

¿Cómo van
las cosas?

R&ADV



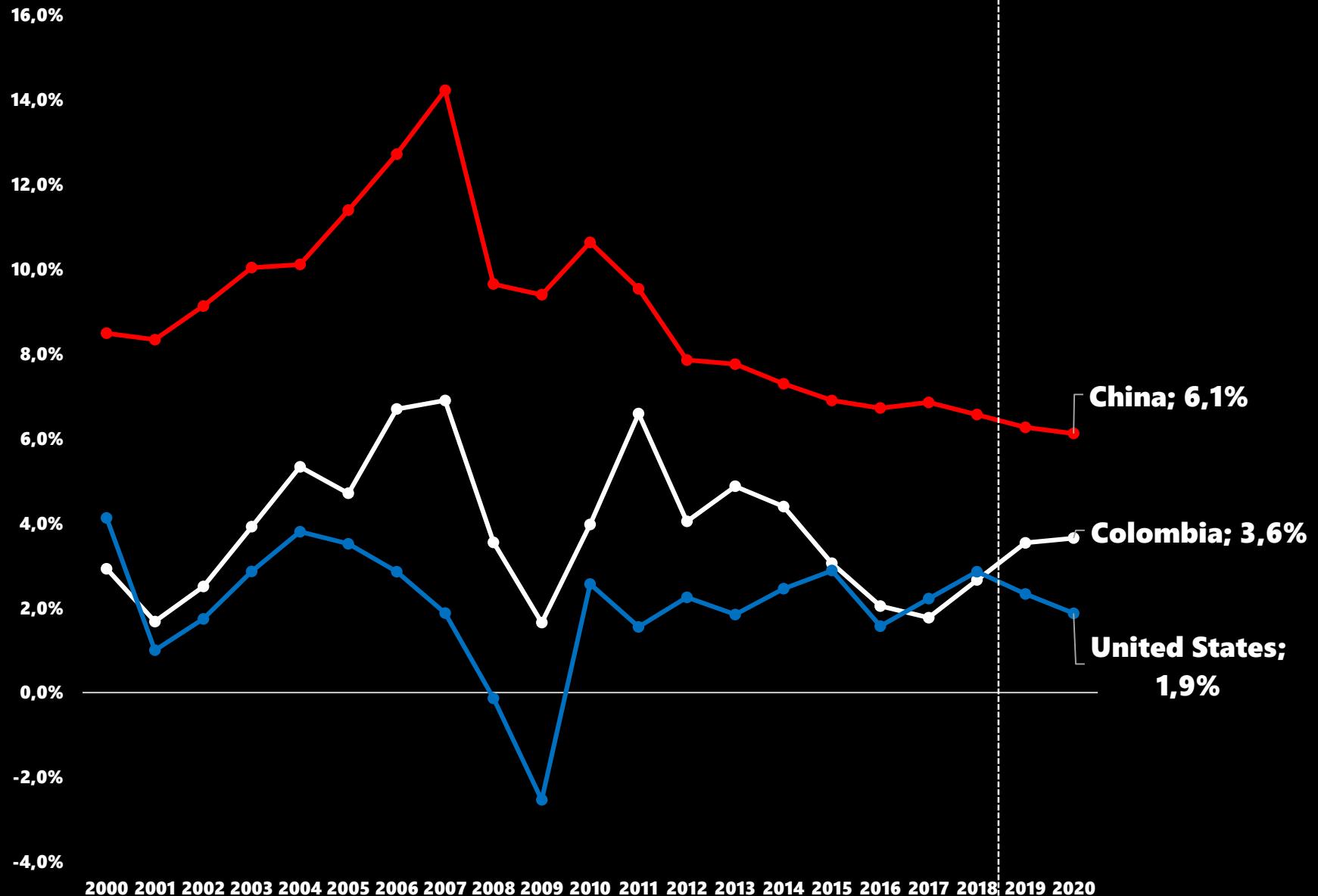
RADDV

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



MUNDO

¿LA ECONOMÍA ES "TA MAL"?

