RADDAR

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

ANDI ALIMENTOS

ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

RADDAR

CONTENIDO

- Comportamiento 2023 del gasto de los hogares en Alimentos – Marzo, IQ 2023
- Comportamiento 2023 categoría ANDI Alimentos – Marzo, IQ 2023
- Hábitos de consumo IQ 2023

ANDI ALIMENTOS

ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

RADDAR

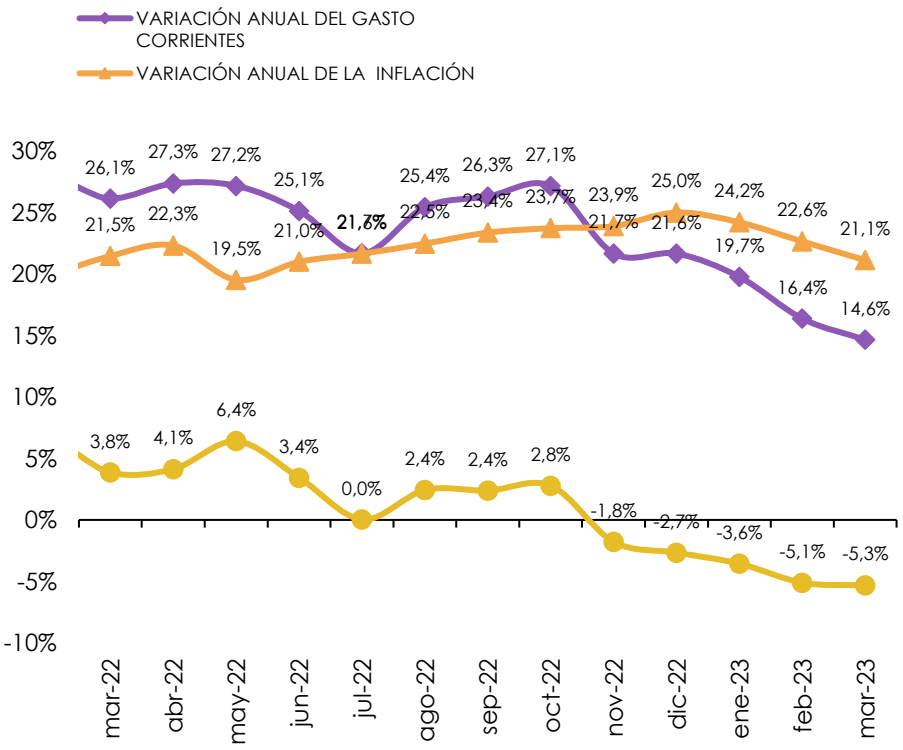
CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR

ANDI ALIMENTOS

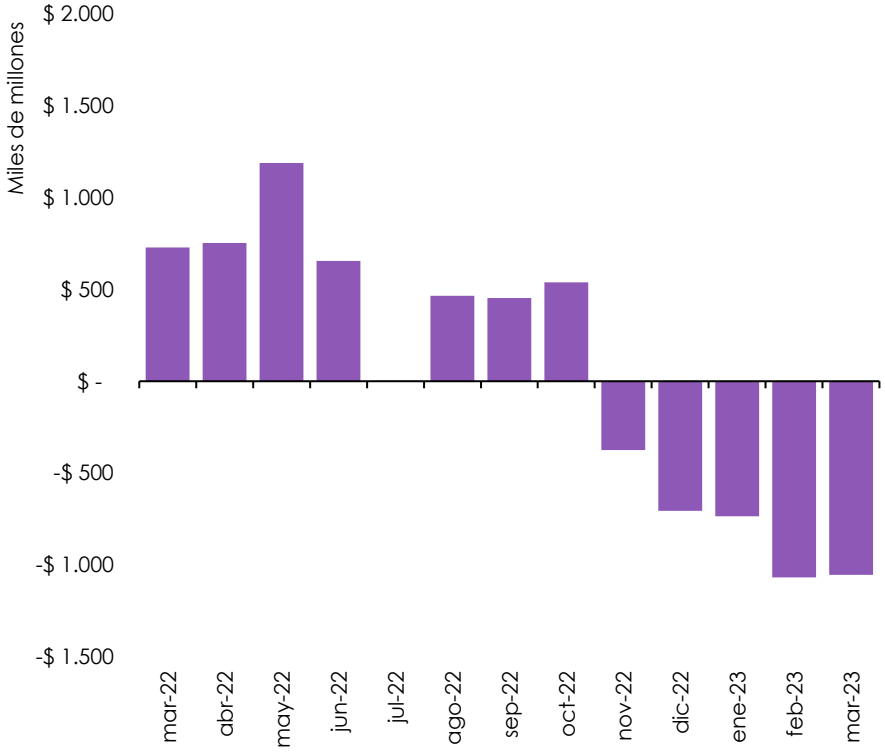
ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA
INDUSTRIA DE ALIMENTOS

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR



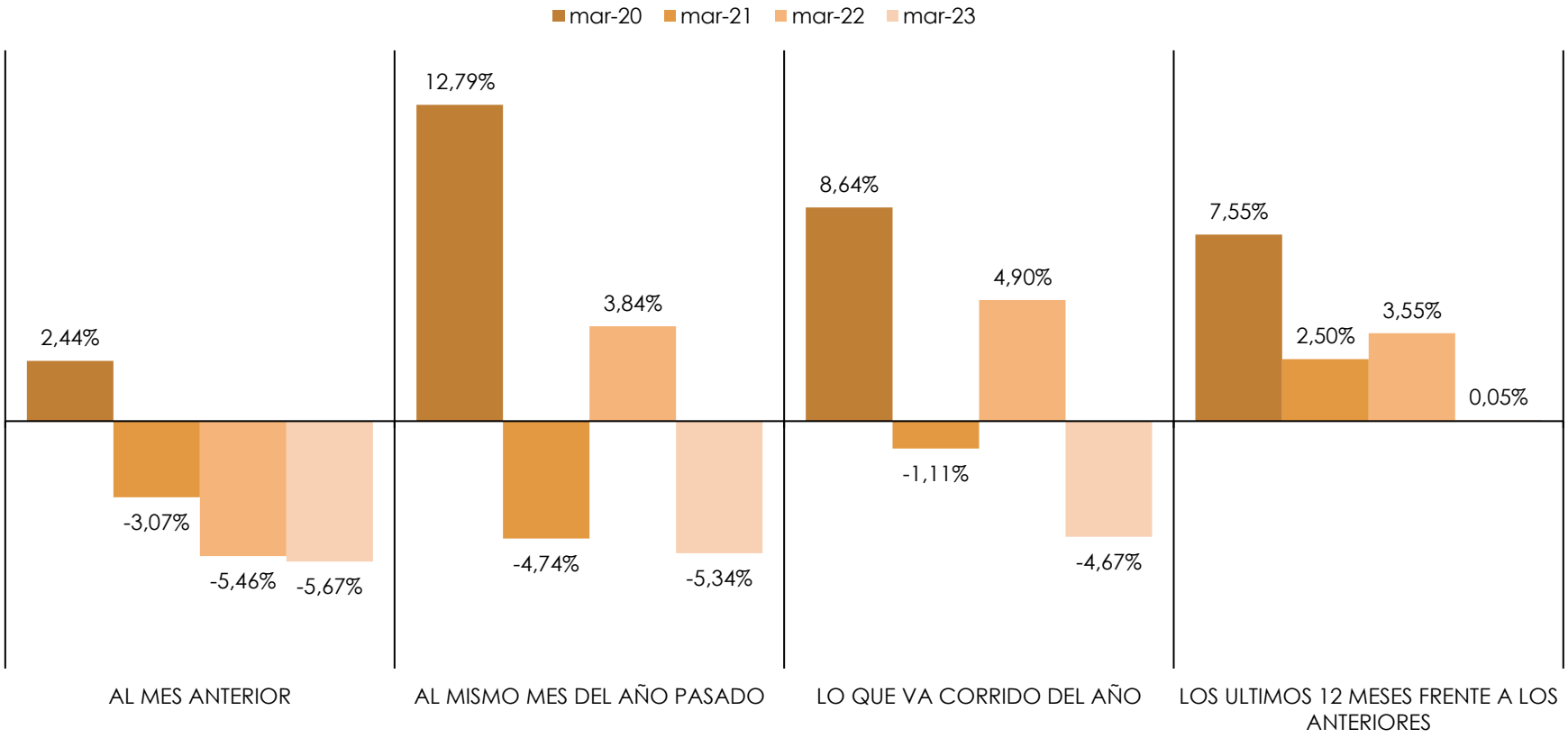
APORTE DE ALIMENTOS AL CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO REAL



Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

COMPORTAMIENTO DEL GASTO EN ALIMENTOS

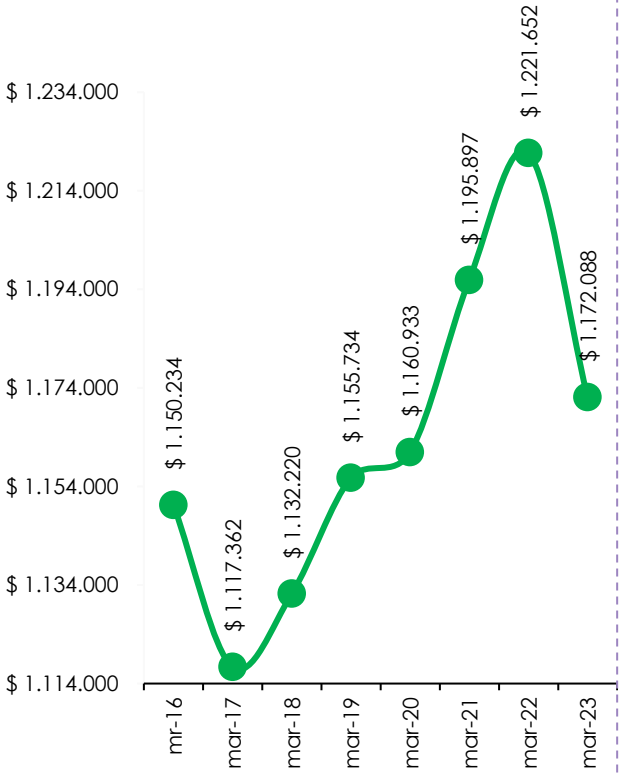
DINÁMICA DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ALIMENTOS PARA EL HOGAR



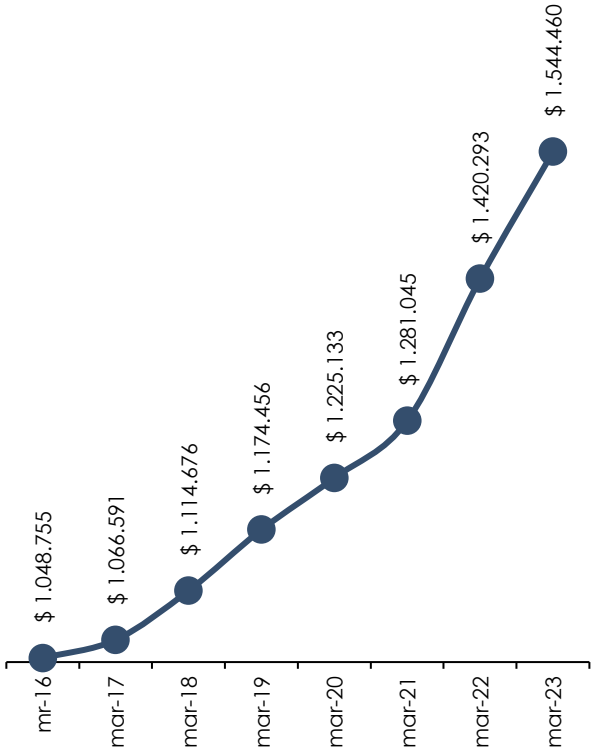
Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA DE ALIMENTOS POR PERSONA

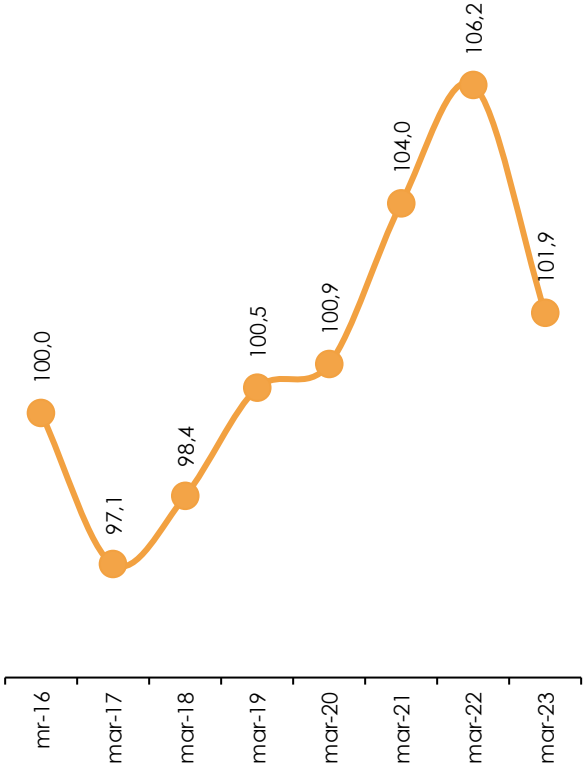
GASTO PERCAPITA REAL MENSUAL



GASTO PERCAPITA CORRIENTE MENSUAL



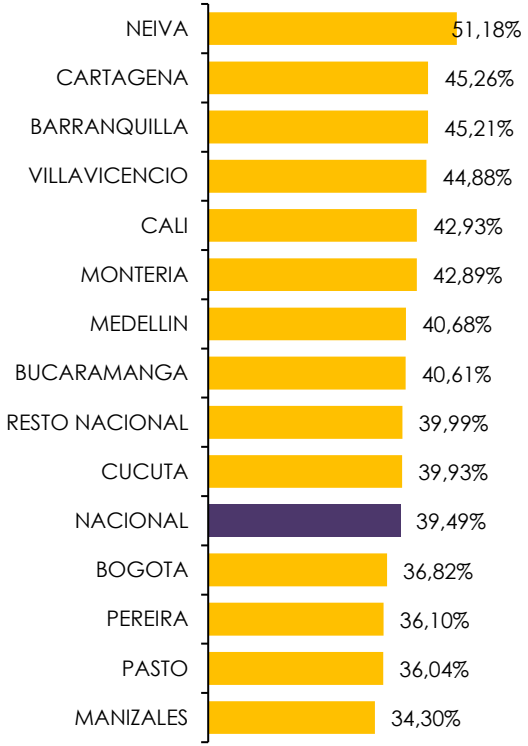
ÍNDICE DEL GASTO REAL (FEB16 =BASE 100)



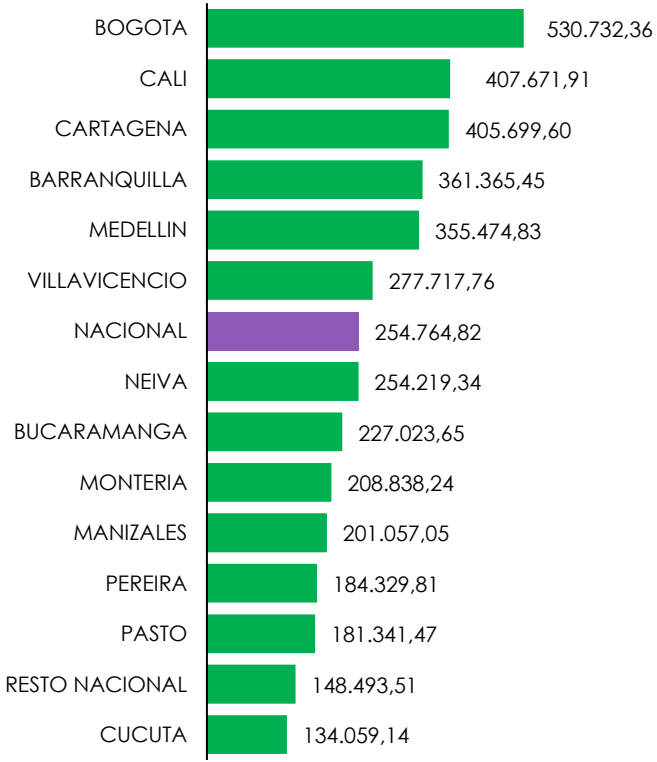
Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

¿CÓMO ES LA ASIGNACIÓN EN ALIMENTOS DE LOS HOGARES?

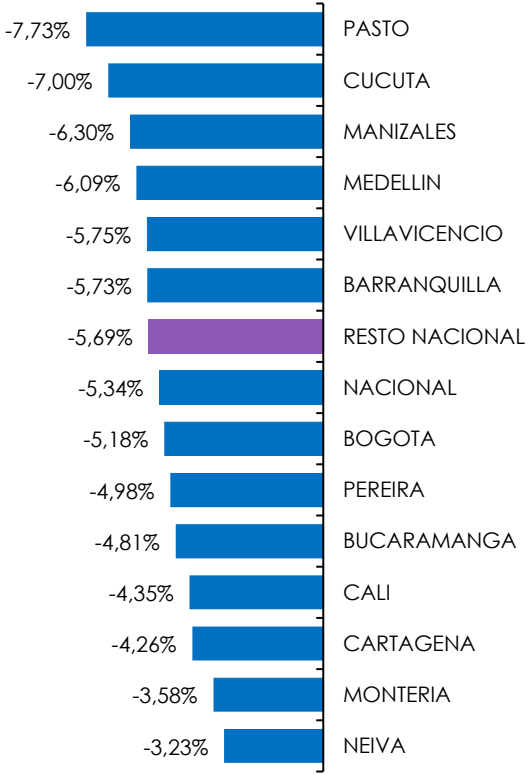
¿CUÁNTO PESA EL GASTO EN ALIMENTOS POR CIUDADES?



