

- Comportamiento 2023 del gasto de los hogares en Alimentos – SEPTIEMBRE Y IIIQ 2023
- Comportamiento 2023 categoría ANDI Alimentos – SEPTIEMBRE Y IIIQ 2023

---

## ANDI ALIMENTOS



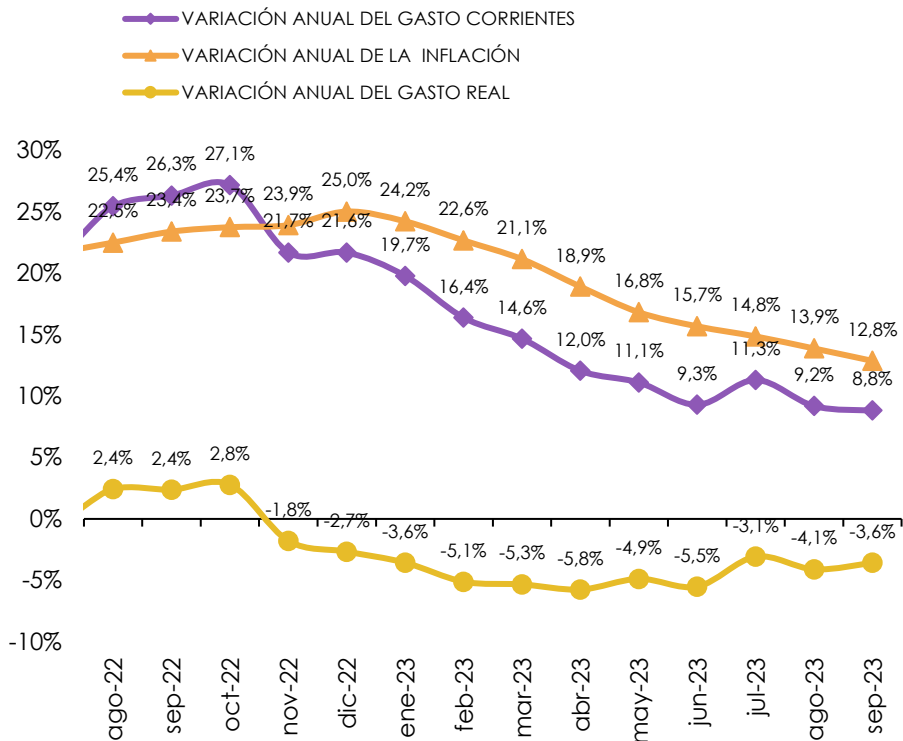
# CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR

ANDI ALIMENTOS

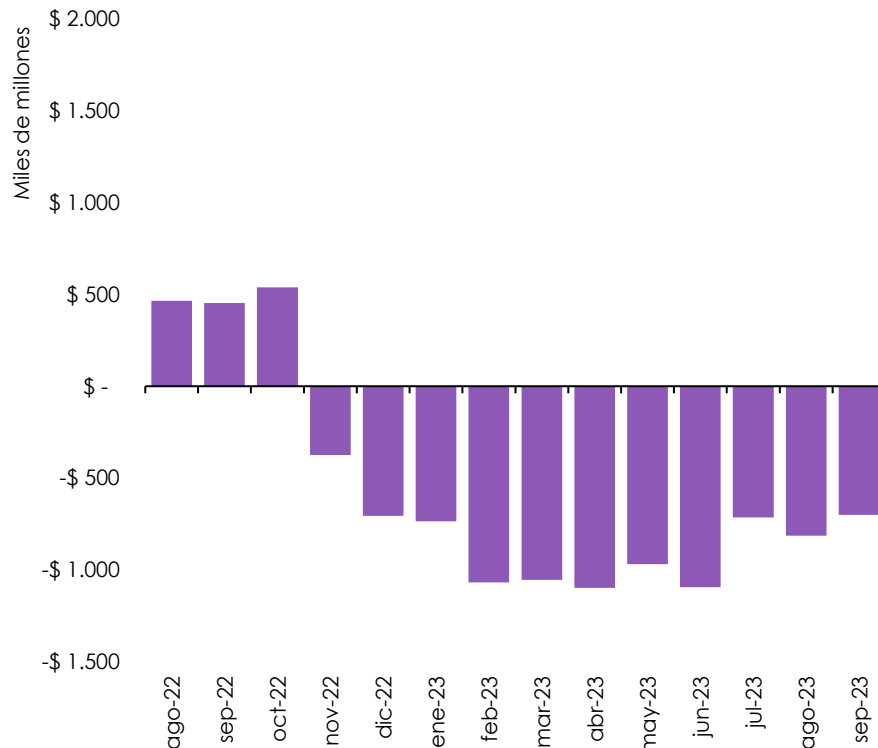


# COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS

## COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR

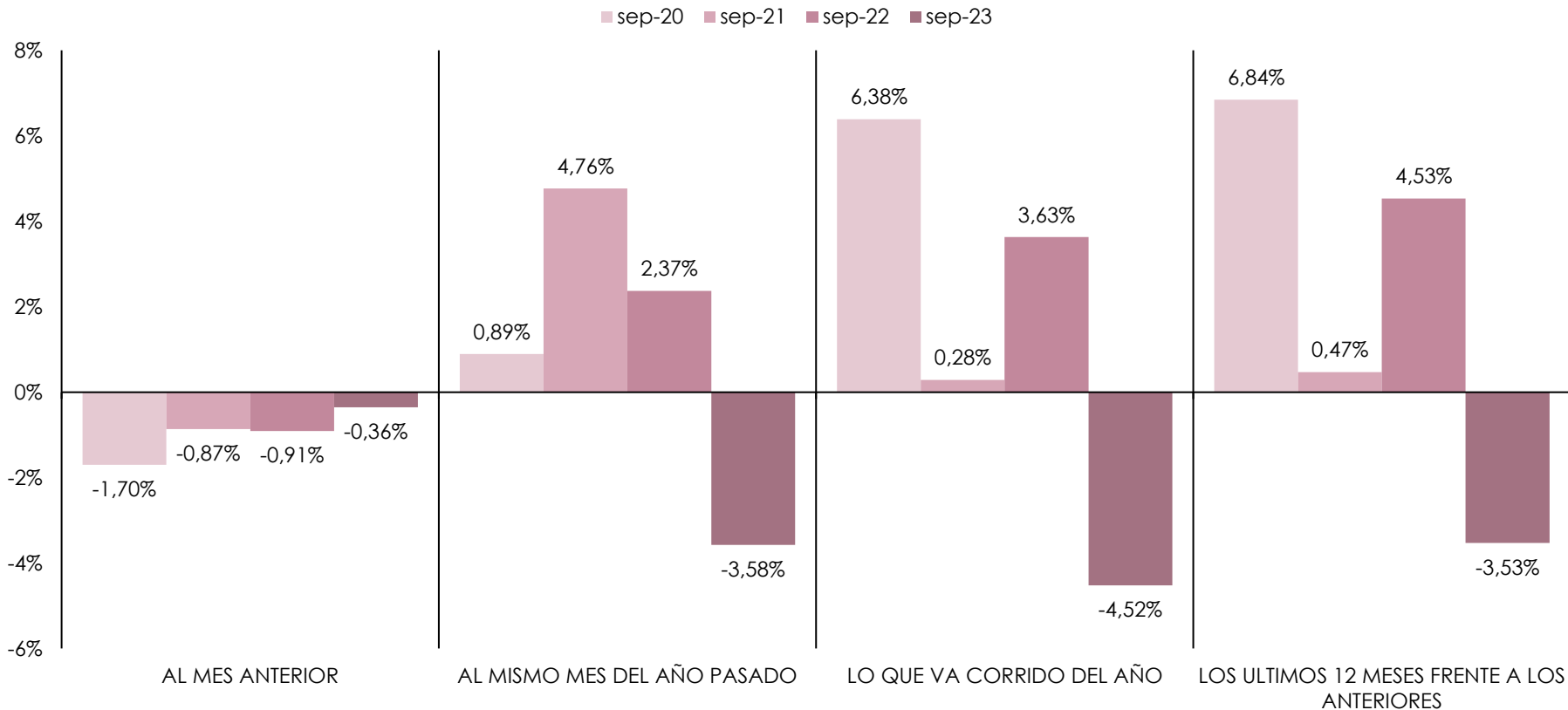


## APORTE DE ALIMENTOS AL CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO REAL



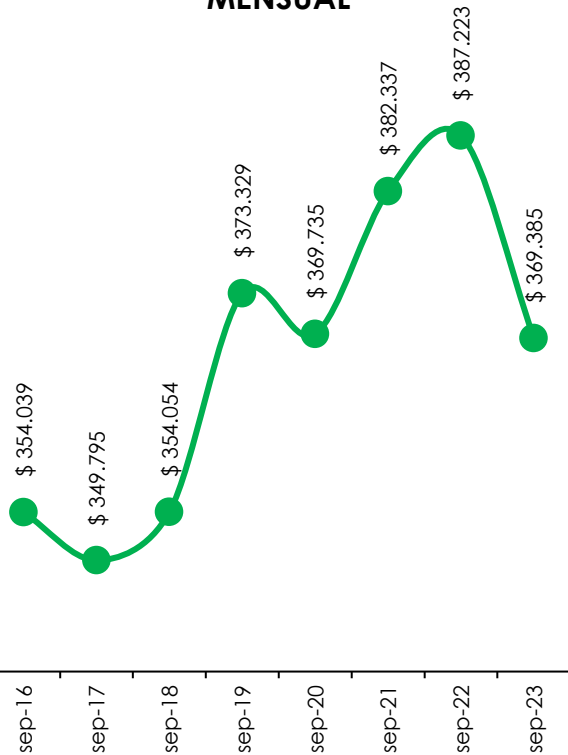
# COMPORTAMIENTO DEL GASTO EN ALIMENTOS

## DINÁMICA DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ALIMENTOS PARA EL HOGAR

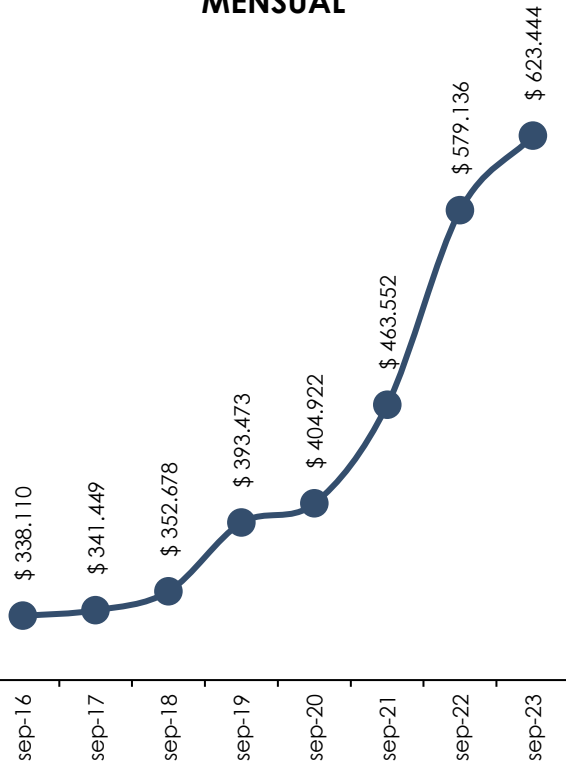


# COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS POR PERSONA

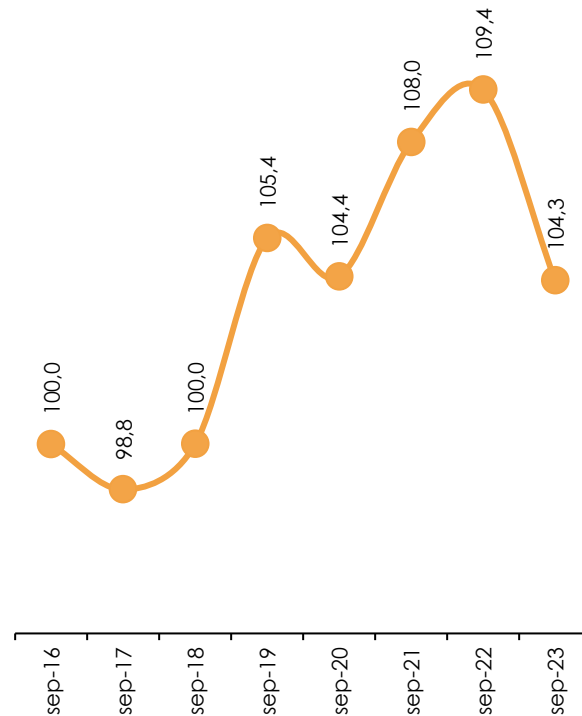
## GASTO PERCAPITA REAL MENSUAL



## GASTO PERCAPITA CORRIENTE MENSUAL

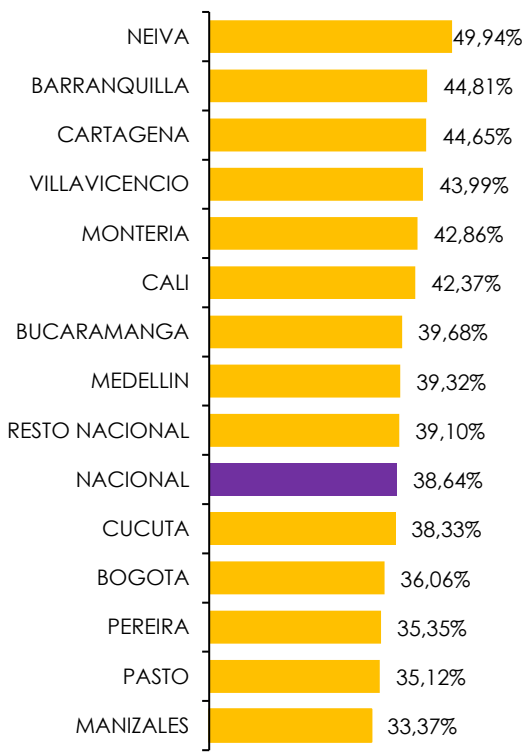