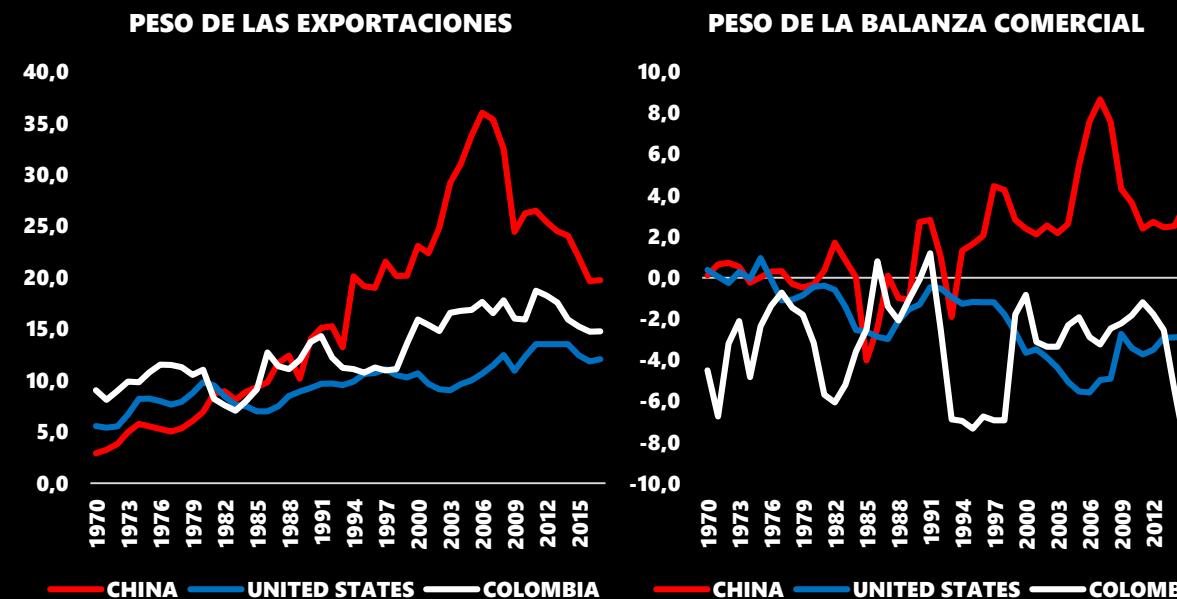
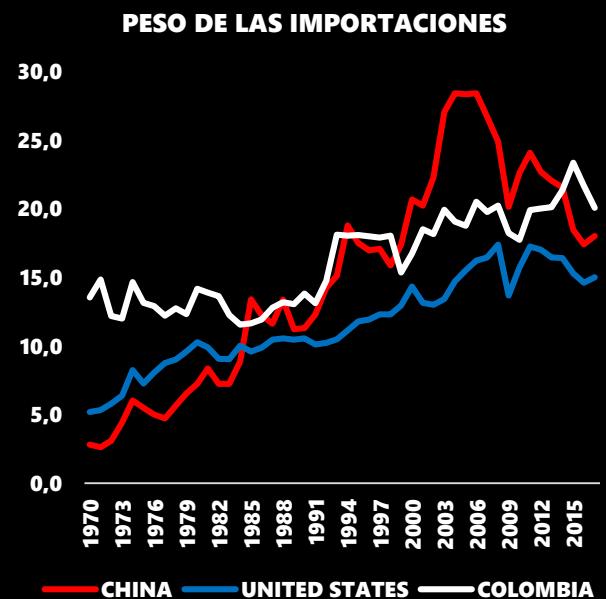
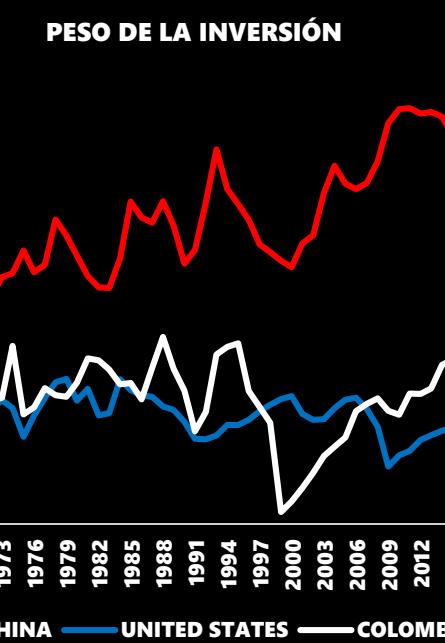
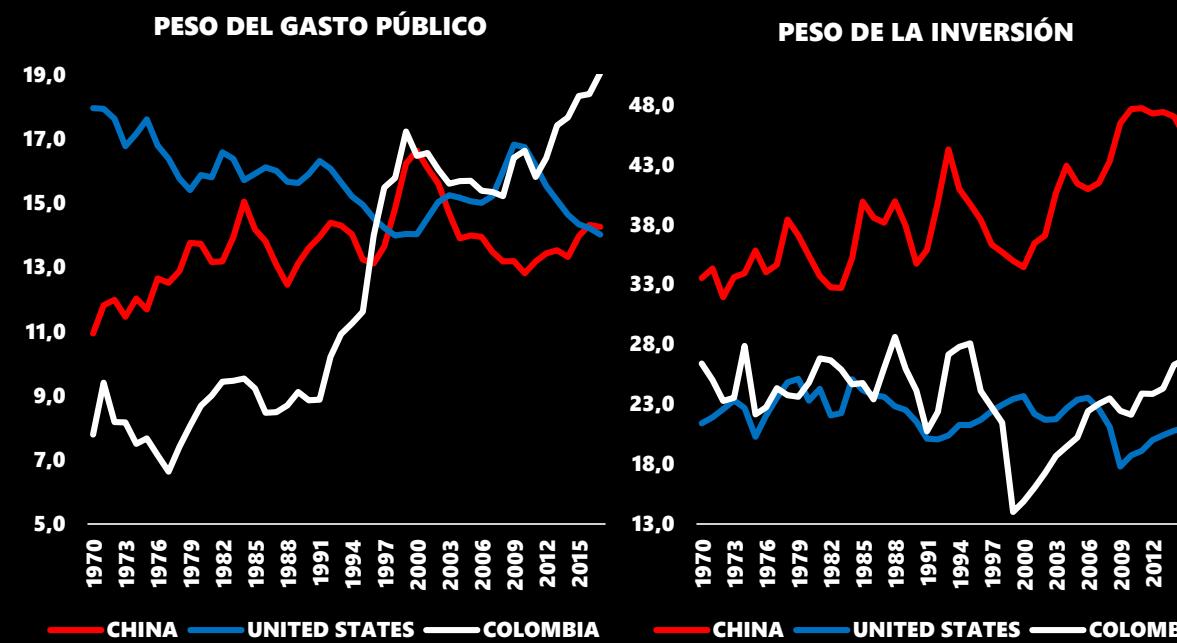
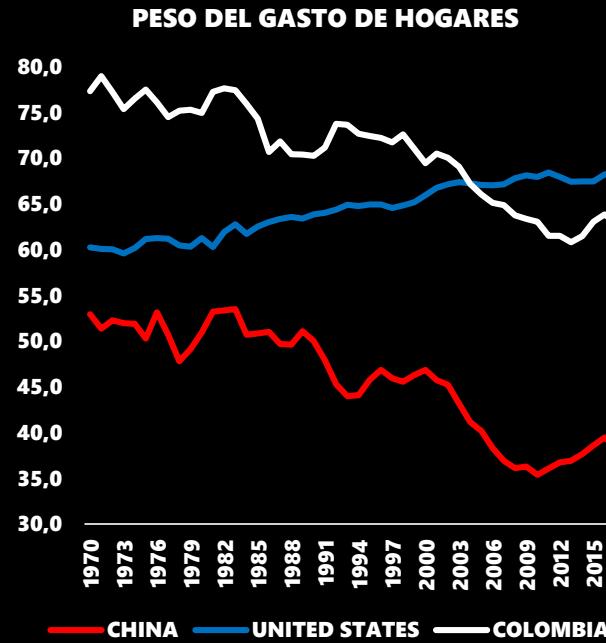


La economía colombiana crece en una tendencia muy similar a la de China y EEUU, pero en magnitudes diferentes.

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 frenar.

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



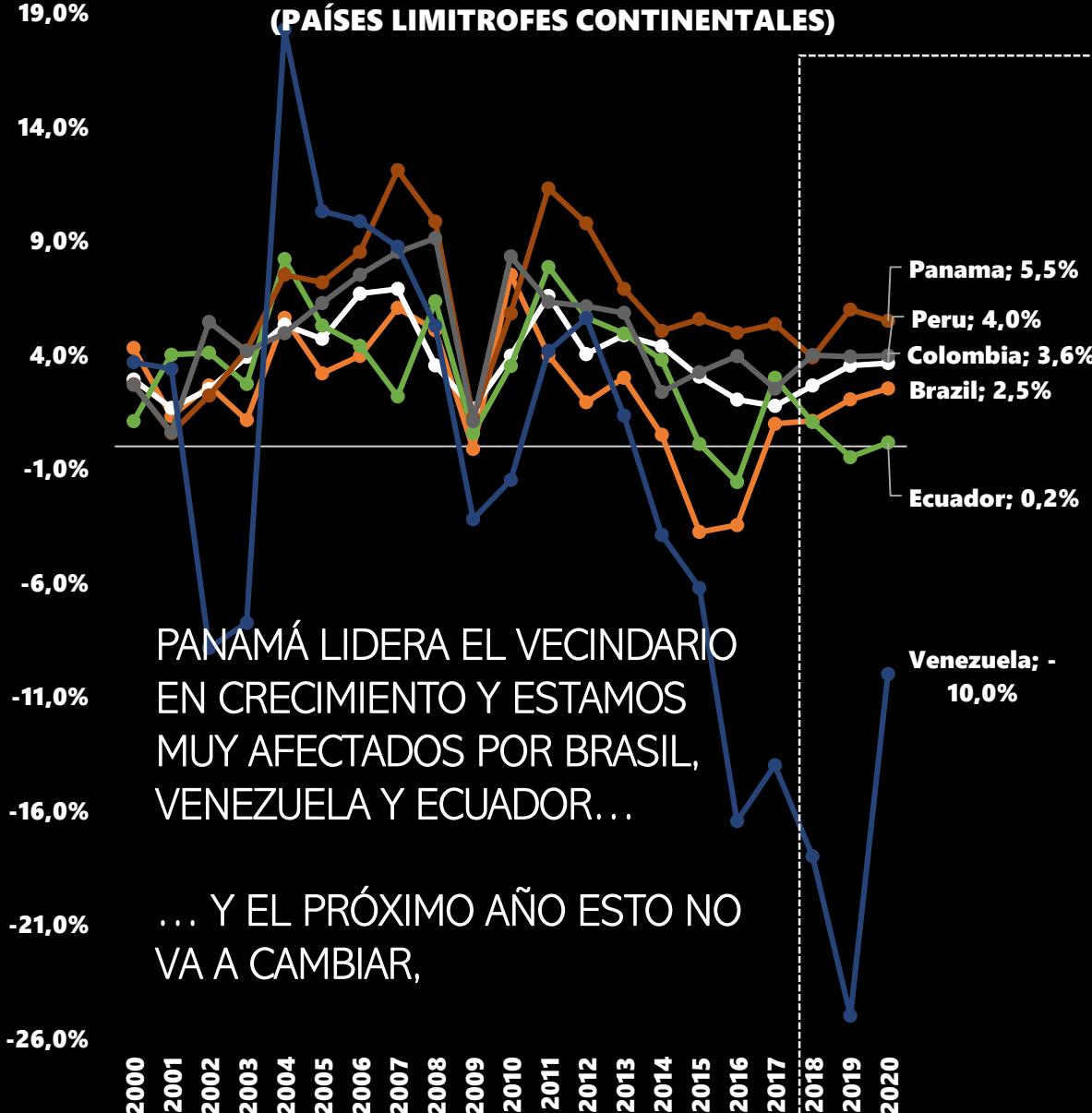
Las tres economías tienen modelos económicos muy diferentes:

