

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

ANDI ALIMENTOS



CONTENIDO

- Comportamiento 2023 del gasto de los hogares en Alimentos – junio, IQ 2023
- Comportamiento 2023 categoría ANDI Alimentos – junio, IQ 2023

ANDI ALIMENTOS



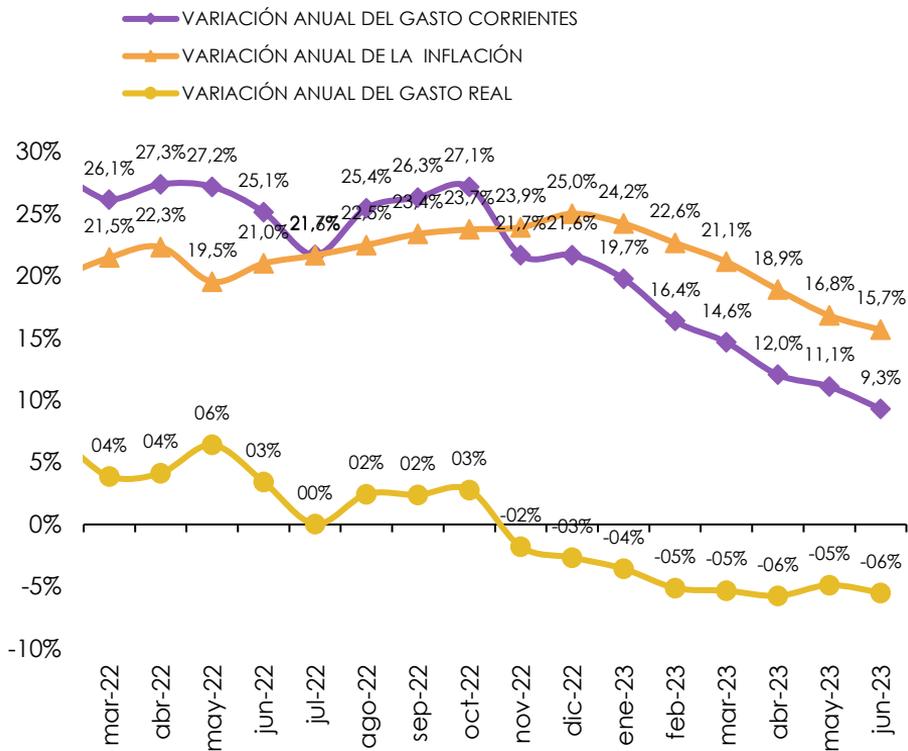
CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR

ANDI ALIMENTOS

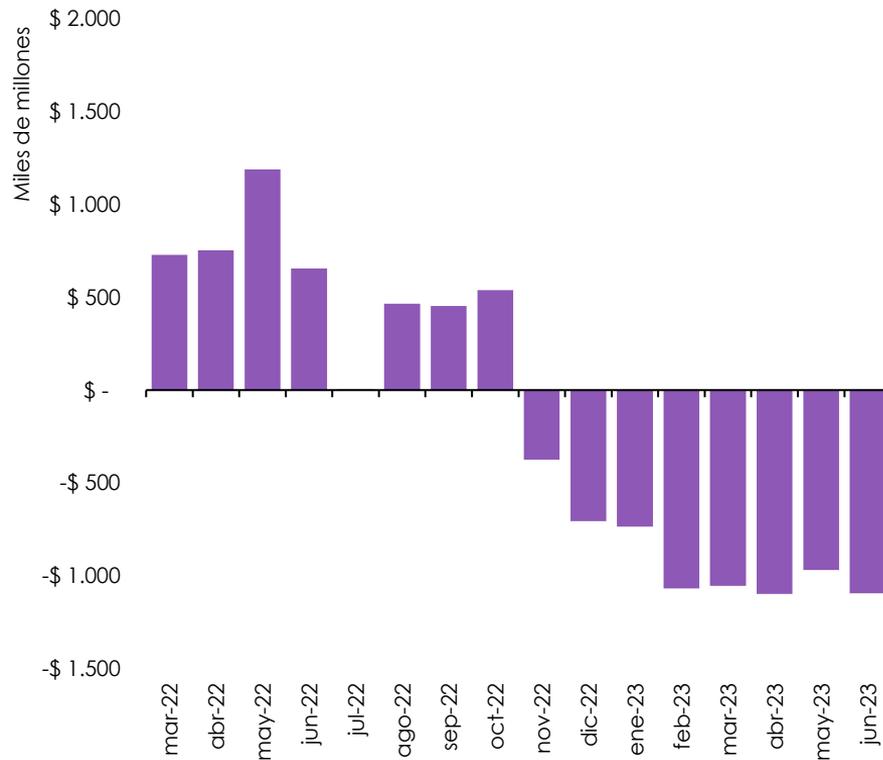


COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR

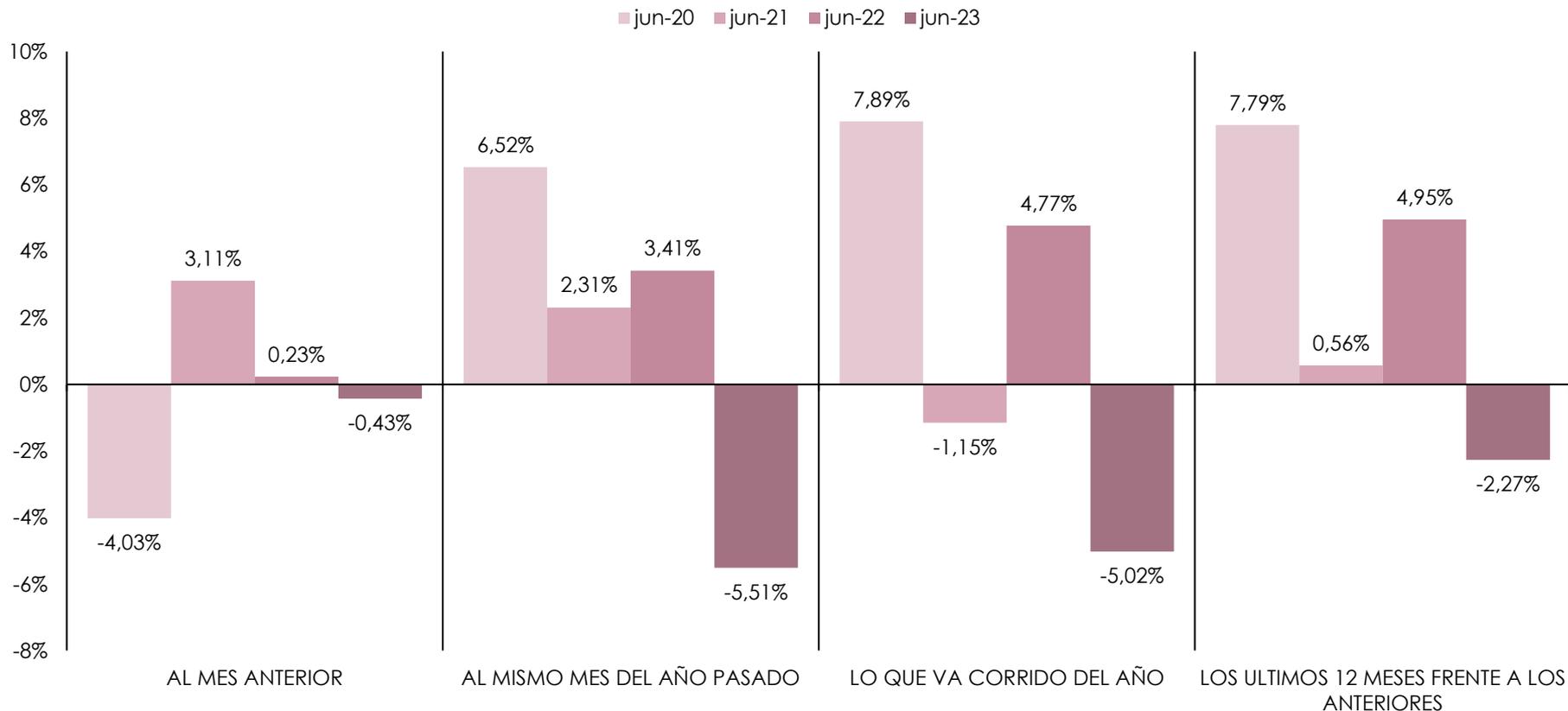


APORTE DE ALIMENTOS AL CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO REAL



