

**¿Cómo van  
las cosas?**



**RADVR**



**TODOS LOS DATOS,  
TODAS LAS CIFRAS  
SON  
LA REPRESENTACIÓN  
ABSTRACTA  
DE LAS DECISIONES  
EMOCIONALES  
DE LAS PERSONAS.**

**RADDVR**

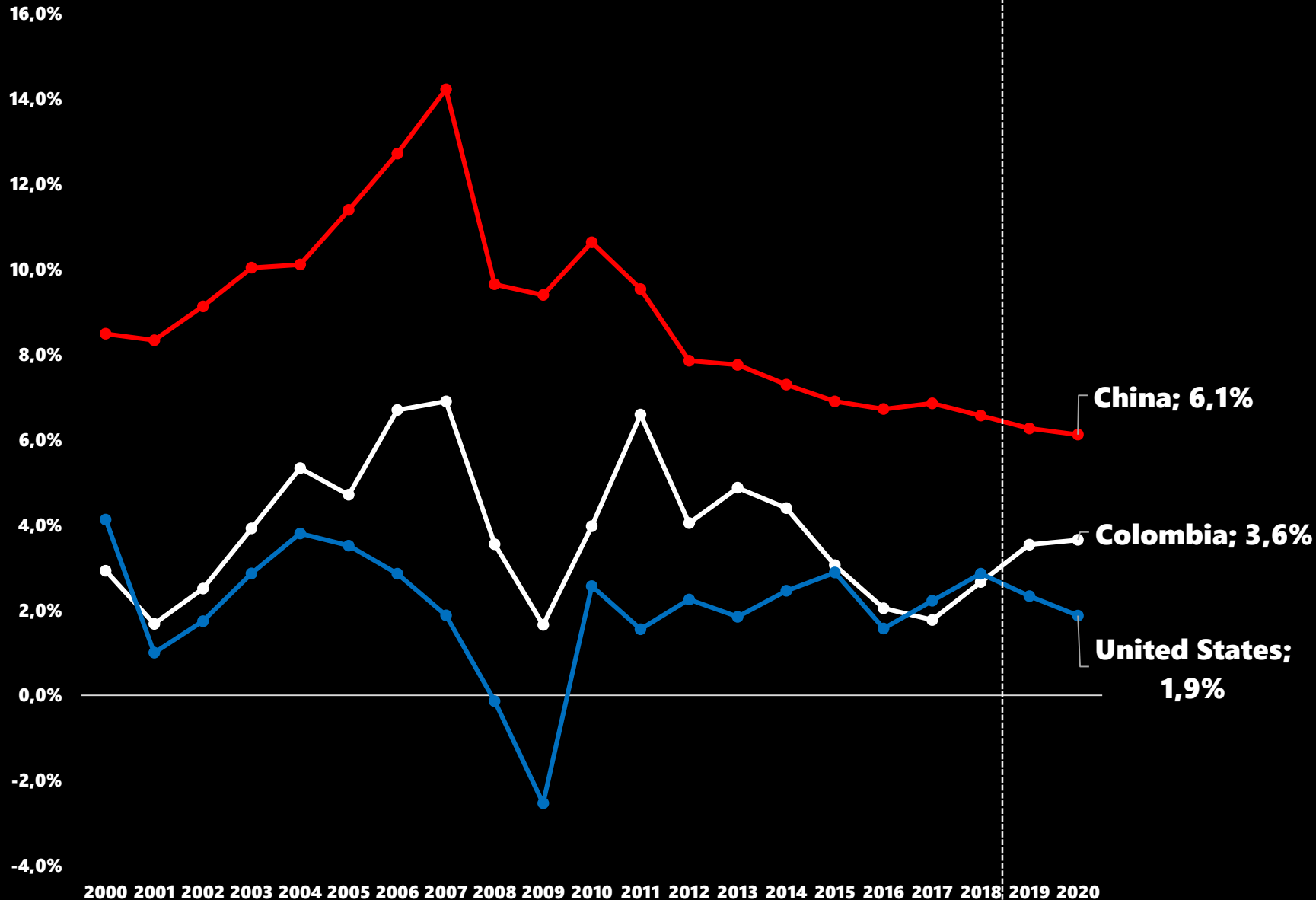




# MUNDO

RADDA

## ¿LA ECONOMÍA ES "TA MAL"?



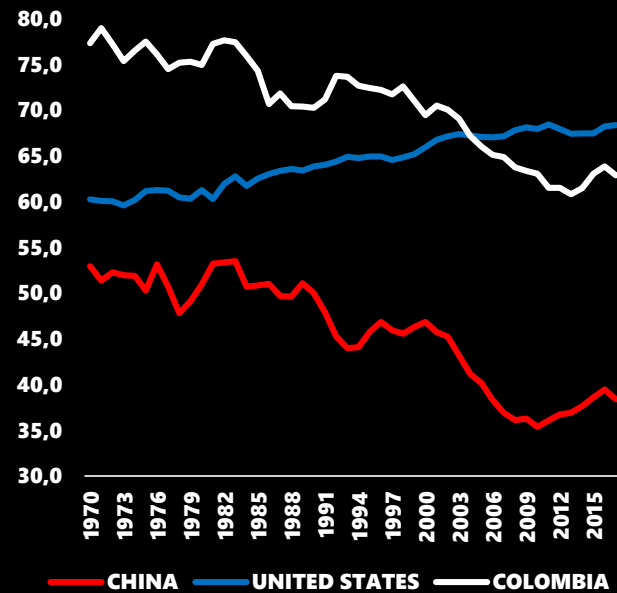
La economía colombiana crece en una tendencia muy similar a la de China y EEUU, pero en magnitudes diferentes.

Con la excepción de 2017 y 2018, en la última década, crecemos por encima de EEUU,

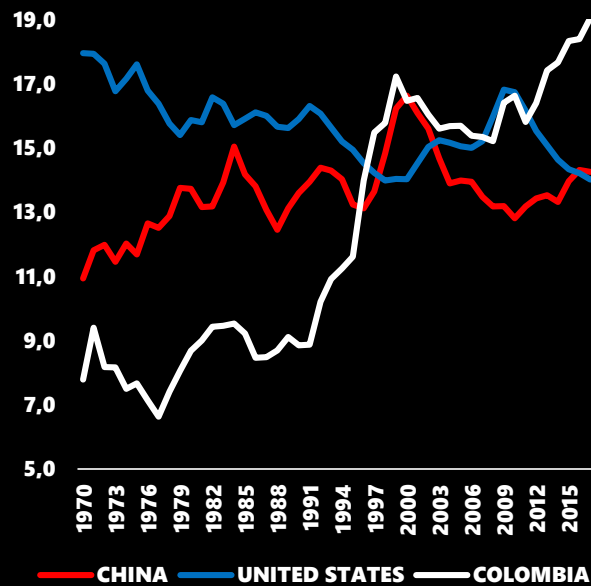
y cerca de la mitad de lo que crece China, más desde 2017, la senda de crecimiento de la economía colombiana es creciente y la China se está frenan.

Colombia seguirá una tendencia de aceleración, mientras los grandes desaceleran.

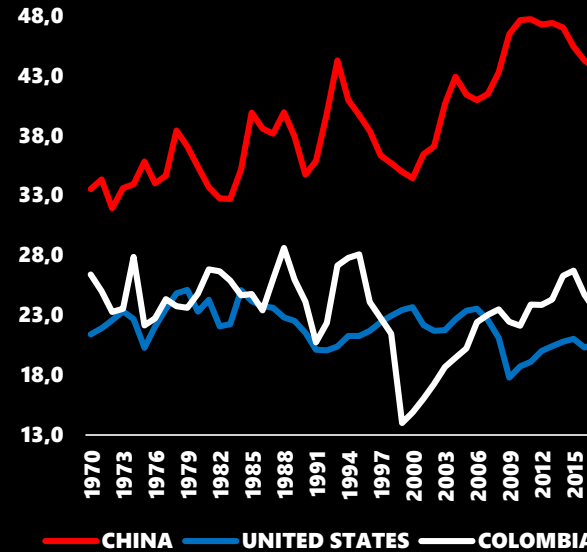
**PESO DEL GASTO DE HOGARES**



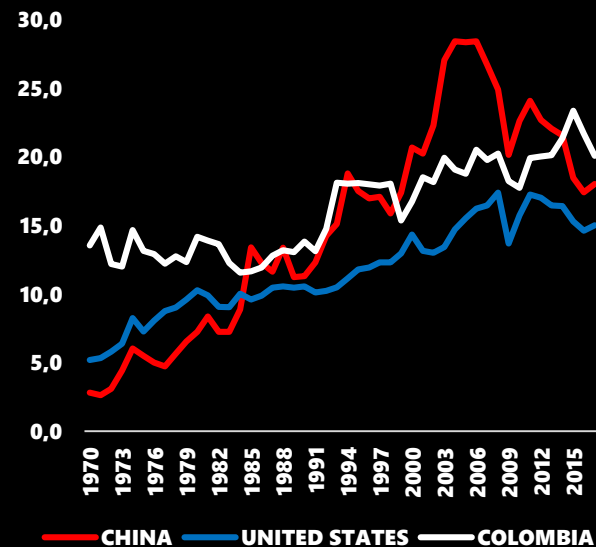
**PESO DEL GASTO PÚBLICO**



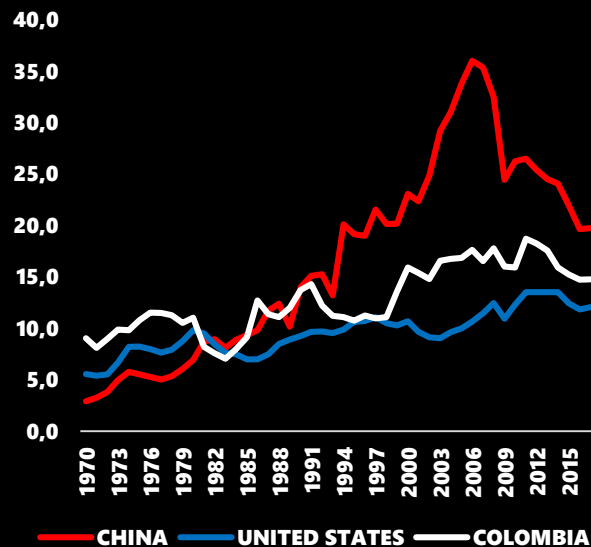
**PESO DE LA INVERSIÓN**



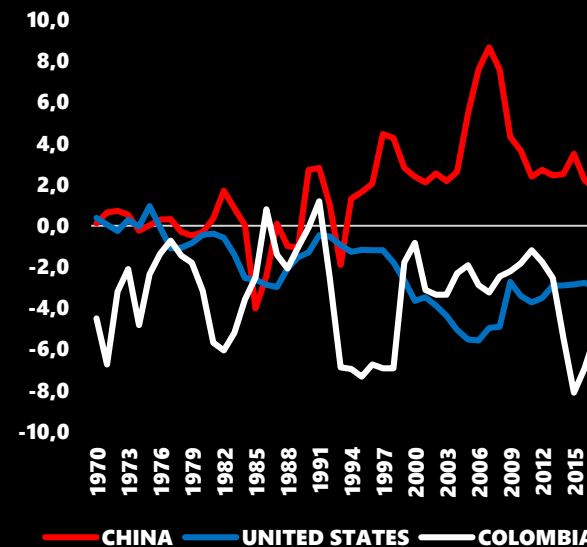
**PESO DE LAS IMPORTACIONES**



**PESO DE LAS EXPORTACIONES**



**PESO DE LA BALANZA COMERCIAL**



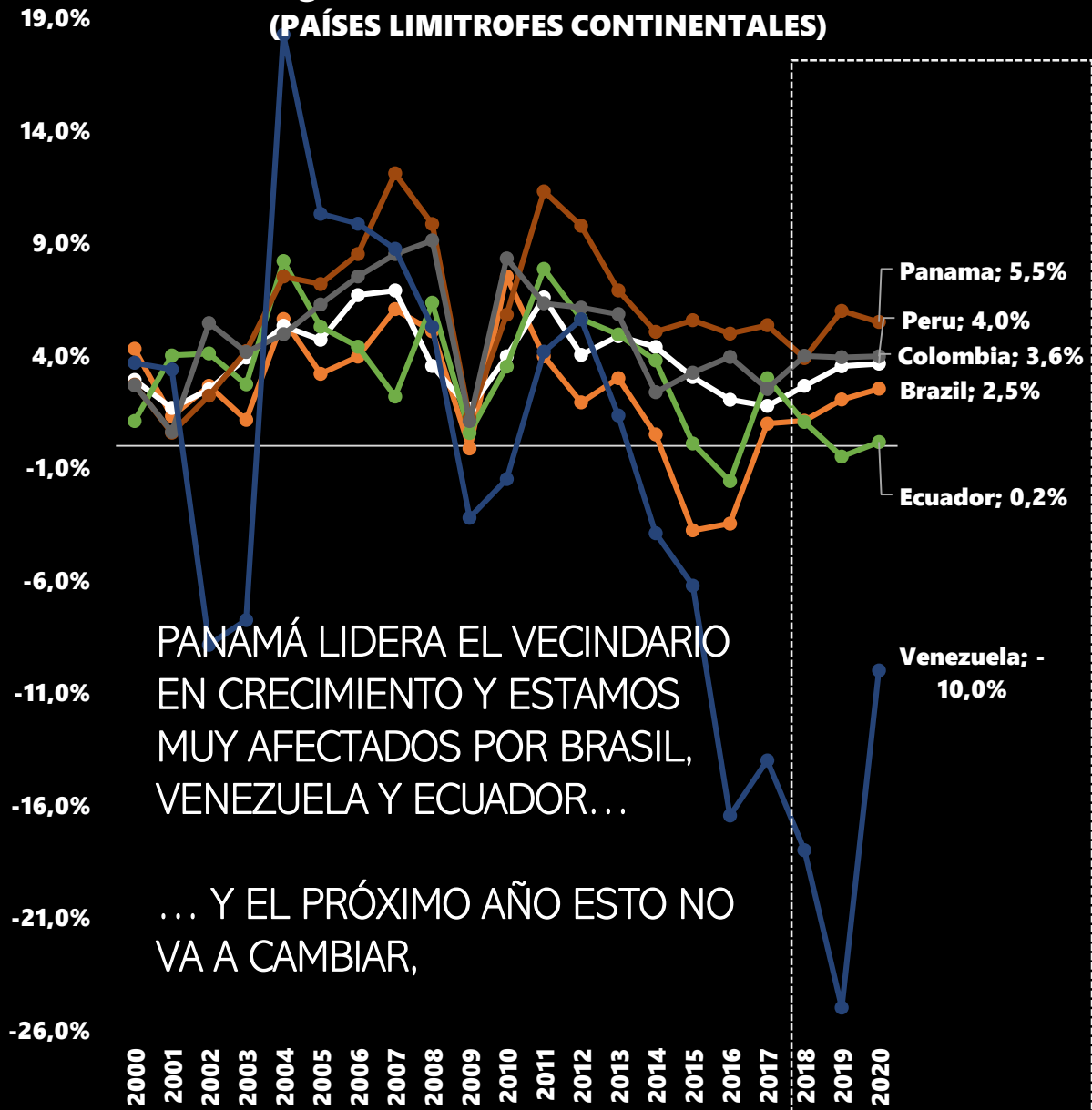
Las tres economías tienen modelos económicos muy diferentes:

China es más focalizada a aumentar su inversión y exportar.

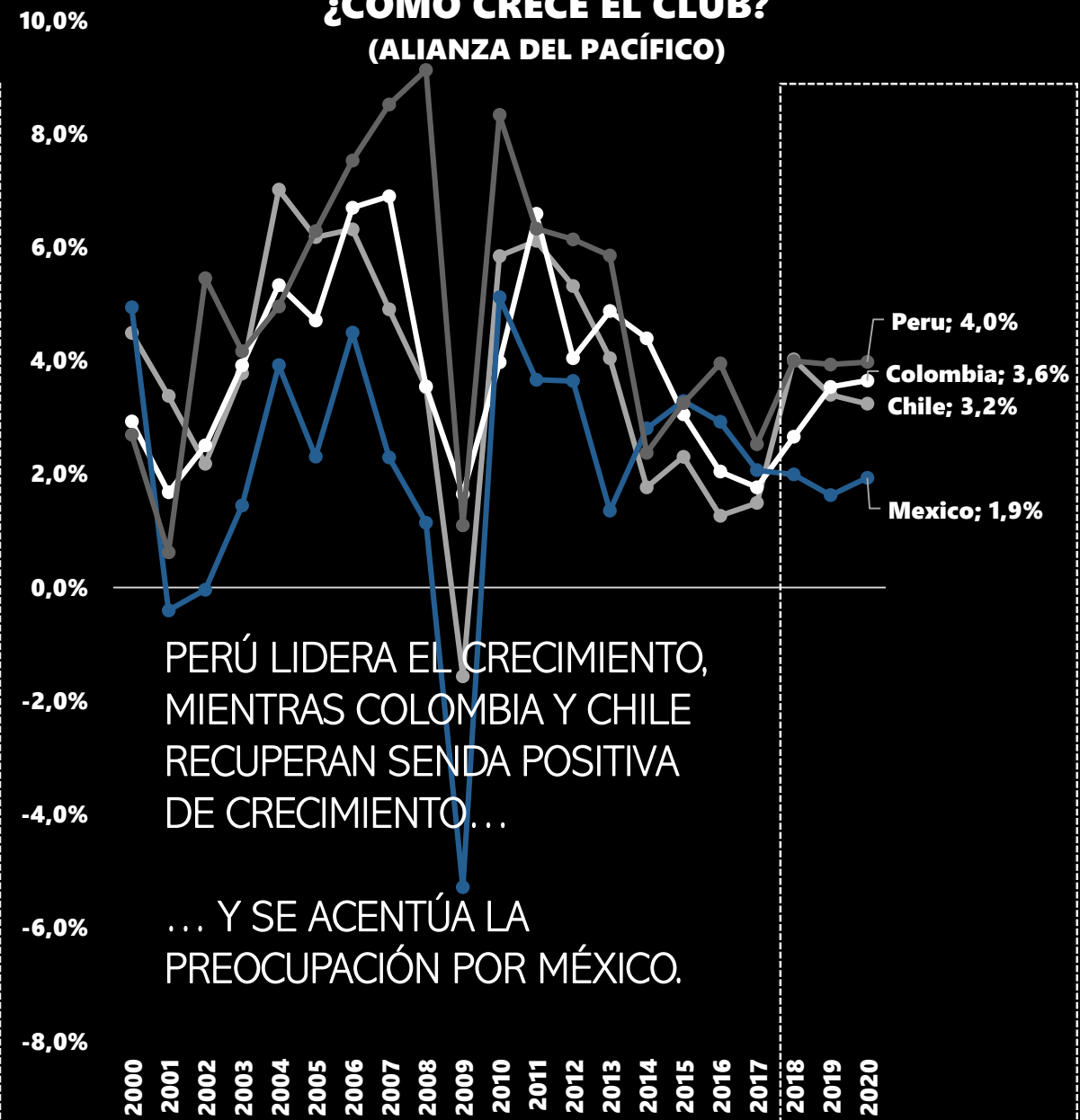
EEUU se está focalizando más el consumo privado con más importaciones.

Colombia se focaliza en aumentar su gasto público y en importaciones, generando un serio problema de balanza comercial.

## ¿CÓMO CRECE EL BARRIO? (PAÍSES LIMITROFES CONTINENTALES)



## ¿CÓMO CRECE EL CLUB? (ALIANZA DEL PACÍFICO)



**¿Cuánto pesa la  
economía  
colombiana en el  
mundo**

A black and white photograph of a person's hand holding a large, dark rectangular sign with a white question mark. The sign is positioned behind the text, which is overlaid on the image. The background is a textured, light gray wall.