PER CAPITA COMPARADO



VARIACIÓN ANUAL REAL POR UNIDADES GEOGRÁFICAS



Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

RADDVR

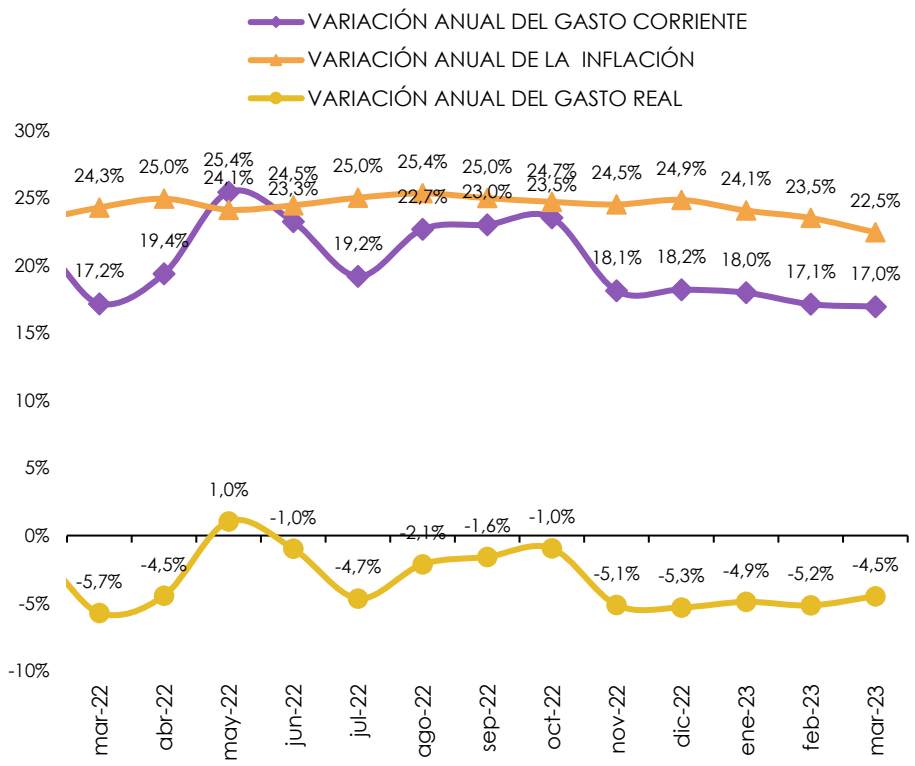
CANASTA DE ALIMENTOS
ANDI

ANDI ALIMENTOS

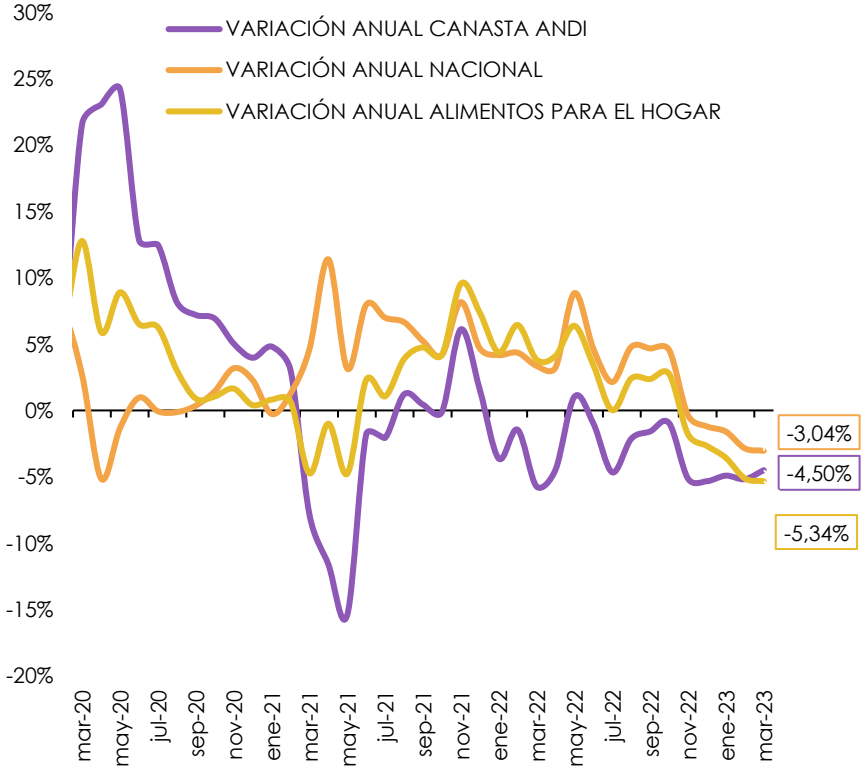
ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA
INDUSTRIA DE ALIMENTOS

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI ALIMENTOS

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI



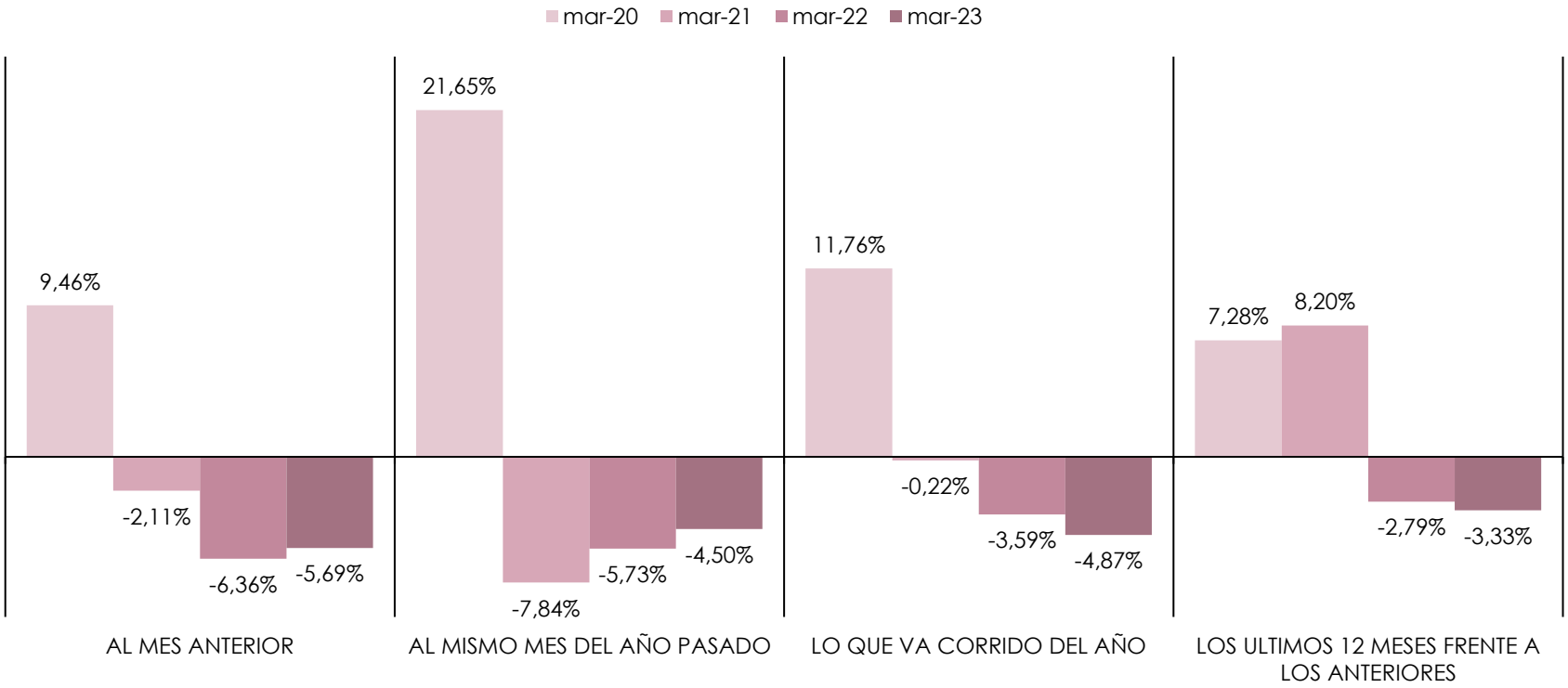
COMPORTAMIENTO DEL GASTO REAL



Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

COMPORTAMIENTO DEL GASTO EN CANASTA ANDI

DINÁMICA DEL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN LA CANASTA ANDI



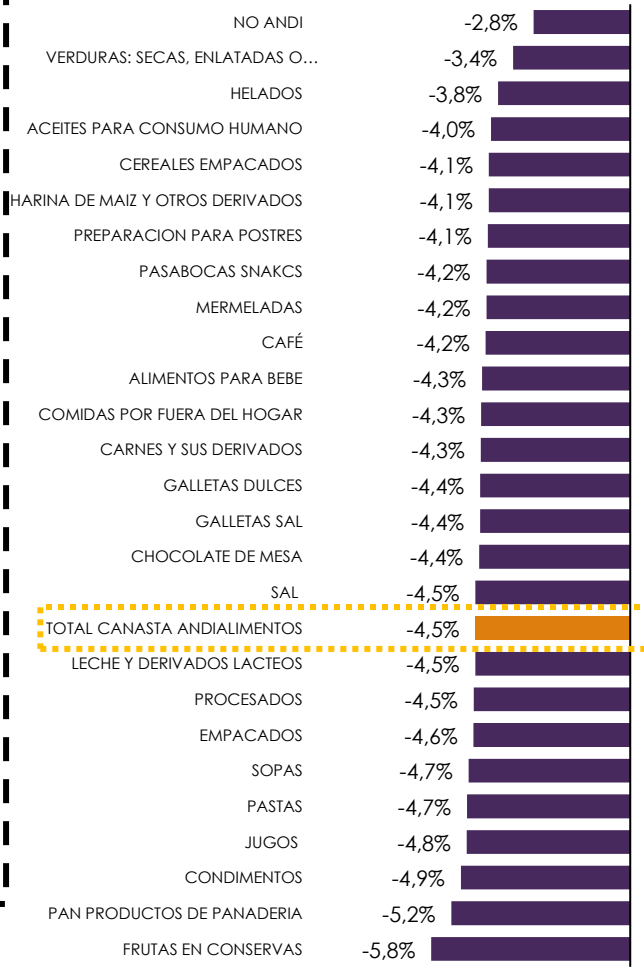
Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

En marzo del 2023 el gasto real de los hogares continua con su dinámica de contracción, como resultado de la alta inflación en la canasta de alimentos, esto frente y un aumento de precios en todas las demás canastas de consumo, lo cual ha generado una presión adicional en el bolsillo de los hogares y las decisiones de priorización salen a flote.