China es más focalizada a aumentar su inversión y exportar.

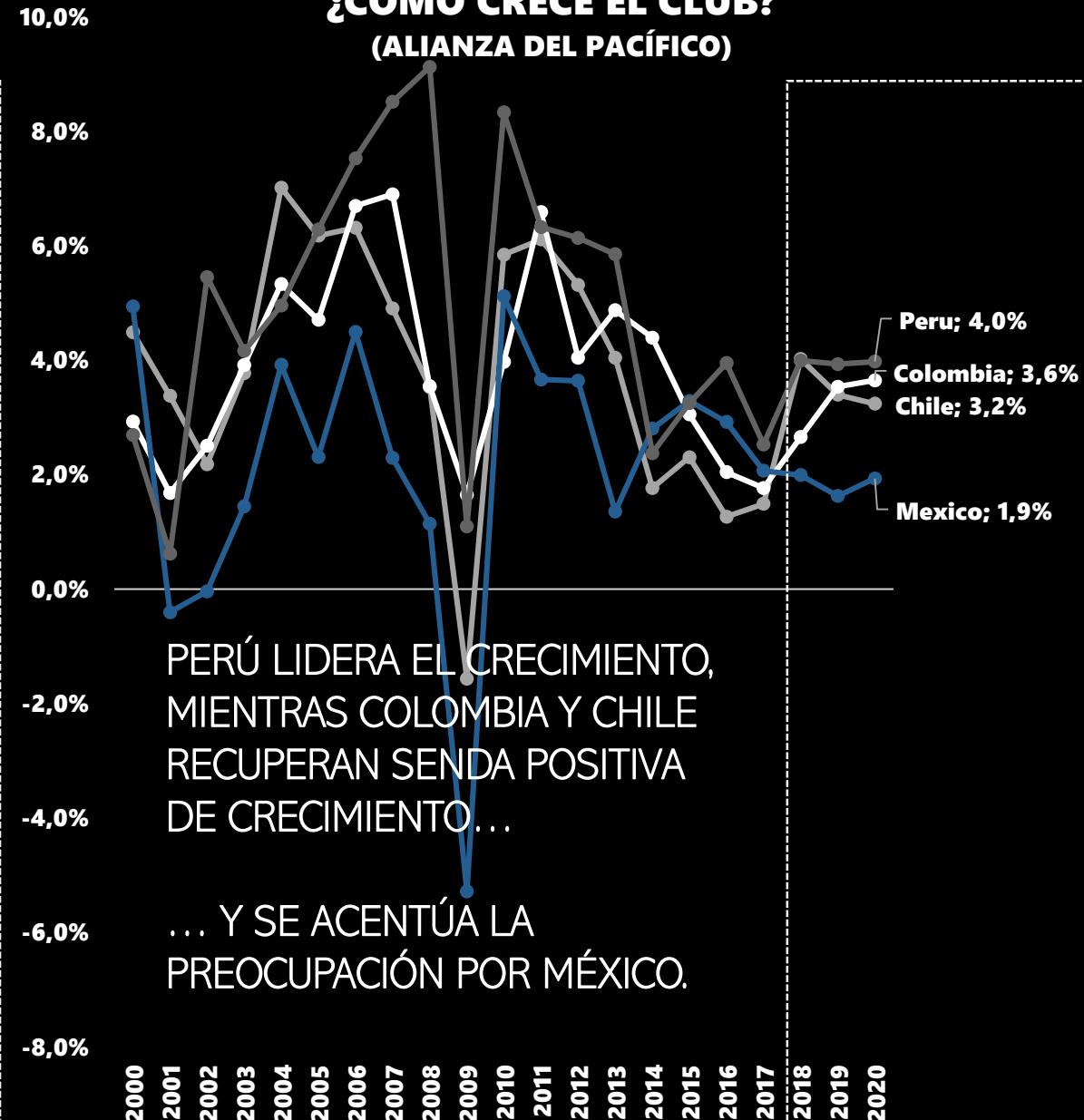
EEUU se está focalizando mas el consumo privado con más importaciones.

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**



Colombia es el

0,58% De la economía
mundial

PESO DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA EN...