## ÍNDICE DEL GASTO REAL (SEP 16 =BASE 100)

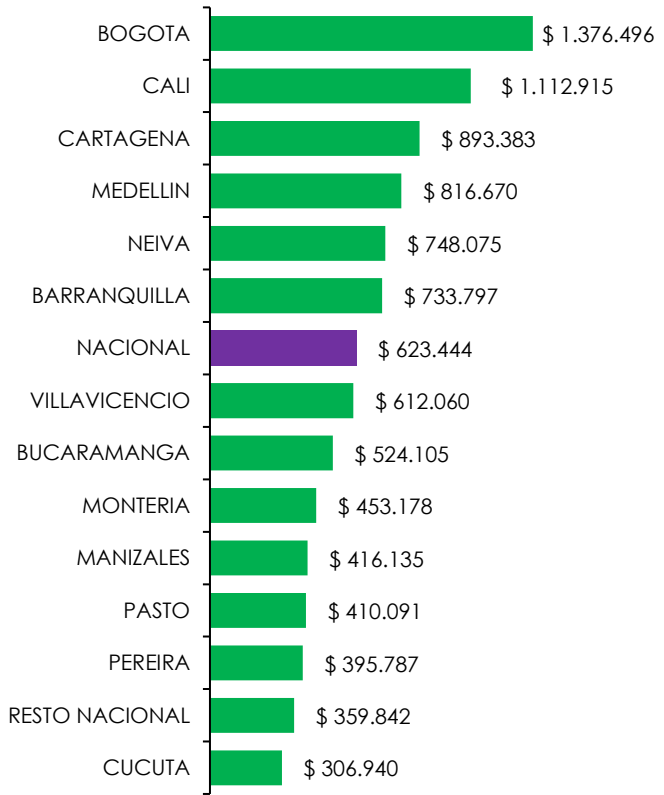


# ¿CÓMO ES LA ASIGNACIÓN EN ALIMENTOS DE LOS HOGARES?

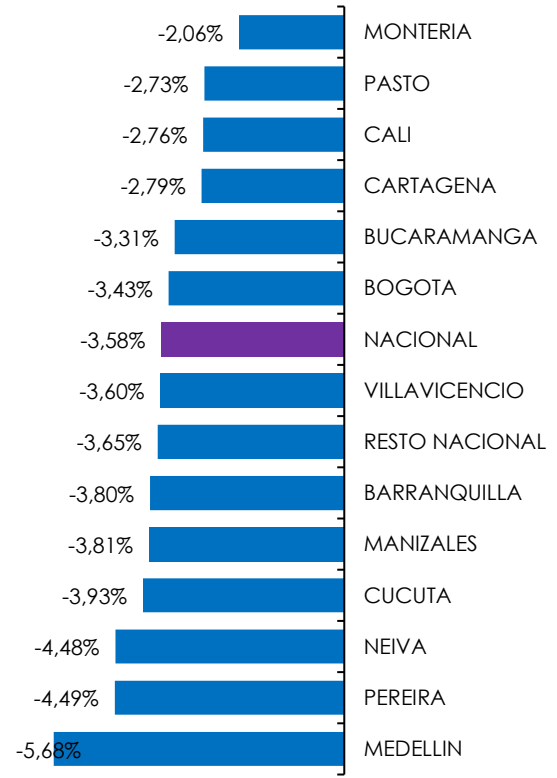
## ¿CUÁNTO PESA EL GASTO EN ALIMENTOS POR CIUDADES?



## PER CAPITA COMPARADO



## VARIACIÓN ANUAL REAL POR UNIDADES GEOGRÁFICAS



# CANSTA DE ALIMENTOS ANDI

---

## ANDI ALIMENTOS

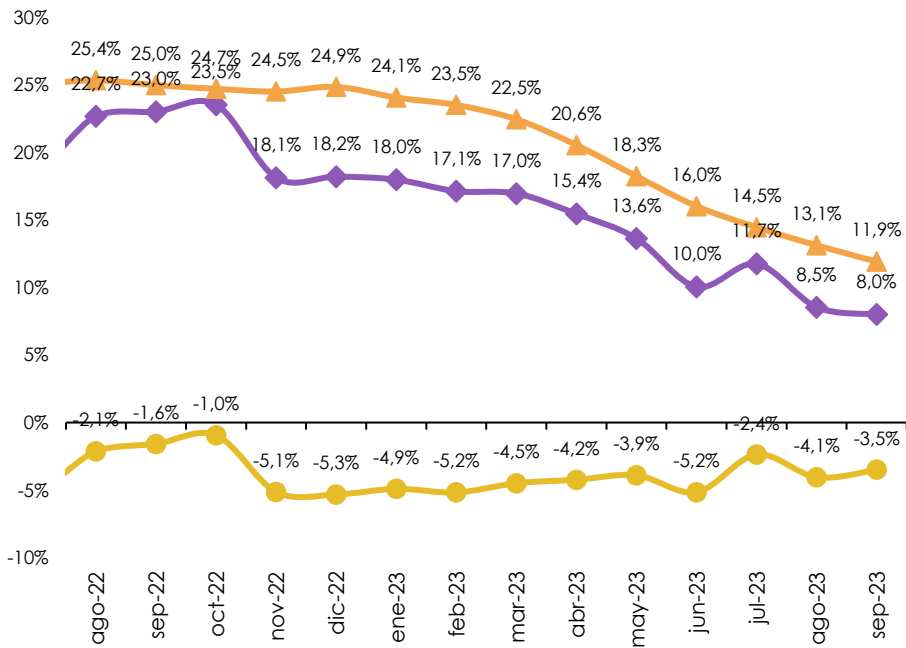




# COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI ALIMENTOS

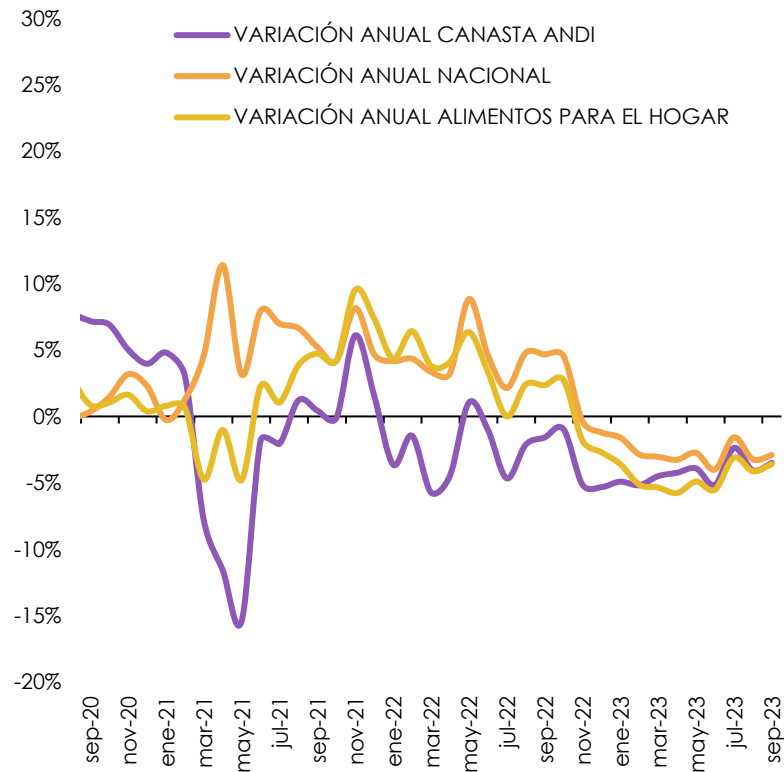
## COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI

- VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO CORRIENTE
- VARIACIÓN ANUAL DE LA INFLACIÓN
- VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL