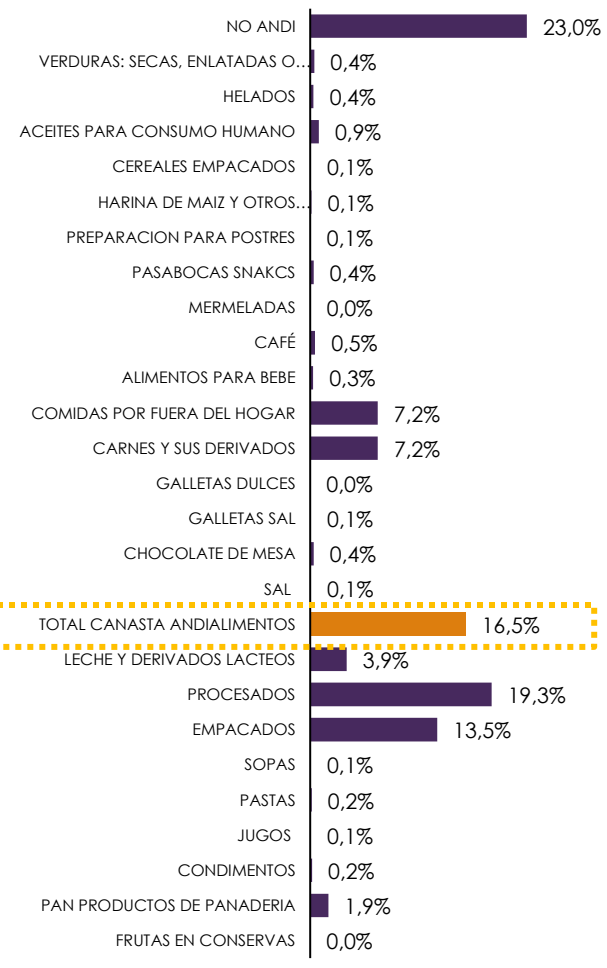
La dinámica anterior termina por demostrar la gráfica del gasto real, donde todas las categorías y productos de alimentos caen, destacando frutas en conserva, productos de panadería y condimentos, como las secciones de gasto con la mayor caída en unidades adquiridas.

A pesar de esta dinámica los hogares continúan asignando el 16.5% de sus ingresos a la canasta ANDI, lo que demuestra la importancia de los productos que la componen a la hora de tomar decisiones de consumo por parte de los hogares em Colombia.

CRECIMIENTO ANUAL DEL GASTO REAL – (MAR-22 VS MAR-23)



POCKET SHARE PARA CANASTAS – MAR 2023

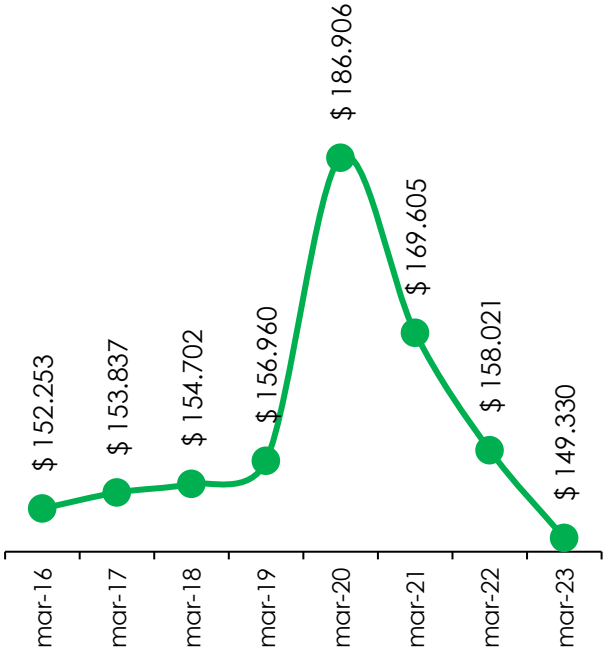


Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

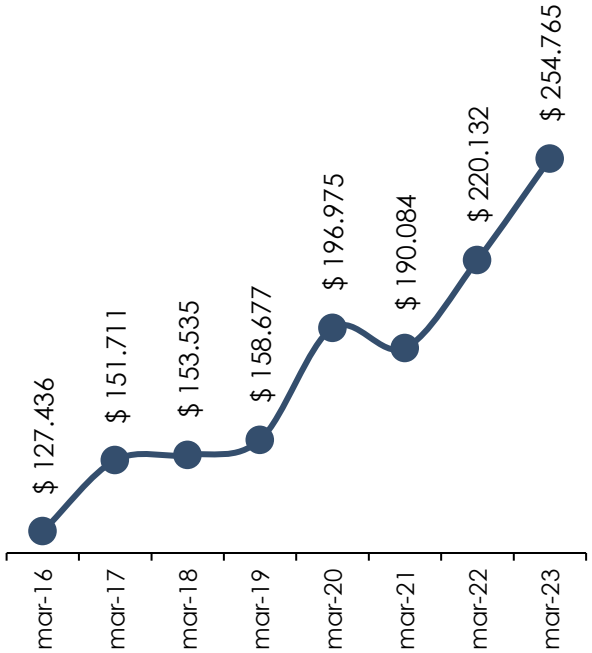
RADDAR Consumer Knowledge Group

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI POR PERSONA

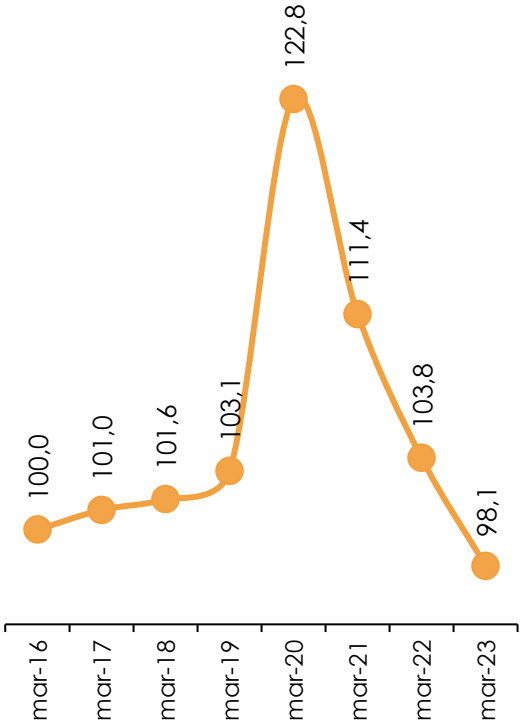
GASTO PERCAPITA REAL MENSUAL



GASTO PERCAPITA CORRIENTE MENSUAL



ÍNDICE DEL GASTO REAL (FEB16 =BASE 100)



Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

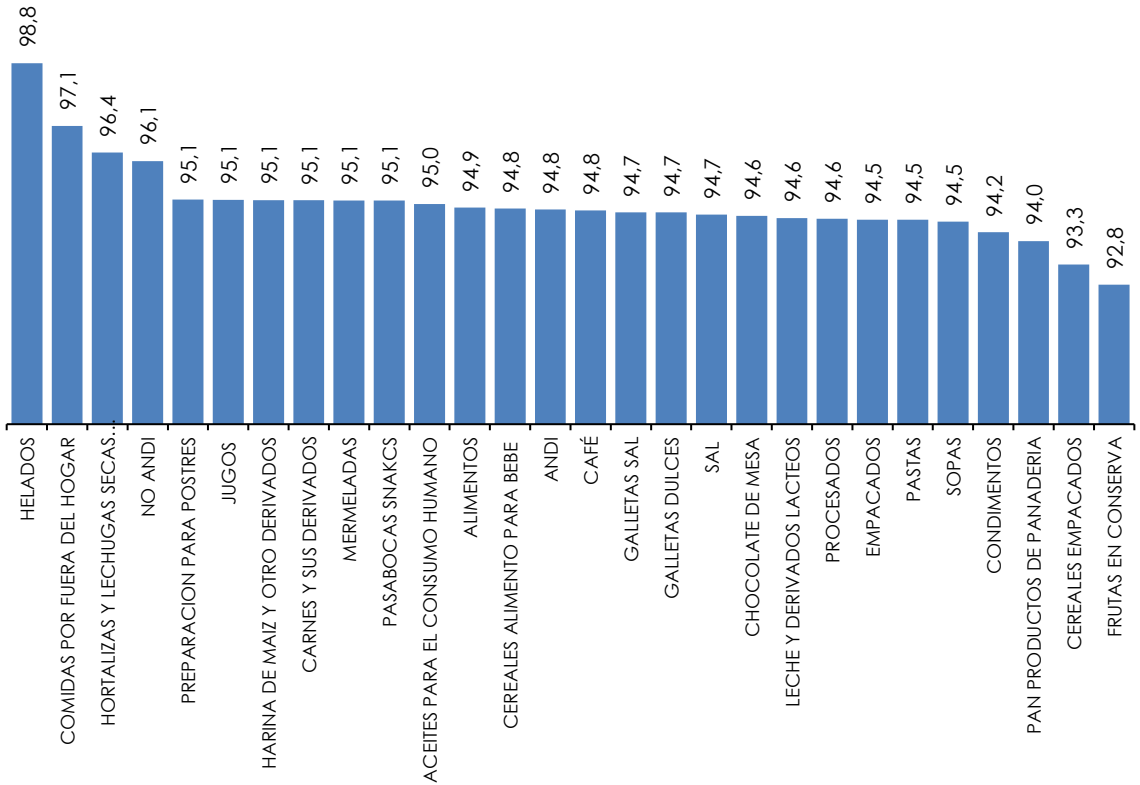
ANDI MÁS PAÍS CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS
RADDAR Consumer Knowledge Group

El mes de la contracción del gasto real, sin duda alguna fue marzo del 2023, en donde todas las categorías cayeron de forma sustancial en la cantidad de artículos que pudieron adquirir los hogares. Lo que demuestra que la dinámica por mantener niveles de consumo ha comenzado a desacelerarse.

Helados y comidas por fuera del hogar, de la mano con hortalizas y legumbres fueron las categorías con la mejor dinámica en los hogares en Colombia, sin embargo, se mantienen por debajo de 100, por 2 o 3 unidades respectivamente.

Frutas en conserva, cereales empacados y pan y productos de panadería presentaron la dinámica más baja del gasto real. Sin embargo, Lo que se espera en lo corrido de este 2023, es que la inflación tienda a la baja después del primer semestre, lo que podría aliviar un poco el bolsillo de los hogares en Colombia.

ÍNDICE DE GASTO REAL SEGÚN CATEGORÍAS EN ALIMENTOS (BASE MARZO 2022=100)

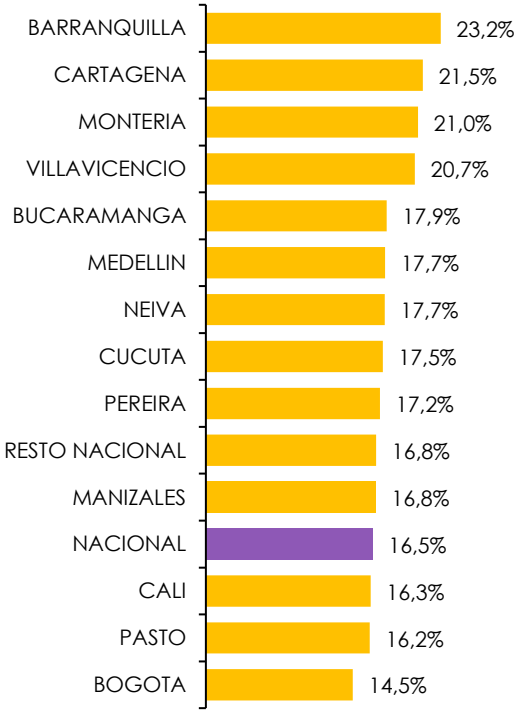


ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

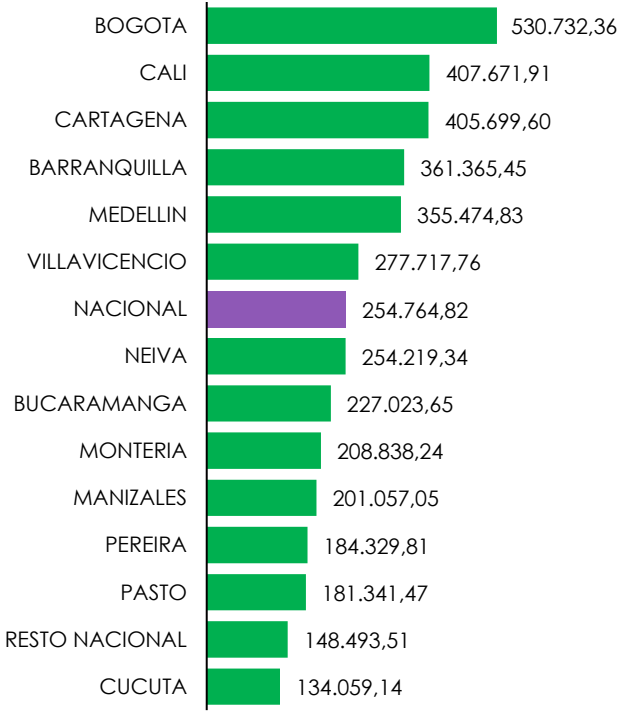
Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

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

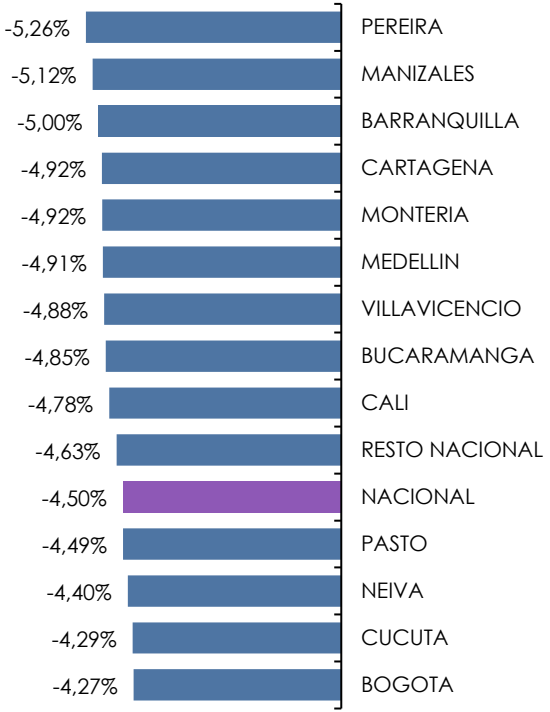
¿CUÁNTO PESA EL GASTO EN LA CANASTAS ANDI POR CIUDADES?



PER CAPITA COMPARADO



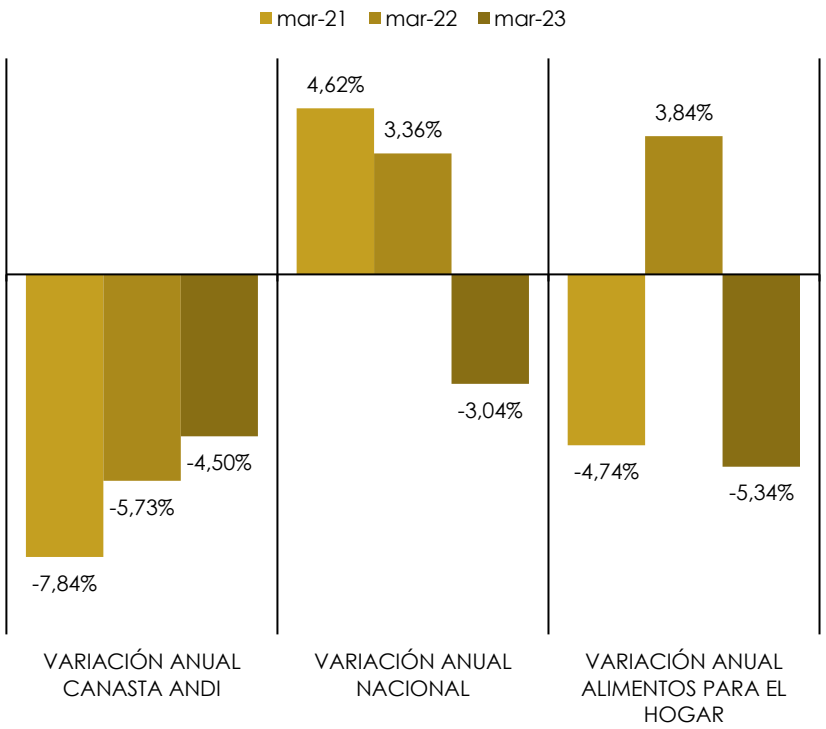
VARIACIÓN ANUAL REAL POR UNIDADES GEOGRÁFICAS



Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

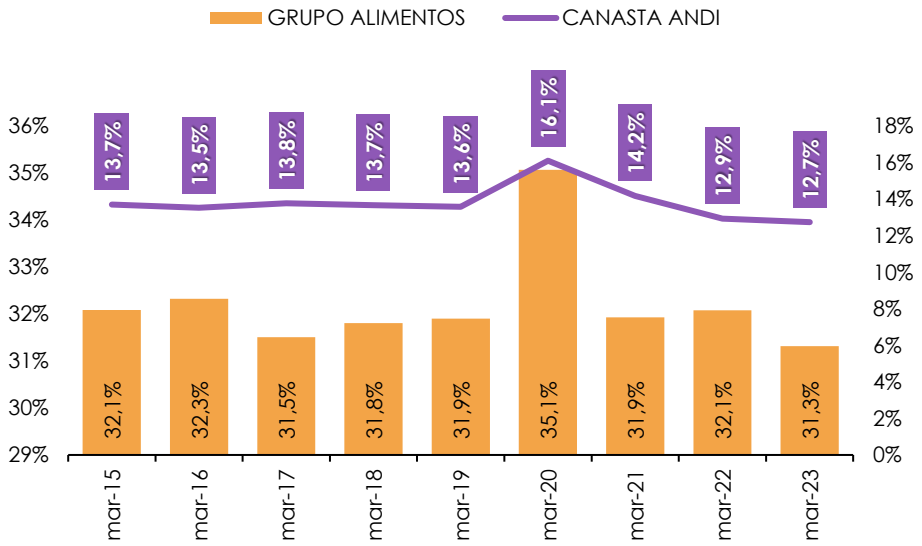
ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