27,3%

14,9%

10,9%

7,6%

2,4%

0,6%

DEL MUNDO

DE AMÉRICA

DE LATINOAMÉRICA

DE SURAMÉRICA

DE VECINOS

DE ANDINOS

SOMOS LA ECONOMÍA

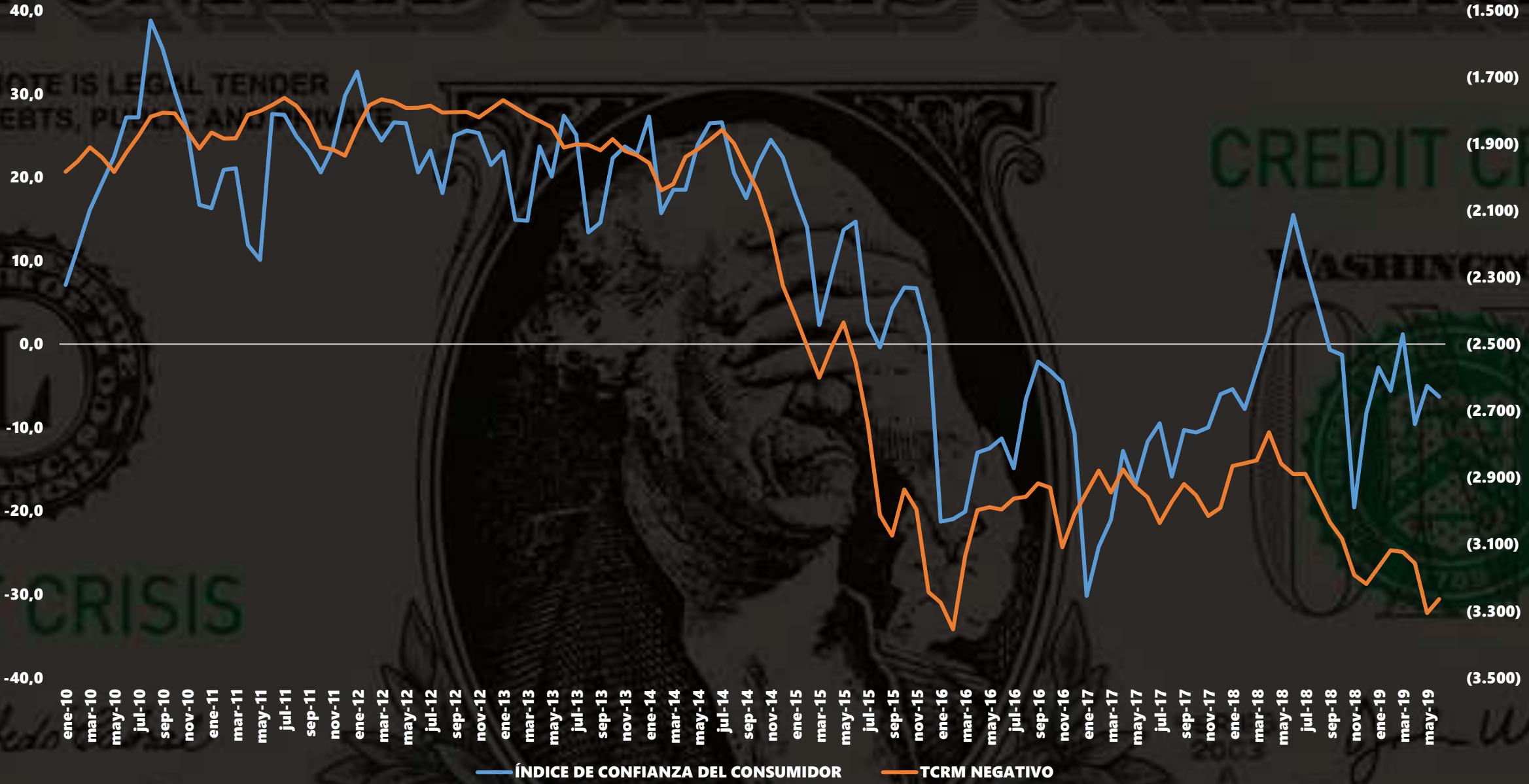
32

DE 200
SEGÚN EL FMI

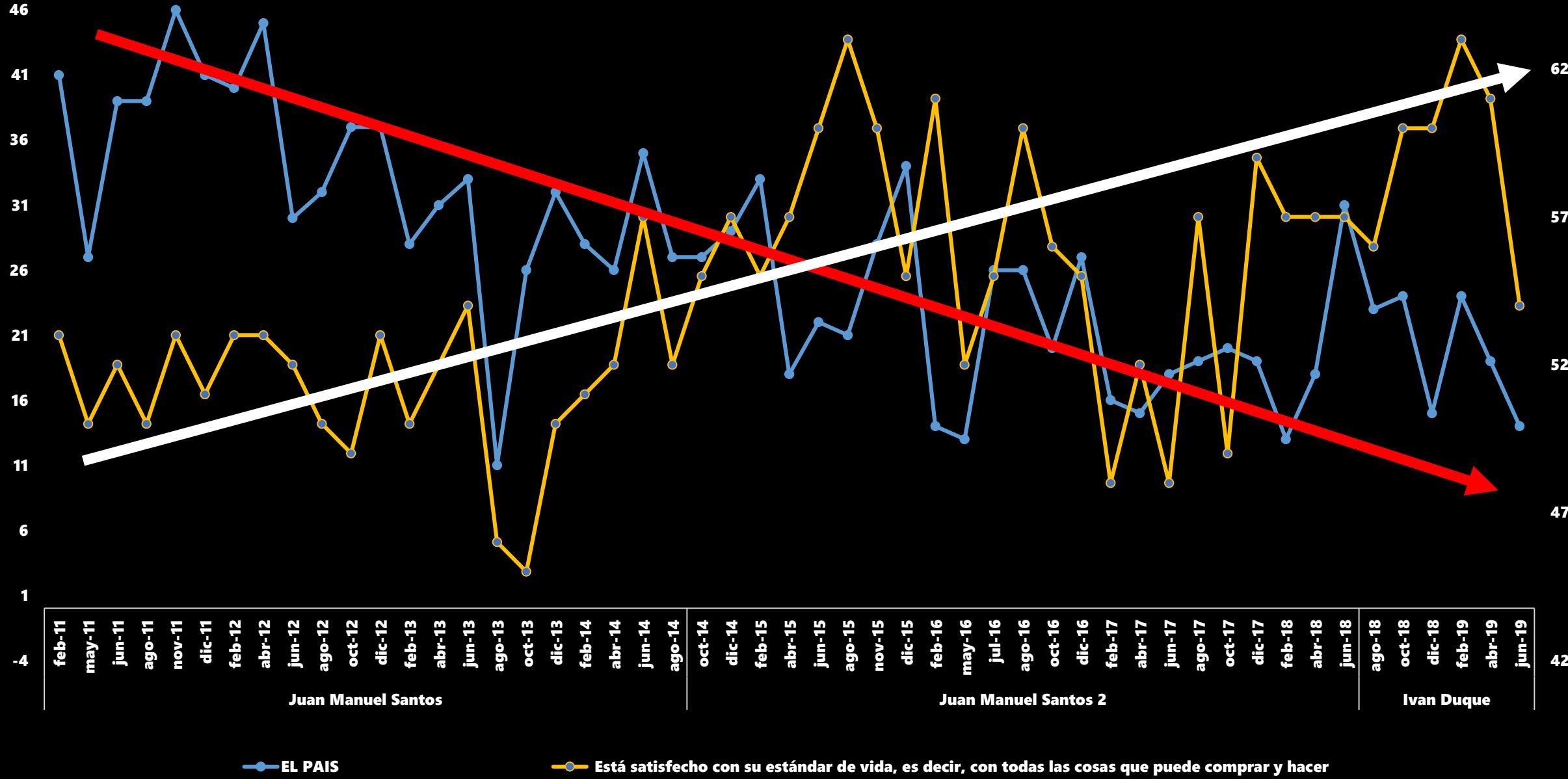
¿Qué
preocupa a los
colombianos?



¿EL TIPO DE CAMBIO NOS AFECTA LA CONFIANZA?