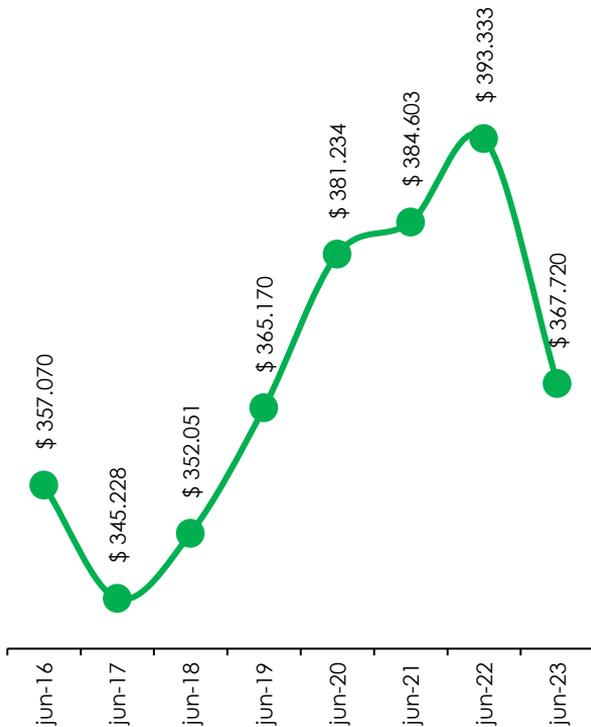
COMPORTAMIENTO DEL GASTO EN ALIMENTOS

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

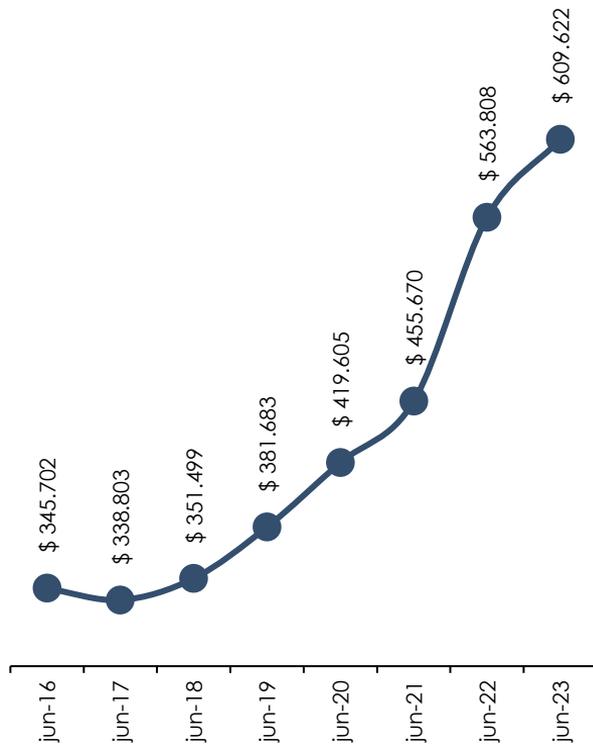


COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS POR PERSONA

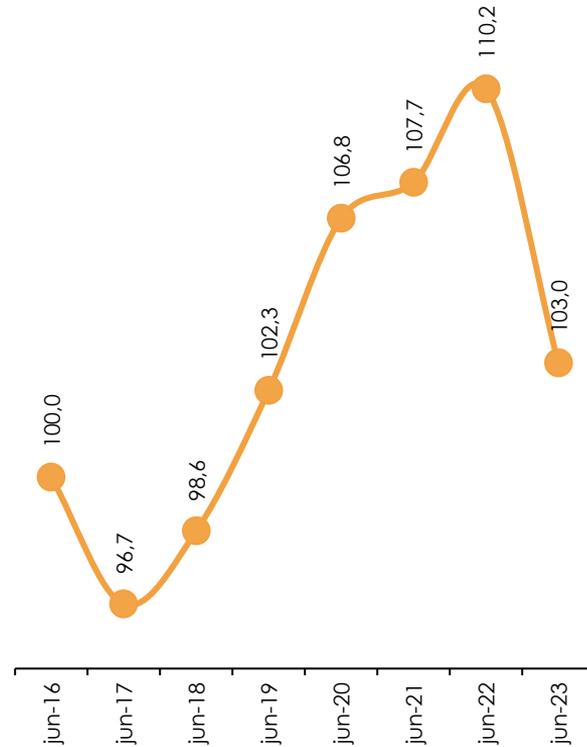
GASTO PERCAPITA REAL MENSUAL



GASTO PERCAPITA CORRIENTE MENSUAL

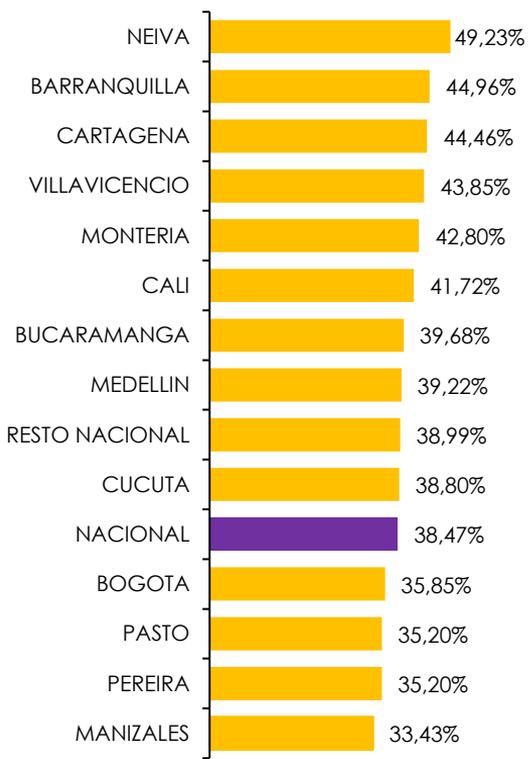


ÍNDICE DEL GASTO REAL (may16 =BASE 100)

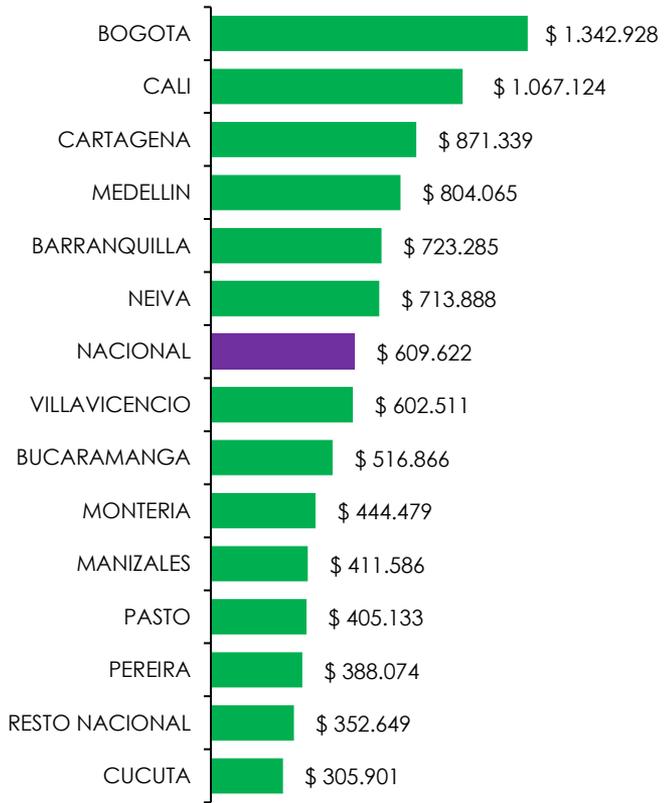


¿CÓMO ES LA ASIGNACIÓN EN ALIMENTOS DE LOS HOGARES?

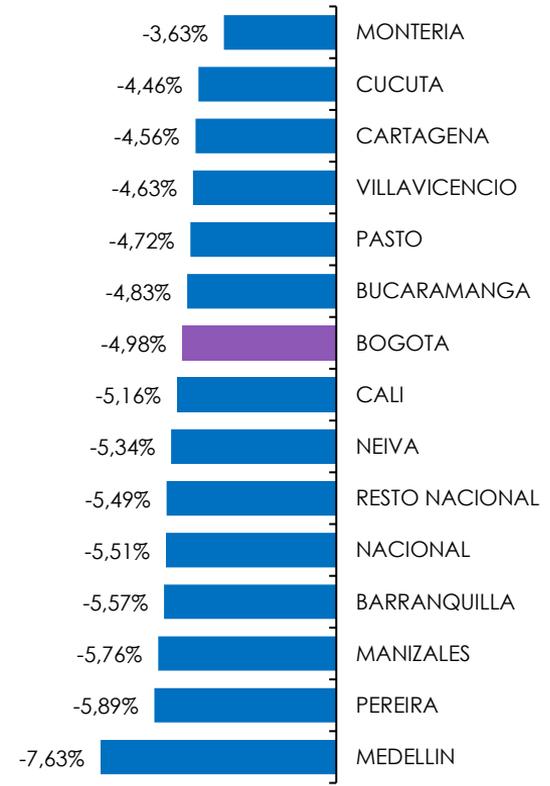
¿CUÁNTO PESA EL GASTO EN ALIMENTOS POR CIUDADES?