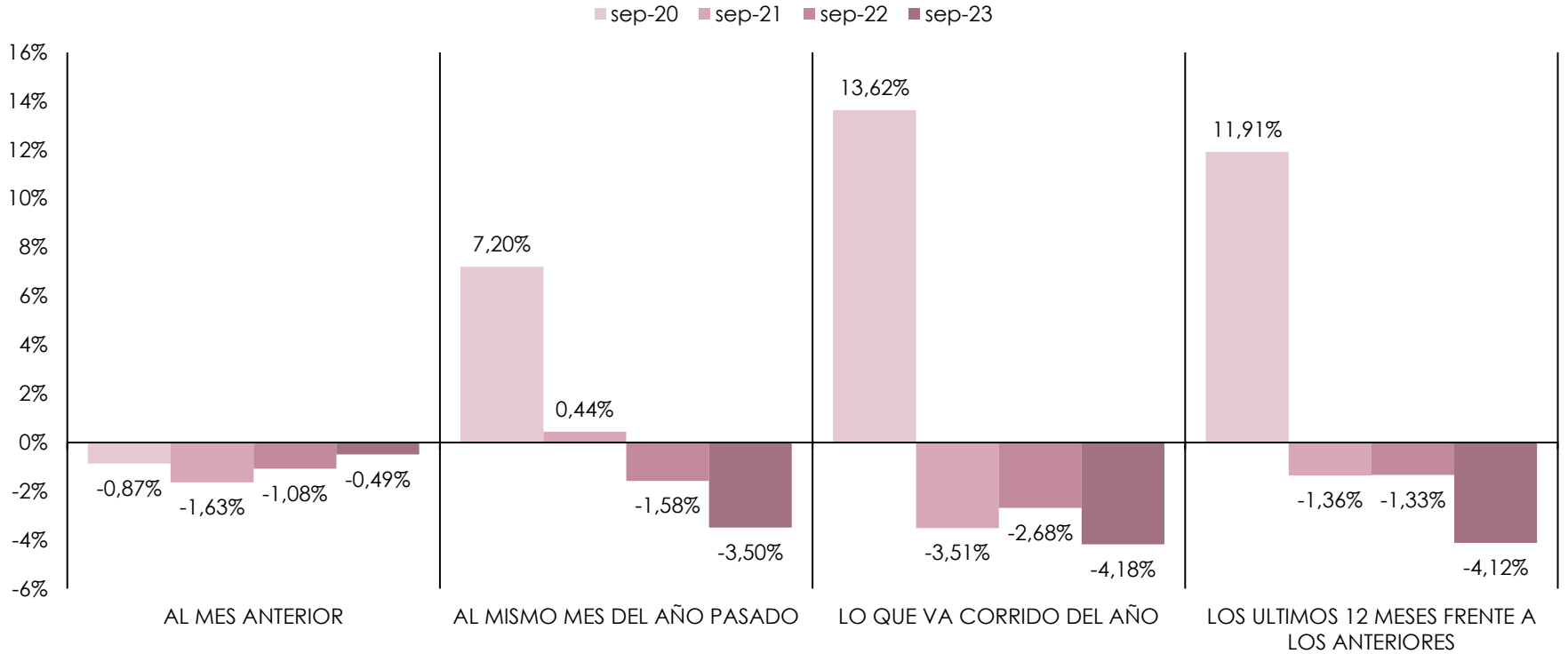
## COMPORTAMIENTO DEL GASTO REAL

- VARIACIÓN ANUAL CANASTA ANDI
- VARIACIÓN ANUAL NACIONAL
- VARIACIÓN ANUAL ALIMENTOS PARA EL HOGAR



# COMPORTAMIENTO DEL GASTO EN CANASTA ANDI

## DINÁMICA DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN LA CANASTA ANDI



PARA EL MES DE SEPTIEMBRE DEL 2023 EL PRODUCTO QUE PRESENTÓ LA MENOR CAÍDA DEL GASTO REAL FUE ACEITES PARA EL CONSUMO HUMANO, ES UNA TENDENCIA QUE SE HA MANTENIDO DURANTE LO CORRIDO DE ESTE AÑO, SEGUIDO POR SAL, PASABOCAS SNACKS DENTRO DE LOS FACTORES QUE PUDIERON AFECTAR EL GASTO REAL EN ESTE MES ESTÁN:

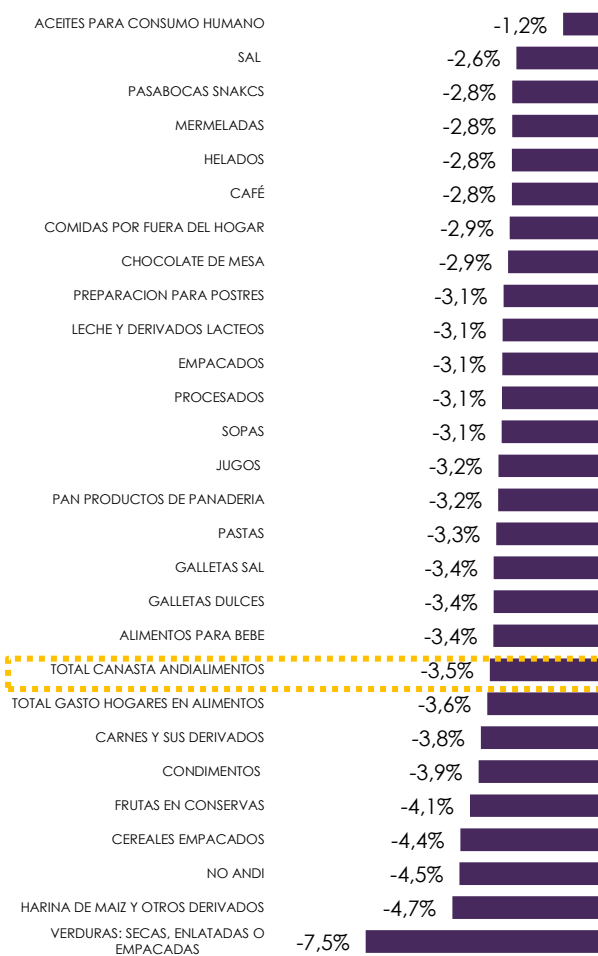
#### DESDE EL LADO POSITIVO:

- LA INFLACIÓN GENERAL CONTINÚA CEDIENDO .
- EL SALARIO MÍNIMO REAL MANTIENE UN ATENDENCIA AL ALZA
- DISMINUCIÓN DEL DESEMPLEO Y AUMENTO DEL NÚMERO DE OCUPADOS
- PROMOCIONES EN ALIMENTOS Y OTROS PRODUCTOS ESCENCIALES

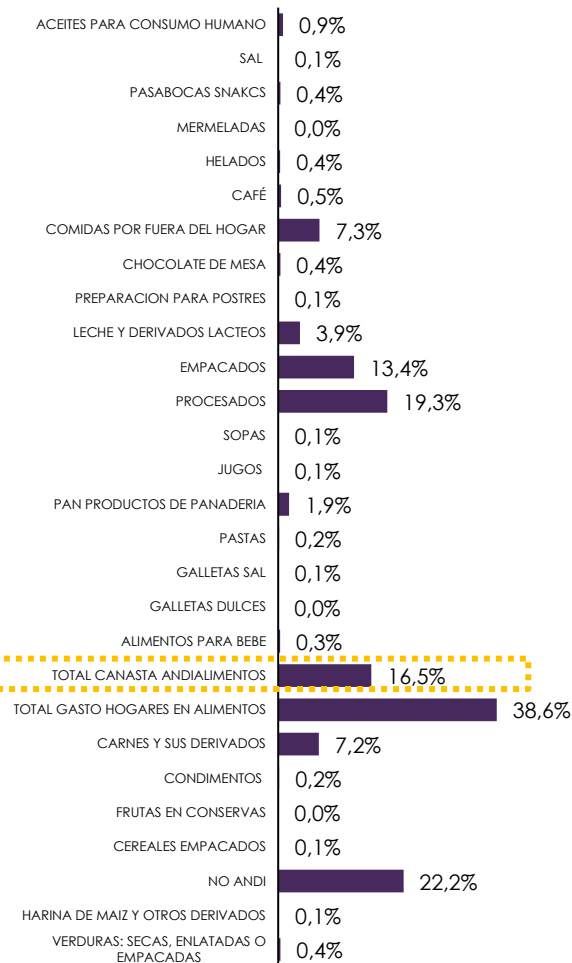
#### DESDE EL LADO DE CONTRACCIÓN:

- BAJA CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES
- ALGUNOS ALIMENTOS VUELVEN A REPUNTAR EN LA INFLACIÓN
- COMBUSTIBLES, SERVICIOS PÚBLICOS Y ARRIENDOS CONTINUAN AFECTANDO EL GASTO DISPONIBLE.
- REPUNTE DE LA TASA DE CAMBIO LO QUE LIMITA EL PODER ADQUISITIVO.