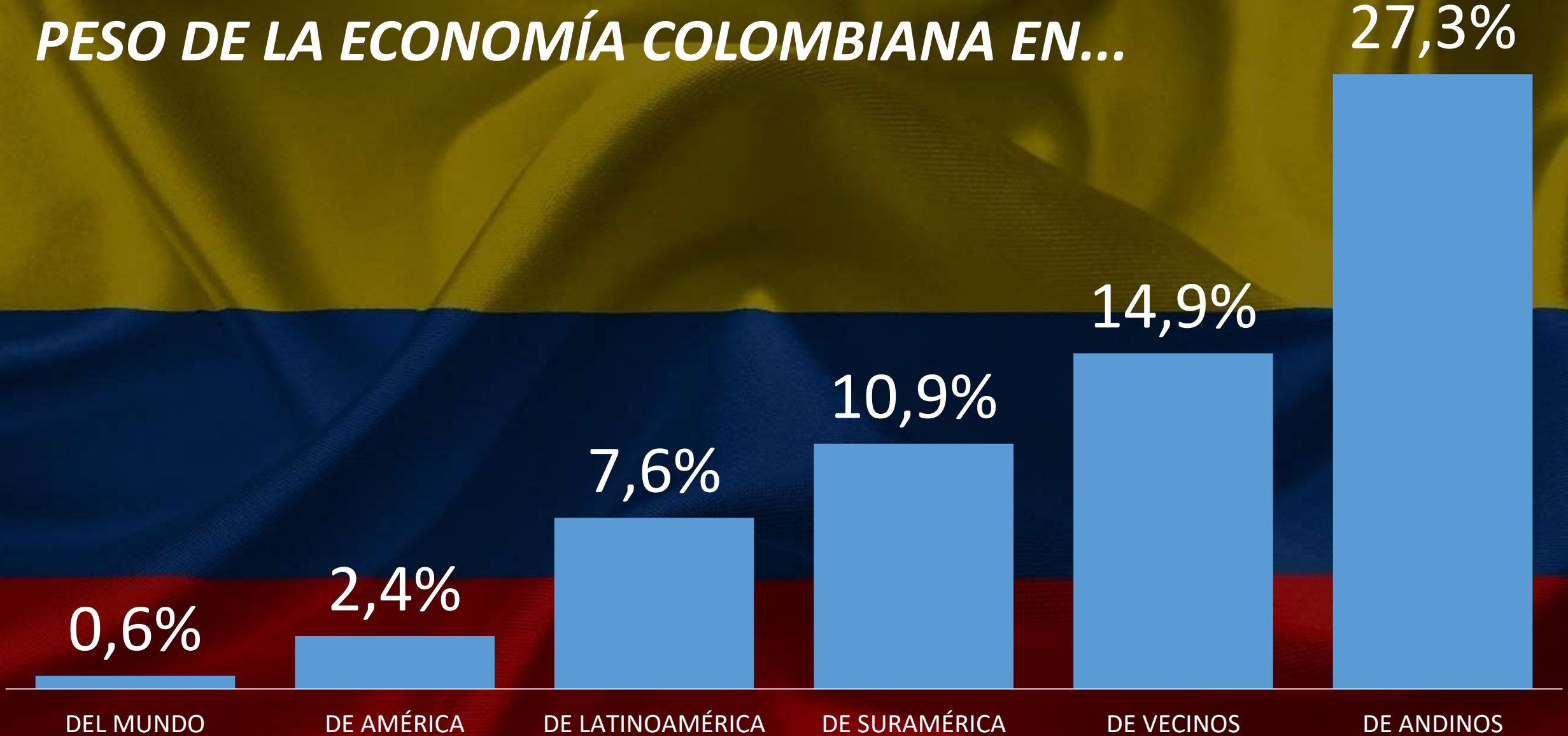


# Colombia es el

**0,58%** De la economía  
mundial



# ***PESO DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA EN...***



**SOMOS LA ECONOMÍA**

**32**

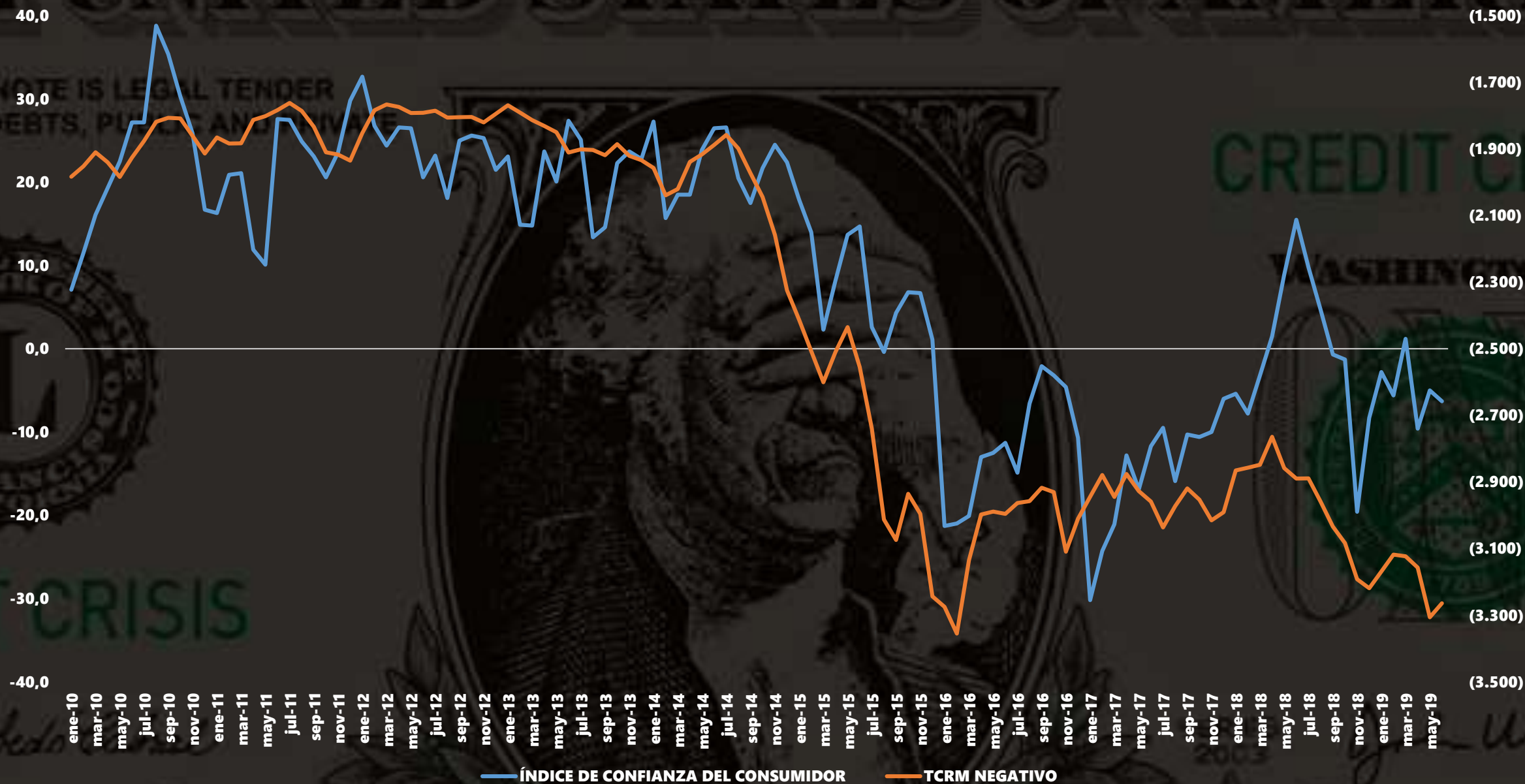
**DE 2000  
SEGÚN EL FMI**





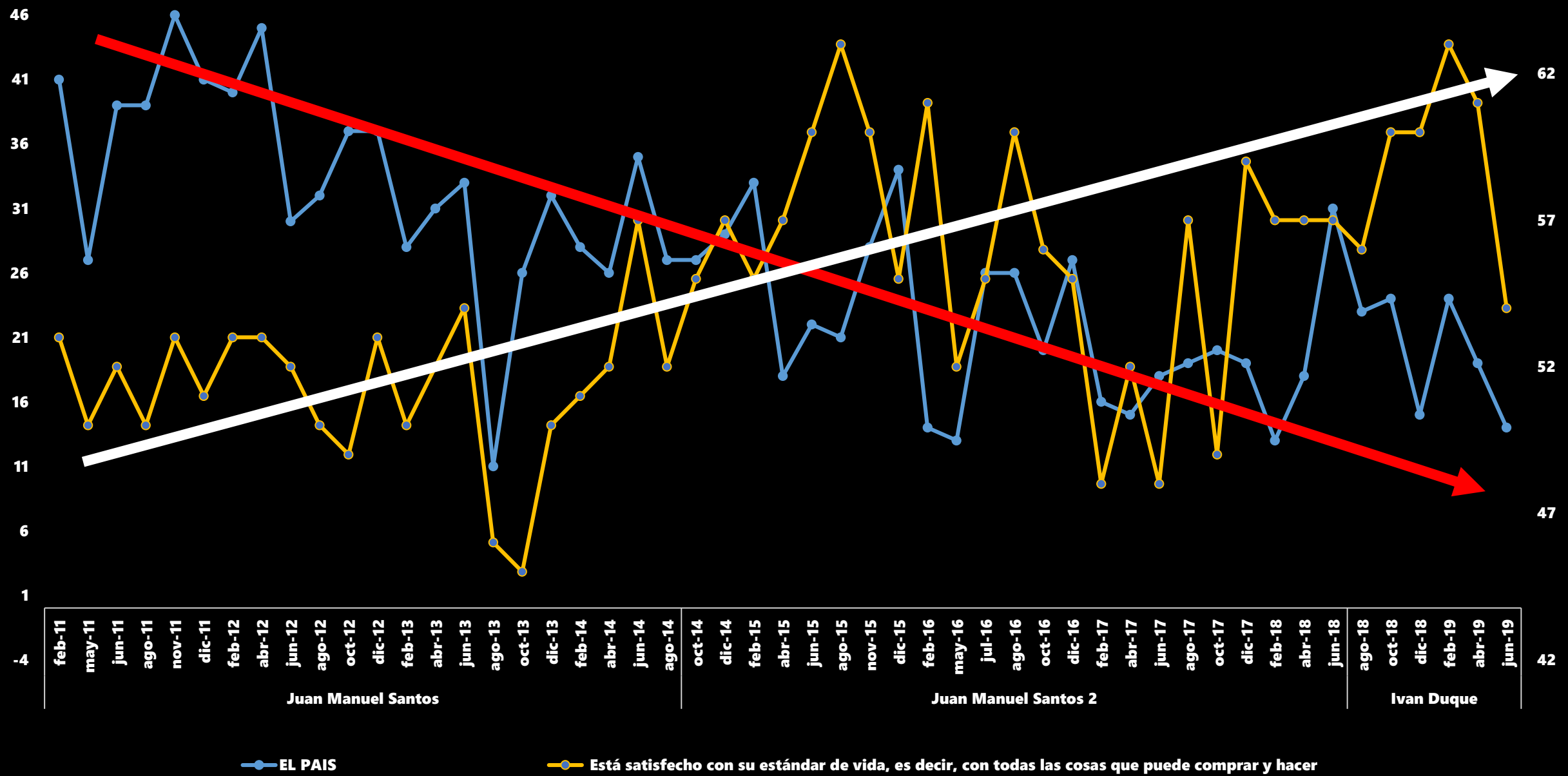
**¿Qué  
preocupa a los  
colombianos?**

## ¿EL TIPO DE CAMBIO NOS AFECTA LA CONFIANZA?





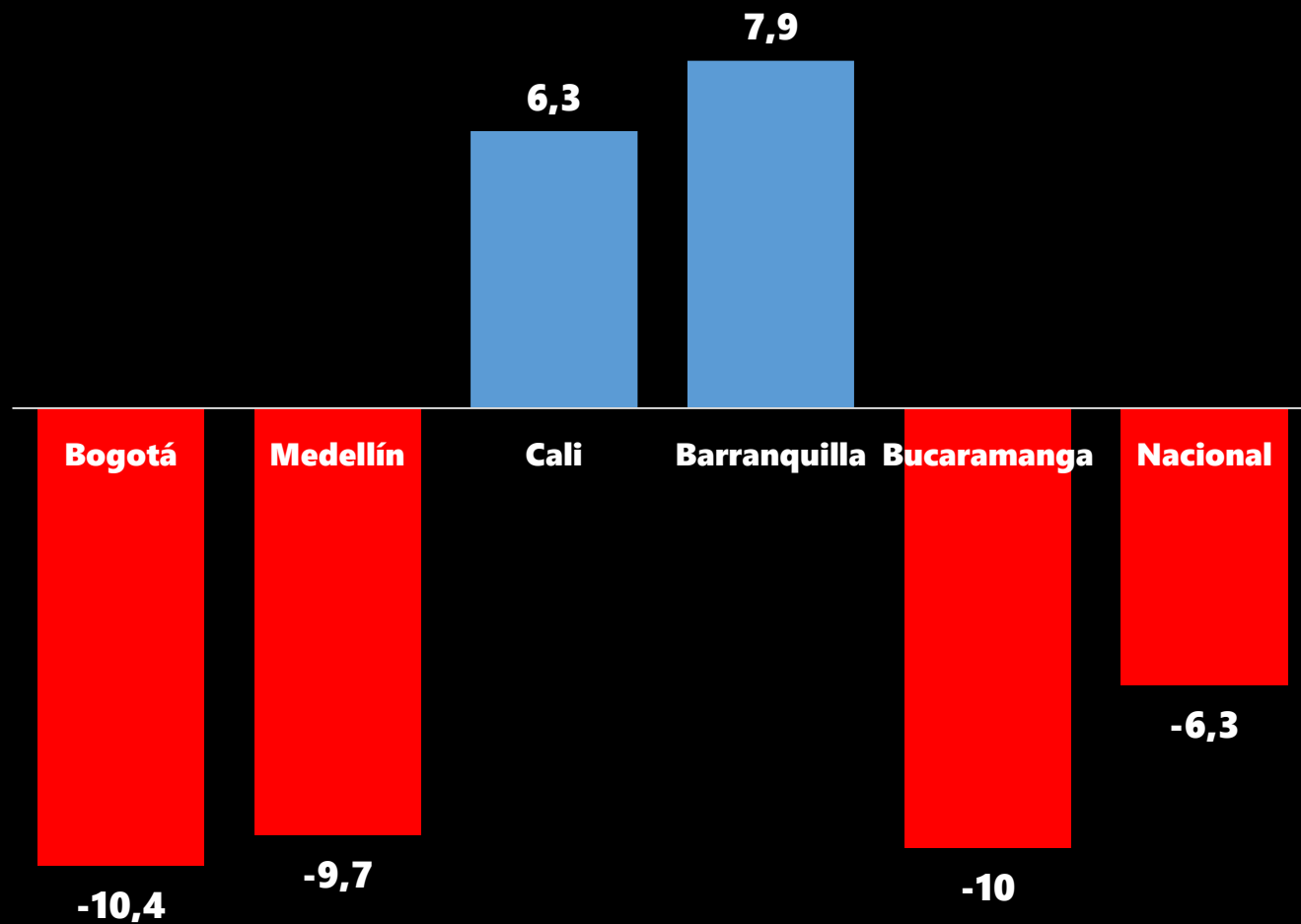
CUANTA GENTE CREE QUE LAS COSAS ESTAN MEJORANDO EN...



PERCEPSIÓ  
REALIDAD



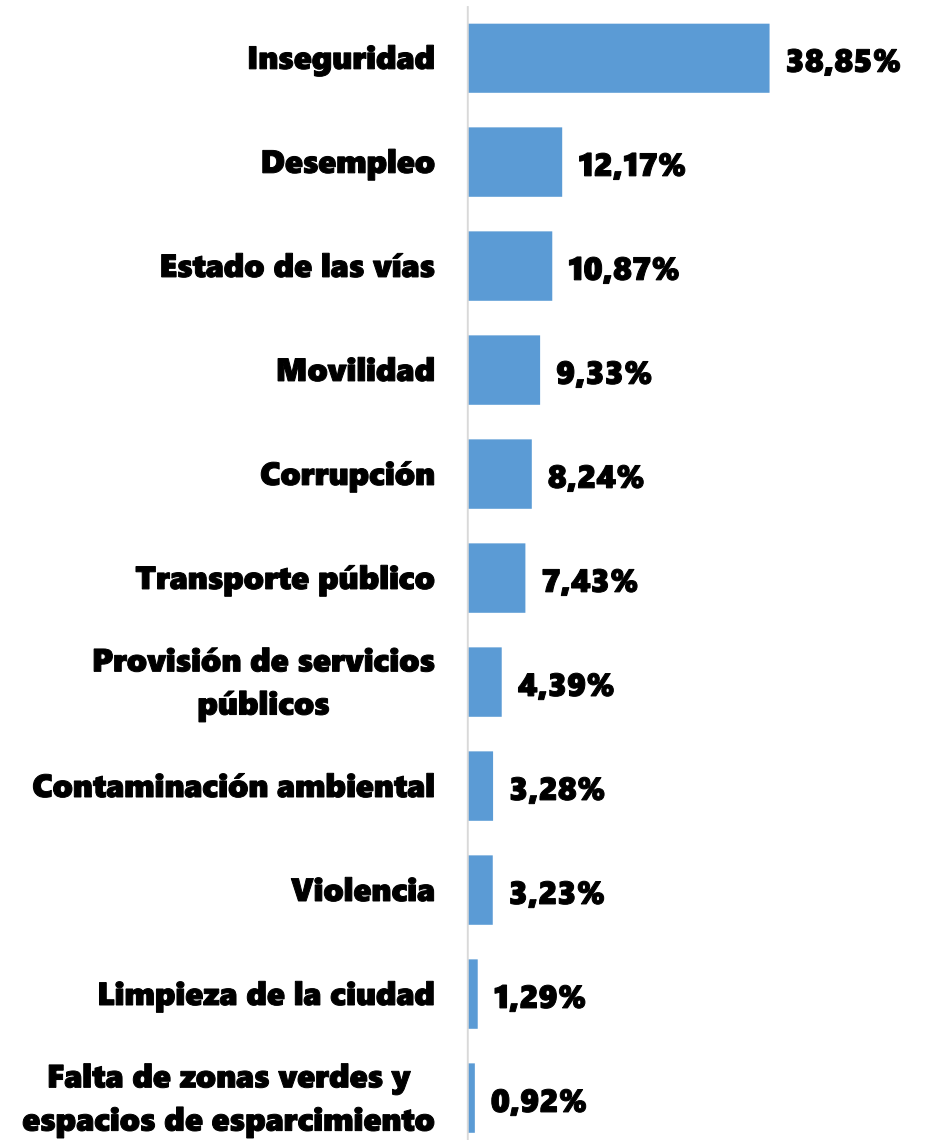
## CONFIANZA DEL CONSUMIDOR 2019



Fuente: FEDESARROLLO – ANÁLISIS RADDAR

RADDAR

## ¿Que espera que el siguiente alcalde solucione en su ciudad?



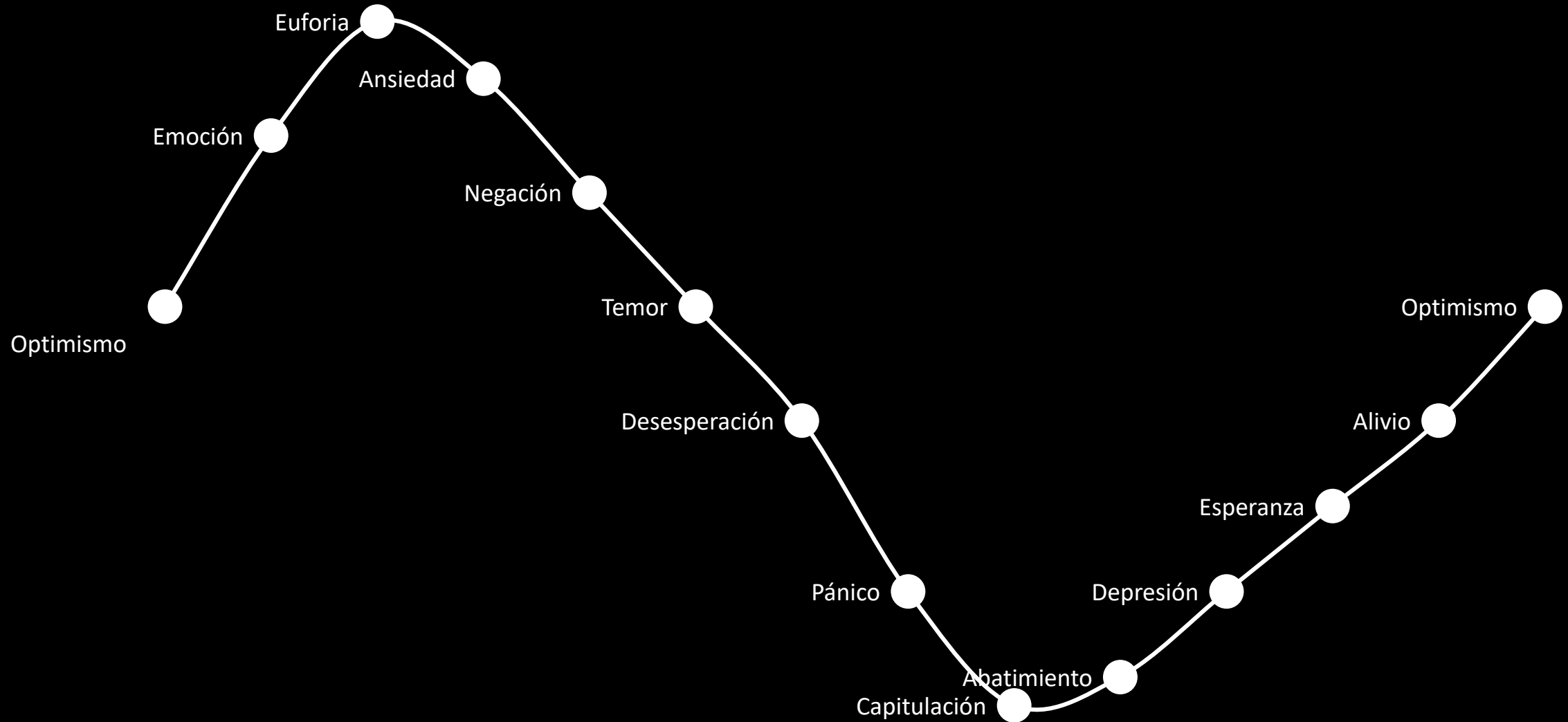




**TODOS LOS DATOS,  
TODAS LAS CIFRAS  
SON  
LA REPRESENTACIÓN  
ABSTRACTA  
DE LAS DECISIONES  
EMOCIONALES  
DE LAS PERSONAS.**

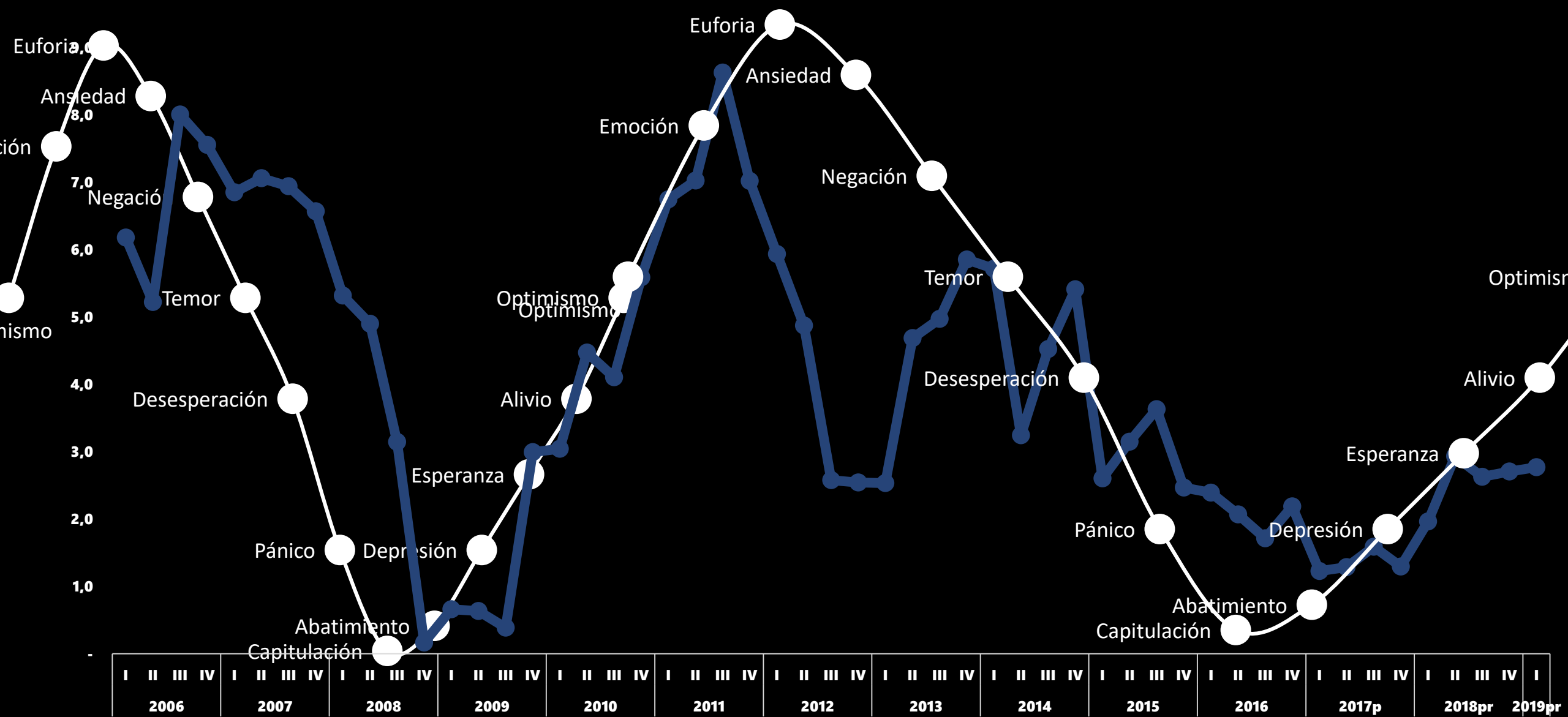


## ESTADOS DE ÁNIMO Y CICLO ECONÓMICO



Fuente: Bancolombia – Riveros, Alex

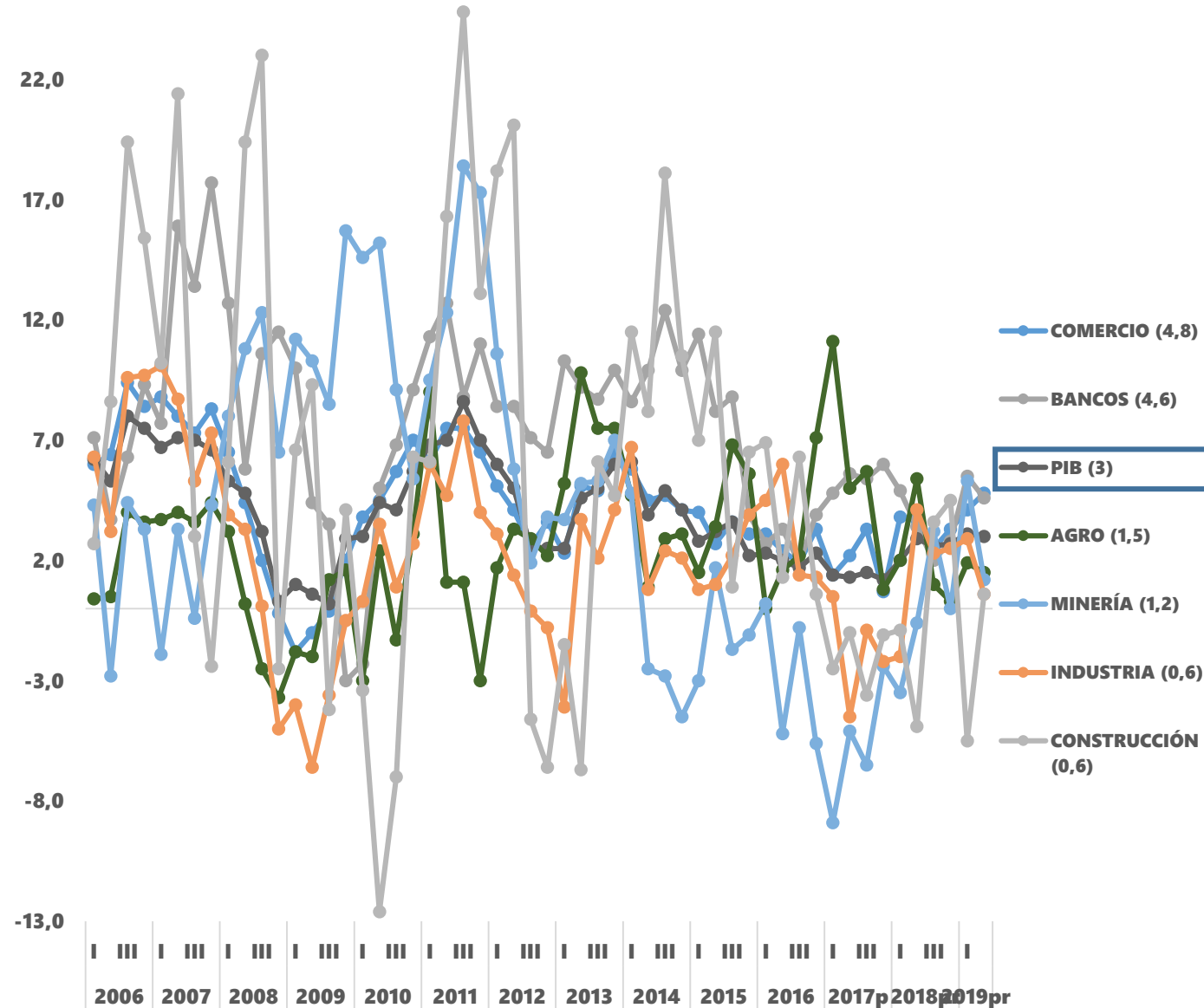
# ¿CÓMO SE HA COMPORTADO LA ECONOMÍA COLOMBIANA?