PER CAPITA COMPARADO



VARIACIÓN ANUAL REAL POR UNIDADES GEOGRÁFICAS



CANSTA DE ALIMENTOS ANDI

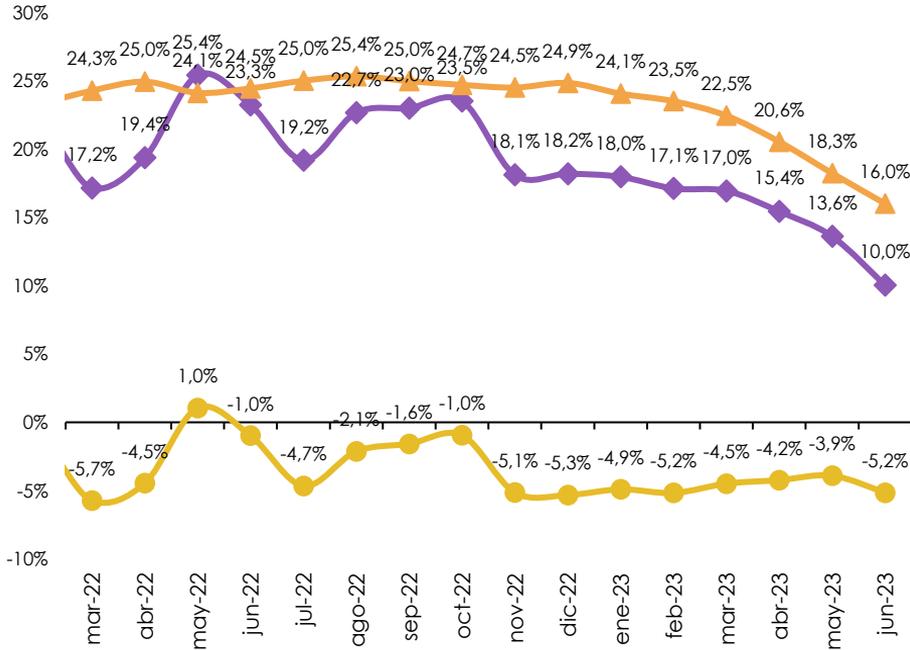
ANDI ALIMENTOS



COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI ALIMENTOS

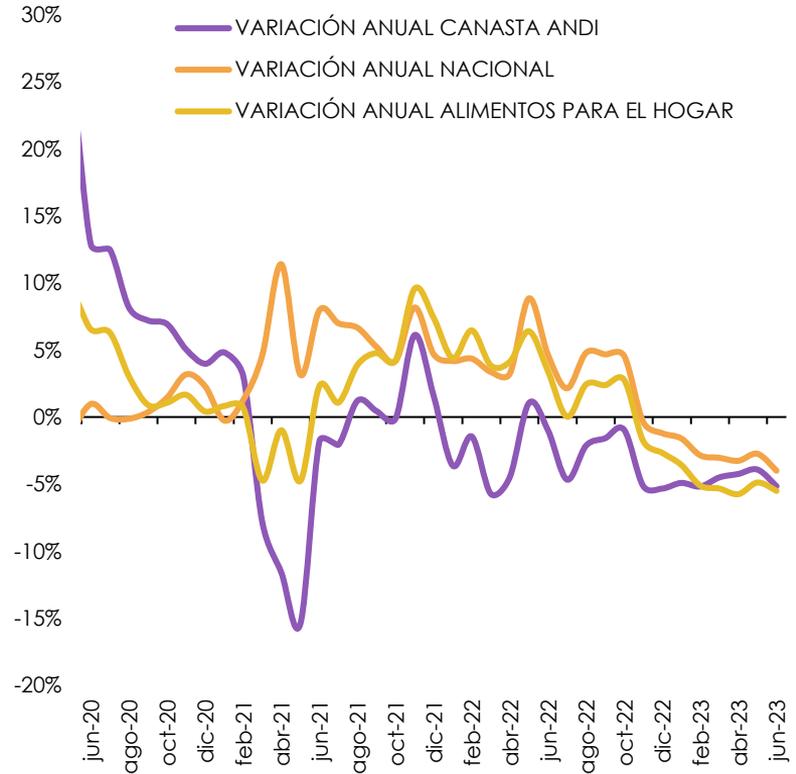
COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI

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



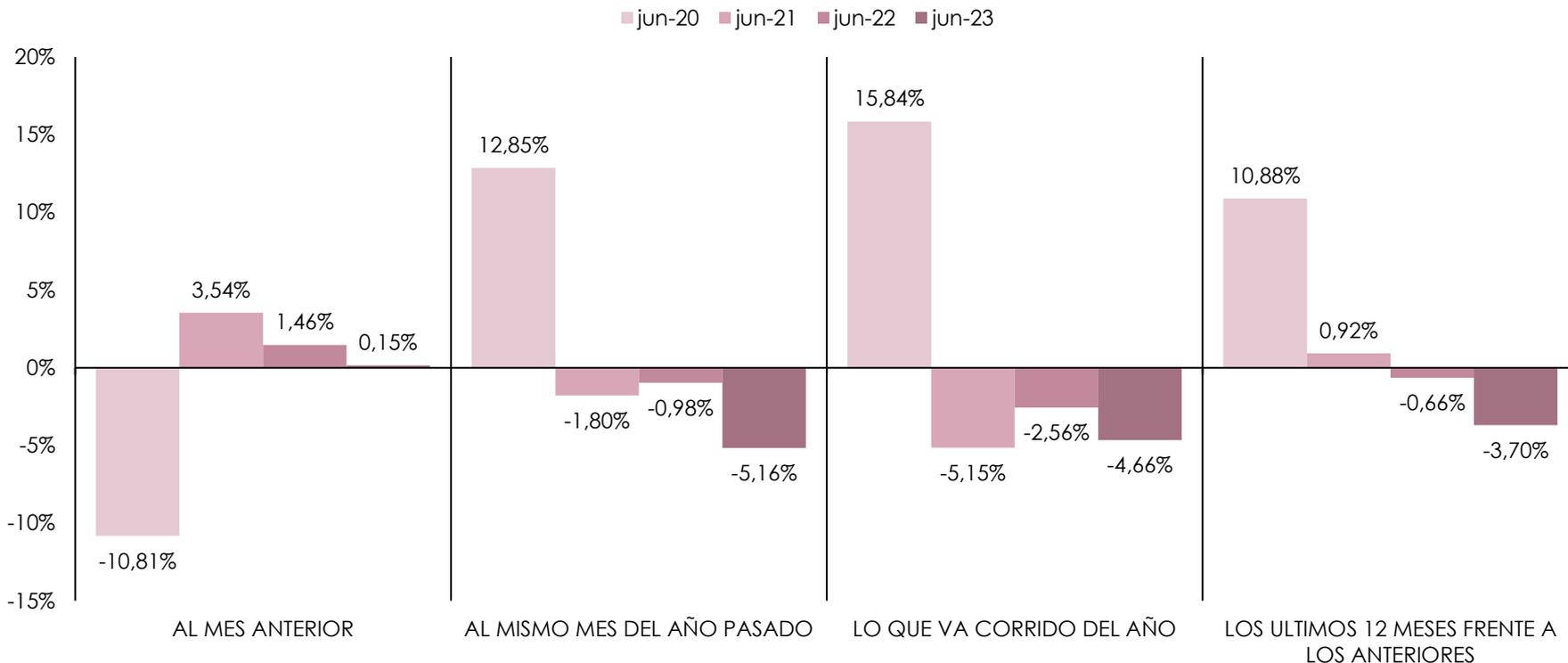
COMPORTAMIENTO DEL GASTO REAL

- 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 JUNIO DEL 2023 EL PRODUCTO QUE PRESENTÓ LA MENOR CAÍDA DEL GASTO REAL FUE ACEITES PARA EL CONSUMO HUMANO, ESTO GRACIAS A LA REDUCCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.

FACTORES A FAVOR DEL AUMENTO DEL GASTO REAL:

***EL AUMENTO DEL EMPLEO, ESPECIALMENTE EN EL SECTOR FORMAL**

***APRECIACIÓN DEL DÓLAR (PRECIOS MÁS BAJOS DE MERCANCÍAS IMPORTADAS)**

***UNA MEJORA EN LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR (DISPOSICIÓN A COMPRAR)**

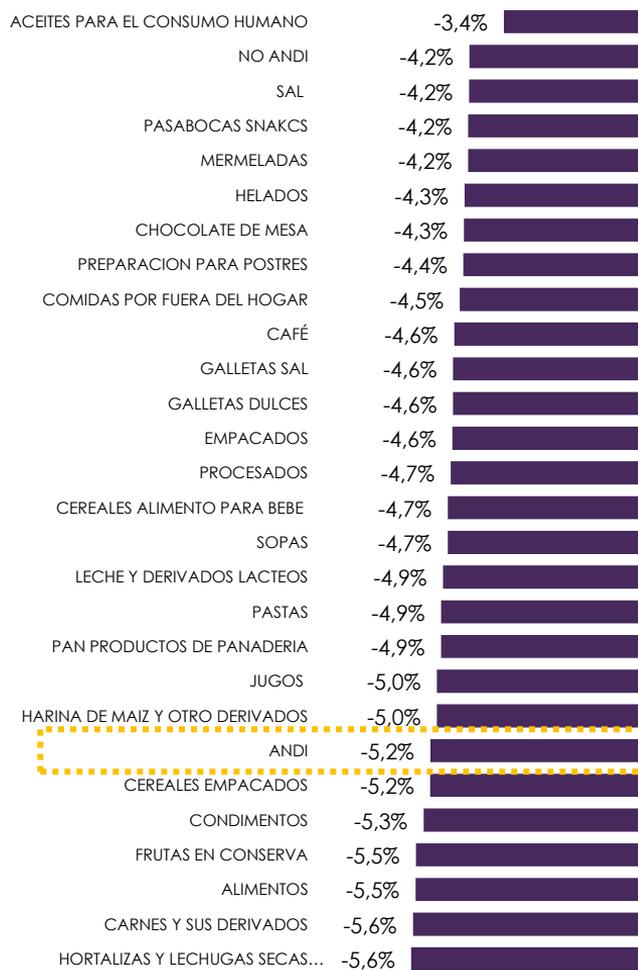
***DISMINUCIÓN DE LA INFLACIÓN DE LA CANASTA DE ALIMENTOS.**

FACTORES QUE JUEGAN A LA BAJA DEL GASTO REAL:

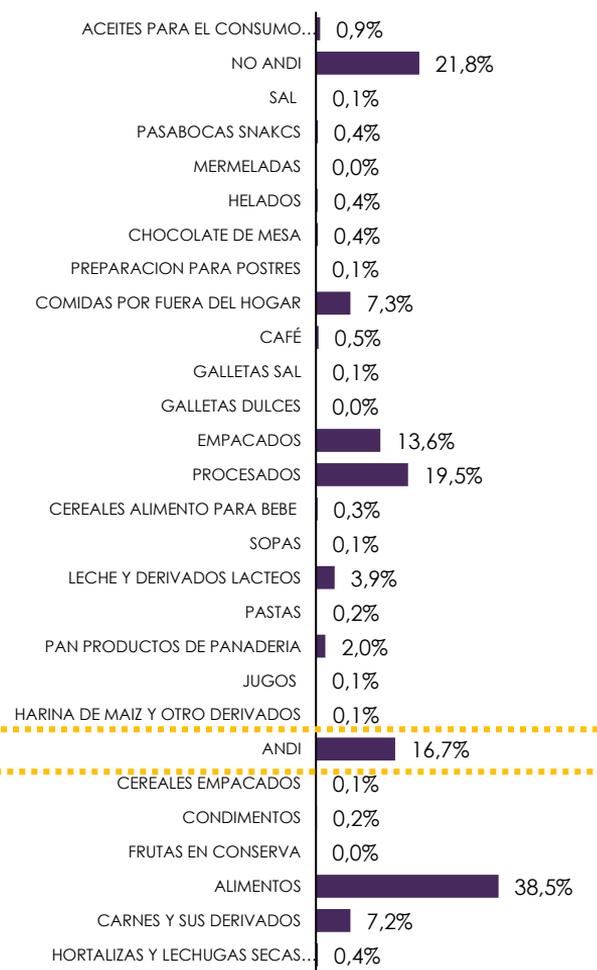
***EL FENÓMENO DEL NIÑO (ESCASEZ DE AGUA Y ENCARECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS).**