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



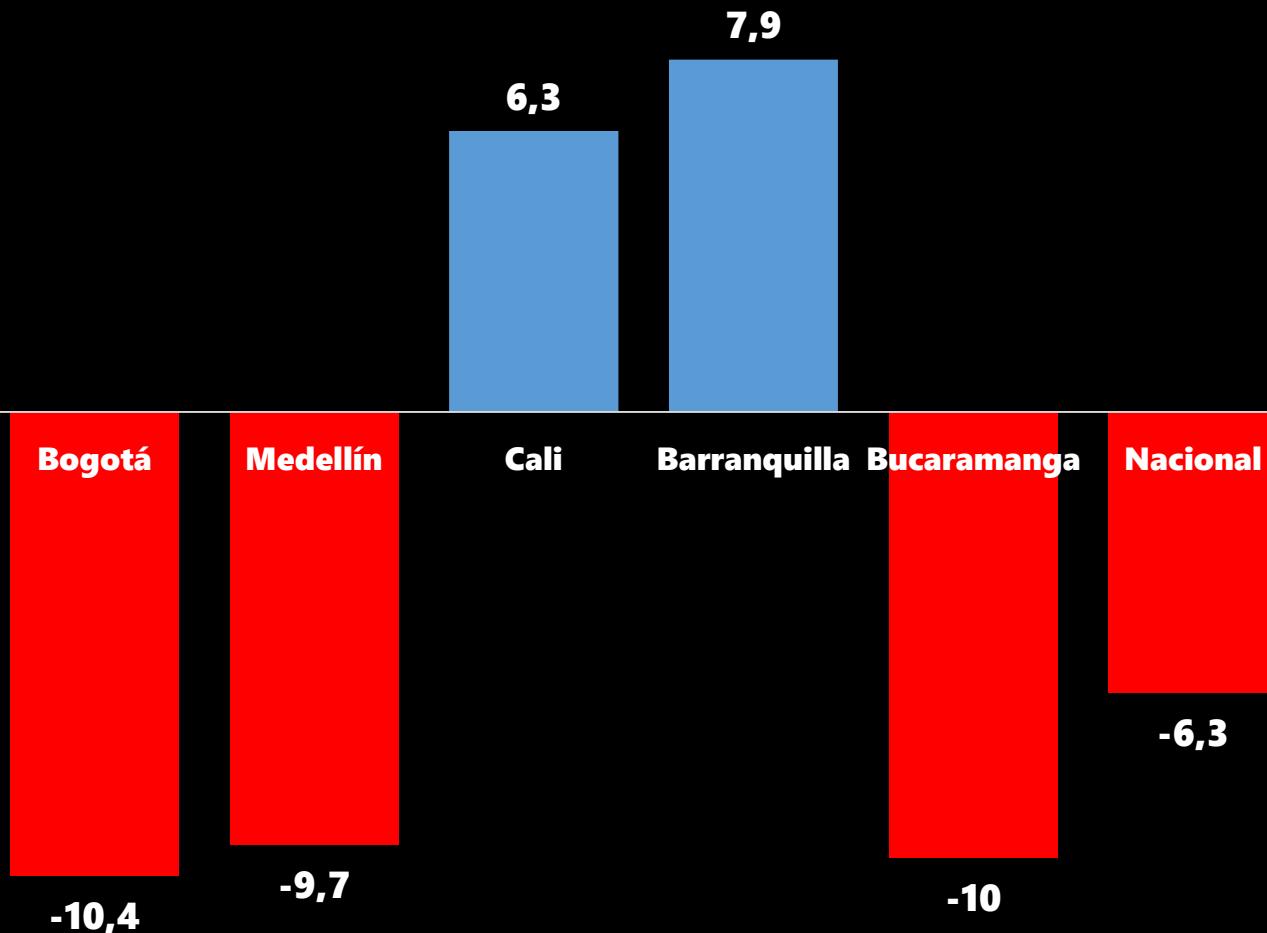
Fuente: INVAMER- RADDAR

PERC
REALIDAD
NÓN

RADDV



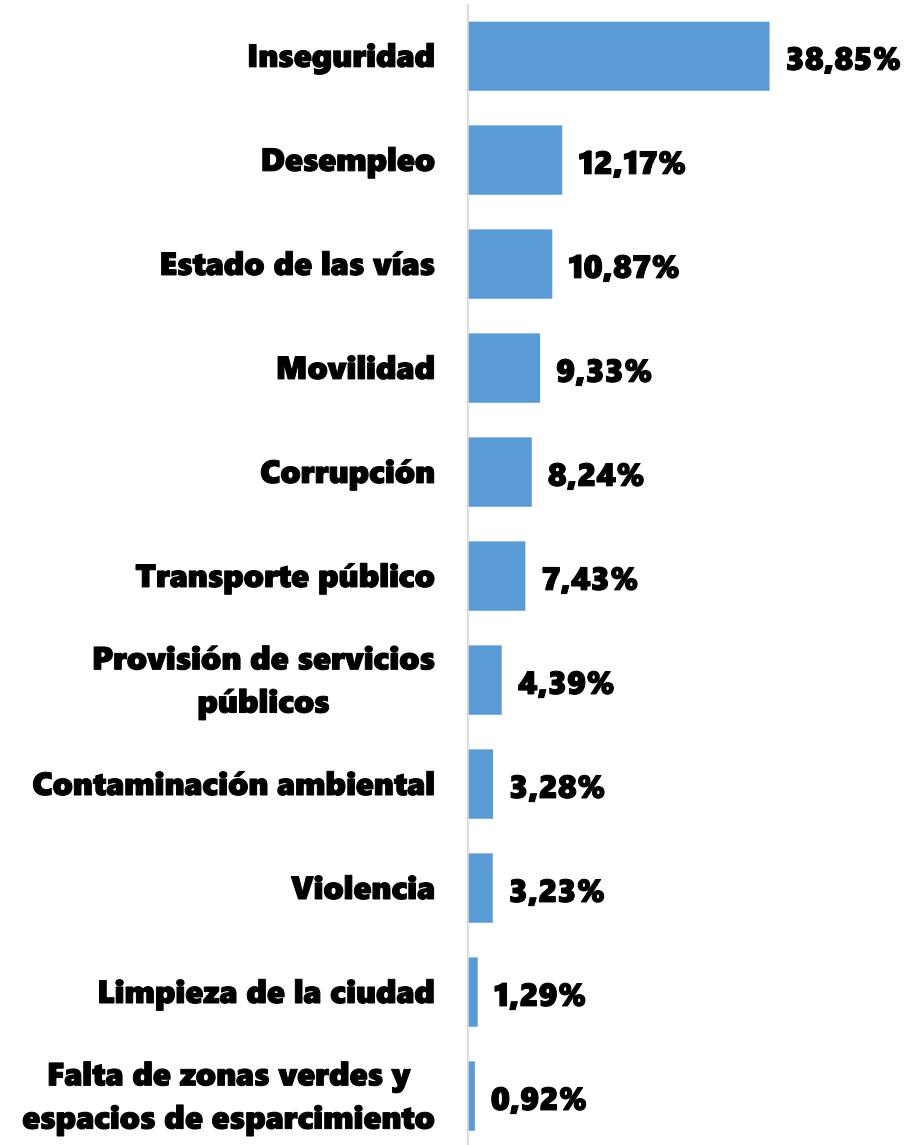
CONFIANZA DEL CONSUMIDOR 2019



Fuente: FEDESARROLLO - ANÁLISIS RADDAR

RADDAR

¿Qué espera que el siguiente alcalde solucione en su ciudad?