### VARIACIÓN ANUAL DEL GASTO REAL – (SEP-23 VS SEP-22)

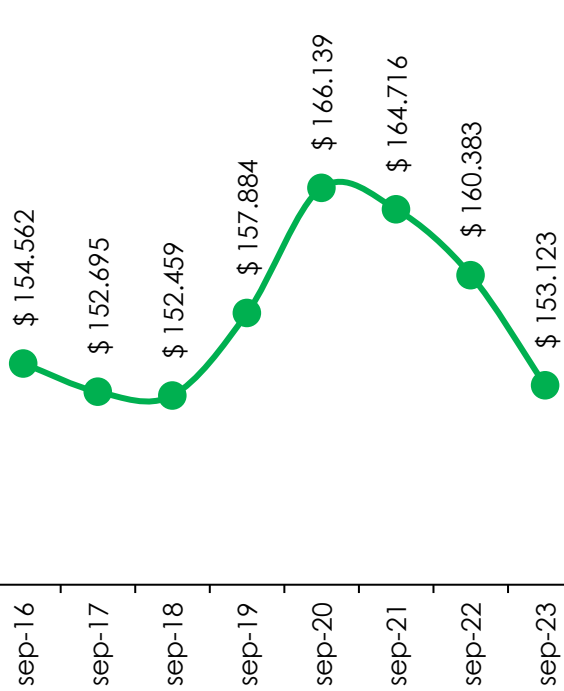


### POCKET SHARE PARA CANASTAS – SEP 2023

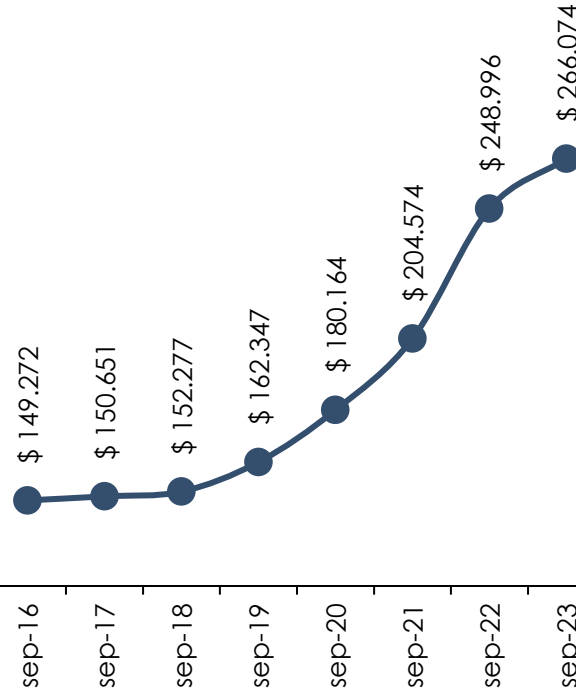


# COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI POR PERSONA

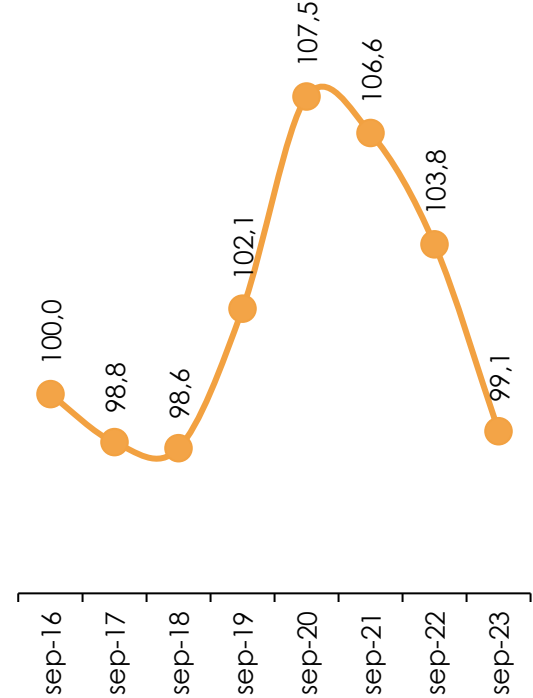
## GASTO PERCAPITA REAL MENSUAL



## GASTO PERCAPITA CORRIENTE MENSUAL



## ÍNDICE DEL GASTO REAL (SEP 16 = BASE 100)

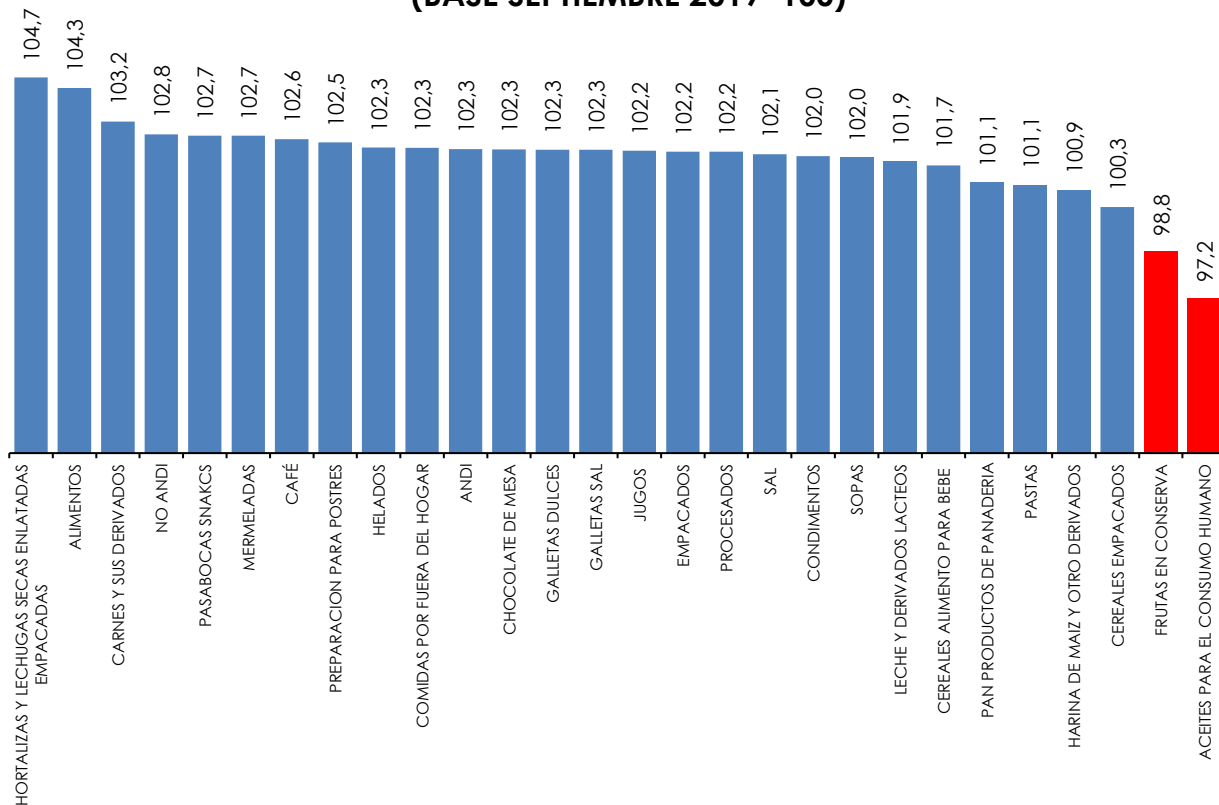


EL GASTO REAL HA COMENZADO A RECUPERARSE EN AGOSTO EN CASI TODAS LAS CATEGORÍAS EN 2023 CUANDO SE COMPARA CON EL 2019,

HORTALIZAS Y LEGUMBRES, CARNES, CAFÉ Y PASABOCAS SNACKS SON LAS CATEGORÍAS CON LA MAYOR RECUPERACIÓN DEL PODER ADQUISITIVO, LLEGADO A ADQUIRIR ENTRE 4 Y DOS UNIDADES MÁS QUE EN 2019. LO ANTERIOR ES UN REFLEJO DE LA REDUCCIÓN PROGRESIVA DE LA INFLACIÓN EN ESTAS CATEGORÍAS, ASÍ COMO ALGUNAS PROMOCIONES DE GRANDES CADENAS EN ESTOS PRODUCTOS DURANTE SEPTIEMBRE, ADEMÁS EL AUMENTO DE INGRESOS DE LOS HOGARES VÍA SALARIOS APORTÓ A QUE EL GASTO CONTINUARA CRECIENDO..