***TASAS DE INTERÉS AÚN ALTAS, LO QUE RESTRINGE EL GASTO.**

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

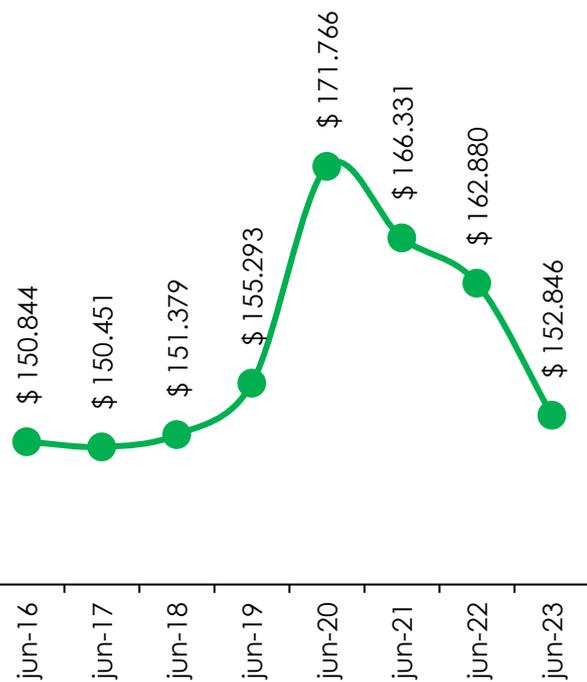


POCKET SHARE PARA CANASTAS – JUN 2023

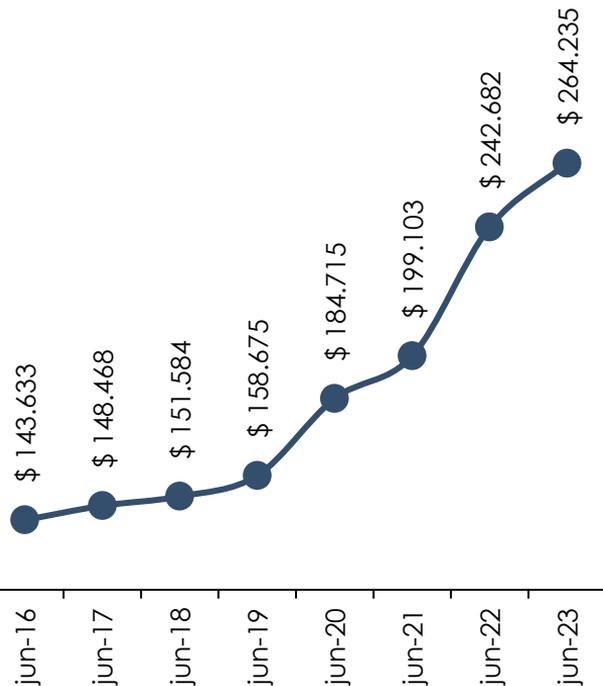


COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI POR PERSONA

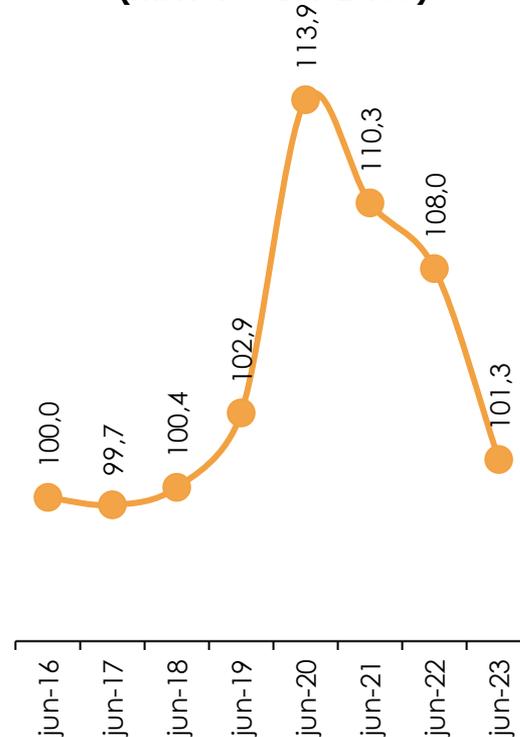
GASTO PERCAPITA REAL MENSUAL



GASTO PERCAPITA CORRIENTE MENSUAL



ÍNDICE DEL GASTO REAL (MAY 16 =BASE 100)

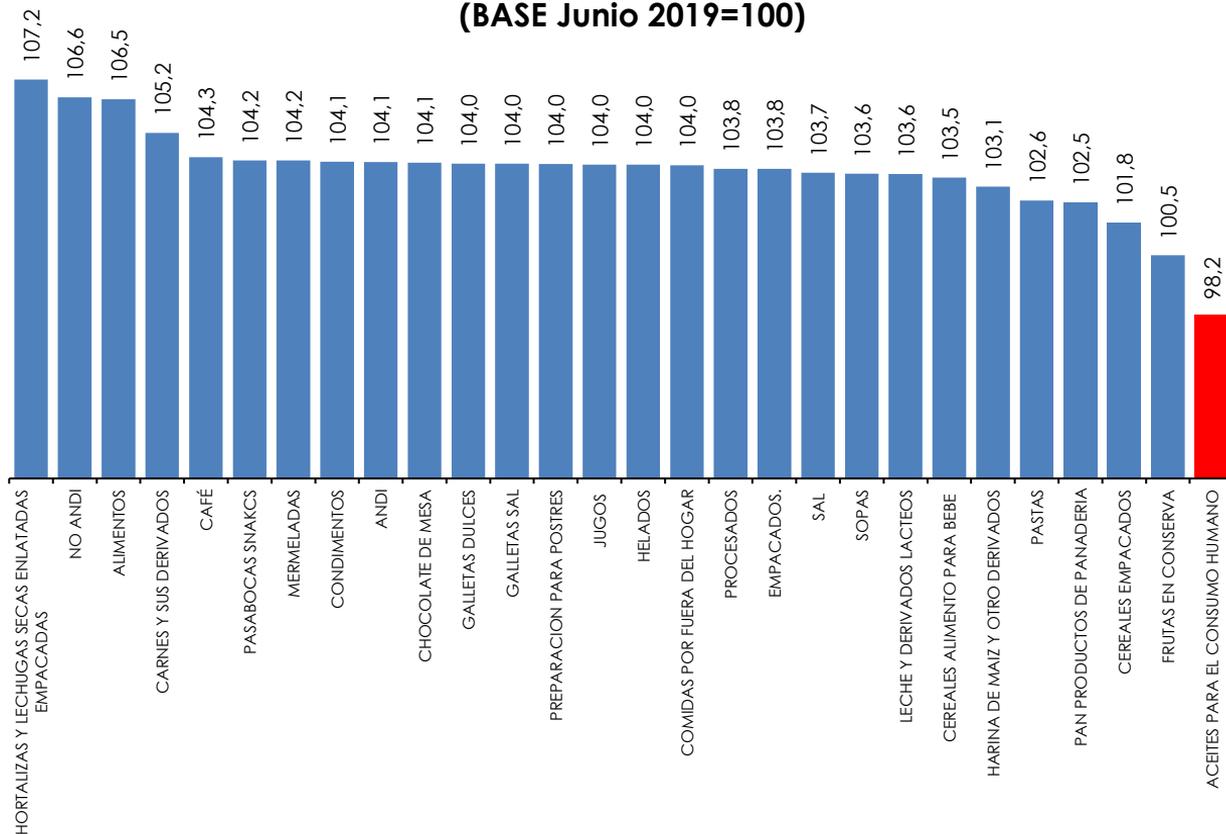


LUEGO DE PRESENTAR UNA PÉRDIDA DEL PODER ADQUISITIVO EN TODAS LAS CATEGORÍAS ENERO-ABRIL 2023, JUNIO DEL 2023 CONTINÚA ACENTUANDO LA RECUPERACIÓN DEL CONSUMO. DONDE SE PUEDE AFIRMAR QUE LOS HOGARES EN COLOMBIA CONSUMIERON MÁS UNIDADES EN CASI TODAS LAS CANASTAS RESPECTO A 2019, A EXCEPCIÓN DE ACEITES PARA EL CONSUMO HUMANO.

ESTE COMPORTAMIENTO, LIDERADO POR LA RECUPERACIÓN EN HORTALIZAS, LEGUMBRES Y CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE PODRÍA ESTAR GENERANDO UN SENTIMIENTO DE AJUSTE EN LA INFLACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS HOGARES.

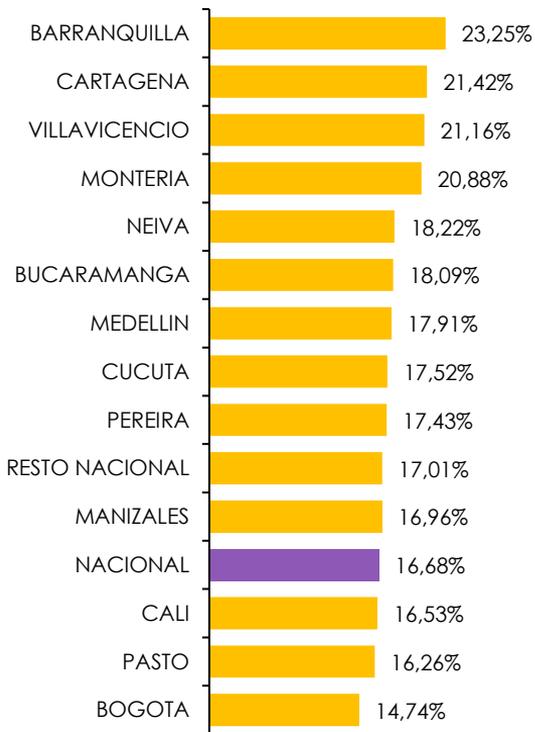
SE ESPERA QUE ESTA TENDENCIA DE REDUCCIÓN EN LOS NIVELES DE PRECIOS Y LA MEJORA DE LA TASA DE EMPLEO DEL PAÍS (LO QUE DEJA A LOS HOGARES CON MEJORES INGRESOS DISPONIBLES) TERMINE POR ALIVIAR EL BOLSILLO DE LOS HOGARES EN ESPECIAL LA CATEGORÍA DE ALIMENTOS Y EL 2023 SEA EL AÑO DEL AJUSTE. DESPUÉS DE UN GASTO SIGNIFICATIVO EN ALIMENTOS EN 2020 Y 2021 POR LOS EFECTOS DEL CONFINAMIENTO.