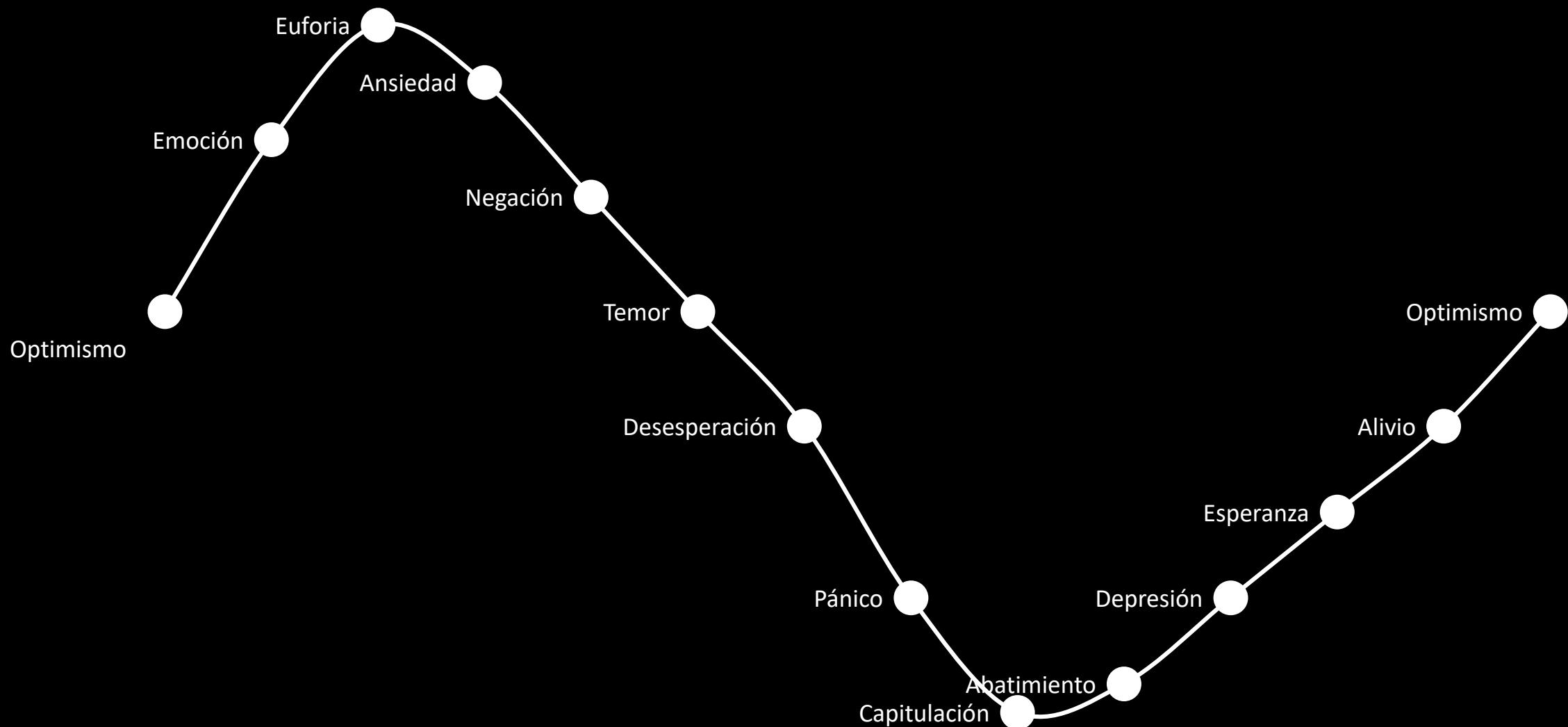




RADDV

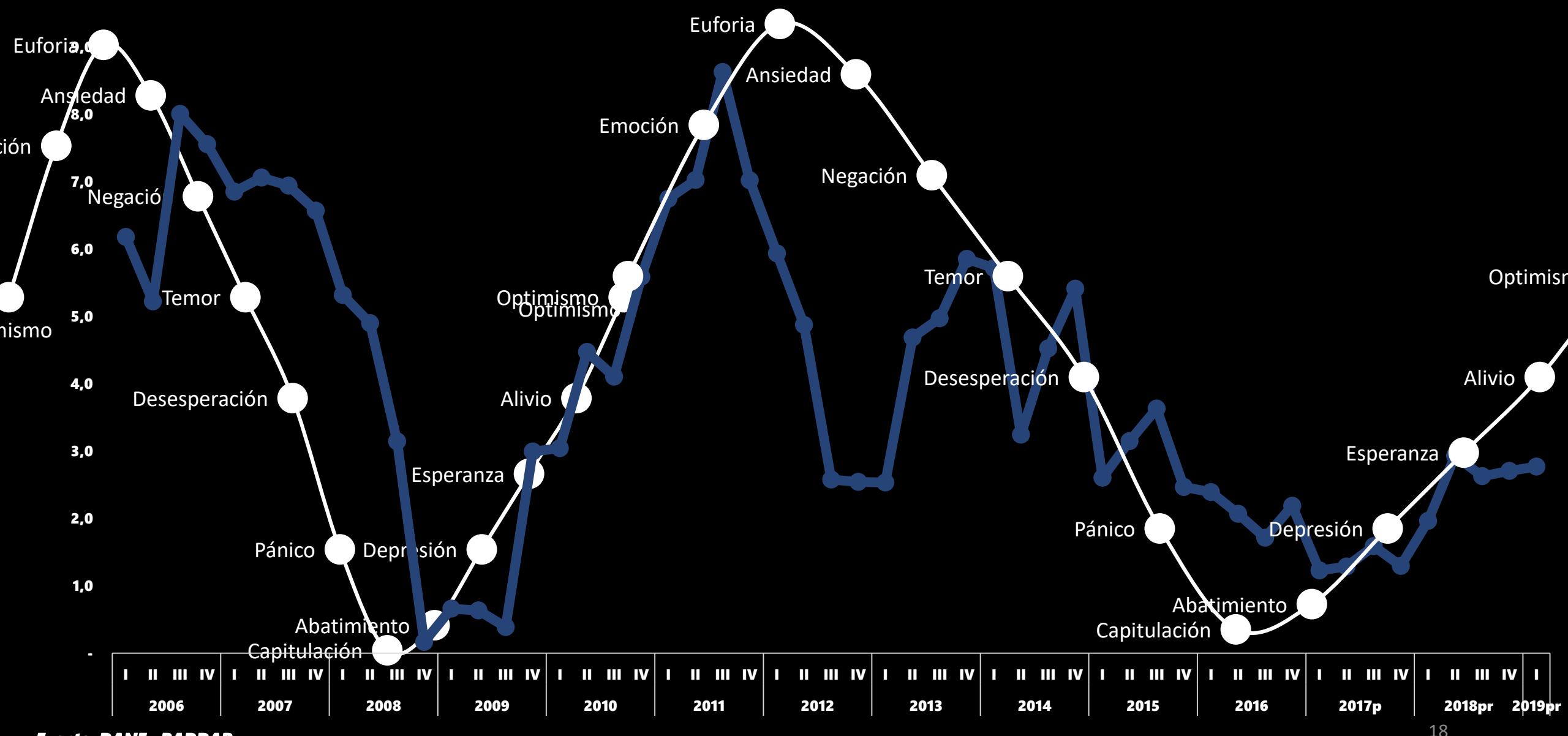
**TODOS LOS DATOS,
TODAS LAS CIFRAS
SON
LA REPRESENTACIÓN
ABSTRACTA
DE LAS DECISIONES
EMOCIONALES
DE LAS PERSONAS.**