## PESO EN LA ECONOMÍA COLOMBIANA



## CRECIMIENTO ANUAL DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA



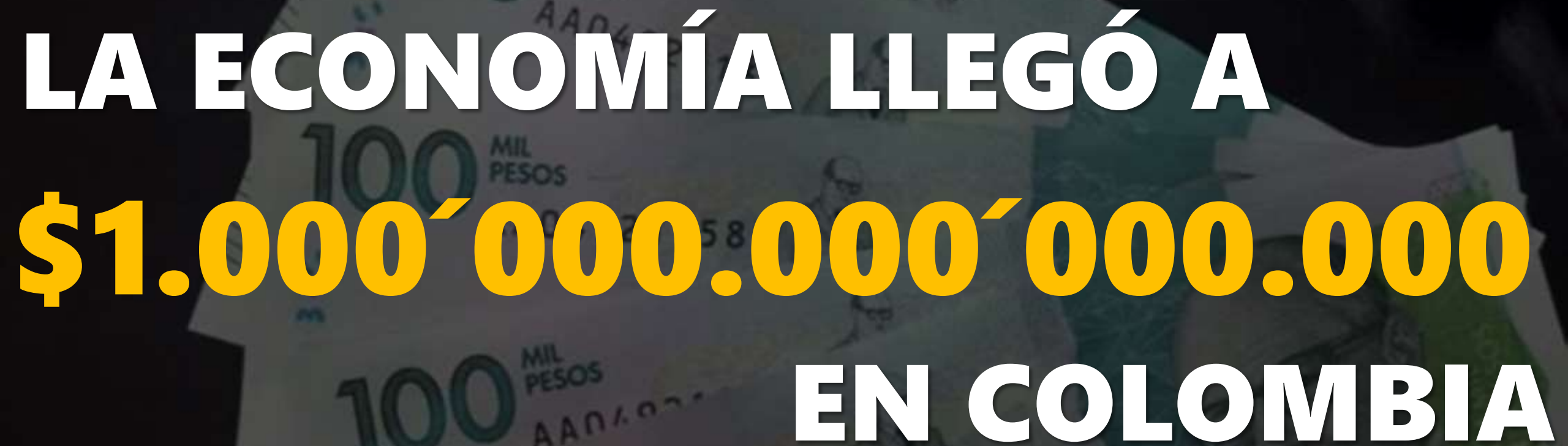
Pese al reto de la necesidad de las importaciones, que se sumó a:

- Una recesión mundial.
- Una caída del precio internacional del petróleo.
- Una devaluación de 67%.
- La pérdida del mercado venezolano.
- El freno de Venezuela, Brasil, Argentina y Ecuador.
- El fenómeno de El Niño.
- Un paro "papero".
- Un paro "camionero".
- ¿3? Reecciones.
- Un proceso de paz.
- El referendo por la paz.
- 6 reformas tributarias.
- Los cambios en el comercio interno.
- La migración venezolana...

¡LA ECONOMÍA COLOMBIANA NUNCA DEJÓ DE CRECER, GRACIAS A LA DEMANDA INTERNA!

# UN AÑO DE GRANDES NÚMEROS





**LA ECONOMÍA LLEGÓ A**  
**\$1.000'000.000'000.000**  
**EN COLOMBIA**

# Las ventas de los centros comerciales alcanzaron su máximo histórico

VENTAS 12 MESES DE LOS CENTROS  
COMERCIALES  
JULIO-19

43  
Billones

ene-09 may-09 sep-09 ene-10 may-10 sep-10 ene-11 may-11 sep-11 ene-12 may-12 sep-12 ene-13 may-13 sep-13 ene-14 may-14 sep-14 ene-15 may-15 sep-15 ene-16 may-16 sep-16 ene-17 may-17 sep-17 ene-18 may-18 sep-18 ene-19 may-19

**5,8%**

# **SE CONSOLIDA LA RECUPERACIÓN EN EL GASTO DE LOS HOGARES**





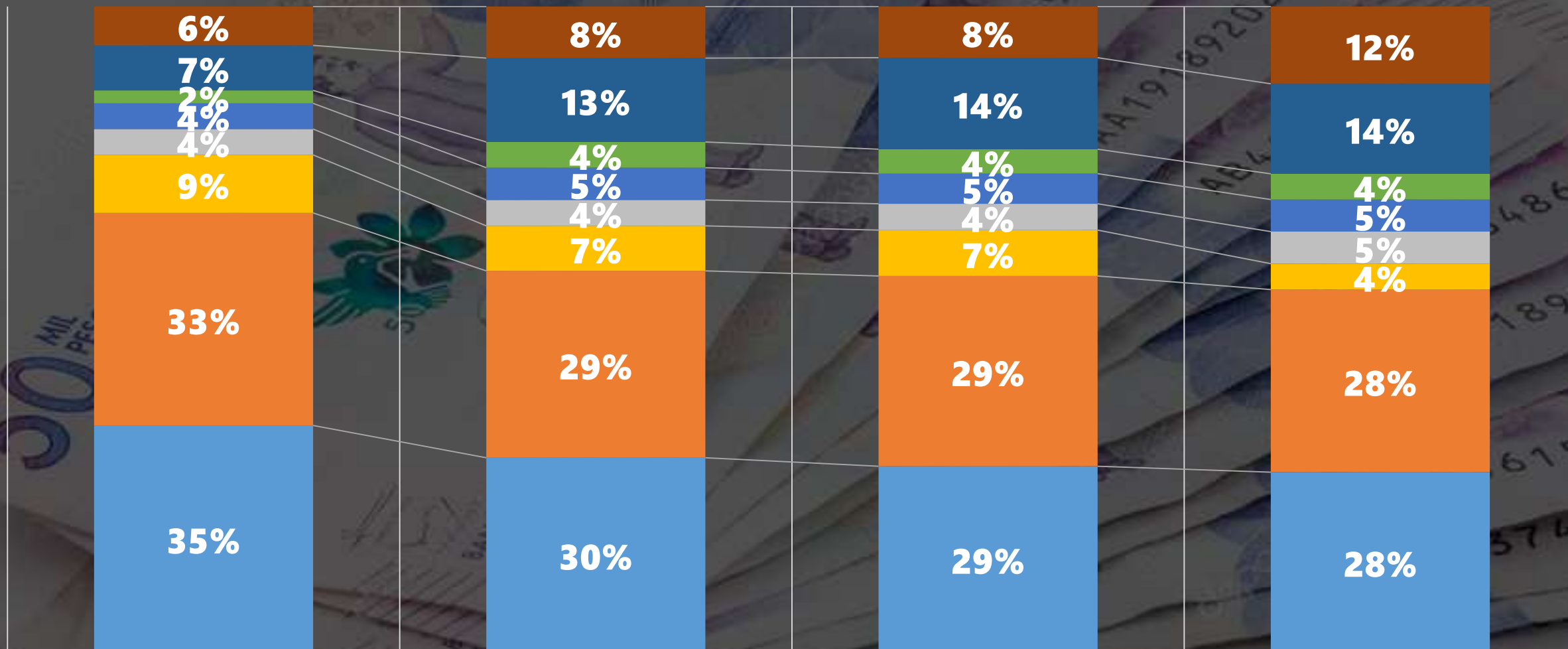
# ¿CÓMO HEMOS CAMBIADO?



**LAS COSAS NO VAN MAL,  
VAN DIFERENTES,  
QUE ES DISTINTO**

# ¿CÓMO NOS GASTAMOS \$100 LOS COLOMBIANOS?

■ ALIMENTOS ■ VIVIENDA ■ VESTUARIO ■ SALUD ■ EDUCACION ■ ENTRETENIMIENTO ■ TRANSPORTE Y COMUNICACIONES ■ GASTOS VARIOS

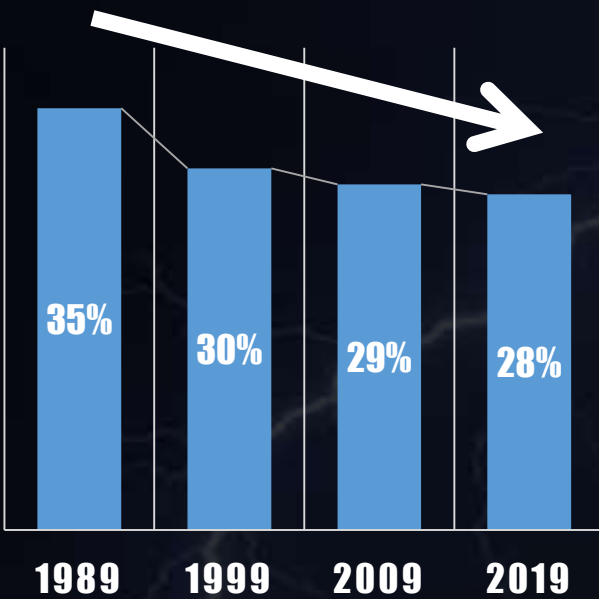
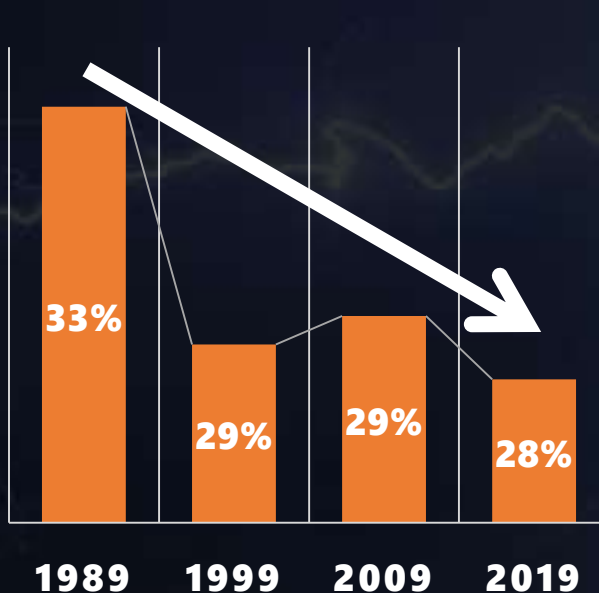
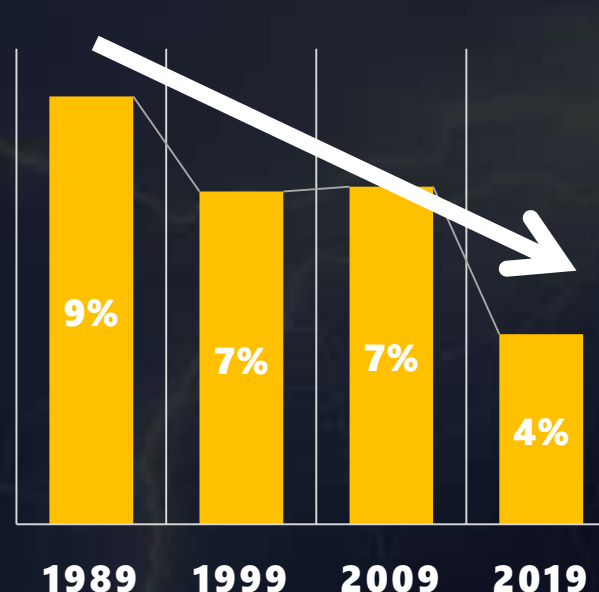
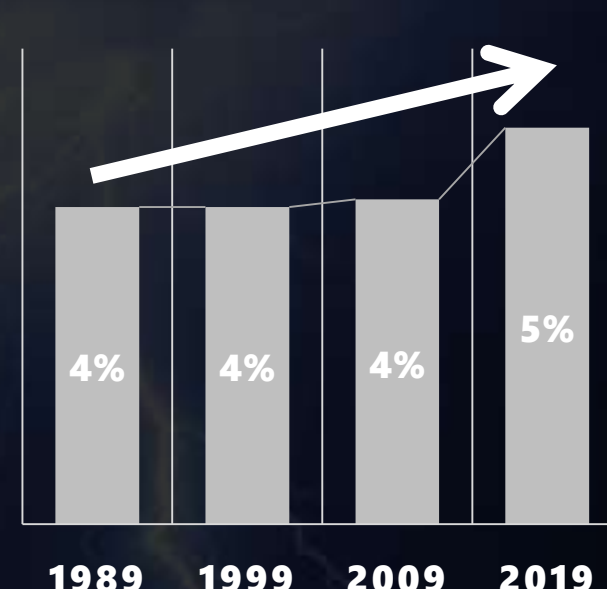
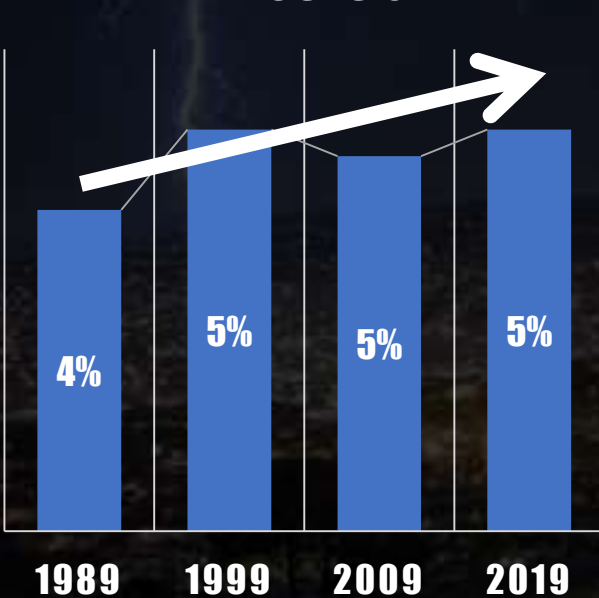
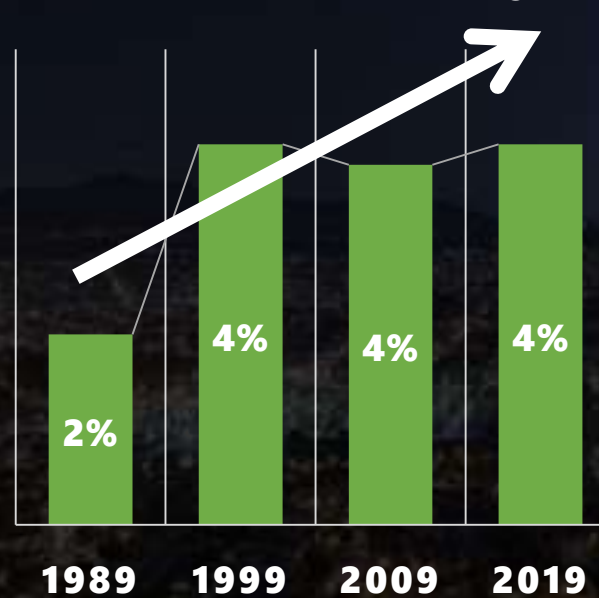
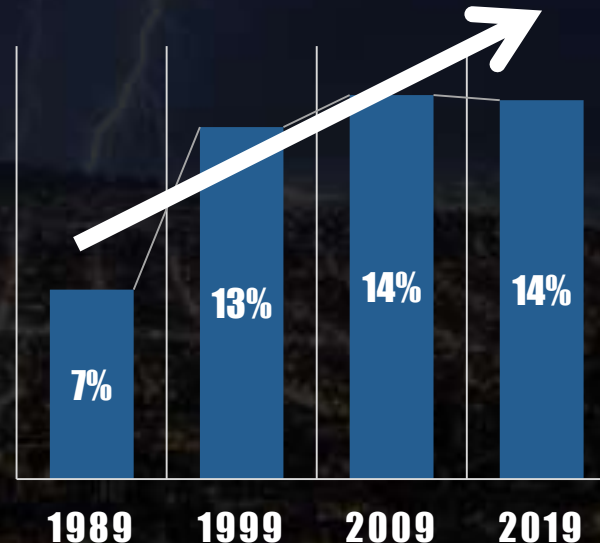
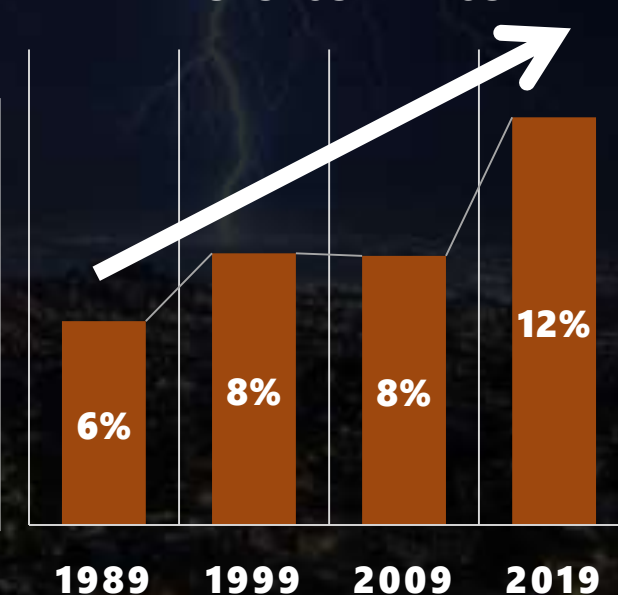


1989

1999

2009

2019

**ALIMENTOS****VIVIENDA****VESTUARIO****SALUD****EDUCACION****ENTRETENIMIENTO****TRANSPORTE Y COMUNICACIONES****GASTOS VARIOS**

PENETRACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y ENTRETENIMIENTO SEGÚN ECV-DANE

|                    | 2003 | 2008 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2018 |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| TV NORMAL          |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| TV LED<br>PLASMA   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| DVD                |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| EQU SONIDO         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| REP SONIDO         |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| CONSOLAS           |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| SER TV             |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| COMP<br>ESCRITORIO |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| COMP<br>PORTATIL   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| TABLETA            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| CELULAR            |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| INTERNET           |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| TELÉFONO<br>FIJO   |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |

# **EL HOY** **DE LOS HOGARES**

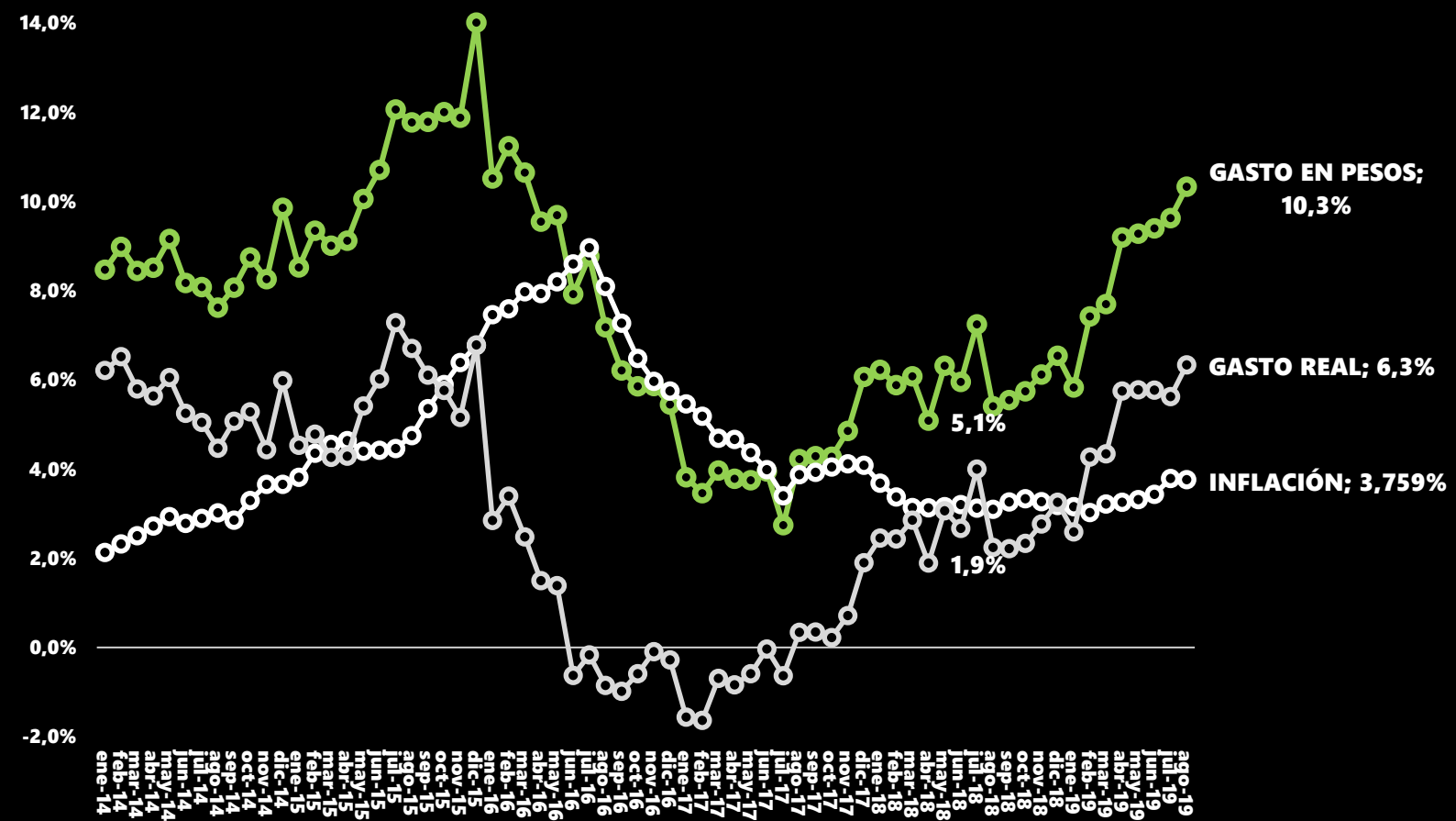


**EL GASTO CRECIÓ 10,3% EN PESOS, FRENTE A AGOSTO DE 2018; EL GASTO FUE DE \$58,1 BILLONES DE PESOS**

**EN TÉRMINOS REALES, EL GASTO CONTINUA CRECIENDO, CON UN CRECIMIENTO DEL 6,3% EN TÉRMINOS REALES.**

**SIENDO EL CRECIMIENTO MÁS ALTO EN LOS ÚLTIMOS 44 MESES**

**DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES EN COLOMBIA**

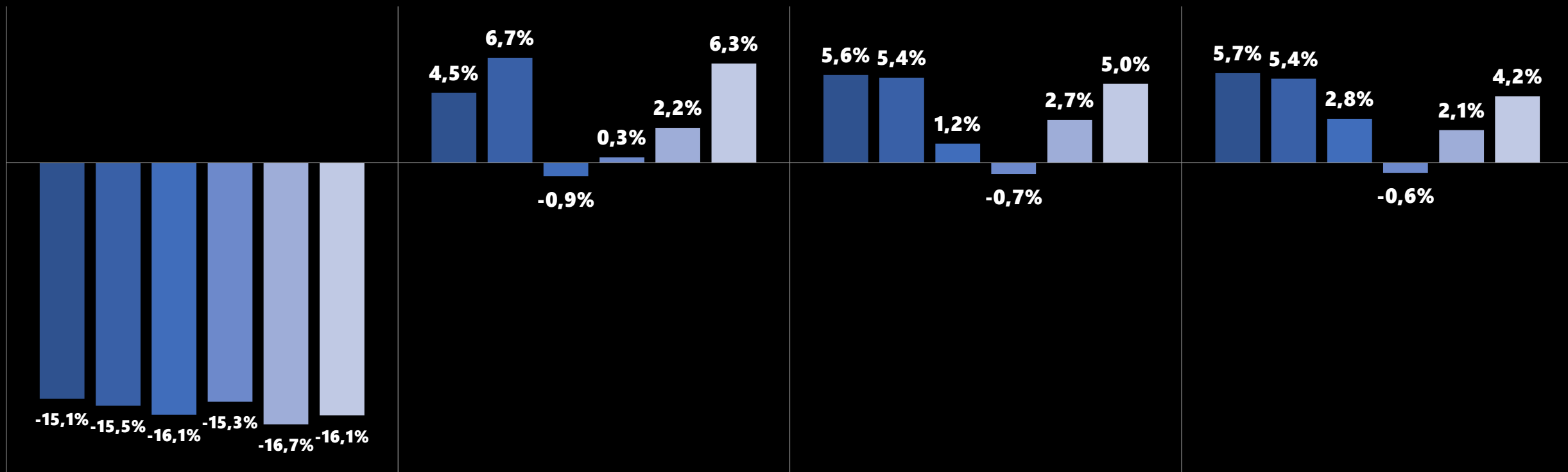


**GASTO DE LOS HOGARES EN PESOS - AGOSTO DE 2019**



# DINÁMICA DEL GASTO DE LOS HOGARES EN COLOMBIA EN PRECIOS CONSTANTES

■ ago-14 ■ ago-15 ■ ago-16 ■ ago-17 ■ ago-18 ■ ago-19



**AL MES ANTERIOR**

**AL MISMO MES DEL AÑO PASADO**

**LO QUE VA CORRIDO DEL AÑO**

**LOS ULTIMOS 12 FRENTA A LOS ANTERIORES -NACIONAL- PROMEDIO-TOTAL (T)**

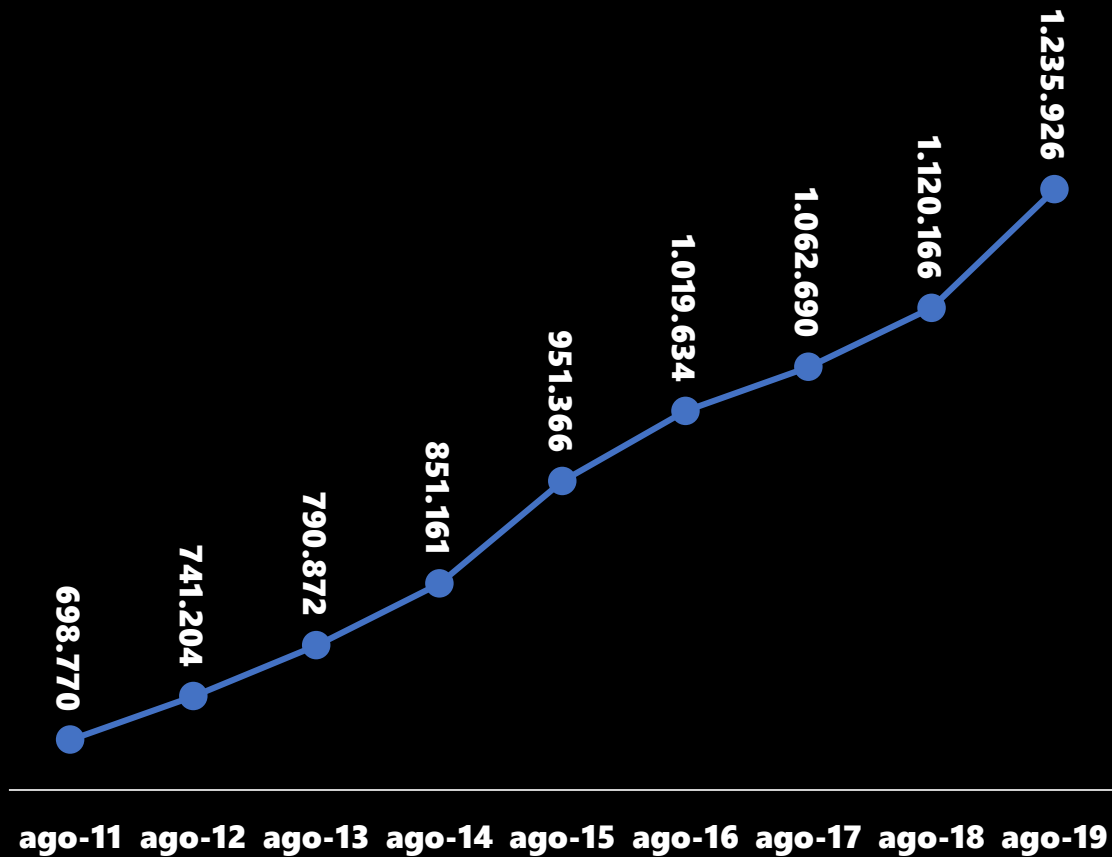
AGOSTO SE COMPORTA EN EL MES DE LAS GRANDES PROMOCIONES.

EL CRECIMIENTO ANUAL ES EL MEJOR EN LOS ÚLTIMOS 44 MESES, MOSTRANDO AÚN UNA SENDA POSITIVA.

EN LO CORRIDO EL AÑO, EL GASTO SE COMPORTA MUY BIEN, SUPERANDO LA DINÁMICA DE LOS 3 AÑOS ANTERIORES.

EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES SE OBSERVA QUE EL EFECTO DEL CRÉDITO, DÓLAR Y LAS REMESAS, HA JUGADO UN PAPEL FUNDAMENTAL EN EL MERCADO.

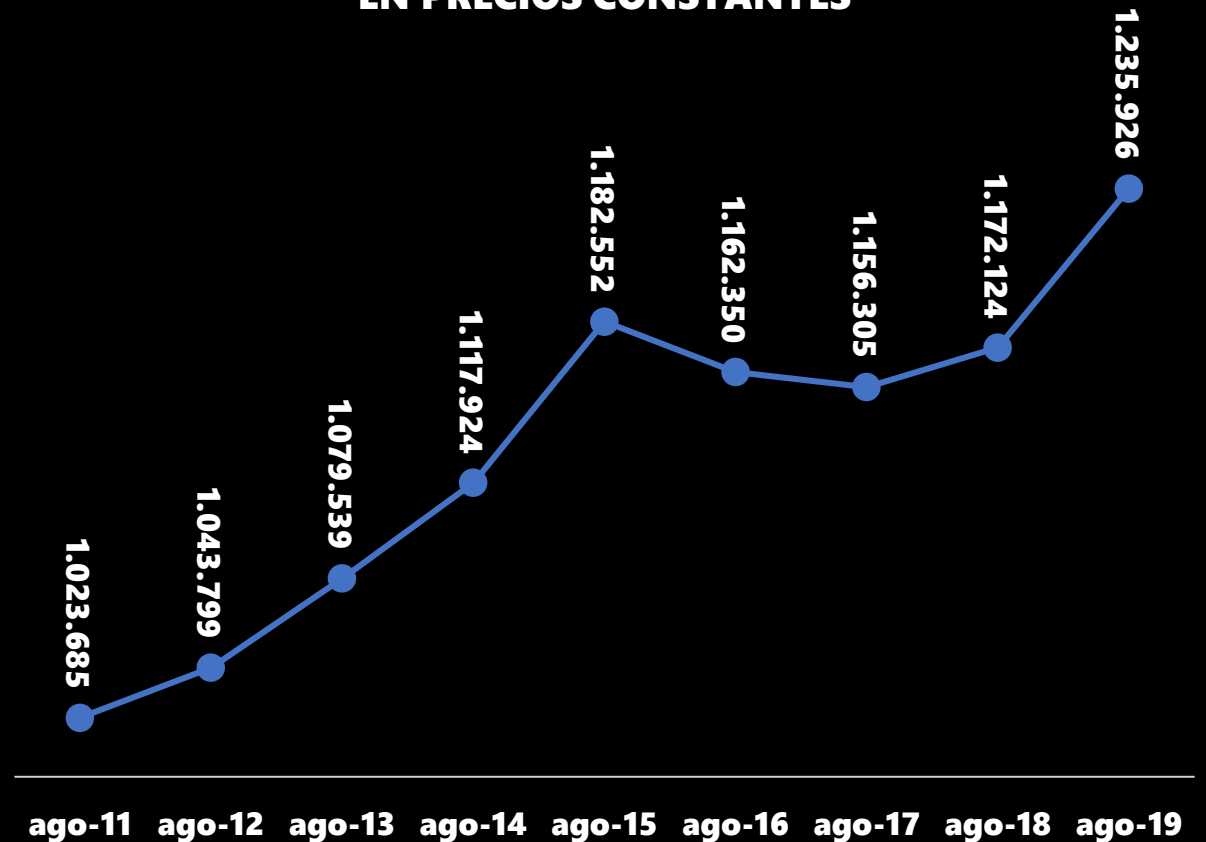
## GASTO PER CÁPITA MENSUAL



**EL GASTO PER CÁPITA EN PESOS CONTINUA CRECIENDO...**

**... Y EN TÉRMINOS REALES, SE CONSOLIDA LA RECUPERACIÓN DEL GASTO, QUE YA SUPERA A 2015.**

## GASTO PER CÁPITA MENSUAL EN PRECIOS CONSTANTES



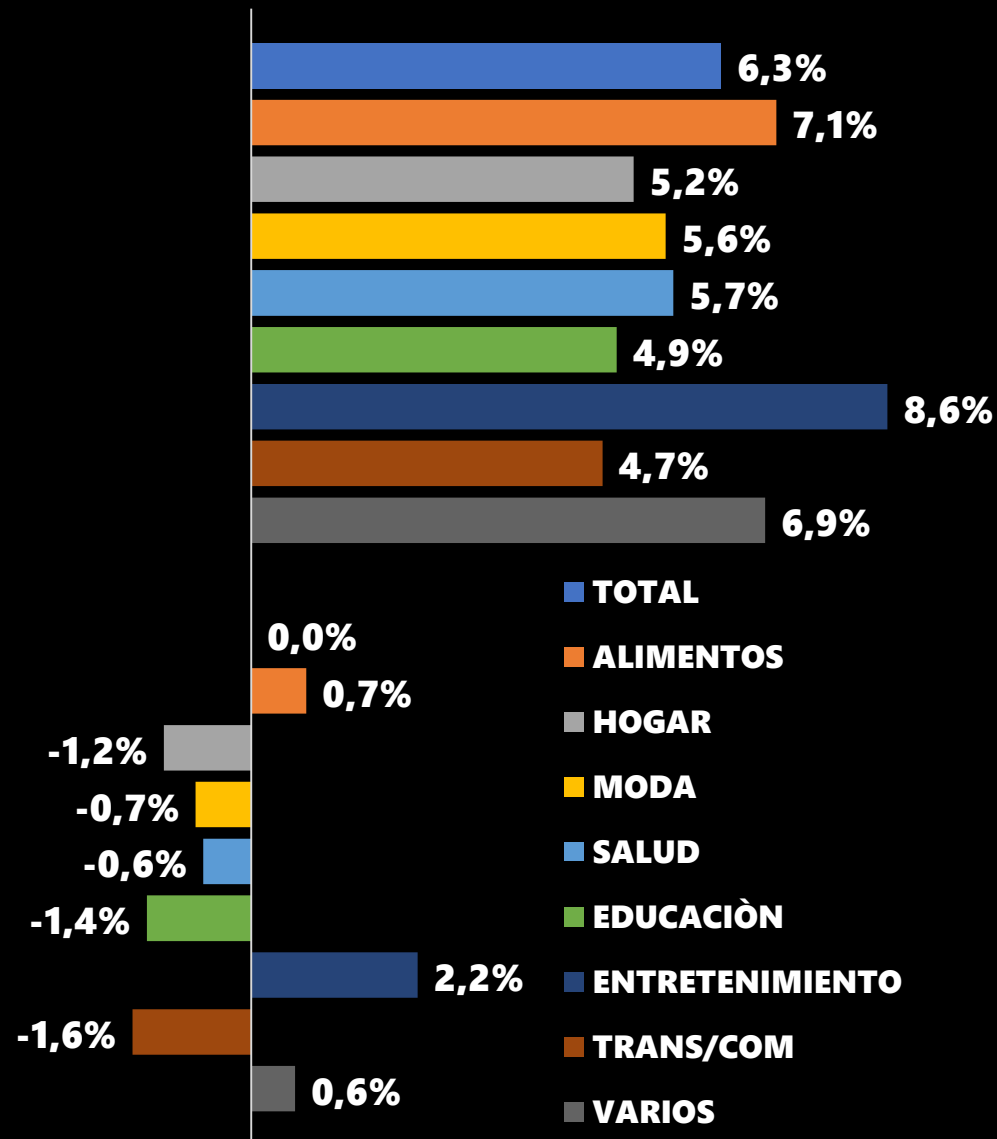
**EL GASTO DE LOS  
HOGARES CONTINÚA  
EN CRECIMIENTO,  
MÁS HAY SOLO 3  
GRUPOS DE GASTO  
QUE ESTUVIERON POR  
ENCIMA DE LA  
DINÁMICA, AL IGUAL  
QUE EN :**

**-ALIMENTOS  
-ENTRETENIMIENTO  
-VARIOS**

**¿QUÉ TANTO CRECE EL GASTO  
Y EN QUÉ CRECE EN AGOSTO DE 2019?**

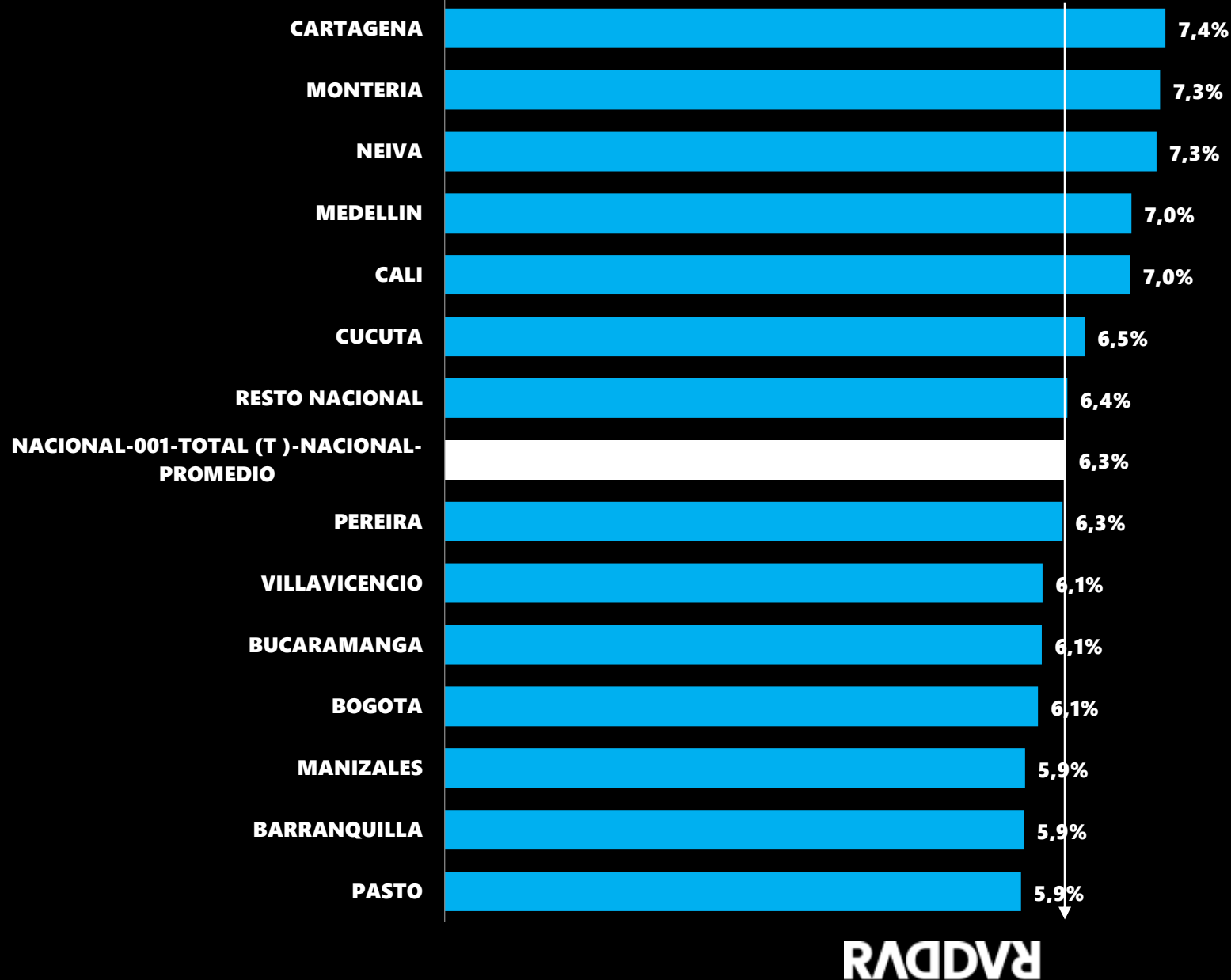
**CRECIMIENTO**

**MENOS TOTAL**





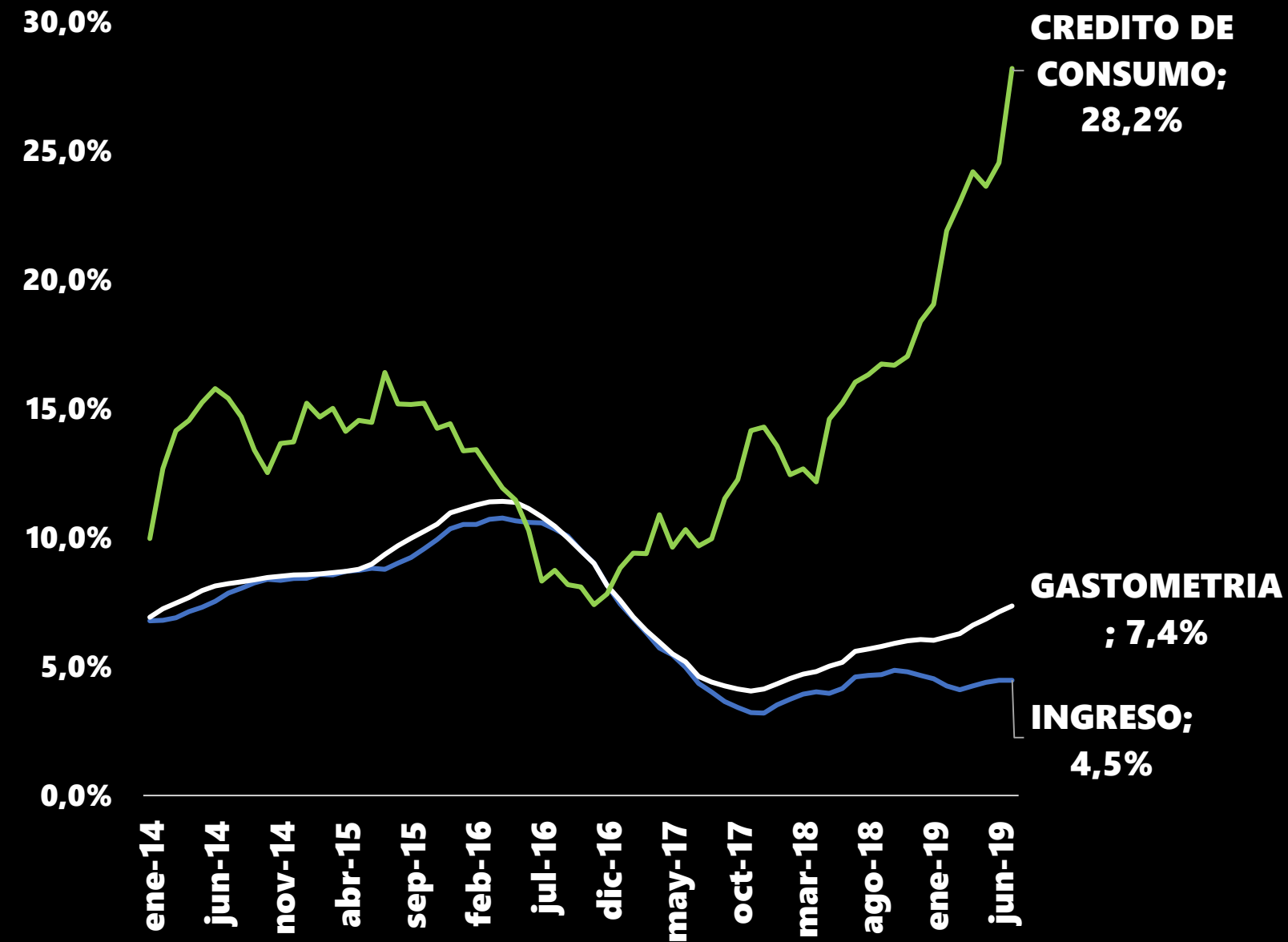
## Variación Anual Real del Mercado por Unidades Geográficas



**LAS CIUDADES INTERMEDIAS CONTINUAN SIENDO LAS QUE MAS CRECEN;**

**BOGOTÁ, BARRANQUILLA Y BUCARAMANGA, CRECIERON POR DEBAJO DEL PROMEDIO NACIONAL EN JULIO DE 2019.**

## CRECIMIENTO ANUALIZADO DE INGRESOS

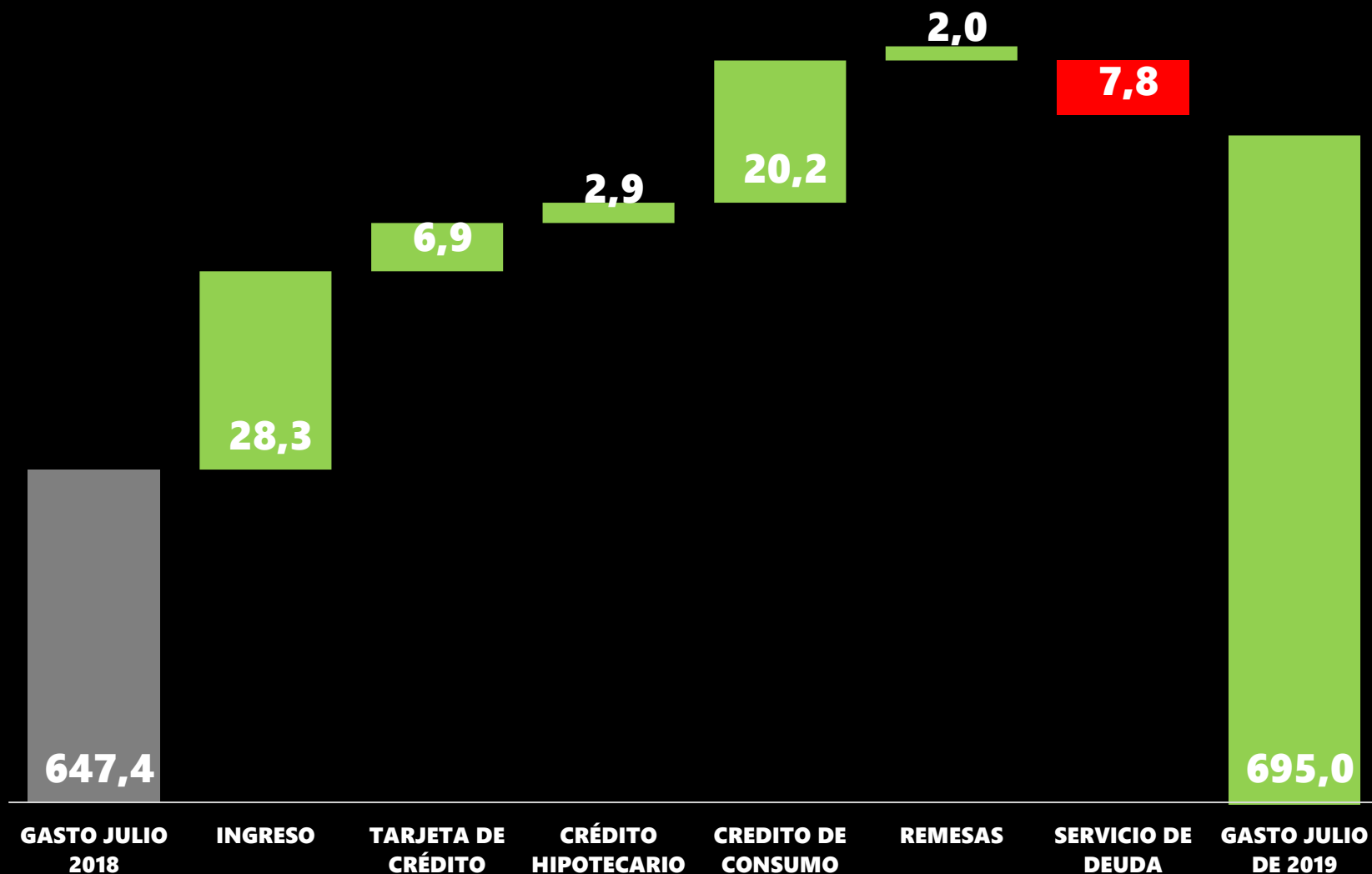


## ¿POR QUÉ CRECE TANTO EL GASTO DE LOS HOGARES?

**HAY TRES GRANDES FACTORES QUE HACEN QUE EL GASTO CREZCA A LA VELOCIDAD QUE LO ESTÁ HACIENDO:**

- **UN CRECIMIENTO DE 4.5% EN SALARIOS Y HONORARIOS**
- **CRECIMIENTO EN EL CRÉDITO**
- **MÁS POBLACIÓN, POR LA MIGRACIÓN VENEZOLANA**