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

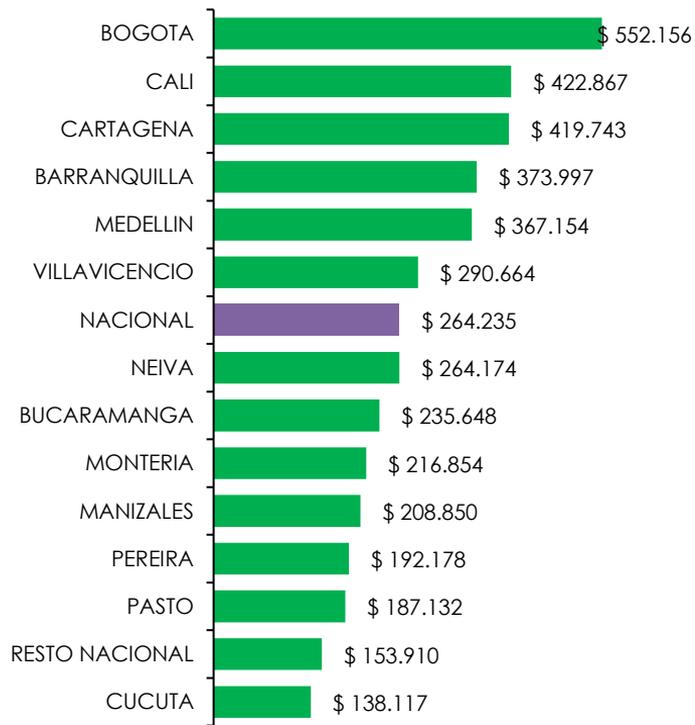


¿CÓMO ES LA ASIGNACIÓN EN LA CANSTA ANDI DE LOS HOGARES?

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



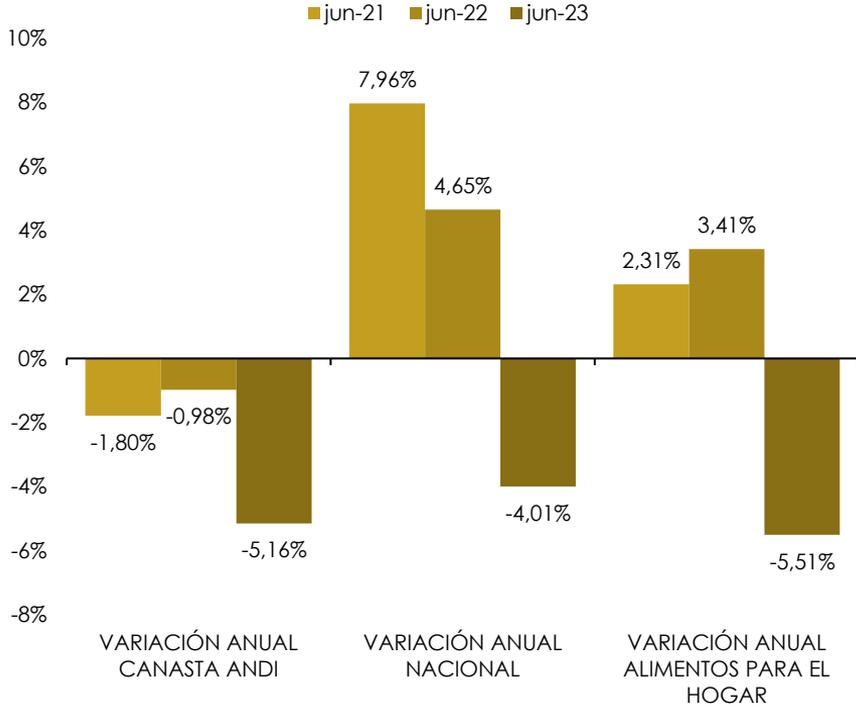
PER CAPITA COMPARADO



VARIACIÓN ANUAL REAL POR UNIDADES GEOGRÁFICAS

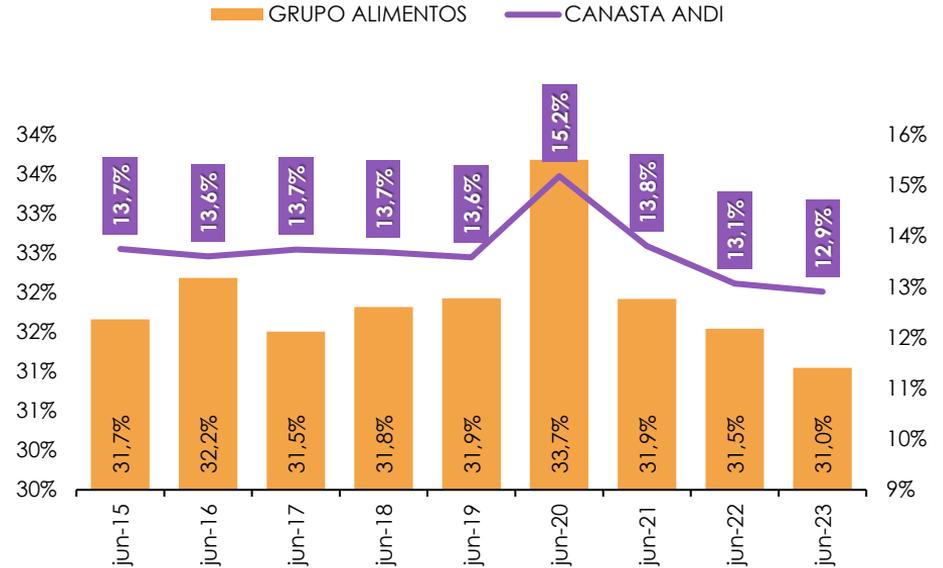


¿QUÉ TANTO CRECE EL GASTO REAL EN LA CANASTA ANDI?



LA CANASTA ANDI EN JUNIO DEL 2023 CAYÓ EN MENOR PROPORCIÓN DEL GASTO REAL QUE LA CANASTA DE ALIMENTOS, ESTO DEBIDO A QUE LOS PRODUCTOS QUE JALONARON MAYORMENTE LA INFLACIÓN PARA ESTE MES NO SE ENCUENTRAN EN SU TOTALIDAD EN LA CANASTA ANDI, COMO LO FUERON: OTROS TUBÉRCULOS Y PLÁTANOS CON UNA INFLACIÓN DE 58% Y 36% RESPECTIVAMENTE.

PS REAL POR CANASTA

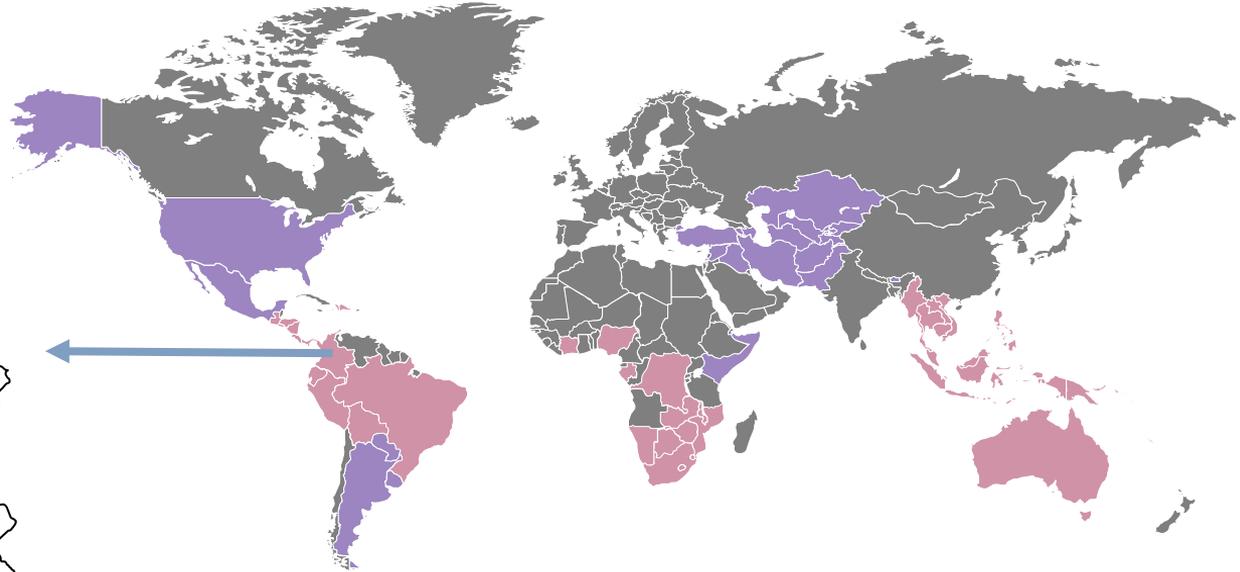


COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI- Junio-23

CATEGORÍA	Variación anual Corriente	Variación anual Real	Variación Anual de Precios	Pocket Share
CAFÉ	22,53%	-4,58%	28,41%	0,53%
SAL	18,73%	-4,22%	23,96%	0,09%
CHOCOLATE DE MESA	18,32%	-4,35%	23,69%	0,39%
PASABOCAS SNAKCS	18,22%	-4,24%	23,46%	0,39%
MERMELADAS	18,22%	-4,24%	23,46%	0,04%
VERDURAS: SECAS, ENLATADAS O EMPACADAS	17,52%	-5,62%	24,52%	0,41%
PREPARACION PARA POSTRES	16,95%	-4,36%	22,28%	0,06%
ALIMENTOS PARA BEBE	15,88%	-4,73%	21,64%	0,33%
LECHE Y DERIVADOS LACTEOS	15,15%	-4,85%	21,02%	3,92%
HELADOS	14,09%	-4,33%	19,25%	0,36%
PAN PRODUCTOS DE PANADERIA	13,86%	-4,90%	19,73%	1,97%
SOPAS	13,70%	-4,73%	19,35%	0,08%
HARINA DE MAIZ Y OTROS DERIVADOS	13,15%	-5,00%	19,11%	0,15%
CEREALES EMPACADOS	13,05%	-5,16%	19,20%	0,09%
COMIDAS POR FUERA DEL HOGAR	12,82%	-4,45%	18,08%	7,30%
GALLETAS SAL	11,18%	-4,61%	16,56%	0,08%
GALLETAS DULCES	11,18%	-4,61%	16,56%	0,01%
CONDIMENTOS	10,94%	-5,32%	17,17%	0,20%
JUGOS	8,69%	-5,00%	14,41%	0,07%
CARNES Y SUS DERIVADOS	4,90%	-5,58%	11,09%	7,24%
PASTAS	4,85%	-4,90%	10,25%	0,17%
FRUTAS EN CONSERVAS	4,52%	-5,51%	10,61%	0,01%
ACEITES PARA CONSUMO HUMANO	3,91%	-3,38%	7,55%	0,91%