@CONSUMIENDO
ESTADOS DE ÁNIMO Y CICLO ECONÓMICO



Fuente: Bancolombia – Riveros, Alex

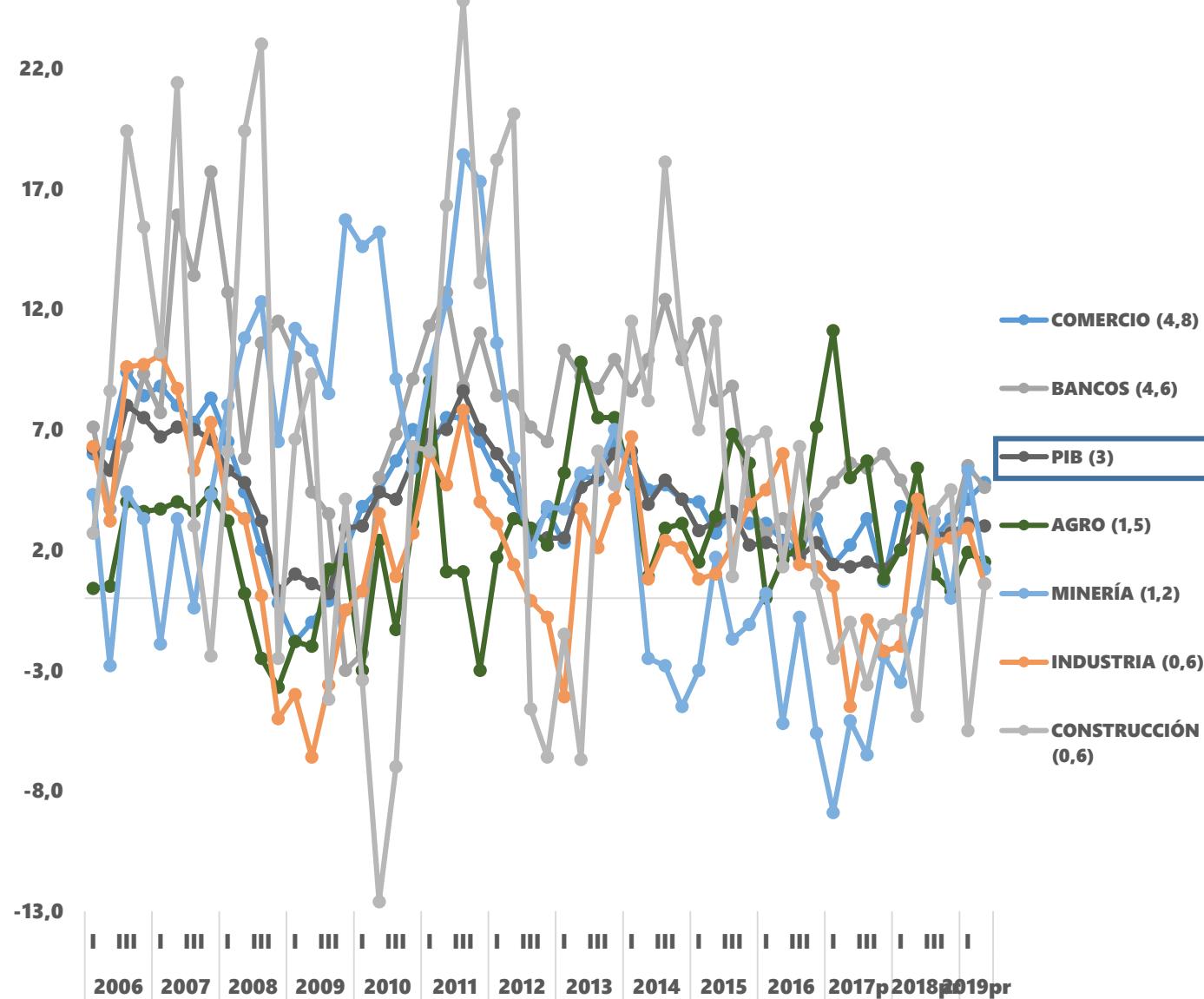
¿CÓMO SE HA COMPORTADO LA ECONOMÍA COLOMBIANA?



CRECIMIENTO ANUAL DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA

PESO EN LA ECONOMÍA COLOMBIANA

OTRAS	2,4%
COMUNICACIONES	2,8%
ELEC/GAS/AGUA	3,3%
ACT FINANCIERAS	3,9%
MINERÍA	5,7%
AGRO	6,3%
CONSTRUCCIÓN	6,7%
ACT PROFESIONALES	7,1%
ACT INMOBILIARIAS	9,0%
IMPUSTOS	9,1%
INDUSTRIA	13,3%
ADMON PÚBLICA	13,6%
COMERCIO	16,8%



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? Reelecciones.
- 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!