## ¿DE DÓNDE VINO EL GASTO HASTA JULIO DE 2018? (acumulado de 12 meses)



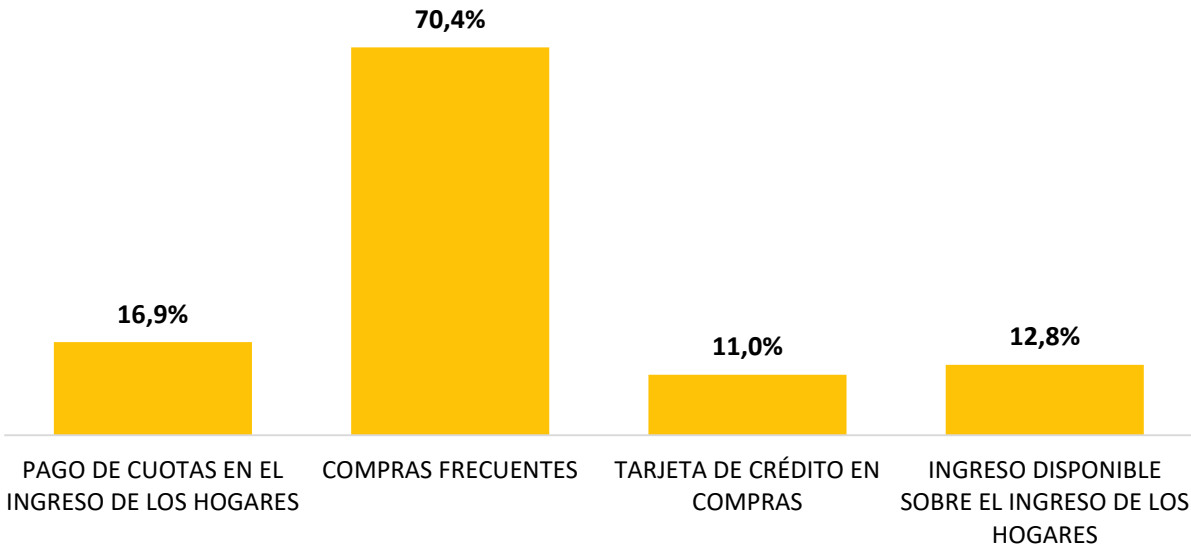
La positiva dinámica del gasto del 7,4% en 12 meses, viene apalancada por:

- Un aumento de los ingresos de los hogares (salarios, honorarios, rentas), de 4,5%.
- Un aumento de las remesas del 11,9%.
- Una expansión de la colocación de crédito de 18,6%.
- Con la consecuencia de un aumento en el servicio de deuda de créditos (consumo, tarjeta de crédito e hipotecario) del 8,3%.
- A lo que se suma, un crecimiento en la demanda, de más de 1,4 millones de venezolanos.

Siendo la colocación de créditos, más del 50% de mayor valor del gasto de los hogares en Colombia.

# CON UNA MAYOR DEUDA TENEMOS UN MENOR INGRESO DISPONIBLE

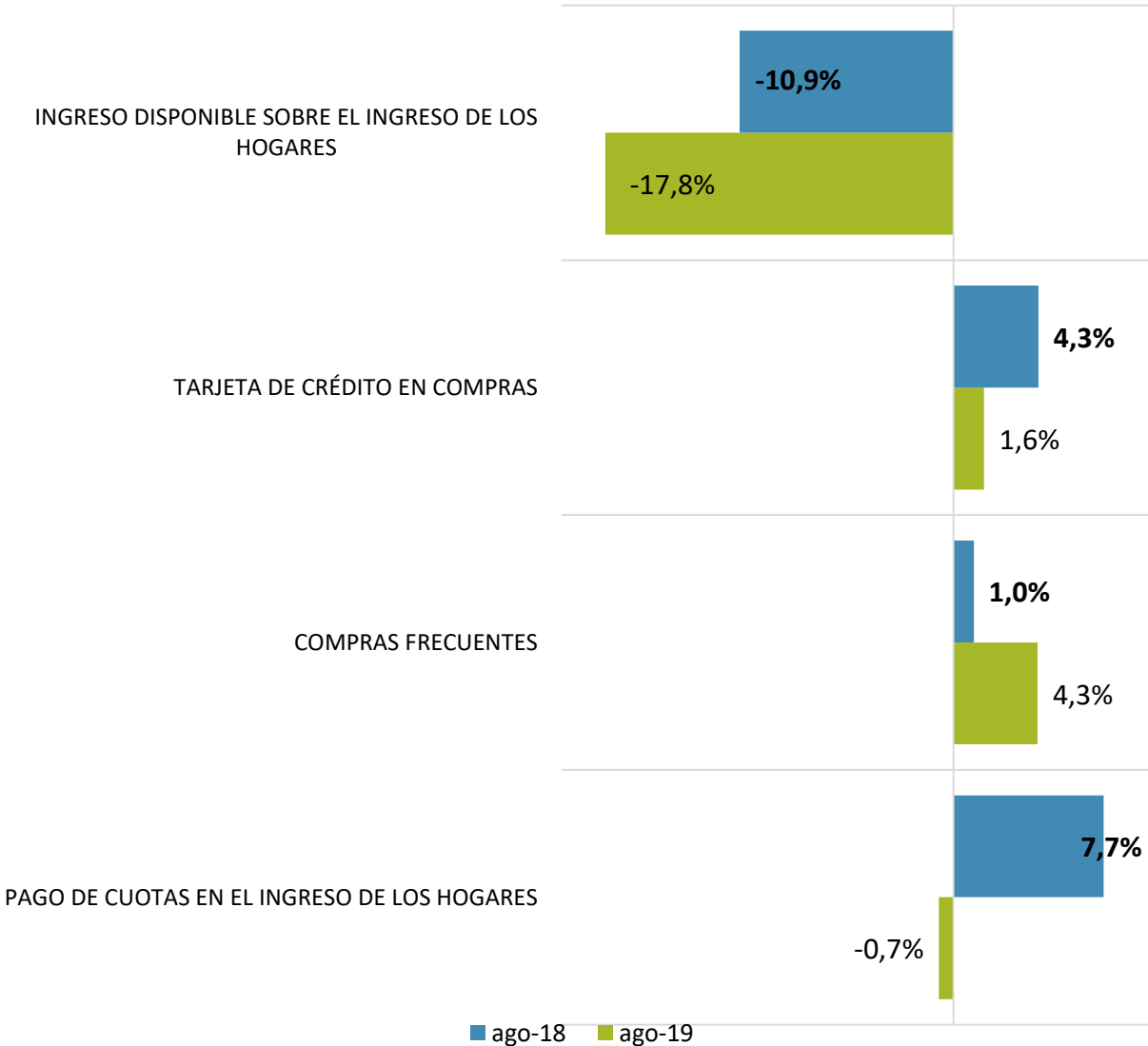
Participación dentro del ingreso de los hogares de...



**El ingreso disponible de los hogares es cada vez menor**, el mes de agosto este correspondió al 12,8% del total de ingreso total, con un decrecimiento del -17,8% con respecto al 2018.

Pese a que mantenemos el gasto, especialmente en compras frecuentes, el pago de las cuotas, es decir, las deudas cada vez tienen un mayor peso dentro de los hogares, siendo el 16% y presentando un crecimiento del 7,7% con respecto al 2018.

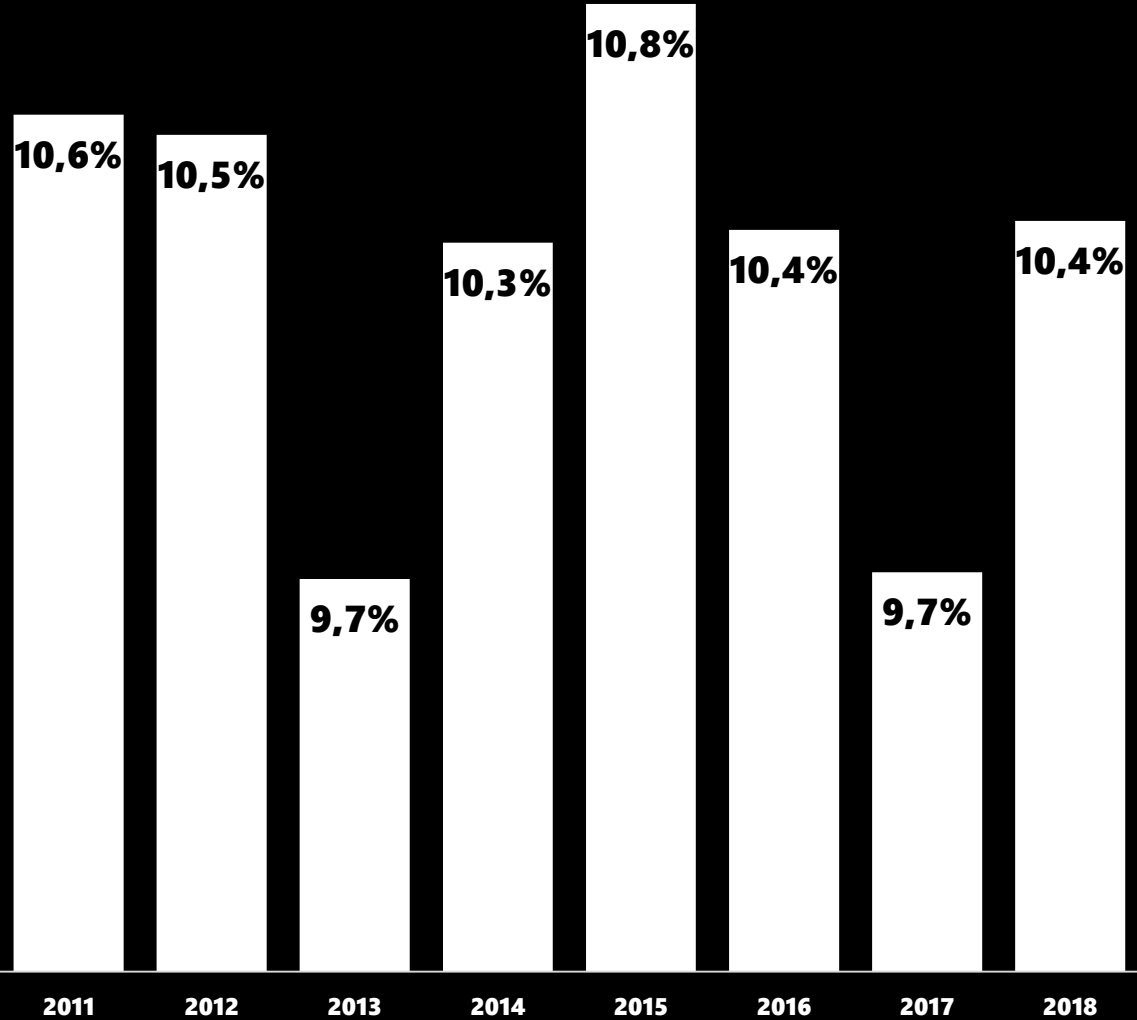
Comportamiento anual de las compras y los pagos sobre el ingreso de los hogares





# Importados

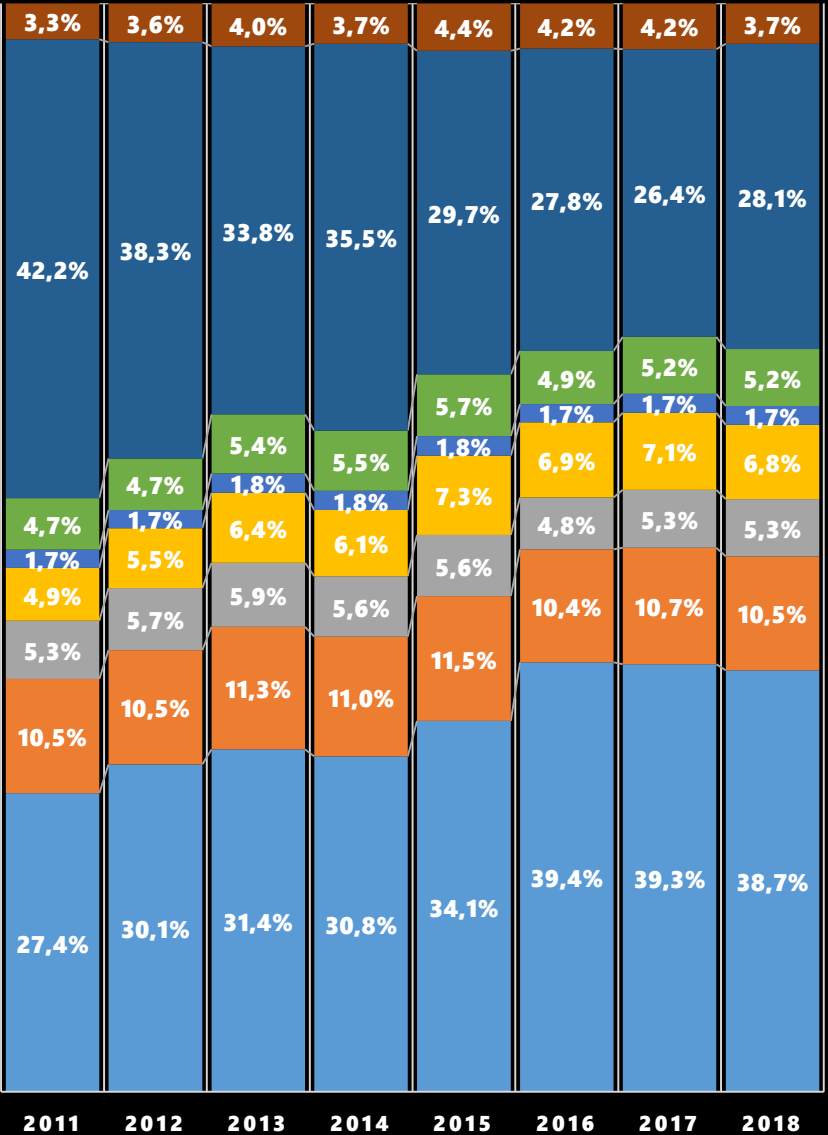
PESO DE LOS IMPORTADOS EN EL CONSUMO - VALOR



Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA – DIAN – DANE - RADDAR

COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CONSUMO

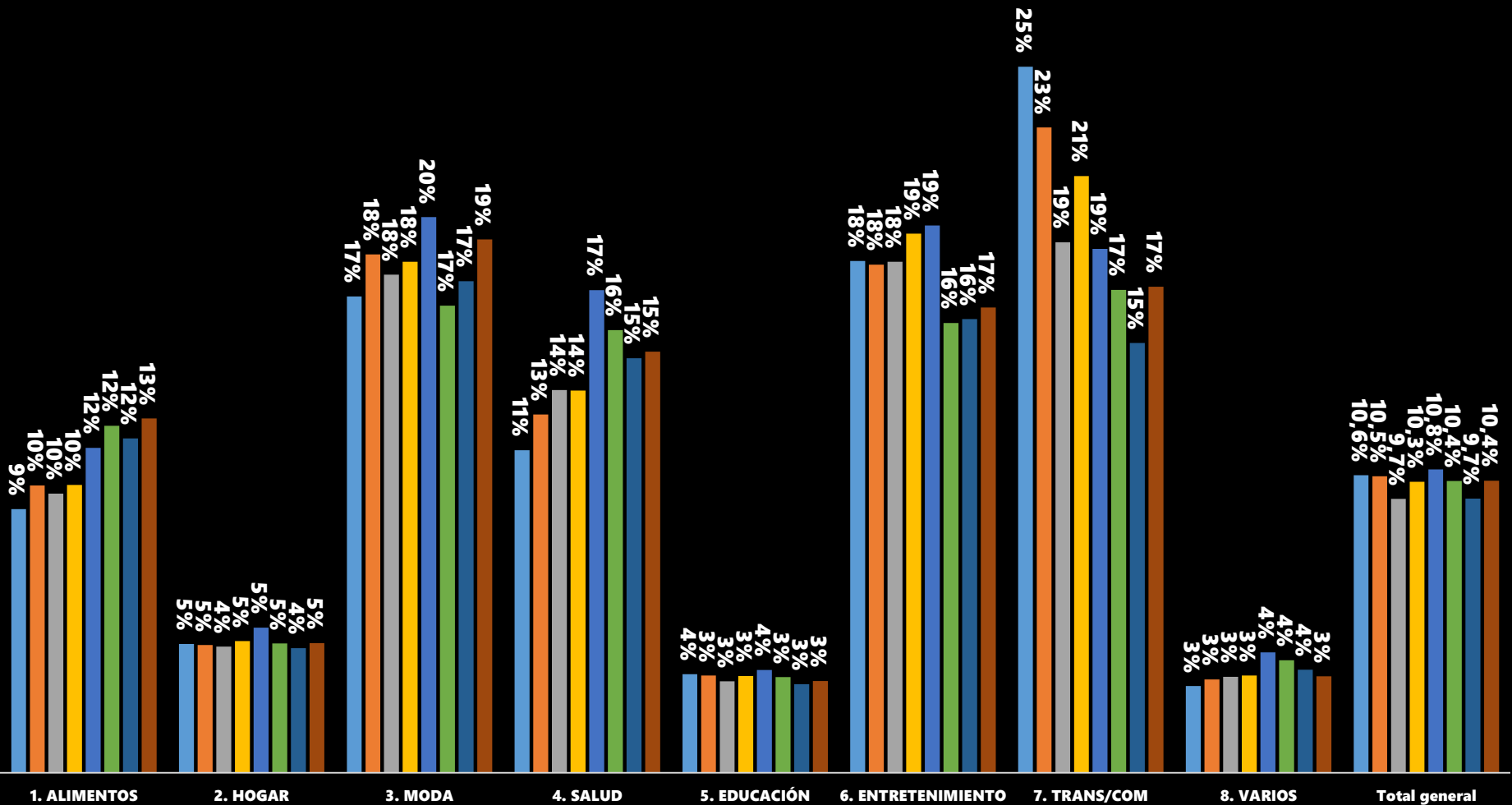
- 8. VARIOS
- 7. TRANS/COM
- 6. ENTRETENIMIENTO
- 5. EDUCACIÓN
- 4. SALUD
- 3. MODA
- 2. HOGAR
- 1. ALIMENTOS



# Importados

## PESO DE LOS IMPORTADOS EN EL GASTO SEGÚN RADDAR

■ 2011 ■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018



Los importados continúan siendo cerca del 10% del total del gasto de los hogares.

Más, es importante resaltar que cada vez pesan más en el gasto de :

- Alimentos
- Moda
- Salud

Y menos en los grupos de:

- Educación
- Entretenimiento
- Transporte y Comunicaciones
- Gastos varios

Los primeros por una mayor demanda de esos bienes, y los segundos, pierden peso por el menor valor de la tecnología año a año.