EL FENÓMENO DEL NIÑO Y SUS IMPACTOS

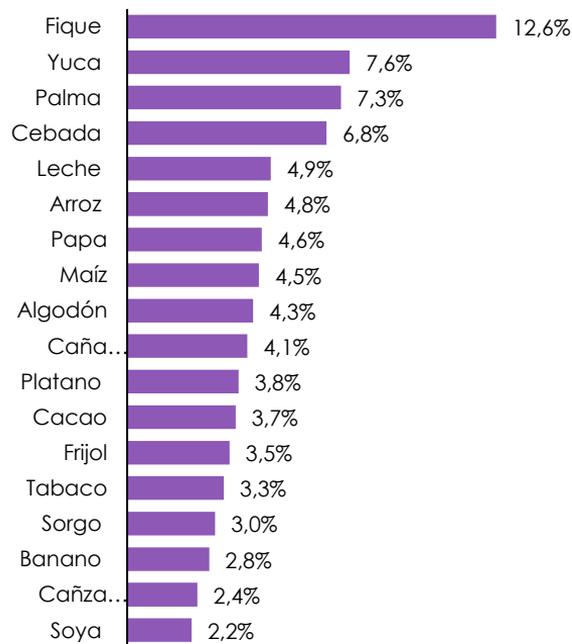
■ Lluvia
■ Seco



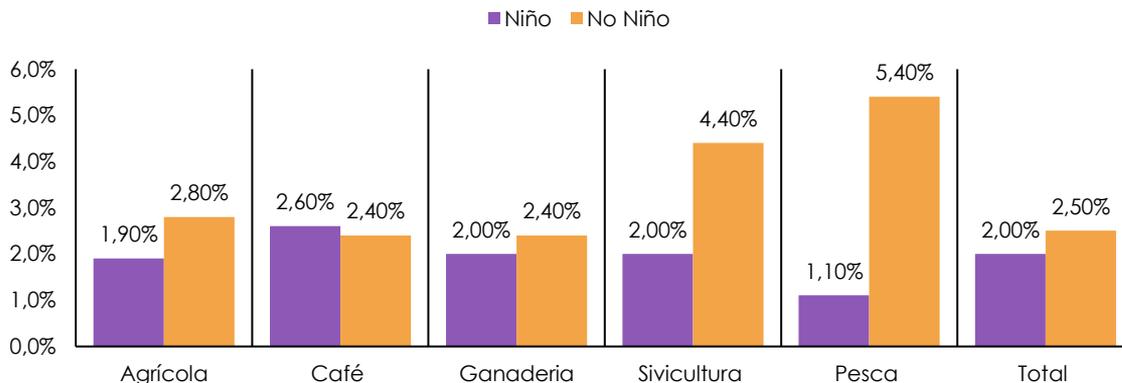
- El fenómeno del niño puede presentar lluvias intensas, ausencia de lluvias y sequías, teniendo mayor impacto estas últimas.
- Los rendimientos de los cultivos de cereales se podrían enfrentar a implicaciones significativamente adversas.
- Los sectores económicos que se ven más golpeados por el fenómeno del niño son el agrícola, la pesca, la infraestructura, en el caso de inundaciones, y el sector de energía.
- Se espera que el fenómeno del Niño de 2023 sea moderado, similar al de 2002 pero menos intenso que el de 2015.

LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL SECTOR AGROPECUARIO CRECE 0,5 p.p. MENOS EN LOS PERIODOS CON FENÓMENO DEL NIÑO.

AFECTACIÓN EN LOS RENDIMIENTOS AGROPECUARIOS POR EL FENÓMENO DEL NIÑO- PORCENTAJE NEGATIVO DE AFECCIÓN.



CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL SECTOR AGRO EN PERÍODOS DEL FENÓMENO DEL NIÑO



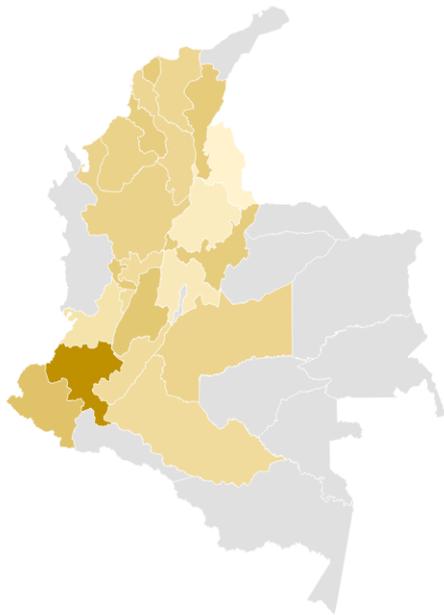
- El fenómeno del Niño tiene un impacto negativo en la productividad de los cultivos.
- Las cifras de crecimiento económico por sectores recogen los periodos desde 2006 a 2022, donde el fenómeno del niño ha afectado principalmente la pesca, la silvicultura y la agrícola, en comparación con los periodos donde no se ha registrado el fenómeno.
- Por productos, vale la pena destacar las afectaciones en alimentos como la yuca, la leche, el arroz, la papa y el maíz. Productos que en los últimos años se han registrado una elevada inflación.

¿QUÉ DEPARTAMENTOS SE ABASTECEN EN MAYOR MEDIDA DE ALIMENTOS CON MAYOR AFECTACIÓN POR EL FENOMENO DEL NIÑO? ENERO-JUNIO 2023

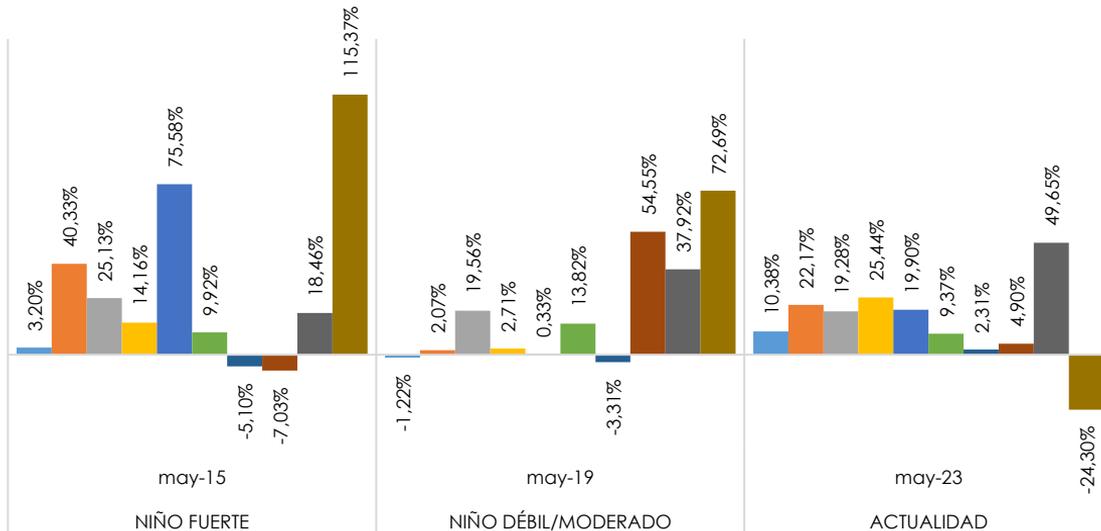
COMPORTAMIENTO ANUAL PRECIOS DE LOS MAYORISTAS

■ ACEITES ■ ARROZ ■ AZÚCAR ■ BANANO ■ FRÍJOL ■ MAÍZ ■ PANELA ■ PAPA ■ PLÁTANO ■ YUCA

PESO ALIMENTOS AFECTADOS/TOTAL ABASTECIMIENTO



Con tecnología de Bing
© Microsoft, OpenStreetMap



- El fenómeno de El Niño puede traer consecuencias negativas como altas temperaturas, incendios forestales y sequías.
- Estas consecuencias pueden afectar la siembra de cultivos y la seguridad alimentaria del país.
- Se espera que la región Caribe sea la más susceptible a las altas temperaturas este año.
- Los cultivos que suelen ser más afectados se concentran en las regiones Andina y Caribe.
- Durante eventos anteriores de El Niño, se observaron aumentos significativos en los precios de productos como la yuca, el frijol y el arroz.
- El departamento del Cauca puede verse particularmente afectado en términos de inflación alimentaria, debido a la importancia de estos alimentos en el abastecimiento local.

Fuente: Sistema de Información de Precios y Abastecimiento del Sector Agropecuario (SIPSA); DANE, Junio 2023.