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



EN COMPARACIÓN A MARZO DE 2022, EL GASTO REAL DE LOS HOGARES EN ALIMENTOS Y EN LA CANASTA ANDI TUVO UN COMPORTAMIENTO NEGATIVO, EVIDENCIANDO LA DESACELERACIÓN DEL GASTO COMO CONSECUENCIA DE UNA INFLACIÓN QUE NO CEDE A LA BAJA. SIN EMBARGO, LA CANASTA DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR CAE EN MAYOR PROPORCIÓN A LA CANASTA ANDI, RESULTADO DE PRODUCTOS CON MAYOR INFLACIÓN QUE LA CANASTA ANDI NO CONSIDERA.

PS REAL POR CANASTA



Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

RADDAR Consumer Knowledge Group

ANDI MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

COMPORTAMIENTO DE LA CANASTA ANDI- MARZO 23

CATEGORÍA	Variación anual Corriente	Variación anual Real	Variación Anual de Precios	Pocket Share
TOTAL GASTO DE LOS HOGARES	9,90%	-3,04%	13,34%	100,00%
TOTAL GASTO HOGARES EN ALIMENTOS	14,65%	-5,34%	21,11%	39,49%
EMPACADOS	21,21%	-4,55%	26,99%	13,46%
PROCESADOS	17,54%	-4,54%	23,13%	19,25%
TOTAL CANASTA ANDIALIMENTOS	16,96%	-4,50%	22,47%	16,50%
NO ANDI	13,04%	-2,81%	16,31%	22,99%
ACEITES PARA CONSUMO HUMANO	10,56%	-4,05%	15,23%	0,92%
CARNES Y SUS DERIVADOS	11,11%	-4,35%	16,16%	7,17%
CEREALES EMPACADOS	17,30%	-4,11%	22,32%	0,09%
CHOCOLATE DE MESA	22,90%	-4,39%	28,55%	0,38%
CONDIMENTOS	10,13%	-4,92%	15,83%	0,19%
SAL	21,60%	-4,50%	27,33%	0,09%
VERDURAS: SECAS, ENLATADAS O EMPACADAS	33,09%	-3,40%	37,78%	0,43%
HARINA DE MAIZ Y OTROS DERIVADOS	20,84%	-4,11%	26,02%	0,15%
ALIMENTOS PARA BEBE	24,42%	-4,31%	30,01%	0,32%
GALLETAS DULCES	13,08%	-4,36%	18,24%	0,01%
GALLETAS SAL	13,08%	-4,36%	18,24%	0,08%
HELADOS	16,17%	-3,84%	20,82%	0,35%
JUGOS	9,10%	-4,75%	14,54%	0,06%
LECHE Y DERIVADOS LACTEOS	24,21%	-4,50%	30,06%	3,86%
MERMELADAS	21,98%	-4,18%	27,30%	0,04%
PAN PRODUCTOS DE PANADERIA	18,53%	-5,20%	25,03%	1,92%
PASABOCAS SNAKCS	21,98%	-4,18%	27,30%	0,38%
PASTAS	11,17%	-4,74%	16,70%	0,17%
CAFÉ	35,57%	-4,20%	41,51%	0,53%
PREPARACION PARA POSTRES	21,70%	-4,14%	26,95%	0,06%
SOPAS	13,71%	-4,69%	19,31%	0,07%
FRUTAS EN CONSERVAS	5,45%	-5,78%	11,92%	0,01%
COMIDAS POR FUERA DEL HOGAR	14,22%	-4,34%	19,40%	7,15%

Fuente: Gastometría marzo2023, RADDAR

RADDAR Consumer Knowledge Group

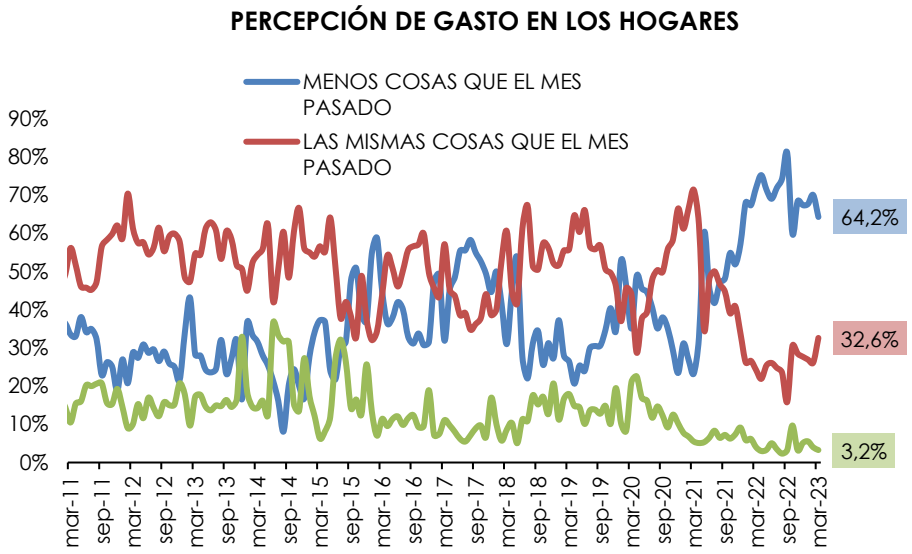
RADDAR

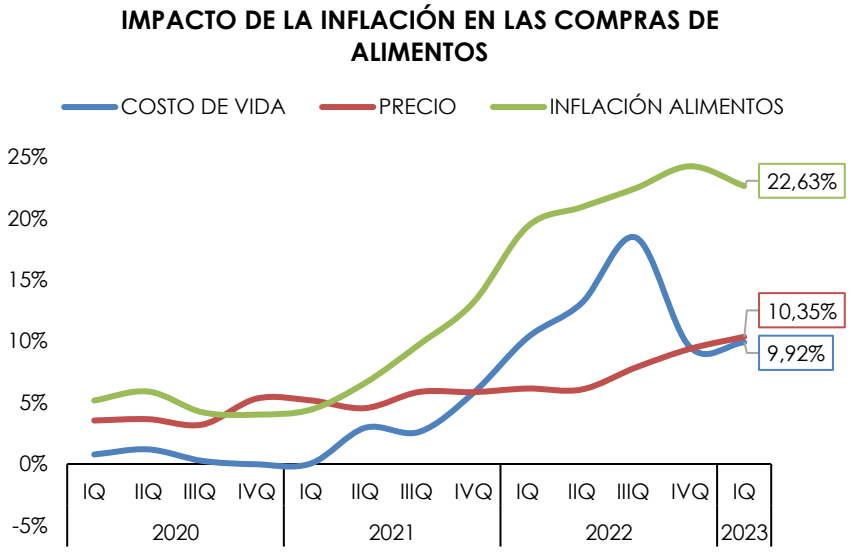
HÁBITOS DE CONSUMO
IQ 2023

ANDI ALIMENTOS

ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA
INDUSTRIA DE ALIMENTOS

PESE A LA ESTABILIZACIÓN DE LOS PRECIOS EL "COSTO DE VIDA" COMO PROBLEMÁTICA CAMBIA SU TENDENCIA.





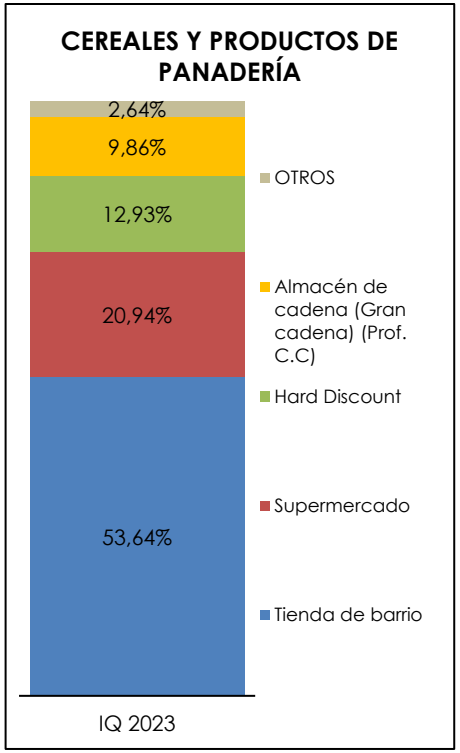
Durante el tercer mes del año, la mayoría de los hogares sintieron una pérdida en su poder adquisitivo, siendo que el 64% de los hogares declararon haber comprado menos cosas que el mes pasado. Sin embargo, la percepción de compra parece tender hacia una sensación de paridad con respecto al mes pasado, así como el comprar las mismas cosas repunta, como resultado a que tal vez los hogares se están acostumbrando a los altos precios.