EL

HOY

DE LAS CIUDADES

# ¿CÓMO FUE EL GASTO EN LAS CIUDADES PRINCIPALES?



## MEDELLÍN

**Tamaño de mercado:**  
5.65 Billones  
**Crecimiento del gasto real:** 7,01%  
**Inflación:** 4,58%



## CALI

**Tamaño de mercado:**  
4.06 Billones  
**Crecimiento del gasto real:** 7,00%  
**Inflación:** 4,07%



## BUCARAMANGA

**Tamaño de mercado:**  
1.11 Billones  
**Crecimiento del gasto real:** 6,10%  
**Inflación:** 3,52%



## BOGOTÁ

**Tamaño de mercado:**  
21.08 Billones  
**Crecimiento del gasto real:** 6,06%  
**Inflación:** 3,39%



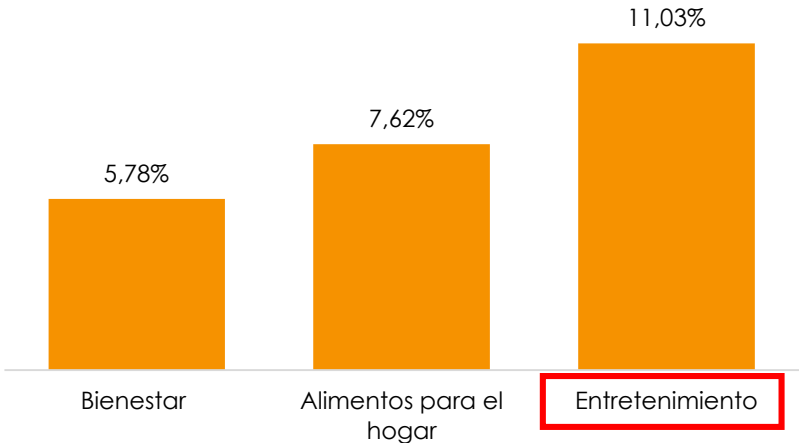
## BARRANQUILLA

**Tamaño de mercado:**  
2.18 Billones  
**Crecimiento del gasto real:** 5,91%  
**Inflación:** 4,13%

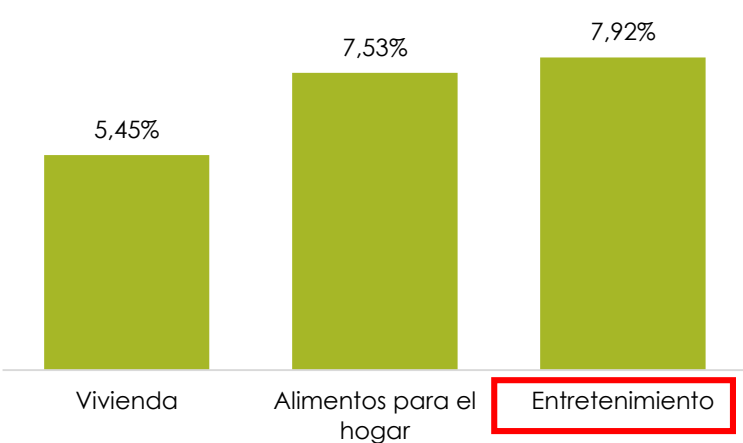


# LAS 3 CANASTAS EN LAS QUE MÁS CRECIÓ EL GASTO REAL EN LAS CIUDADES PRINCIPALES

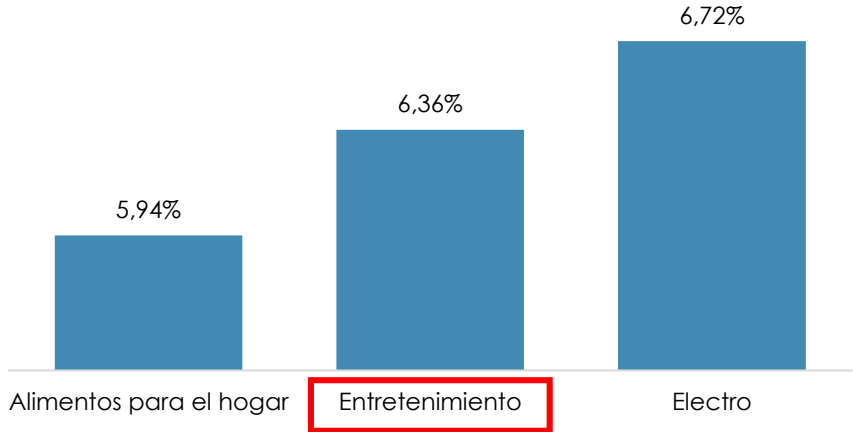
Medellín



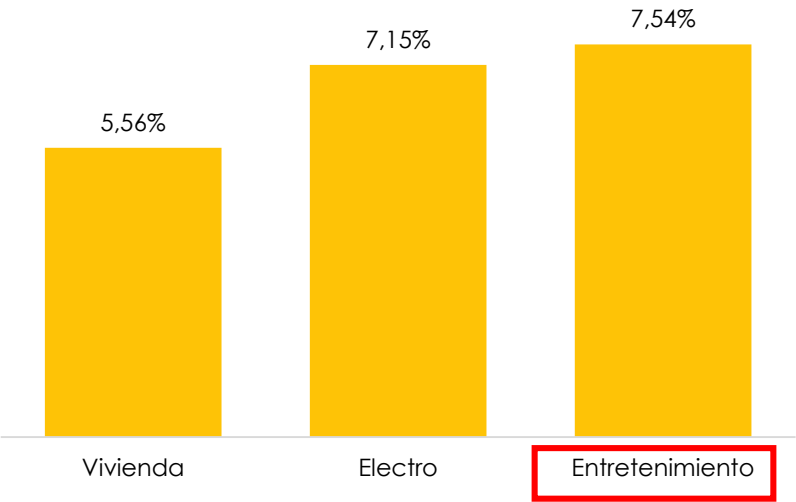
Cali



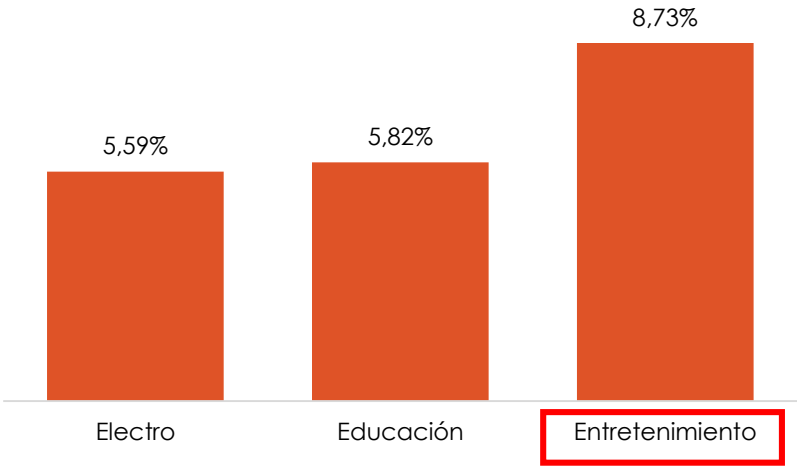
Bucaramanga



Bogotá

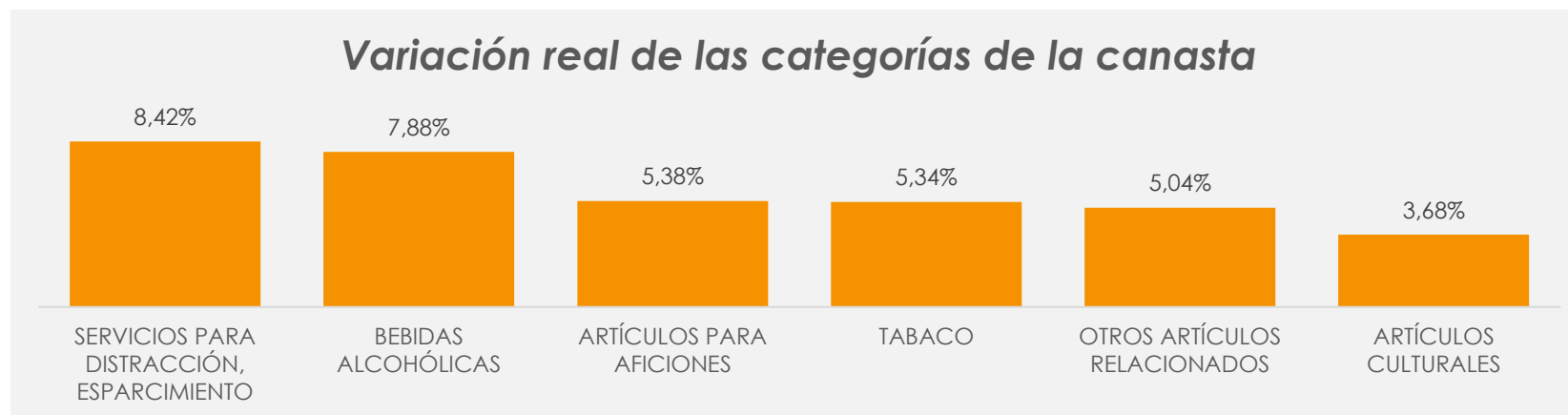


Barranquilla

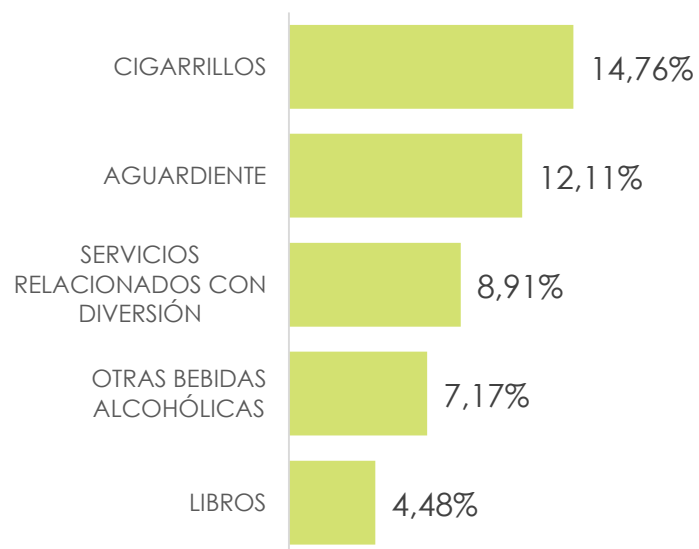


# ¿QUÉ PASÓ EN ENTRETENIMIENTO?

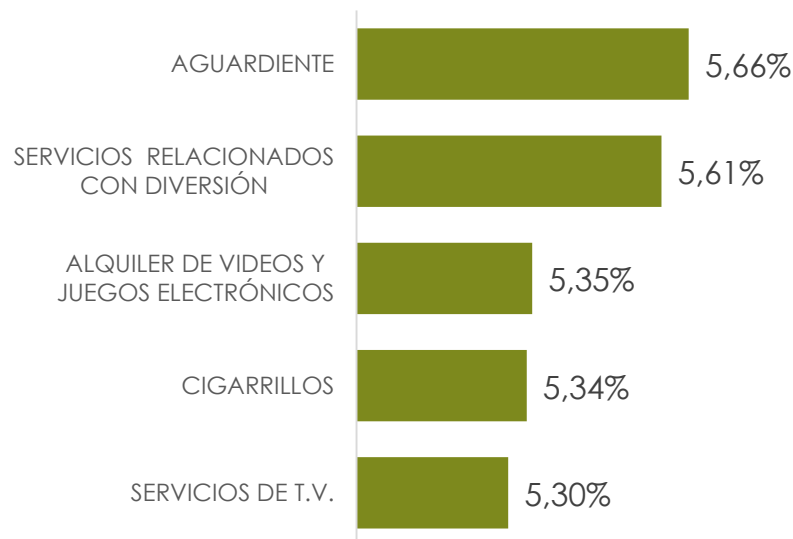
## Variación real de las categorías de la canasta



## Productos con mayor aumento de precios en la canasta



## Productos con mayor crecimiento real en la canasta



**Servicios para la distracción y el esparcimiento es la única categoría que crece por encima del promedio, siendo la que jalona principalmente el gasto en la canasta.**

Pese a lo anterior, los eventos que se dieron durante el mes sobre todo por los festivales en diferentes ciudades sirvieron para motivar el gasto en particular en aguardiente y cigarrillos, siendo 2 de los 5 productos con mayor aumento de gasto.

Igualmente, estos dos productos, son lo que presentan el mayor incremento de precios dentro de la categoría. En la canasta en general, el 30% de los productos presentó inflaciones por encima del promedio de la canasta para el mes de agosto.

# ¿CÓMO FUE EL GASTO EN LAS CANASTAS Y SU CRECIMIENTO EN EL MES DE AGOSTO?

*Este mes solo 2 de las 9 canastas crecen por encima del promedio donde es entretenimiento la que presenta mayores crecimientos a nivel real, jalonando así el promedio, junto con electro.*

**6,34%**  
NACIONAL  
58,066 Billones de pesos

**ENTRETENIMIENTO** 8,39%  
3,7 Billones de pesos

**ELECTRO** 6,08%  
431 Mil Millones de pesos

**BIENESTAR** 5,39%  
4,7 Billones de pesos

**MODA** 5,36%  
2,09 Billones de pesos

**VIVIENDA** 5,36%  
15,3 Billones de pesos

**EDUCACIÓN** 5,23%  
3,06 Billones de pesos

**COMIDAS FUERA DEL HOGAR** 5,23%  
3,8 Billones de pesos

**ALIMENTOS PARA EL HOGAR** 5,23%  
15,04 Billones de pesos

**TRANSPORTE Y COMUNICACIONES** 5,23%  
9,6 Billones de pesos

# PRINCIPALES INDICADORES DEL GASTO - CALI

**33.7 Billones de pesos**  
GASTO TOTAL ACUMULADO 2019

**7,20%**  
PARTICIPACIÓN DENTRO DEL GASTO TOTAL

**2.7 Millones de personas**  
**(5,91%)**  
POBLACIÓN Y PARTICIPACIÓN DENTRO  
DEL NACIONAL

**12.2 Millones de pesos**  
GASTO PER CÁPITA ACUMULADO  
2019

**11.3%**  
TASA DE DESEMPLEO (MAY-JUL)

**9,83%**  
VALLE DEL CAUCA DENTRO DEL PIB  
NACIONAL - 2018



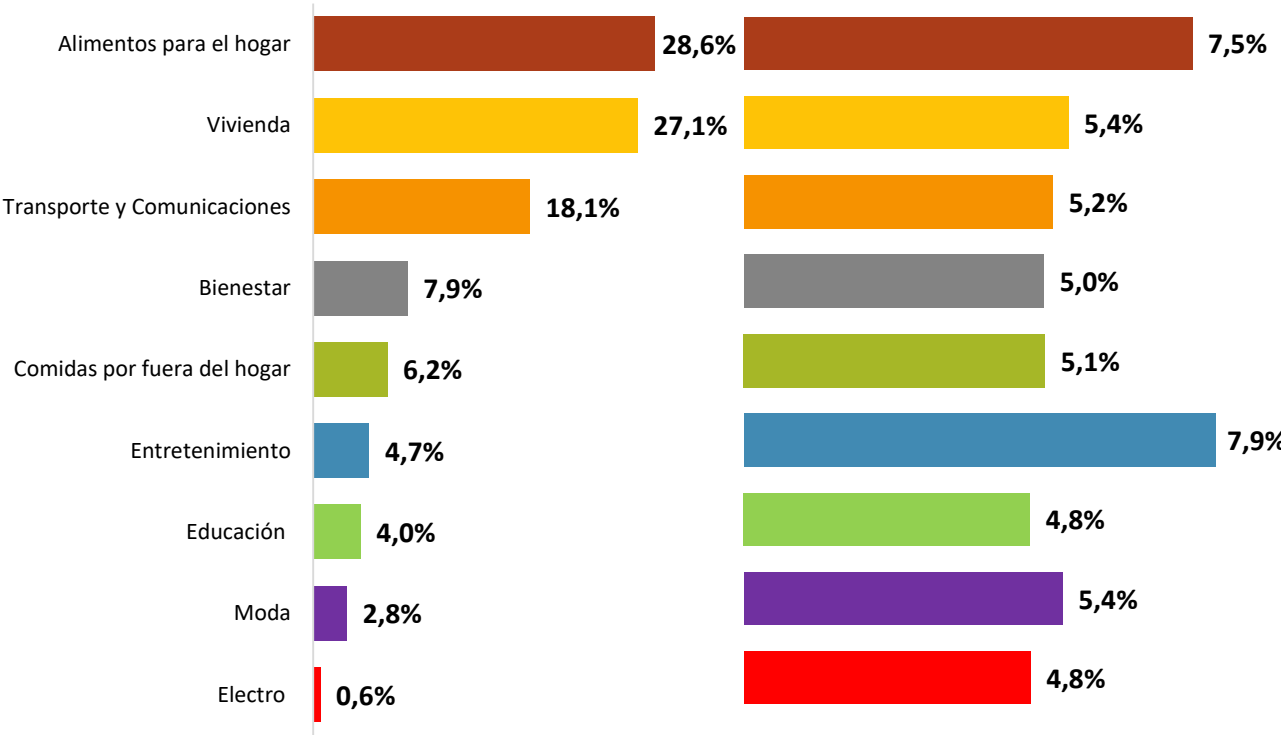


# PRINCIPALES INDICADORES DEL GASTO - CALI

Comportamiento del gasto real Cali Vs Nacional



¿Cómo asignan 100 pesos los caleños?



Comportamiento anual del gasto real según grupos - Agosto

A la hora de gastar 100 pesos los caleños, más del 70% se destina a canastas como alimentos, vivienda y transporte.

Los grupos con mayor crecimiento en el mes de agosto fueron alimentos para el hogar, entretenimiento y vivienda, en contraste con el nivel nacional donde las canastas de entretenimiento, electro y bienestar presentaron los mayores crecimientos.



# PETRONIO ÁLVAREZ EN CALI

La edición número 23 del Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez dejó las siguientes cifras:



Para la realización del festival se generaron 1.850 puestos de trabajo temporales.



Con respecto al 2016 hubo un aumento del 31,6% en los grupos inscritos.



La ocupación hotelera en los días del festival fue del 80,24%. Con una tarifa promedio de 186 mil pesos.



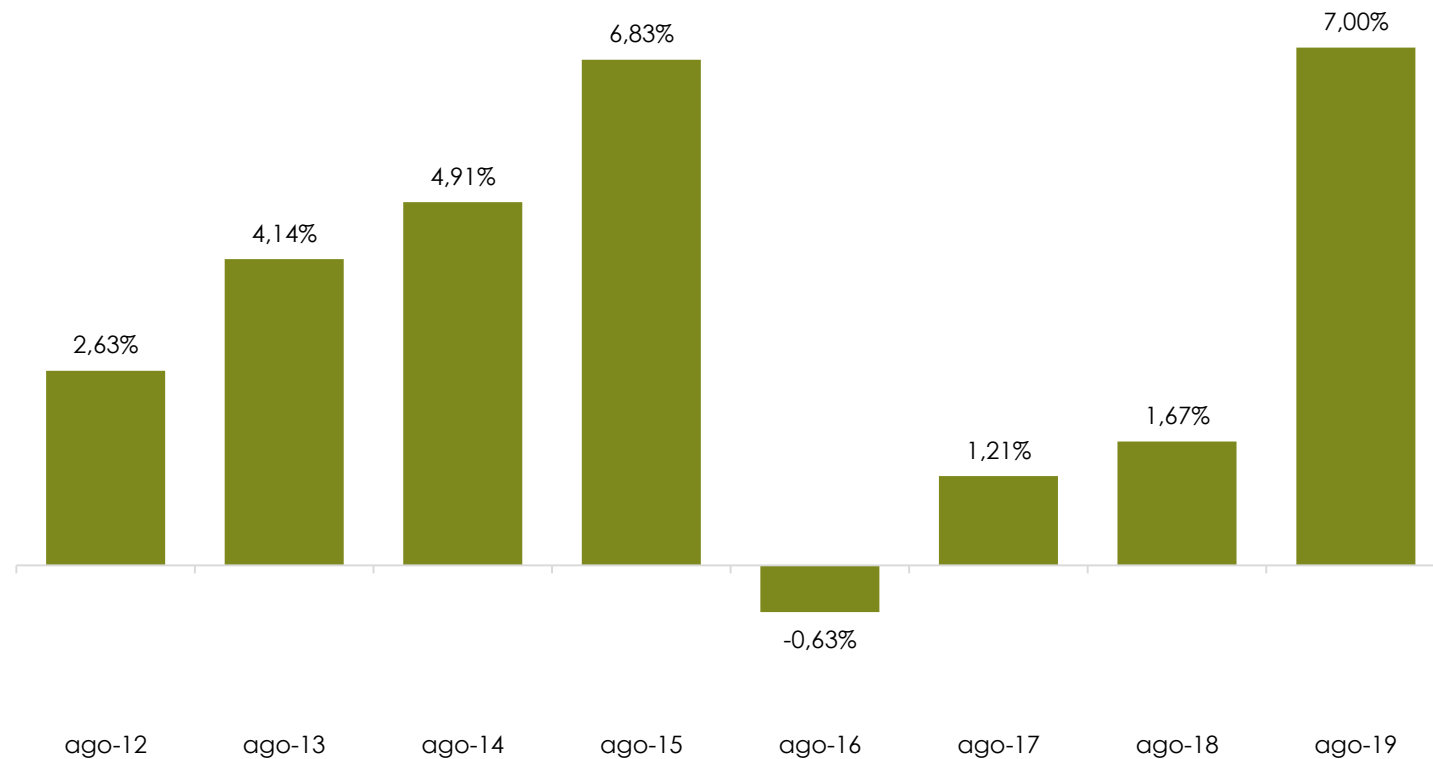
De los turistas que llegaron a la ciudad el 78% fueron de origen nacional y el 22% de origen internacional.



Cifras preliminares arrojaron que las ventas en el Festival estuvieron cerca de los 5 mil millones de pesos.

Fuente: Reporte dado por la Alcaldía de Cali.

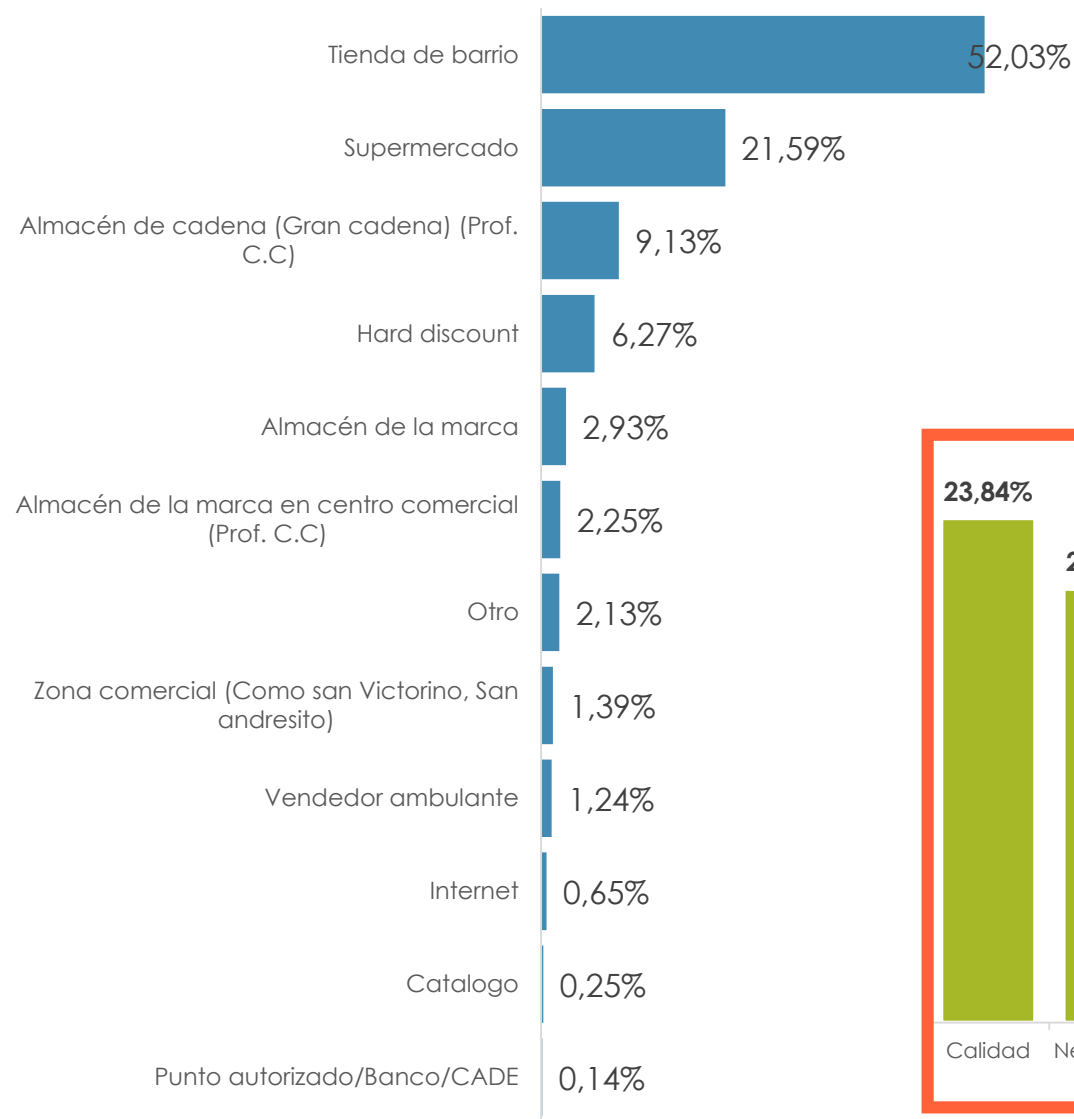
## Crecimiento anual del gasto real en Cali durante el mes de agosto



El Petronio Álvarez con el pasar de los años se ha posicionado dentro de los festivales que tiene lugar en la ciudad de Cali. Este año el festival superó las expectativas de los organizadores, ya que hubo una mayor participación y la ciudad llegó gran afluencia de turistas nacionales e internacionales para disfrutar de este.

La celebración del festival sin duda alguna tuvo un gran impacto en el gasto de la ciudad, ya que en primer lugar hubo gran generación de empleo, lo que significó mayores ingresos en los hogares, y por otro lado la demanda de los diferentes productos y servicios aumentó en la ciudad.

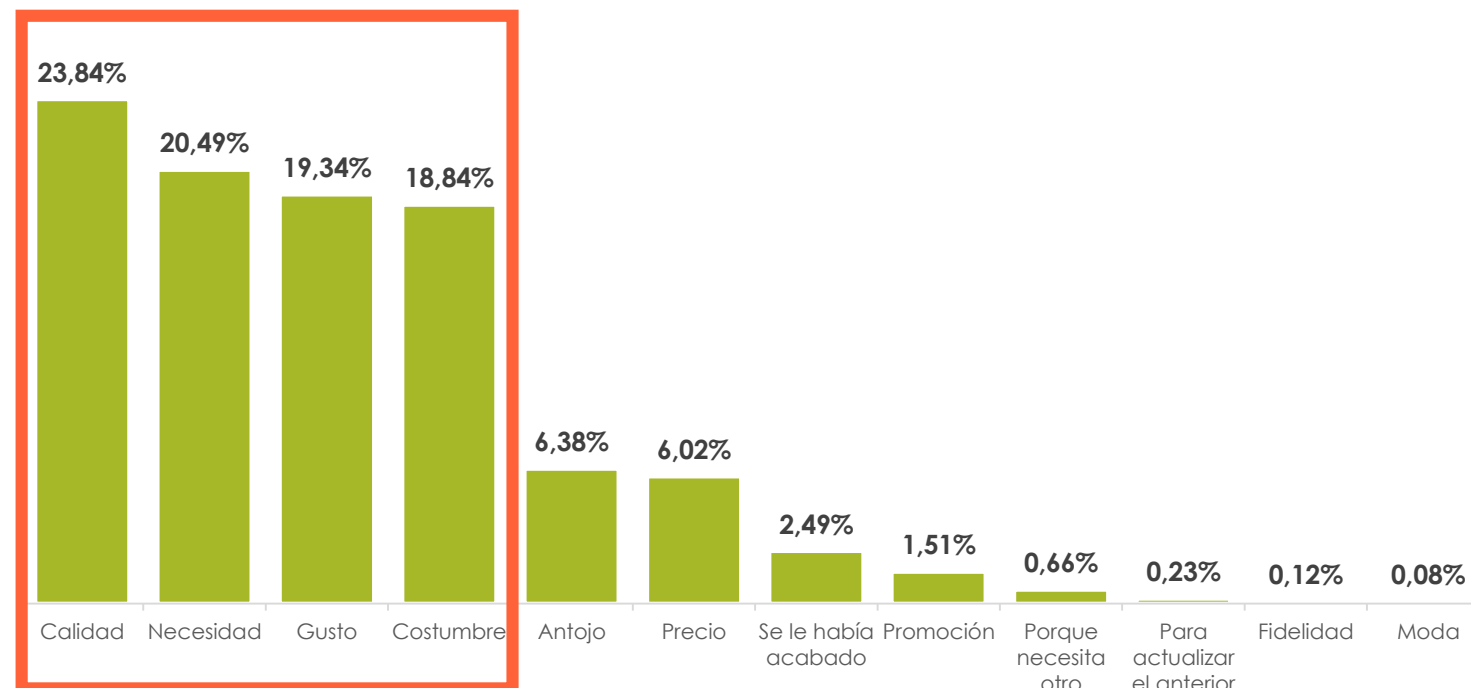
## ¿Dónde están comprando los caleños



En Cali **de cada 100 compras solamente 7 son realizadas por precio o promoción**, para los caleños es mas importante el **gusto y la costumbre**, fuera de la necesidad y la calidad. Estas ultimas 4 razones representan el 82% de las razones de compra en la ciudad de Cali.