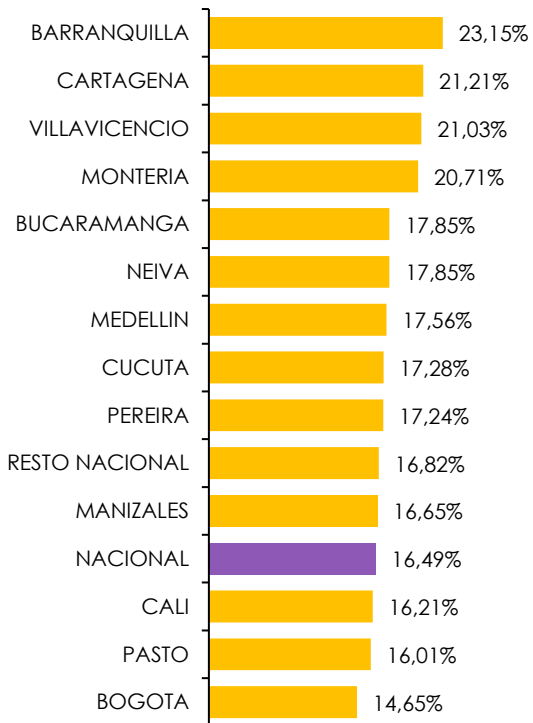
SI EL FENÓMENO DE “EL NIÑO” LLEGA EN DICIEMBRE CON UN IMPACTO FUERTE/MODERDO PODRÍA DARSE UN REPUNTE EN PRECIOS Y POR TANTO PERDIDA DEL PODER ADQUISITIVO, SIN EMBARGO, SE ESPERA QUE ESTA BUENA DINÁMICA EN ALIMENTOS NO SE VEA MUY AFECTADA PARA FINAL DE AÑO Y EL 2023 CIERRE CON CIFRAS POSITIVAS.

## ÍNDICE DE GASTO REAL SEGÚN CATEGORÍAS EN ALIMENTOS (BASE SEPTIEMBRE 2019=100)

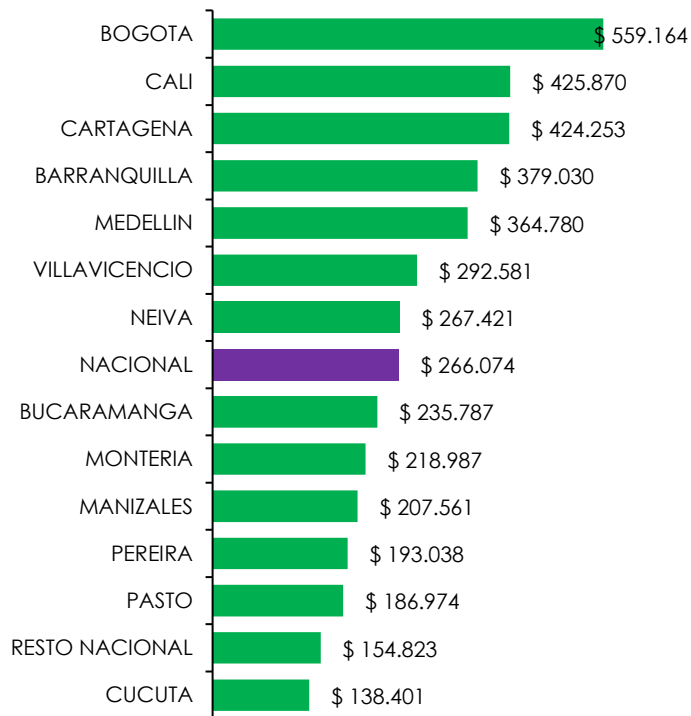


# ¿CÓMO ES LA ASIGNACIÓN EN LA CANSTA ANDI DE LOS HOGARES?

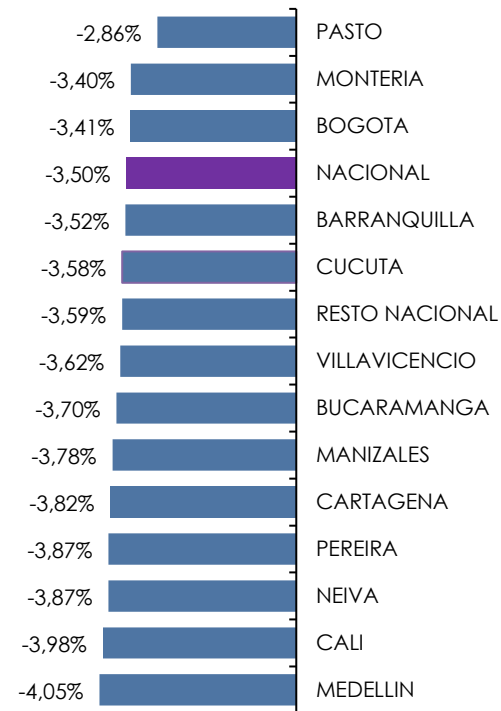
## ¿CUÁNTO PESA EL GASTO EN LA CANSTA ANDI POR CIUDADES?