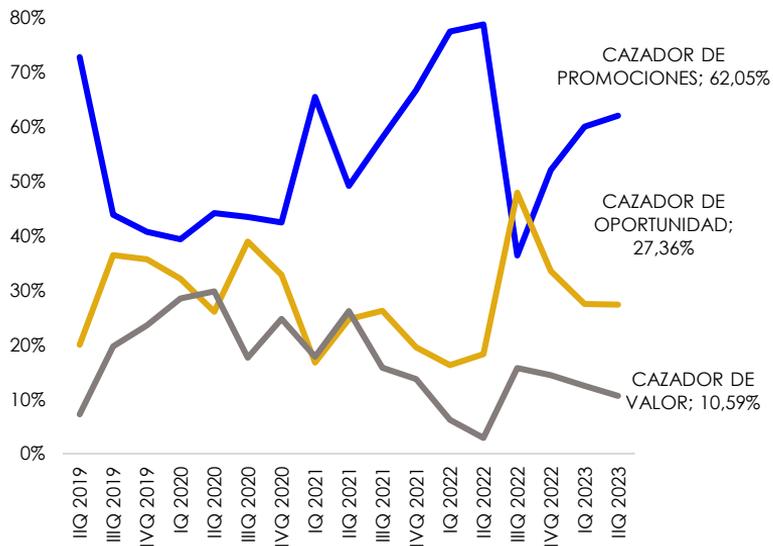
¿CÓMO LE FUE A LOS
ALIMENTOS EN IIQ 2023?

HÁBITOS DE CONSUMO

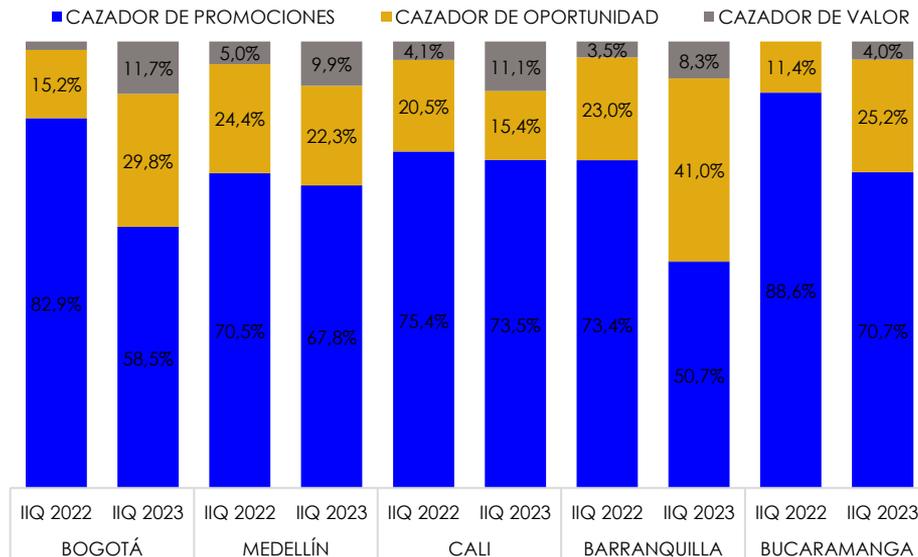


¿CÓMO SE COMPORTA EL CAZADOR DE PROMOCIONES EL SEGUNDO TRIMESTRE DEL 2023?

CAMBIO DE TENDENCIA DE COMPRADOR TRIMESTRALMENTE



TENDENCIA DE COMPRADOR POR CIUDAD

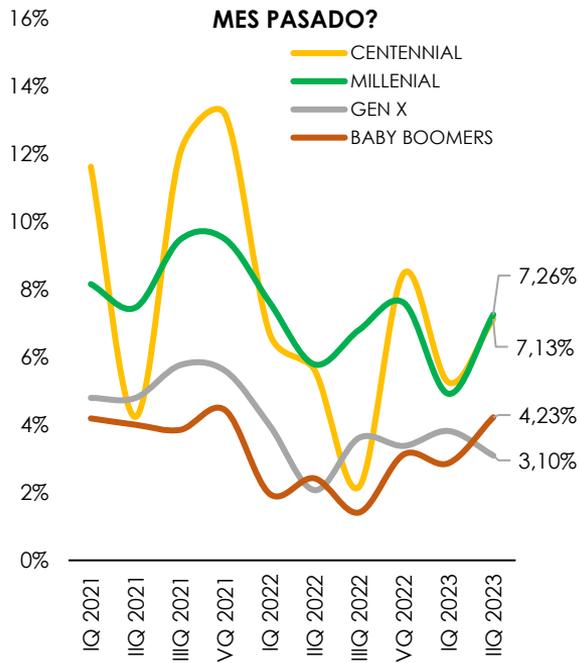


⚠ Durante los últimos cuatro trimestres la participación del **cazador de promociones**. Además, en las ciudades principales al comparar con el segundo trimestre de 2022 se evidencia un incremento en la participación del **cazador de valor**. Esto podría estar ocasionada por la desaceleración de la inflación lo que les permite a los compradores optar por mejores oportunidades y productos de mejor calidad, además de haberse convertido en un comprador experimentado tras un constante aumento de precios, lo que le permite buscar valor.

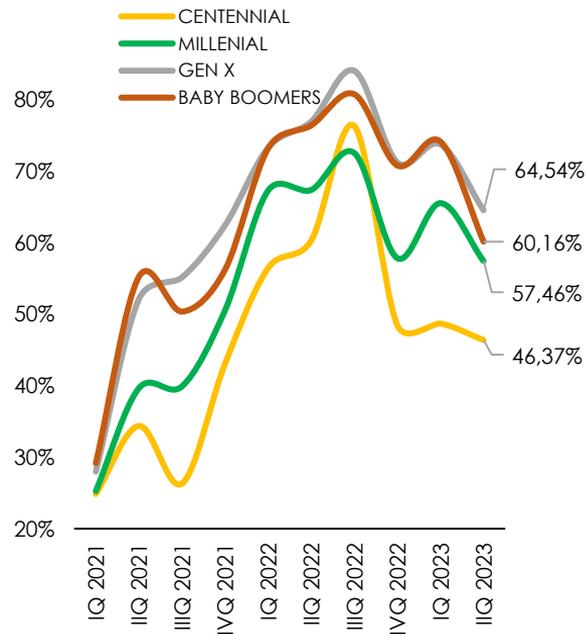
⚠ Bogotá y Barranquilla son las dos ciudades donde el **cazador de oportunidad** viene recuperando más terreno.

PERCEPCIÓN DE COMPRA POR GENERACIONES

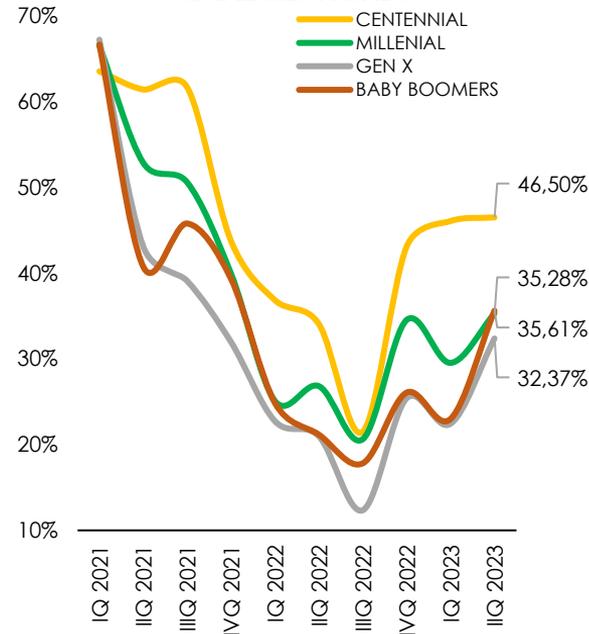
¿FRENTE AL MES PASADO USTED SIENTE QUE COMPRÓ **MÁS COSAS** QUE EL MES PASADO?



¿FRENTE AL MES PASADO USTED SIENTE QUE COMPRÓ **MENOS COSAS** QUE LE MES PASADO?



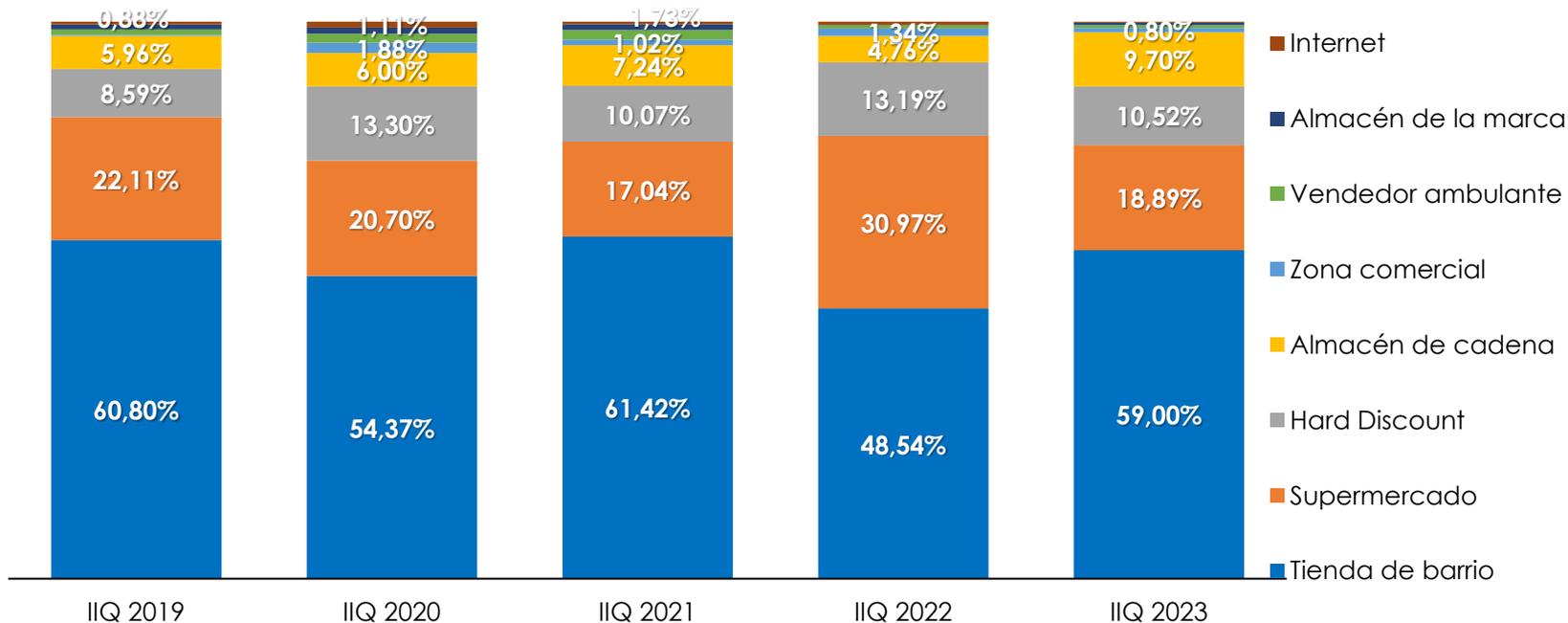
¿FRENTE AL MES PASADO USTED SIENTE QUE COMPRÓ **LAS MISMAS COSAS** QUE LE MES PASADO?