La **tienda de barrio sigue siendo el lugar más importante para comprar**, sin embargo el supermercado también es muy importante.

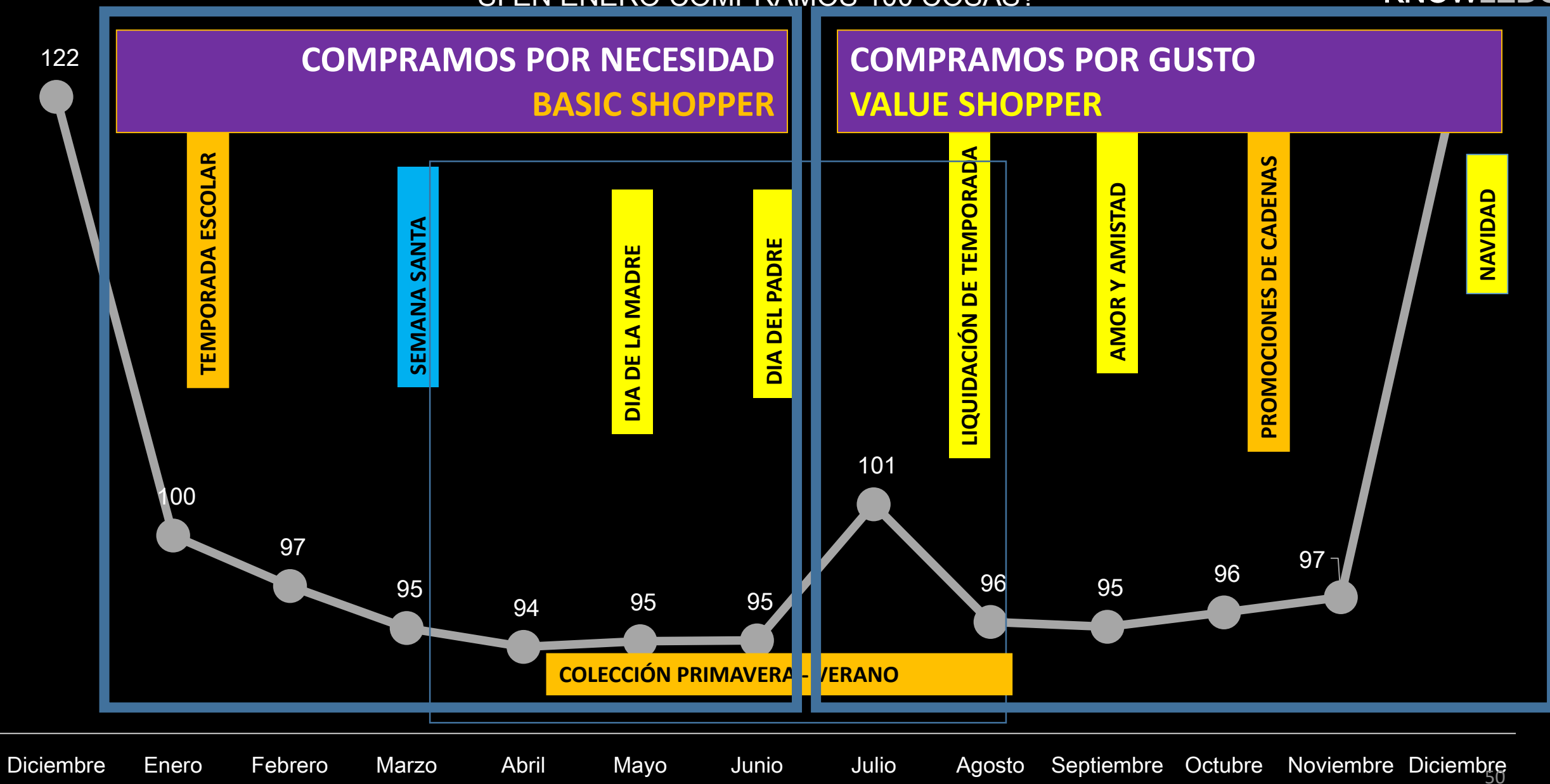
## ¿Porqué están comprando los caleños?