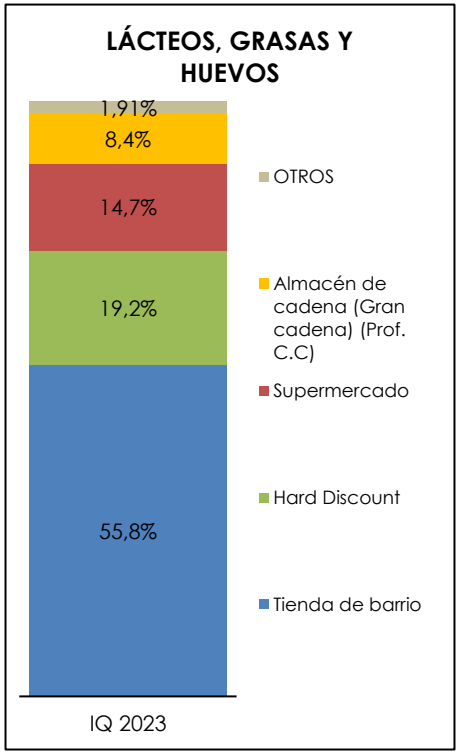
Este cambio podría estar relacionado con la desaceleración del ritmo inflacionario en marzo, aunque el "costo de la vida" como principal problema expresado por los encuestados aumentó en comparación con el mes anterior, lo que puede responder a que los rubros que impulsaron la inflación durante este mes fueron aquellos que forman parte de los gastos frecuentes del hogar, como servicios públicos, alimentos y transporte, en los cuales los hogares sienten en mayor medida el aumento de sus precios.

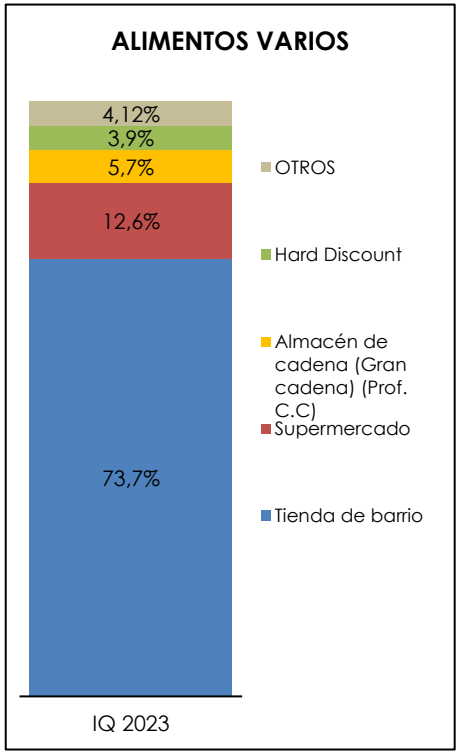
Fuente: Consumer track marzo 2023, RADDAR

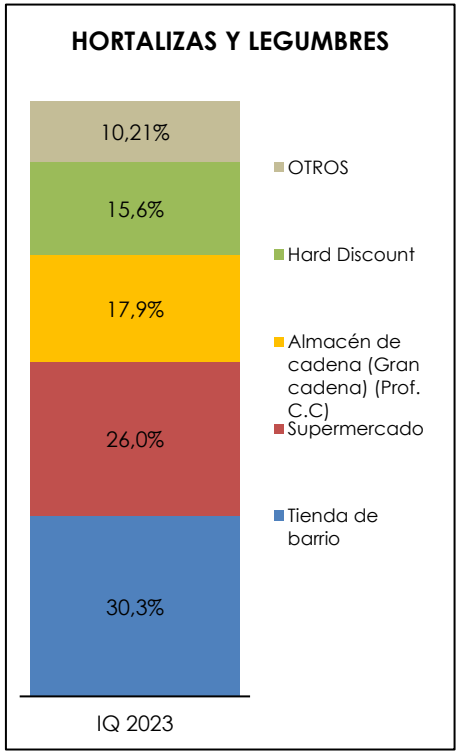
ANDI MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

TIENDA DE BARRIO ES EL REY DE LAS COMPRAS EN ALIMENTOS





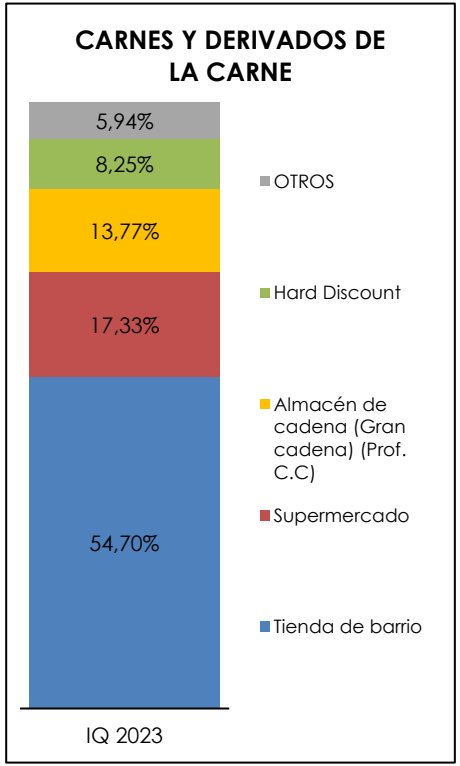


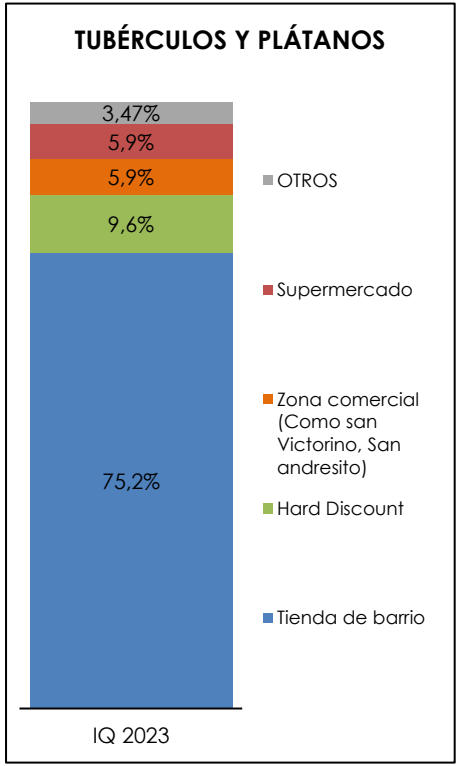


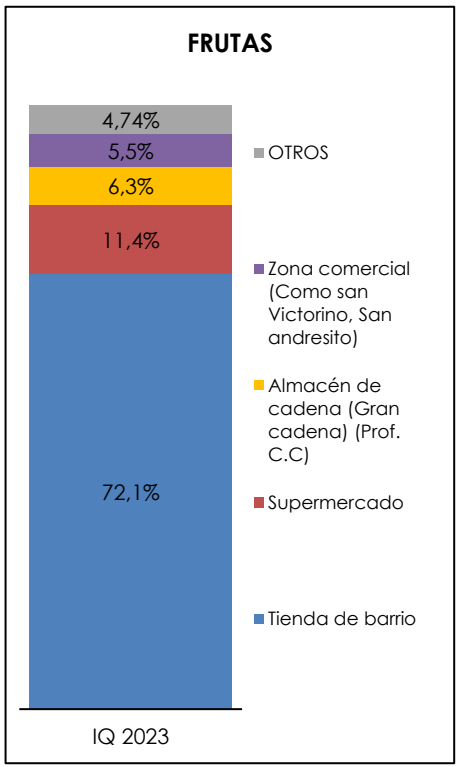
Alimentos varios es la categoría con más participación en tiendas de barrio, comportamiento que hace sentido debido a que en esta categoría se encuentran productos como: condimentos, chocolate y café. Por otro lado, hortalizas y legumbres se diversifica de manera más importante posiblemente como resultado de una búsqueda de precios más bajos, así como de disponibilidad en la mayoría de los canales.