* Las generaciones más jóvenes son las que sienten que pueden comprar más cosas, mientras que las generaciones mayores al vivir escenarios de precios bajos pueden tener una visión de menor compra en alimentos más importante. De igual forma, la generación que declara que está comprando menos cosas son la Generación X, representada por los padres y los principales surtidores del hogar.

¿CÓMO GANARON TERRENO ALGUNOS LUGARES DE COMPRA DURANTE LA GUERRA DE PROMOCIONES?

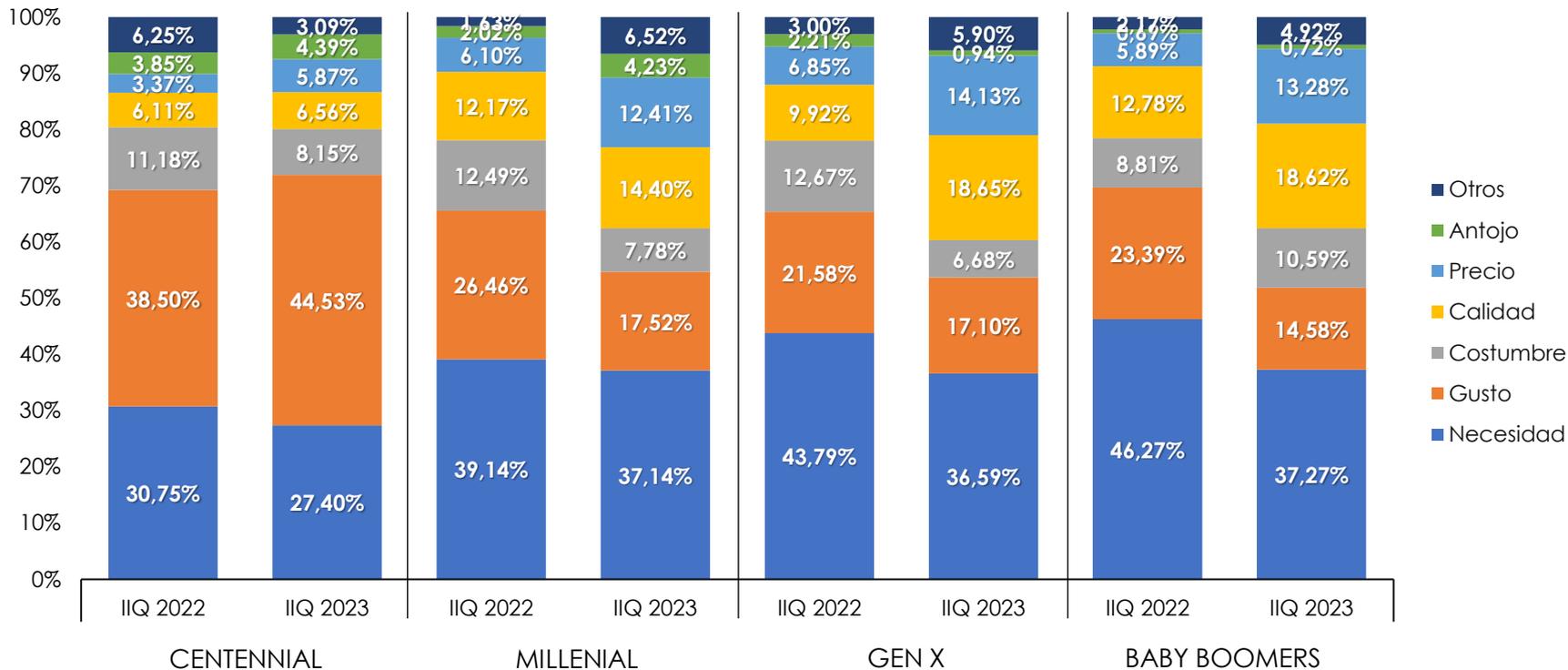
LUGARES DE COMPRA ALIMENTOS PARA EL HOGAR



Desde el mes de mayo se dio inicio a la guerra promociones donde **almacenes de cadena** y **Hard discount** anunciaban reducciones de precios en alimentos para el hogar, artículos de limpieza y artículos para el cuidado personal.

LOS CENTENNIALS COMPRAN MÁS POR GUSTO, EN LAS DEMÁS GENERACIONES ES UNA NECESIDAD

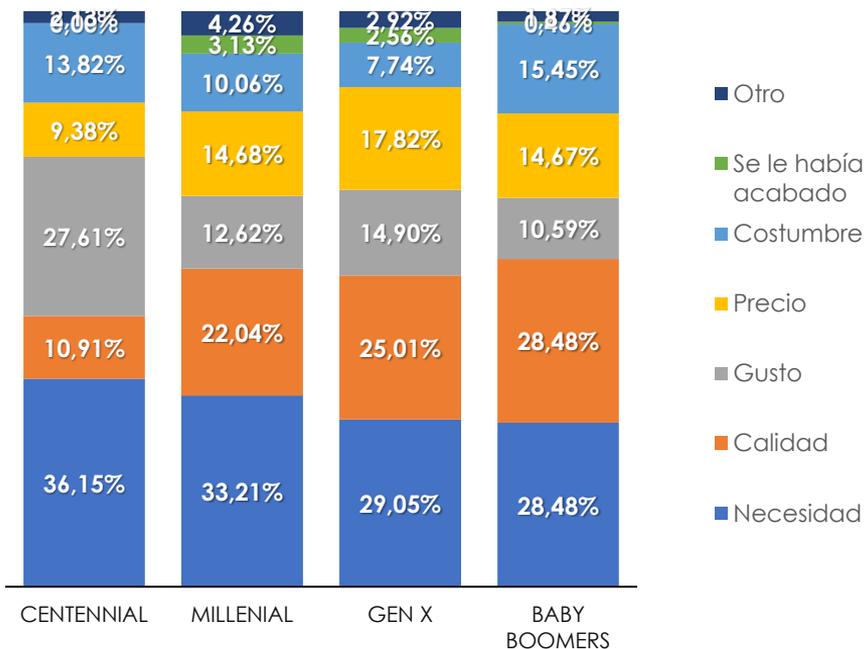
MOTIVOS DE COMPRA DE ALIMENTOS



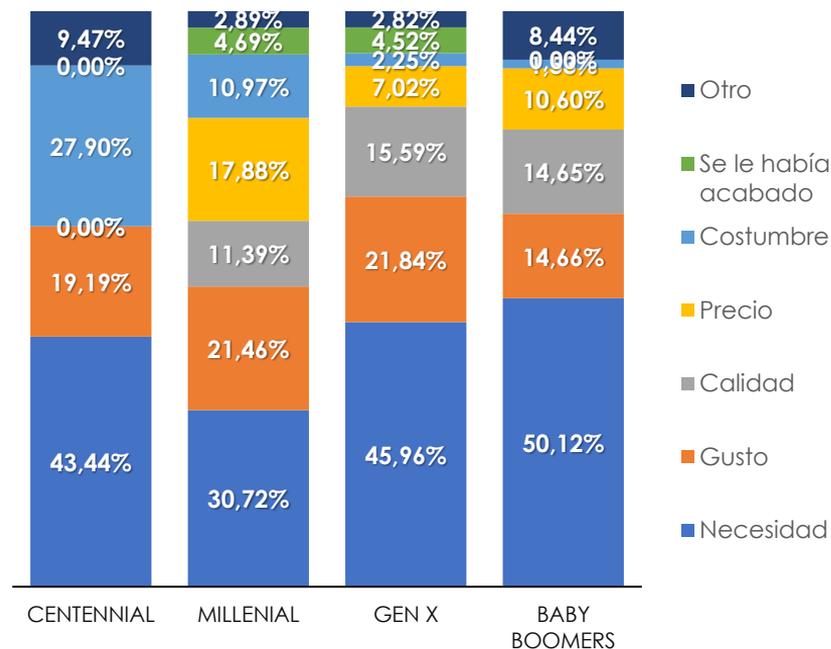
* La tendencia en general que se observa en las motivaciones de compra de alimentos desde los hogares, es a diversificar sus decisiones de compras, ya no es como el 2022 dónde la necesidad pesaba cada la mitad de las decisiones de compra, si no que ahora se busca, menor precios, con alta calidad.

MOTIVOS DE COMPRA DE DOS CATEGORÍAS FUNDAMENTALES DE ALIMENTOS

MOTIVOS DE COMPRA DE CEREALES Y PRODUCTOS DE PANADERÍA IIQ 2023



MOTIVOS DE COMPRA DE CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE IIQ 2023



* Por el lado de cereales y productos de panadería son los Centennial aquellos que se motivan por el gusto, mientras que la calidad y la necesidad hace parte de las generaciones gen x y Baby Boomers, siendo en este último la calidad más importante. Ya por el lado de las carnes y derivados el gusto re deduce e incrementa la necesidad, el precio y la costumbre.

GRACIAS

JUNIO 2023



@Raddarckg



Raddar CKG



Raddarckg



RADDAR CKG



¡VISITANOS!