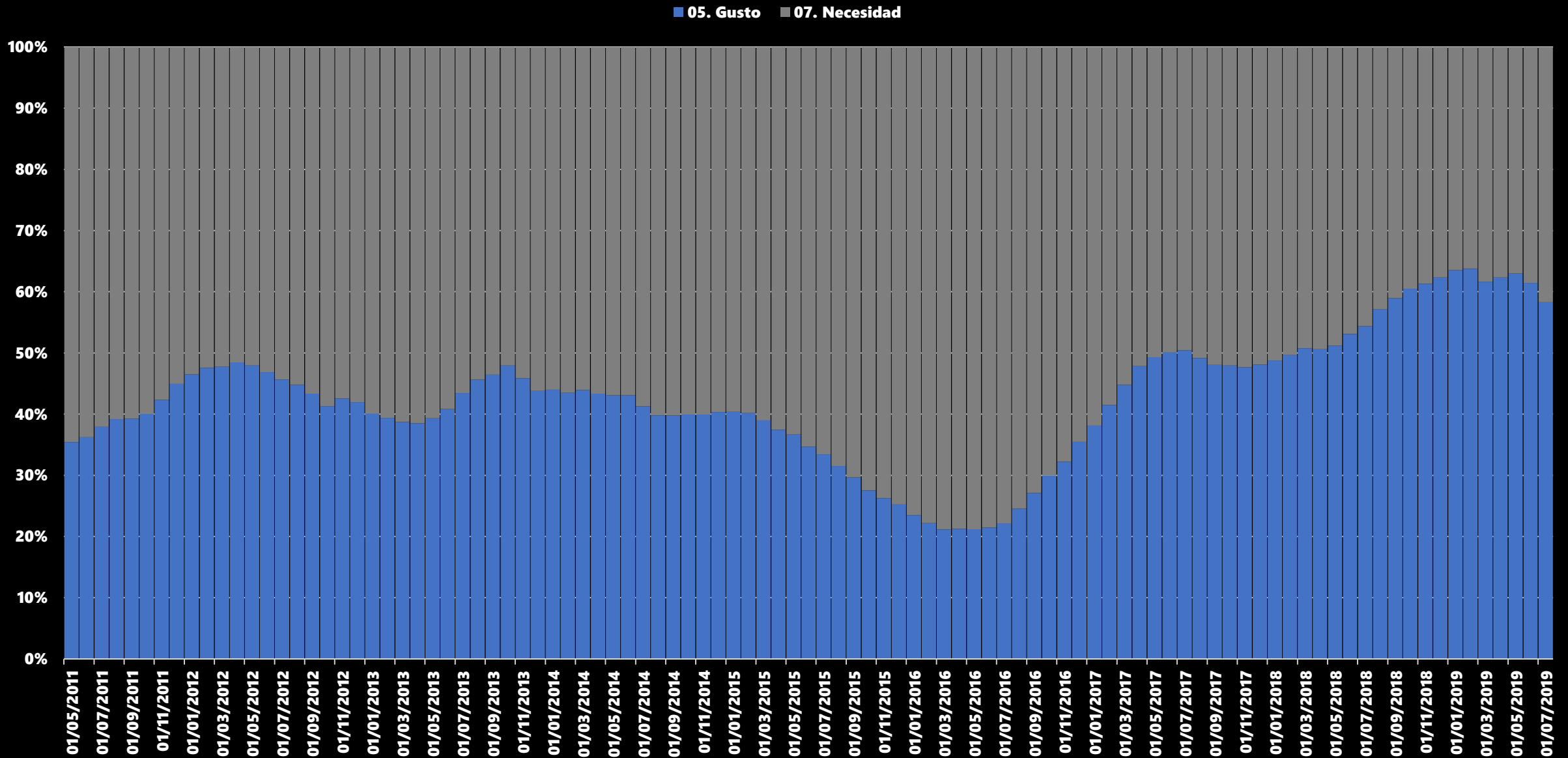
# MERCADEO

# ¿CÓMO GASTAMOS EN UN AÑO LOS COLOMBIANOS, SI EN ENERO COMPRAMOS 100 COSAS?

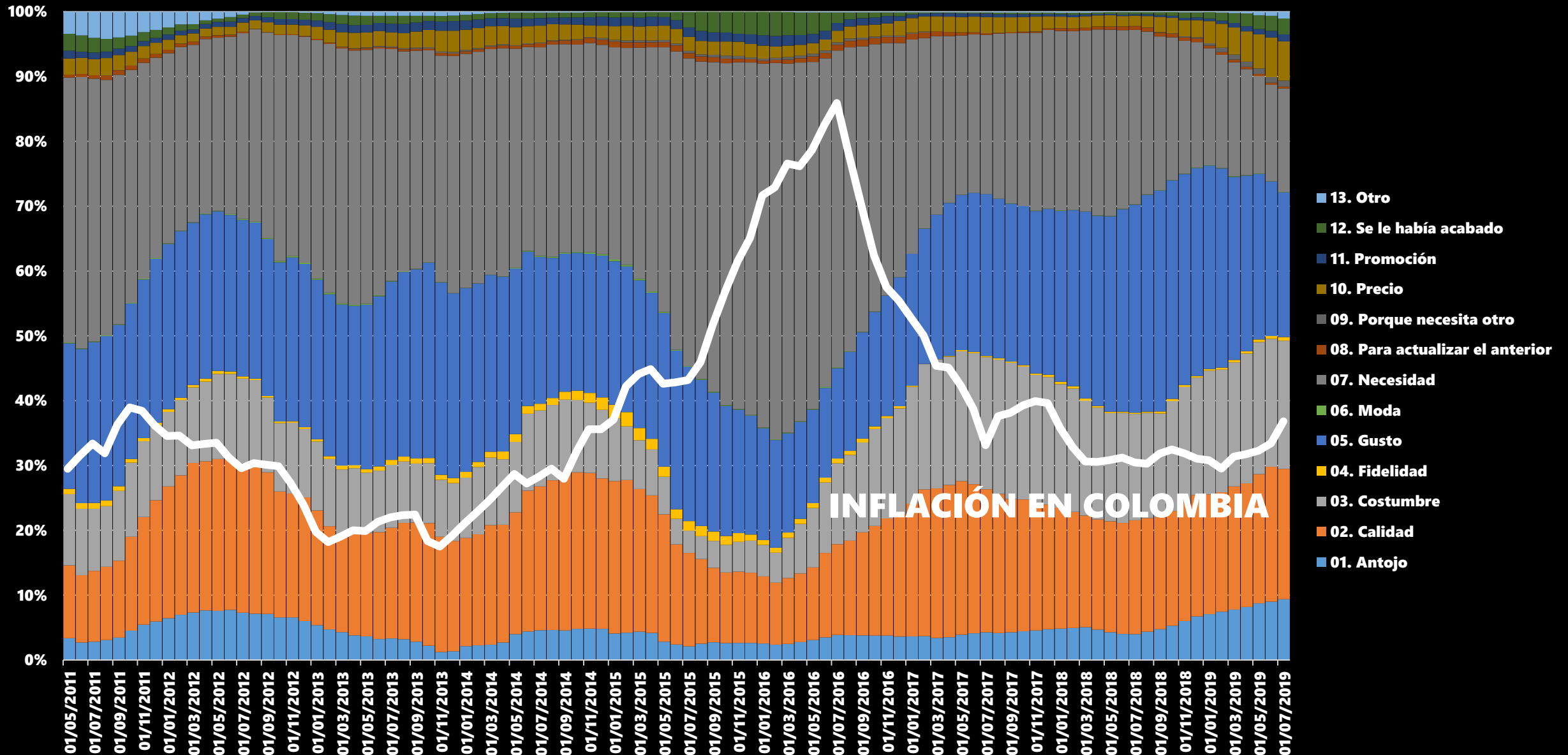




## ¿POR QUÉ COMPRAMOS?

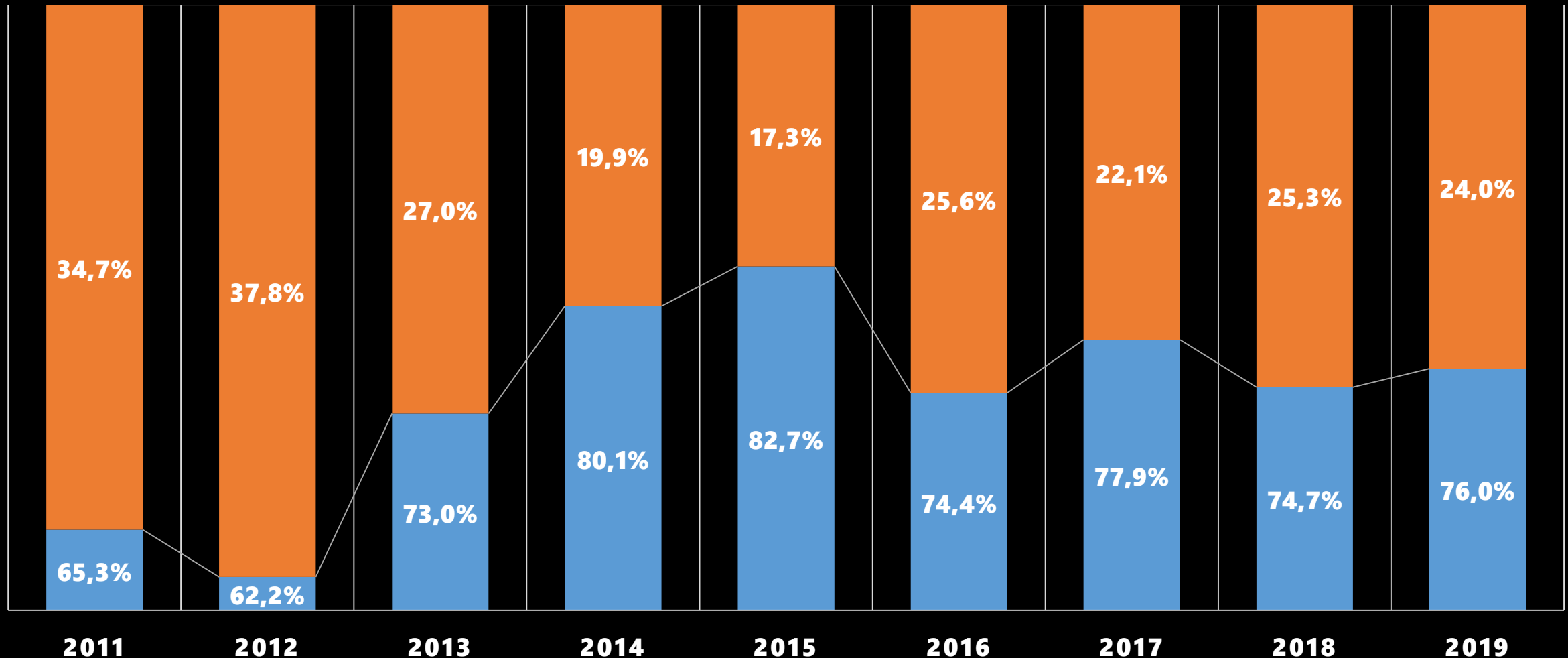


# ¿POR QUÉ COMPRAMOS?

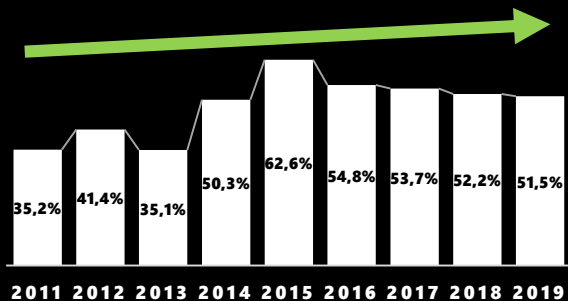


## ¿DÓNDE COMPRAMOS LOS COLOMBIANOS? (COMPARADO DE LOS 6 PRIMEROS MESES)

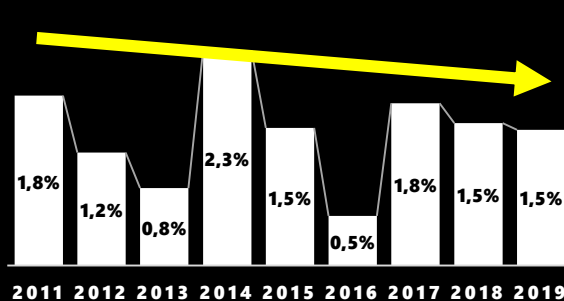
■ CANAL TRADICIONAL ■ CANAL MODERNO



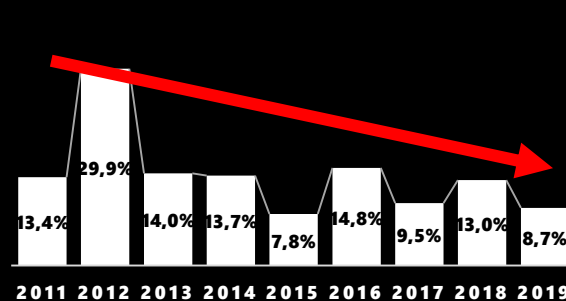
■ 01. TIENDAS DE BARRIO



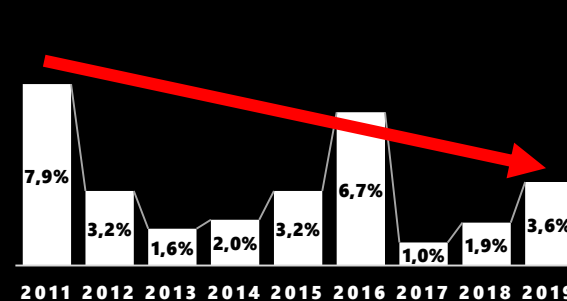
■ 02. VENDEDOR AMBULANTE



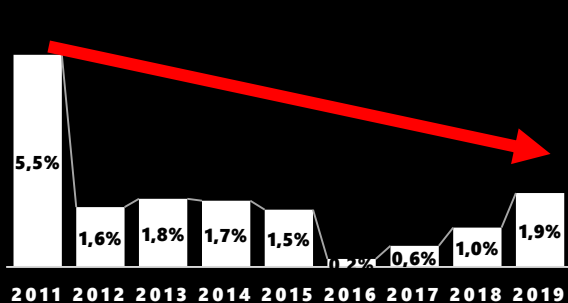
■ 03. ALMACÉN DE GRAN CADENA



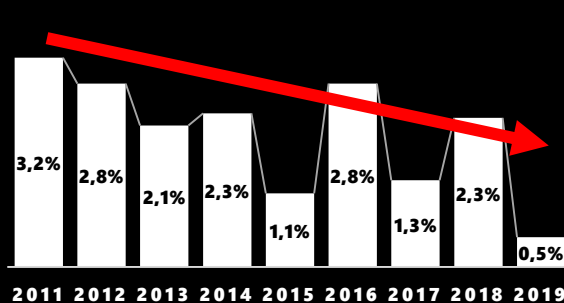
■ 04. ALMACÉN COMERCIAL SIN CC



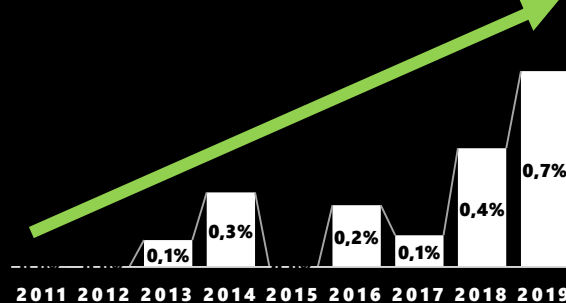
■ 05. CENTROS COMERCIALES



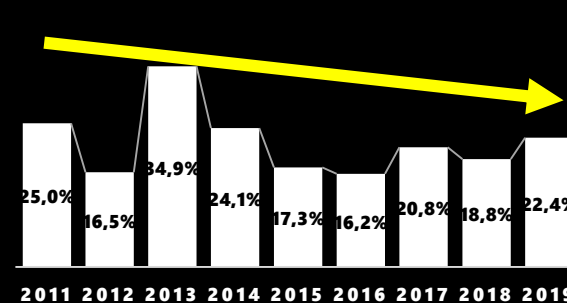
■ 06. ZONA COMERCIAL



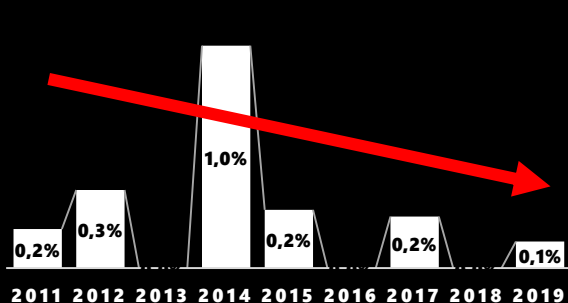
■ 07. INTERNET



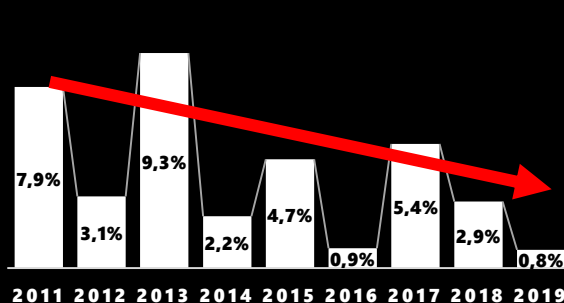
■ 08. SUPERMERCADO



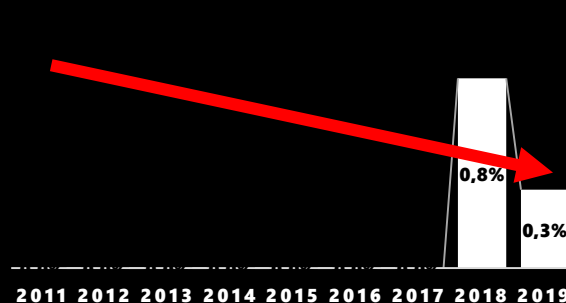
■ 09. PUNTO AUTORIZADO /BANCO/ CADE



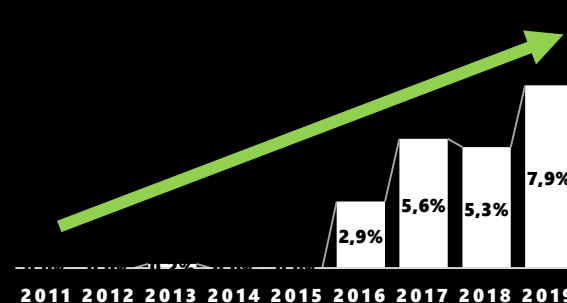
■ 10. OTRO



■ 11. CÁLOGO



■ 12. HARD DISCOUNT



**PASAMOS DE BUSCAR,**  
BUENO,  
BONITO  
& BARATO,

**A EXIGIR**  
**BARATO,**  
**CERQUITA**  
**& RÁPIDO**

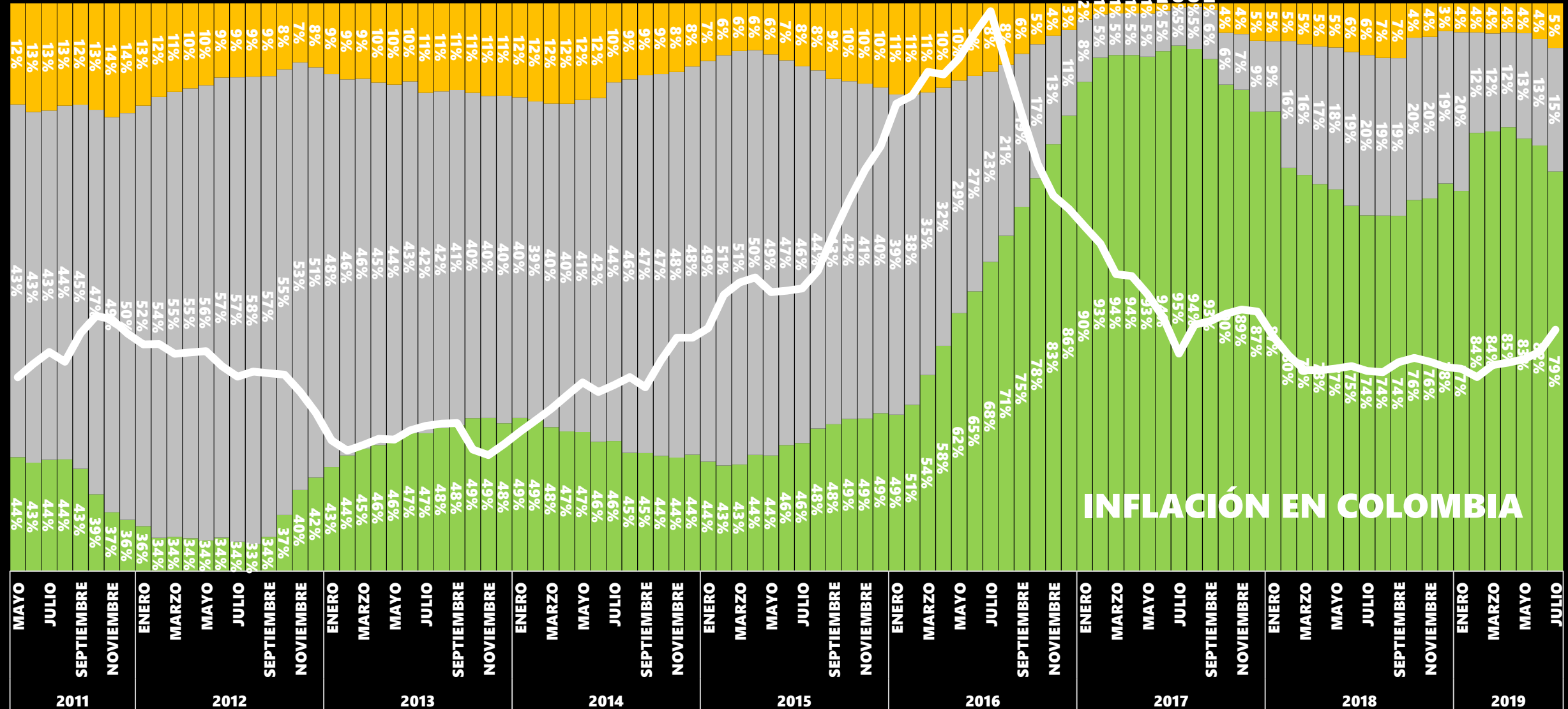


# CANTIDAD DE TRANSACCIONES POR TIPO DE COMPRADOR EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

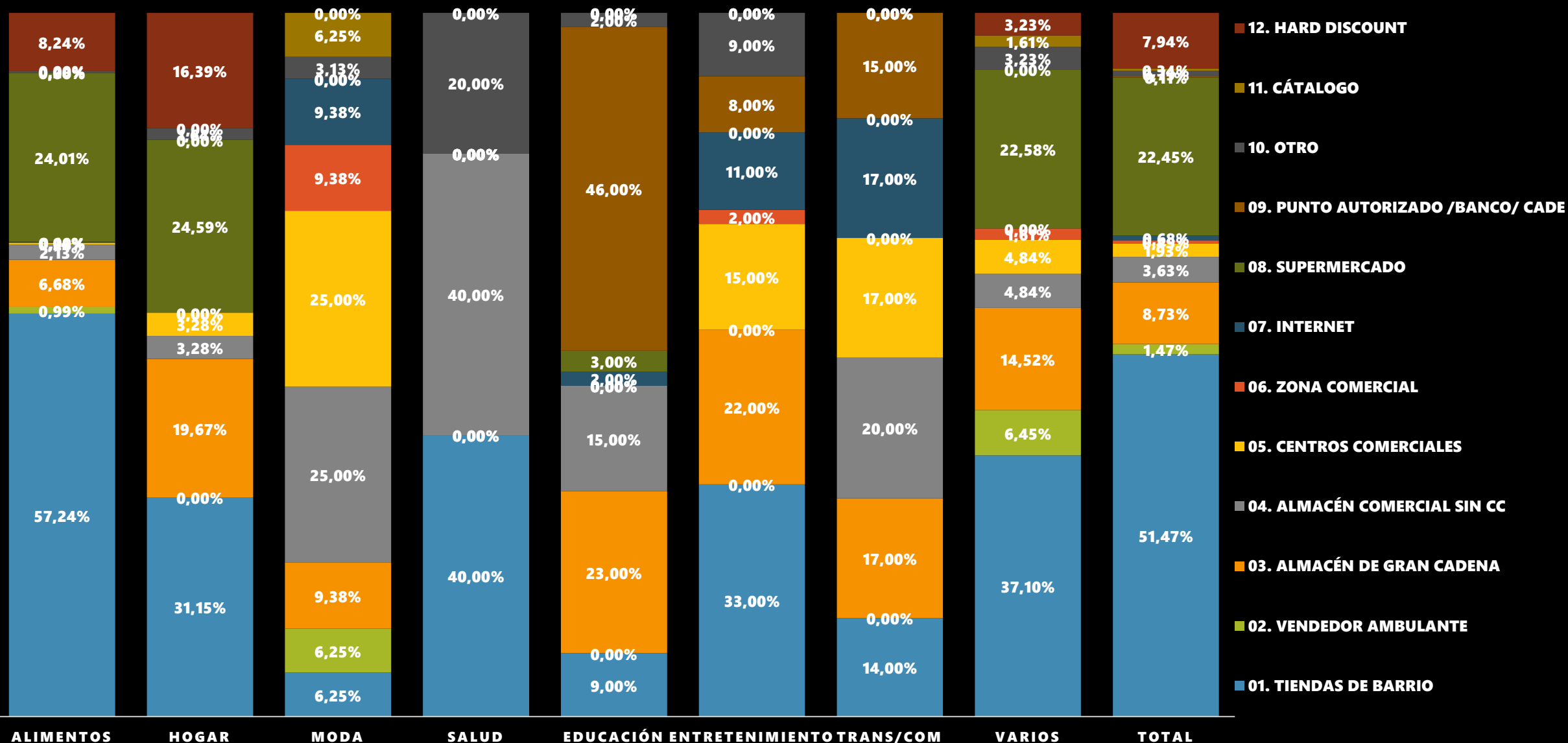
■ COMPRADOR DE PROMOCIONES

■ COMPRADOR DE OPORTUNIDAD

■ COMPRADOR DE VALOR



## ¿QUÉ Y DÓNDE COMPRAMOS? PRIMEROS MESES DE 2019



# ¿QUÉ ES? BARATO, CERQUITA & RÁPIDO

**BARATO =  
PRECIOS BAJOS**



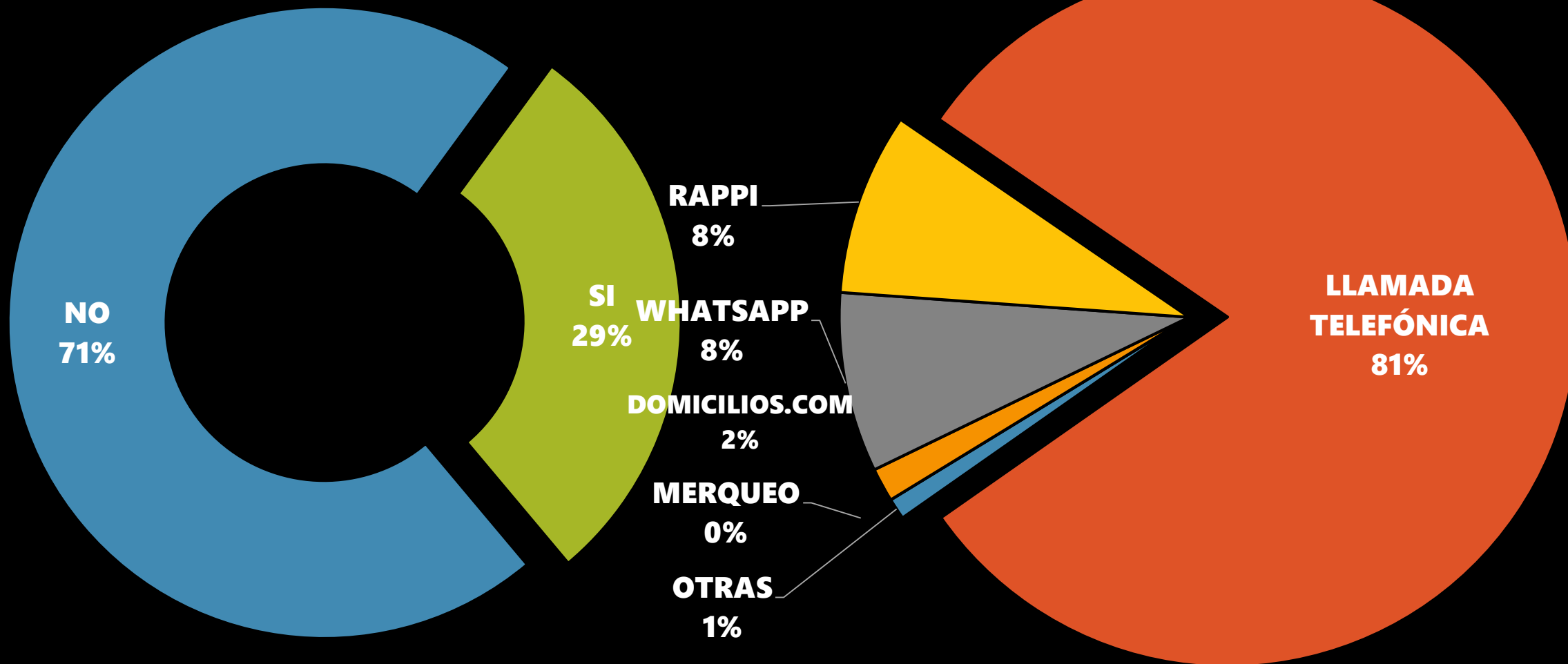
# CERQUITA & RÁPIDO



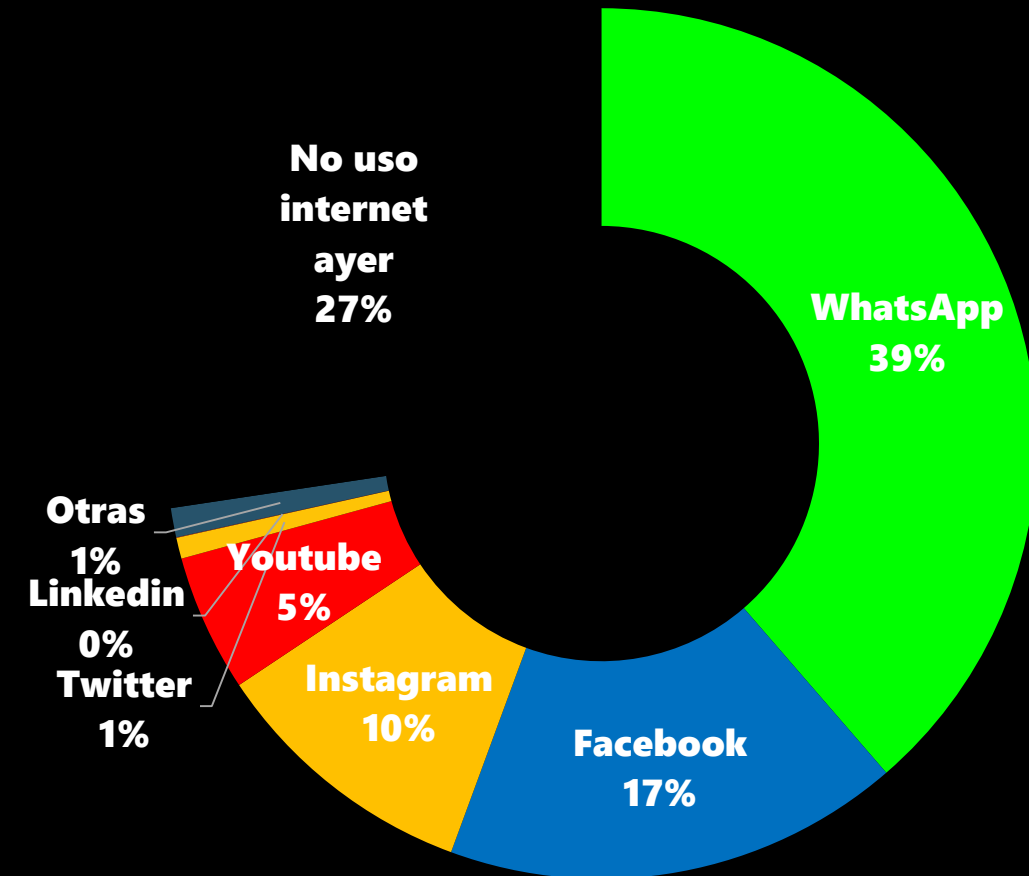


# ¿AYER PIDIÓ UN DOMICILIO? – DATOS DE MAYO DE 2019

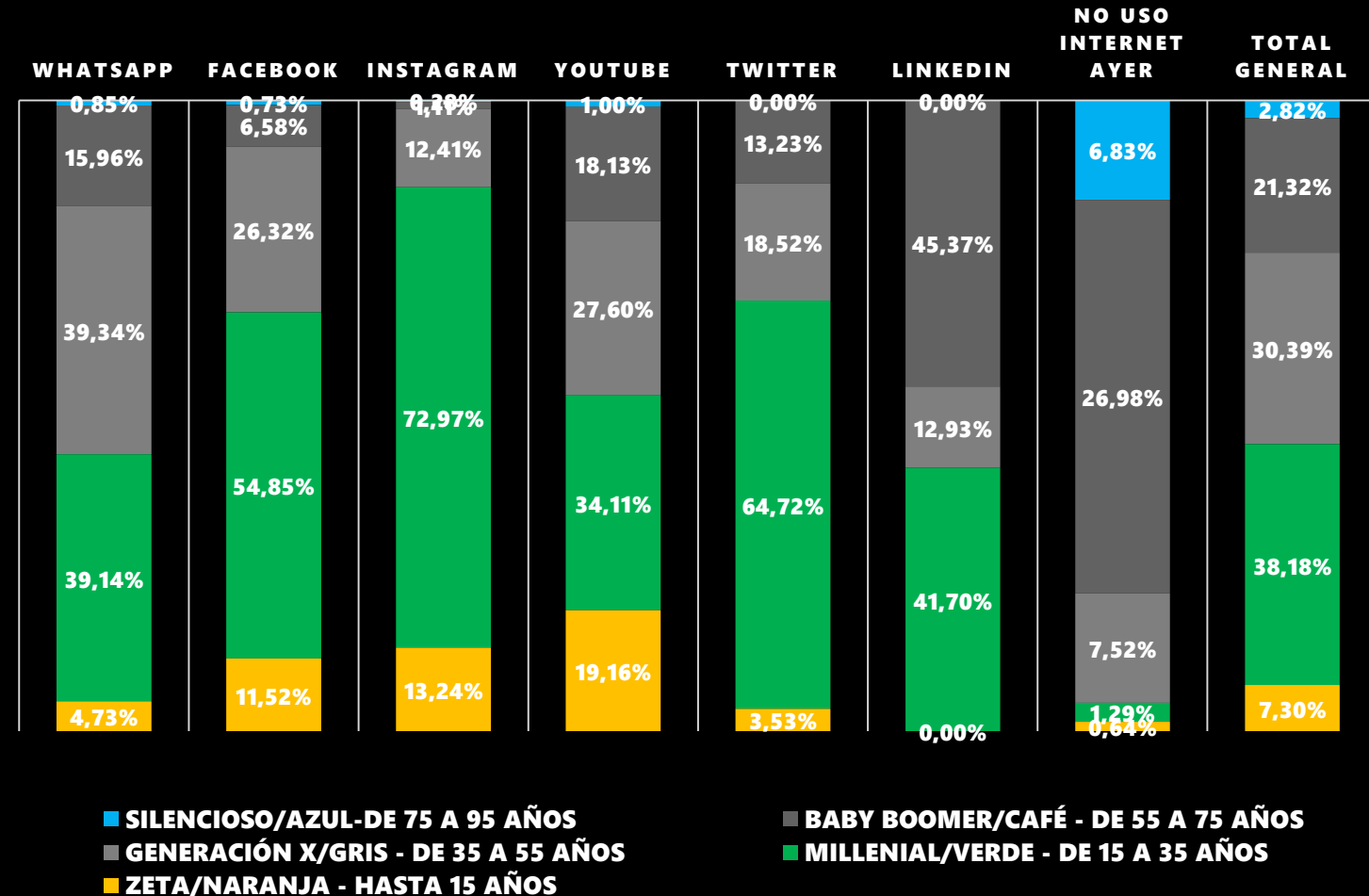
# ¿DÓNDE PIDIÓ EL DOMICILIO?



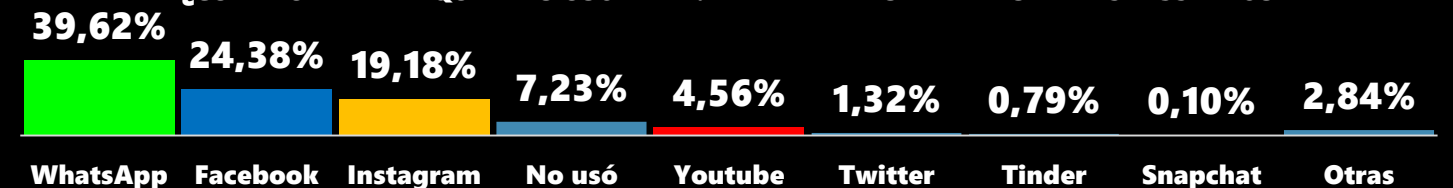
## ¿CUÁL FUE LA RED QUE MÁS USO AYER?



## ¿CUÁL FUE LA RED QUE MÁS USO AYER? CONSUMER TRACK DE RADDAR/MAR 19

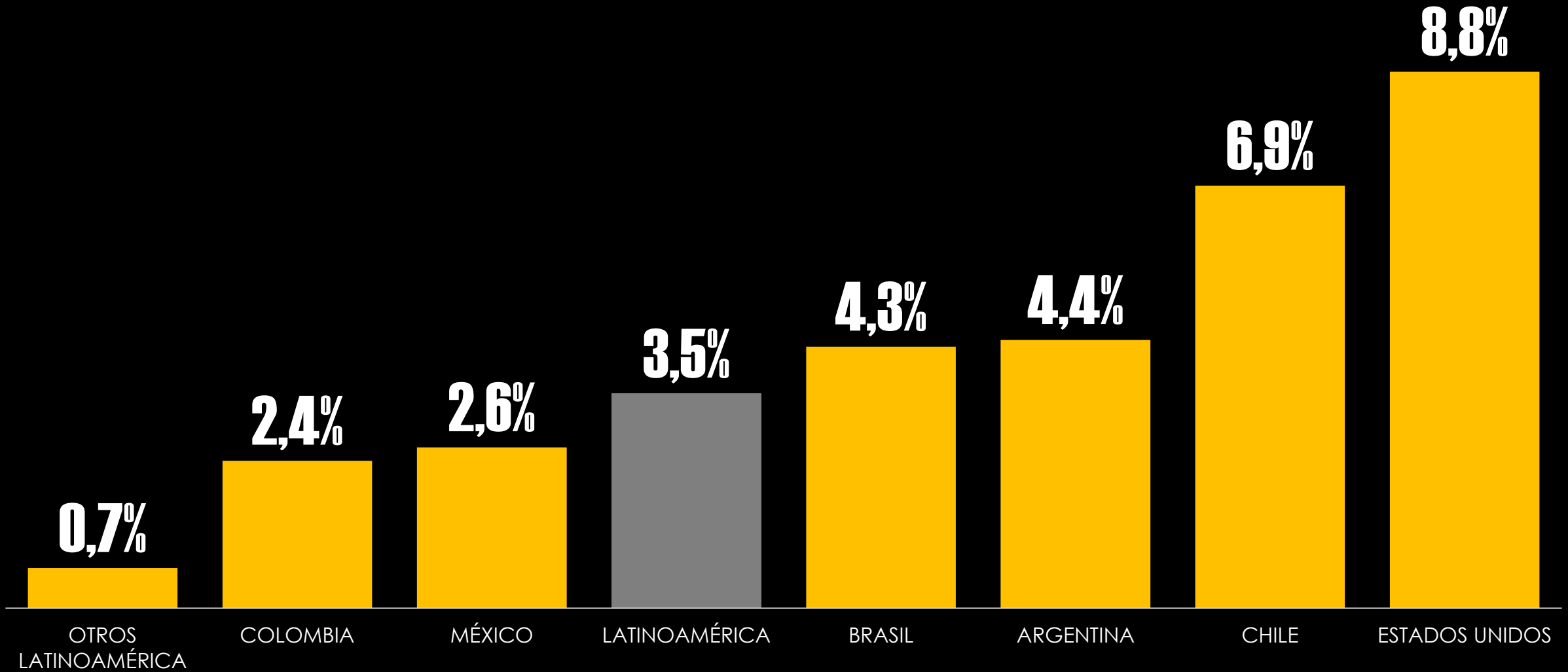


### ¿CUÁL FUE LA RED QUE MÁS USÓ AYER? - MILENNIALS - VERDES - DE 15 A 35 AÑOS



**RADDAR**

PESO DEL ECOMMERCE EN EL GASTO DE LOS HOGARES - 2018



# UN "SEMÁFORO" DE OPORTUNIDADES, A MANERA DE RESUMEN

- **SOMOS HORMIGAS EN UNA PELEA DE ELEFANTES (CHINA vs EEUU).**
- **SOMOS VULNERABLES A LO QUE PASA EN EL MUNDO EN TIPO DE CAMBIO (\$ vs US\$)**
- **EN 2020 VIENE EL AJUSTE DE LA LEY DE FINANCIAMIENTO 2018**
- **SEGUIMOS IMPORTANDO MUCHOS INSUMOS Y BIENES DE CAPITAL.**
- **NO HEMOS EXPORTADO MÁS.**
- **EL TIPO DE CAMBIO DE MUY SENSIBLE A TEMAS "NO ECONÓMICOS".**
- **LA LLEGADA DE VENEZOLANOS NOS HA SERVIDO EN EL CORTO PLAZO.**
- **EL GASTO DE LOS HOGARES CRECE POR HABER MAS PERSONAS, REMESAS, CREDITO Y SALARIOS**
- **EL GASTO CRECE MAS EN SERVICIOS QUE EN PRODUCTOS**
- **EL GASTO EN IMPORTADOS NO HA CAMBIADO DEMASIADO EN EL BOLSILLO.**
- **SERÁ UN AÑO SIN ELECCIONES Y CON EXPANSIÓN DE GASTO PÚBLICO**
- **EL 2020 ES MUY POSIBLE QUE EL PIB CREZCA MÁS QUE LO QUE CRECE EN 2019**

A soccer player in a red and yellow jersey is shown in profile, celebrating with his mouth open and arms outstretched. The background is blurred, suggesting a stadium setting.

**EL MERCADO  
COLOMBIANO  
YA CAMBIÓ...**

**...¿Y SU NEGOCIO  
TAMBIÉN?**

**GRACIAS**

**RADDVR** Consumer  
Knowledge  
Group