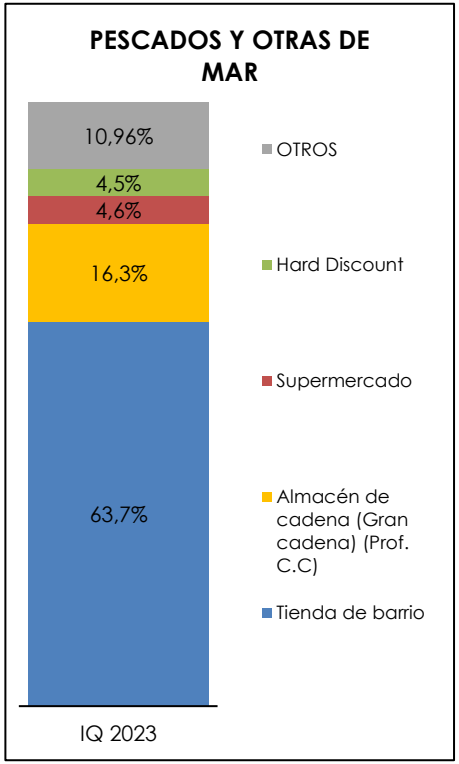
Fuente: Consumer track marzo 2023, RADDAR

TIENDA DE BARRIO ES EL REY DE LAS COMPRAS EN ALIMENTOS







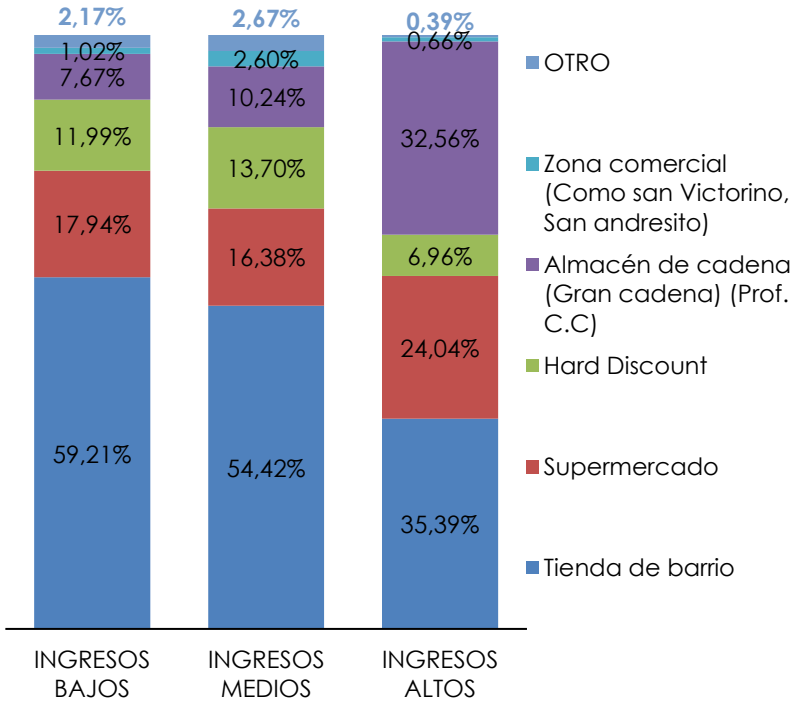


Si bien las tiendas de barrio son las protagonistas de todas las categorías, se evidencia que en pescados y otros de mar se compran en almacenes de cadena y supermercados, en cambio, frutas tiene mayor participación en supermercado, tubérculos en Hard Discount y Zona comercial y por último, carnes y derivados en supermercados y almacenes de cadena.

Fuente: Consumer track marzo 2023, RADDAR

EL EFECTIVO CONTINÚA SIENDO EL PRINCIPAL MEDIO DE PAGO DE ALIMENTOS -IQ 2023

DÓNDE SE COMPRA ALIMENTOS POR NIVEL DE INGRESOS IQ 2023



MEDIOS DE PAGO DE ALIMENTOS PARA EL HOGAR POR NIVEL DE INGRESOS			
¿Cómo lo pagó?	INGRESOS BAJOS	INGRESOS MEDIOS	INGRESOS ALTOS
Efectivo	96,69%	95,90%	78,34%
Debito	2,01%	3,33%	14,94%
Crédito	0,87%	0,41%	3,44%
Billetera Digital (nequi, daviplata)	0,43%	0,35%	3,27%

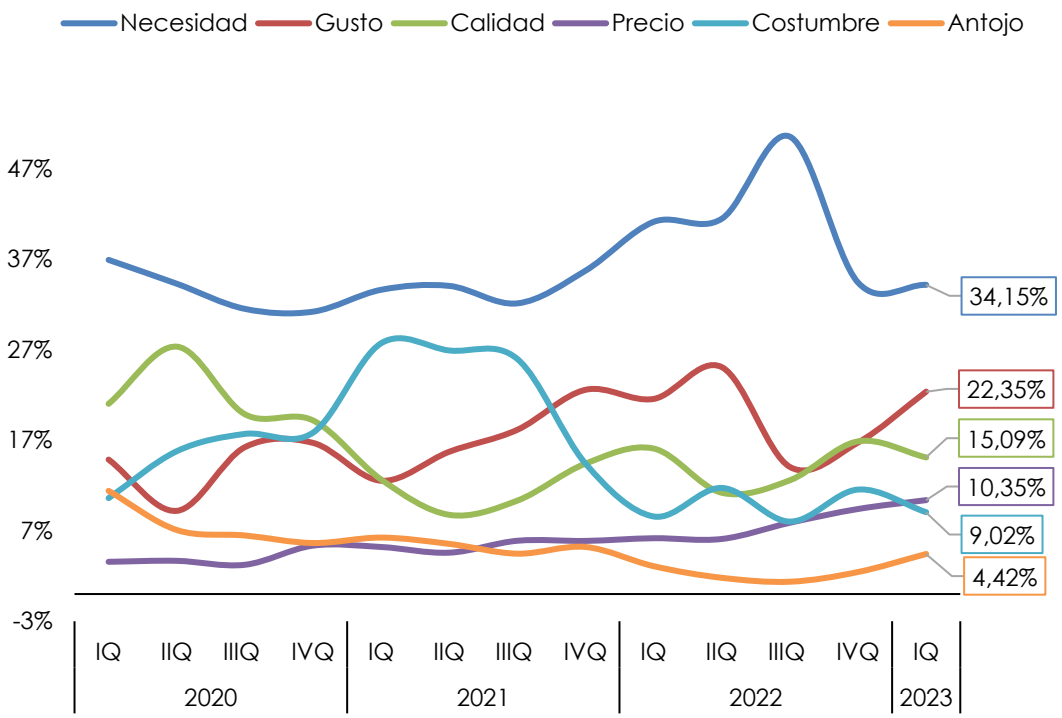
Los hogares de ingresos bajos solucionan el 59% de sus problemas de desabastecimiento en tiendas de barrio, resultado de una dinámica de compra en unidades más pequeñas y de la cercanía al hogar. Ya como otras soluciones el supermercado y el hard discount resuelven dinámicas de búsqueda de precios bajos. Los hogares de ingresos medios presentan la misma dinámica, pero con una mayor participación en almacenes de cadena y Hard Discount. Ya desde ingresos altos, la participación de tienda de barrio es menor a cualquier otro nivel de ingresos, destacando en mayor medida los almacenes de cadena y supermercados como resultado de compras menos frecuentes y de mayores cantidades con el fin de abastecer su hogar por un periodo mayor.

Fuente: Consumer track marzo 2023, RADDAR

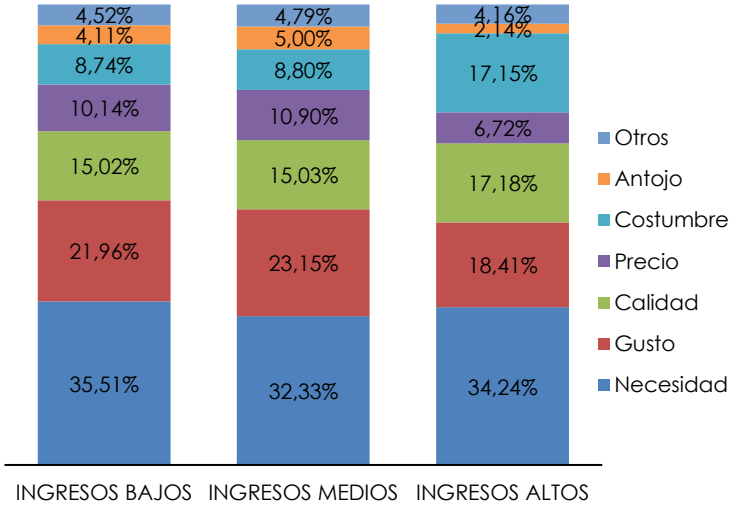
ANDI MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

REPUNTAN LAS COMPRAS POR GUSTO EN ALIMENTOS

MOTIVOS DE COMPRA DE ALIMENTOS



MOTIVOS DE COMPRA POR NIVEL DE INGRESOS



La necesidad es el principal motivo de compra sin importar el nivel de ingresos, seguido por el gusto. Esto derivado de que la alimentación en el hogar se determina como una necesidad básica, sin embargo, el gusto y la calidad son importantes a la hora surtir la canasta alimenticia del hogar. Ya desde ingresos altos la costumbre es más predominante que en otros niveles, ya que el sacrificio cuando se presentan aumentos de precios es menor comparado con ingresos bajos-medios.

Fuente: Consumer track marzo 2023, RADDAR

ANDI MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS

RADDAR

GRACIAS

Marzo 2023

@Raddarckg

Raddar CKG

Raddarckg

RADDAR CKG

¡VISITANOS!

ANDI | MÁS PAÍS
CÁMARA DE LA
INDUSTRIA DE ALIMENTOS