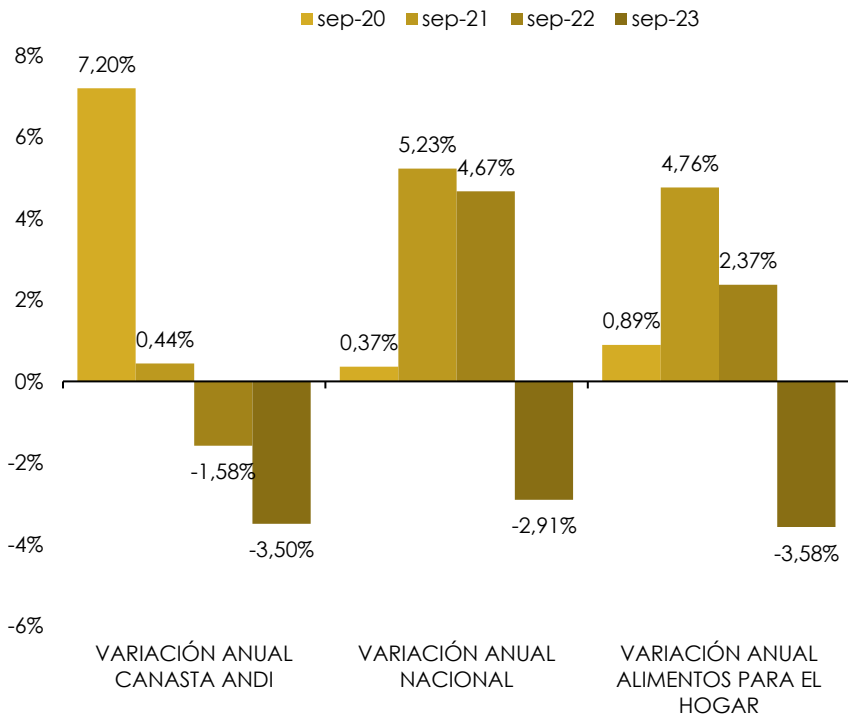
## PER CAPITA COMPARADO



## VARIACIÓN ANUAL REAL POR UNIDADES GEOGRÁFICAS

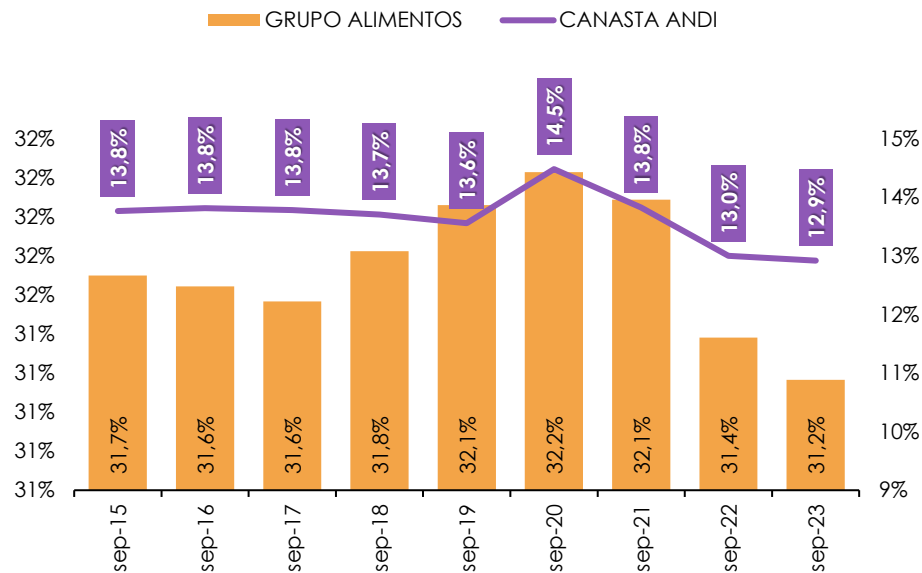


## ¿QUÉ TANTO CRECE EL GASTO REAL EN LA CANASTA ANDI?



**GRACIAS A LA REDUCCIÓN GRADUAL DE LOS PRECIOS PRINCIPALMENTE DE AQUELLOS QUE PERTECEN A LA CANASTA ANDI, EL PODER ADQUISITIVO DE LOS HOGARES CAÉ EN MENOR PROPORCIÓN QUE EN LA CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR. GRACIAS A ESTE COMPORTAMIENTO LOS HOGARES TENDRÍAN QUE ASIGNAR MENOS DINERO, PERO ADQUIRIENDO MÁS UNIDADES SI ESTA TENDECIA CONTINÚA.**

## PS REAL POR CANASTA



# COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI- SEPTIEMBRE-23

CATEGORÍA	Variación anual Corriente	Variación anual Real	Variación Anual de Precios	Pocket Share
ACEITES PARA CONSUMO HUMANO	-2,22%	-1,16%	-1,07%	0,87%
SAL	15,54%	-2,65%	18,69%	0,09%
PASABOCAS SNAKCS	15,50%	-2,78%	18,81%	0,39%
MERMELADAS	15,50%	-2,78%	18,81%	0,04%
HELADOS	14,02%	-2,79%	17,29%	0,36%
CAFÉ	13,76%	-2,79%	17,02%	0,52%
COMIDAS POR FUERA DEL HOGAR	12,38%	-2,86%	15,69%	7,30%
CHOCOLATE DE MESA	20,01%	-2,91%	23,61%	0,39%
PREPARACION PARA POSTRES	12,45%	-3,06%	16,00%	0,06%
LECHE Y DERIVADOS LACTEOS	15,40%	-3,09%	19,08%	3,88%
SOPAS	6,39%	-3,11%	9,81%	0,08%
JUGOS	11,22%	-3,22%	14,92%	0,07%
PAN PRODUCTOS DE PANADERIA	8,30%	-3,23%	11,92%	1,94%
PASTAS	3,49%	-3,29%	7,01%	0,17%
GALLETAS SAL	6,89%	-3,37%	10,61%	0,08%
GALLETAS DULCES	6,89%	-3,37%	10,61%	0,01%
ALIMENTOS PARA BEBE	15,51%	-3,38%	19,55%	0,32%
CARNES Y SUS DERIVADOS	4,28%	-3,78%	8,38%	7,20%
CONDIMENTOS	10,46%	-3,85%	14,89%	0,20%
FRUTAS EN CONSERVAS	6,15%	-4,13%	10,73%	0,01%
CEREALES EMPACADOS	9,93%	-4,44%	15,03%	0,09%
HARINA DE MAIZ Y OTROS DERIVADOS	3,36%	-4,69%	8,45%	0,14%
VERDURAS: SECAS, ENLATADAS O EMPACADAS	-3,67%	-7,45%	4,09%	0,39%



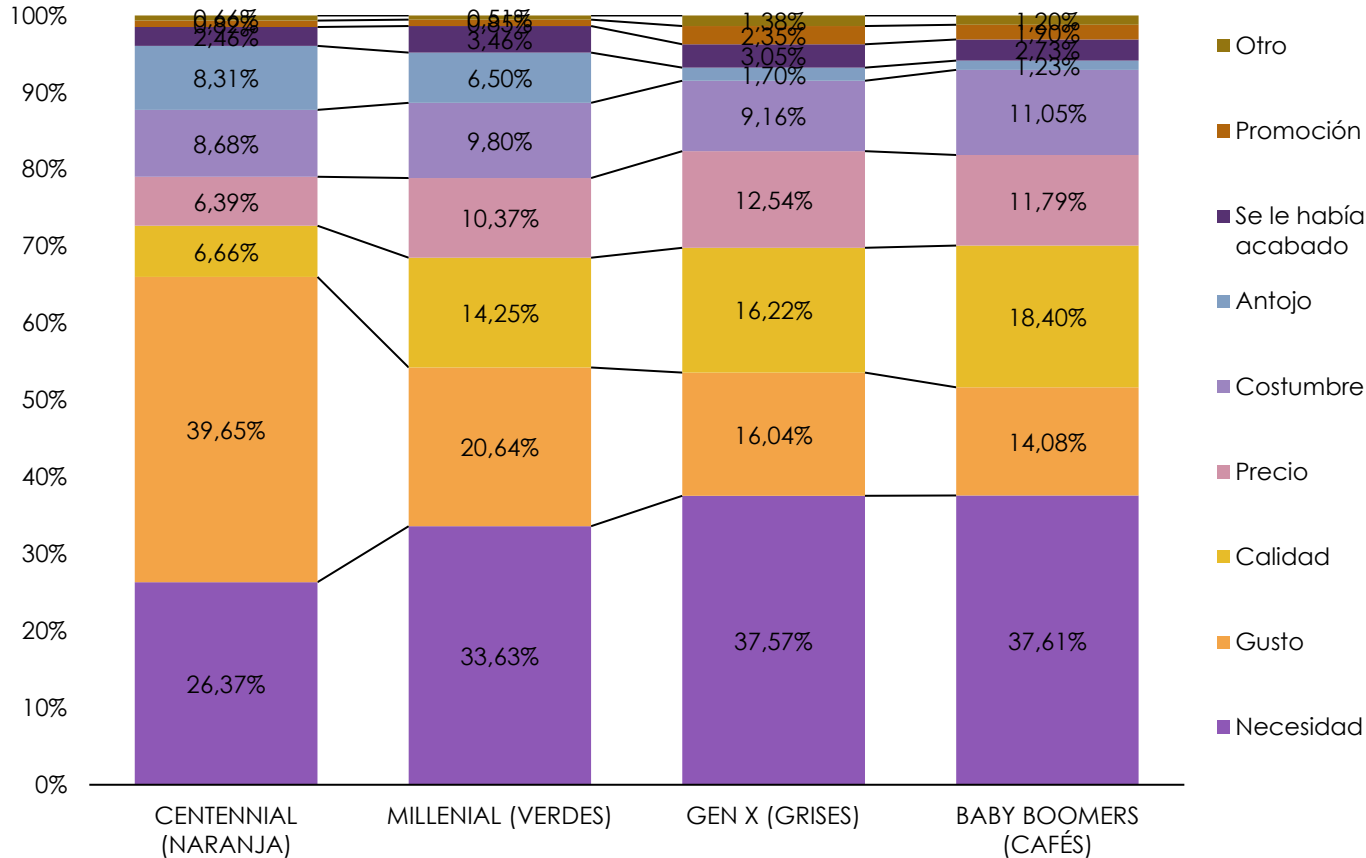
# CANSTA DE ALIMENTOS ANDI

---

## ESPECIAL CONSUMER TRACK IIIQ 2023



## ¿CUÁLES CON LOS MOTIVOS DE COMPRA POR GENERACIONES? EN LO CORRIDO DE 2023 IQ 23 – IIIQ 23

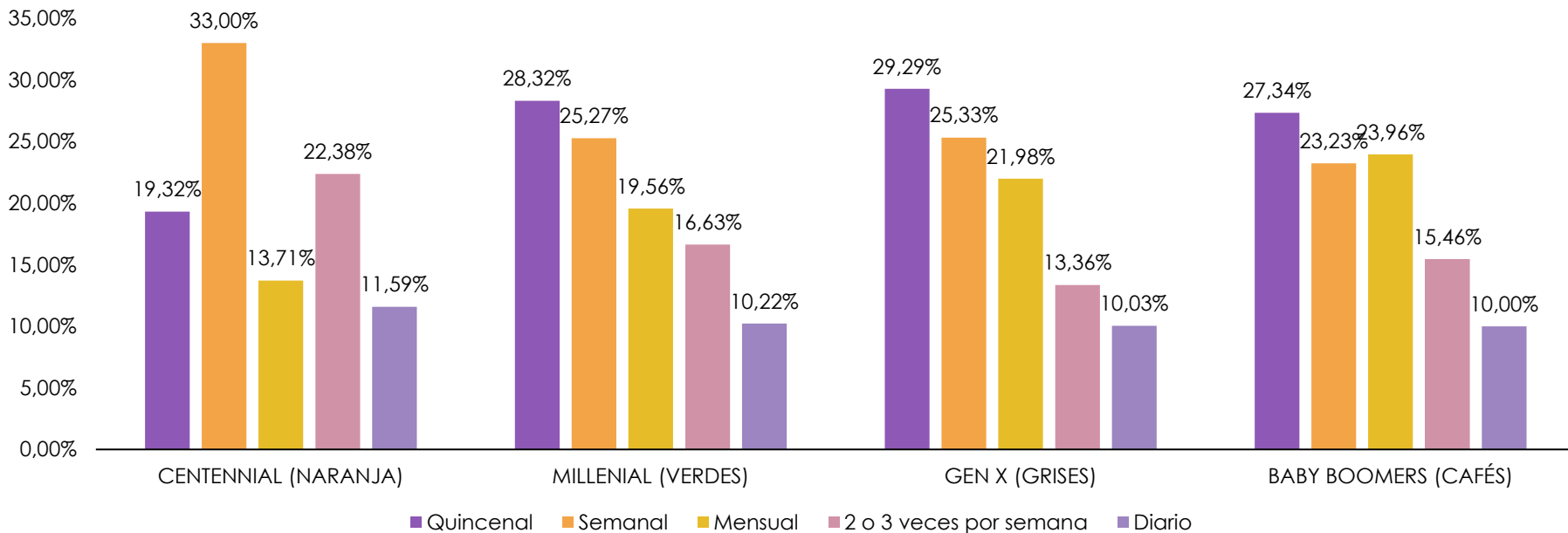


A medida que la generación en más adulta comienza a percibir que la compra de alimentos es una necesidad en el hogar.

Mientras que por ejemplo en la generación Centennial el gusto es el factor predominante de la compra, al igual que una importante participación de compras por antojo al comprarlo con las demás generaciones.

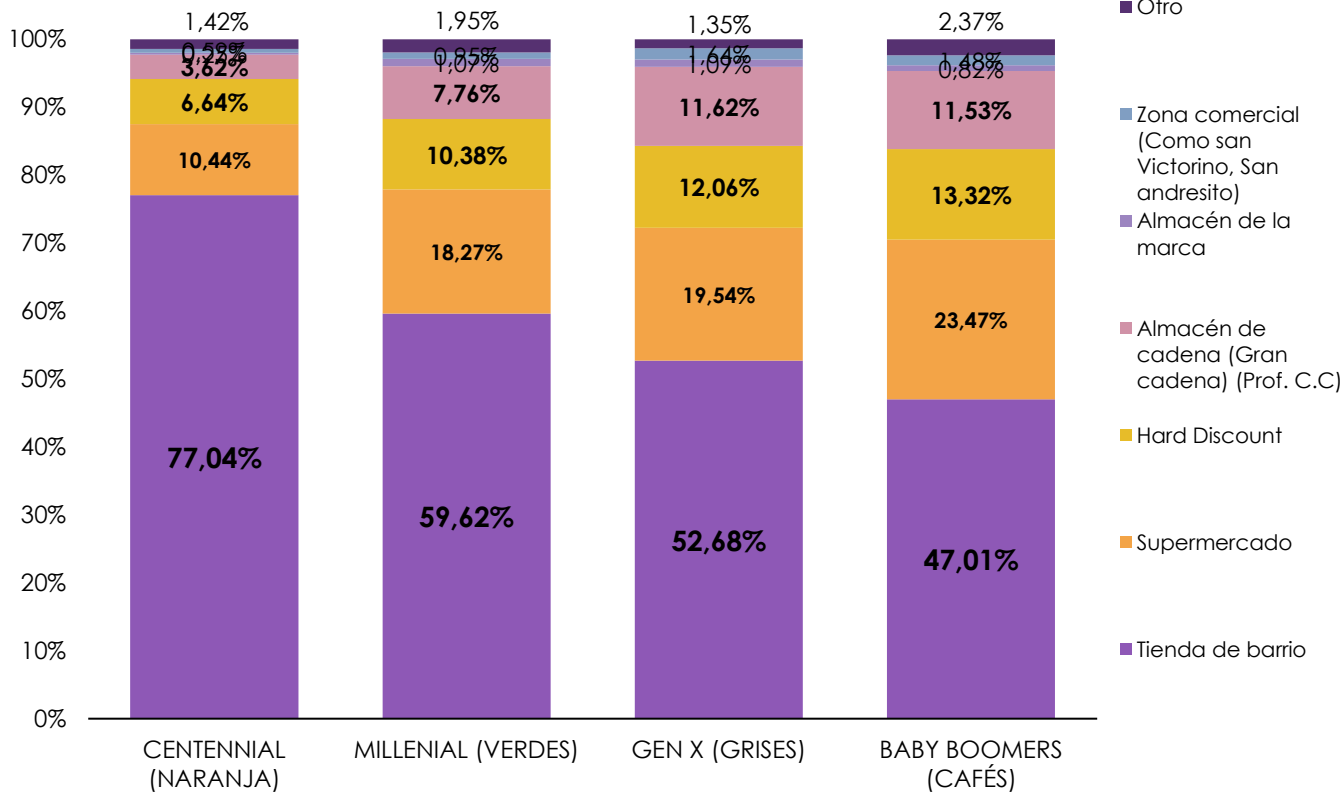
A pesar de que la necesidad es importante el comprador en Colombia también tienen en cuenta la calidad, el precio y que el producto le guste al momento de realizar su compra.

## ¿CÓMO EN LA FRECUENCIA DE COMPRA EN ALIMENTOS EN LO CORRIDO DE 2023? IQ 23 - IIIQ 23



Las compras semanales y quincenales han comenzado a tomar fuerza en lo corrido de este año, esto demuestra una mejor en el poder adquisitivo de los hogares, ya que, a mayor frecuencia de compra se podría afirmar que los hogares tratan de resolver el día a día. Mientras que al tener compas quincenales y semanales es un reflejo de que el abastecimiento del hogar de está pudiendo llevar de forma exitosa.

## ¿DÓNDE COMPRAN ALIMENTOS LAS GENERACIONES EN LO CORRIDO DEL 2023? IQ 23 – IIIQ 23



La tienda de barrio sin duda alguna el rey de la última compra, sin embargo, a mayor edad las generaciones tienden a buscar lugares más apartados de hogar. Esto como un ritual de búsqueda de mejores precios, compras en mayores cantidades y una relación estrecha entre el producto y el lugar de compra.

Lo que lleva a que supermercados, Hard Discount y almacenes de cadena cada vez sean más significativos, que por ejemplo las compras de los Centennial que por su edad les es más complicado desplazarse a lugares más apartados del hogar.

# CONFIANZA DE MARCAS A IIIQ 2023

## 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 TRACKRECORD 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 ↑

Estas son las marcas en las que los compradores Colombianos más confían, las marcas que compraría cualquier producto solo porque es la marca que conocen y en la que depositan una satisfacción previa a la compra.

# GRACIAS

SEPTIEMBRE 2023



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG



¡VISITANOS!