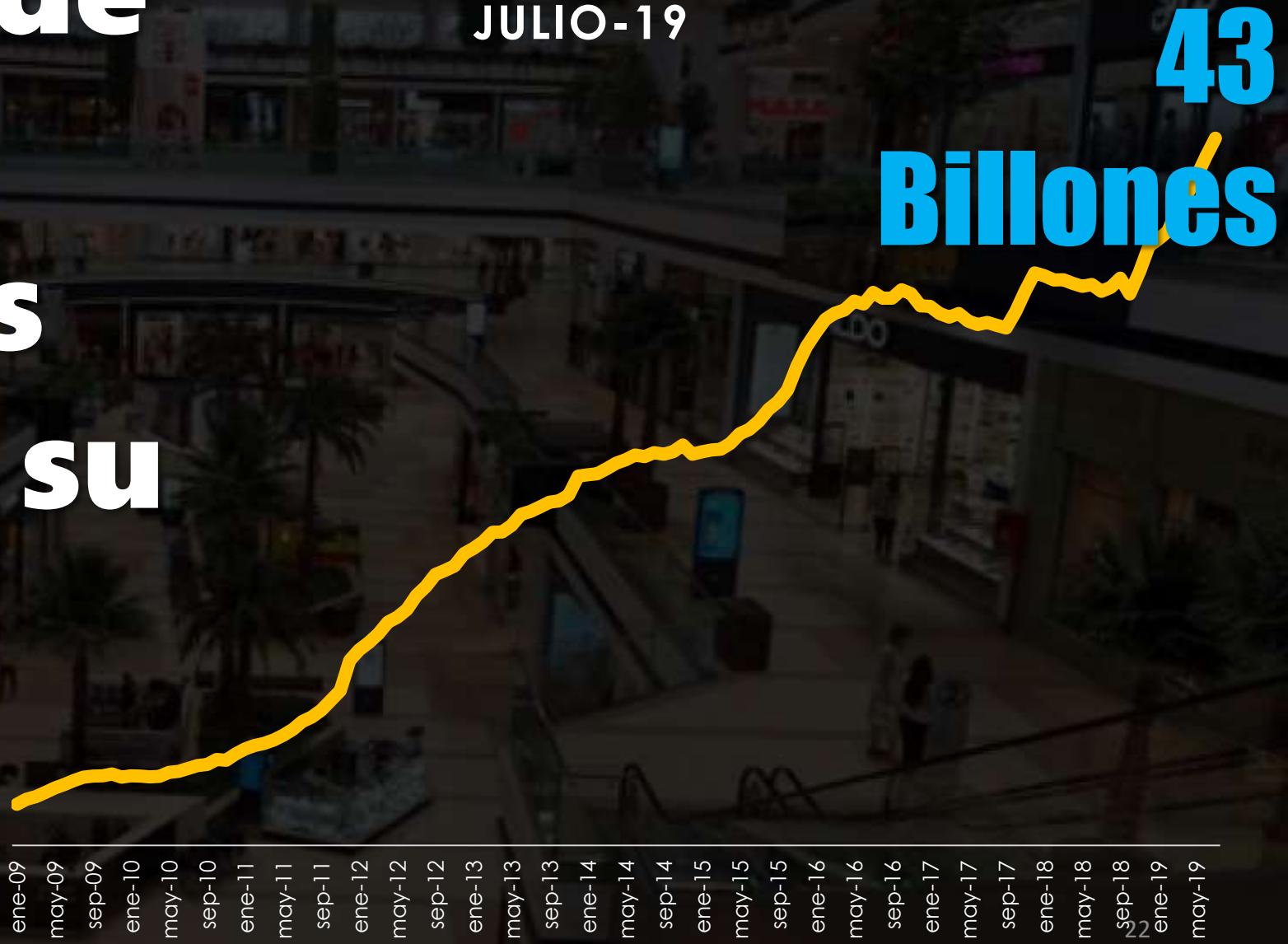
UN AÑO DE GRANDES NÚMEROS



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



5,8%

**SE CONSOLIDADA LA
RECUPERACIÓN EN EL
GASTO DE LOS HOGARES**



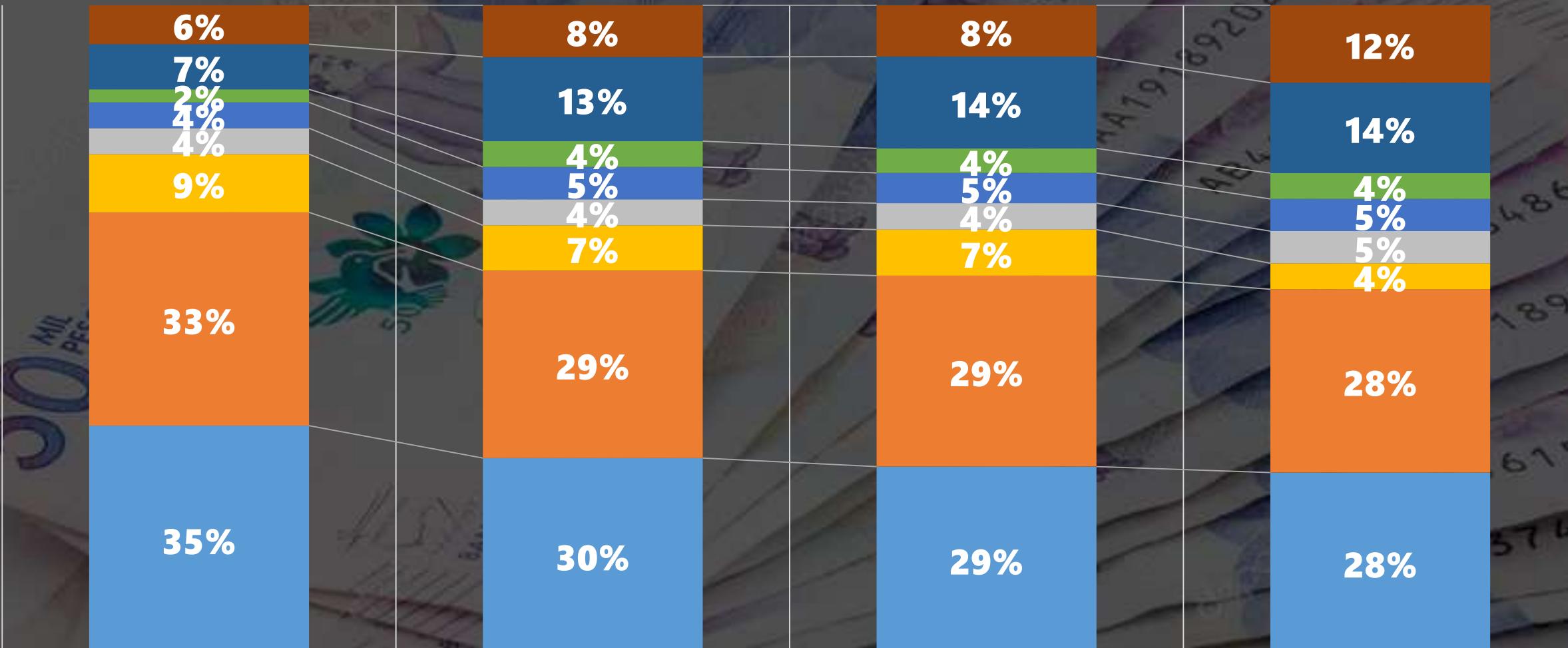


¿CÓMO HEMOS
CAMBIADO?

**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

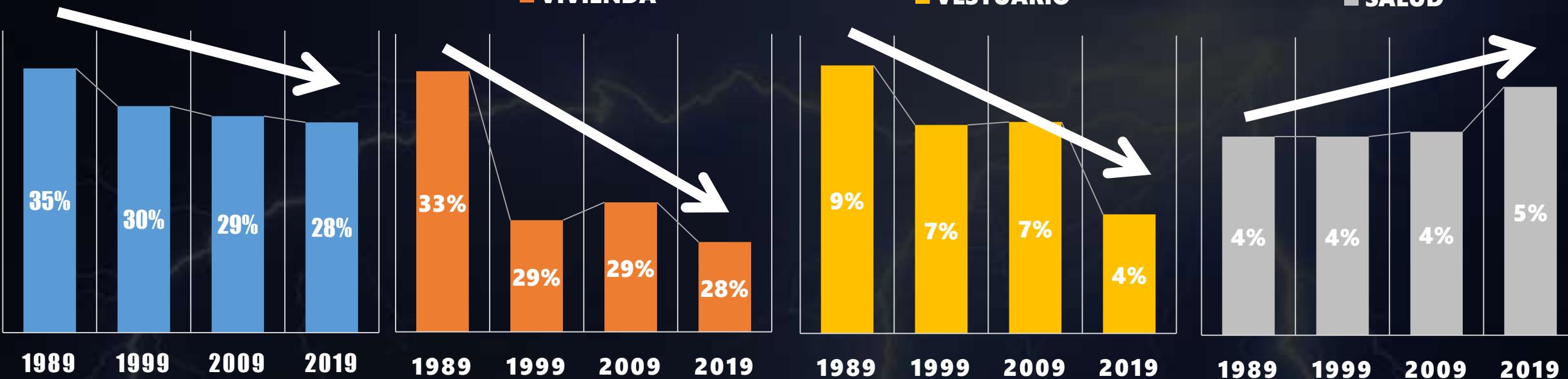
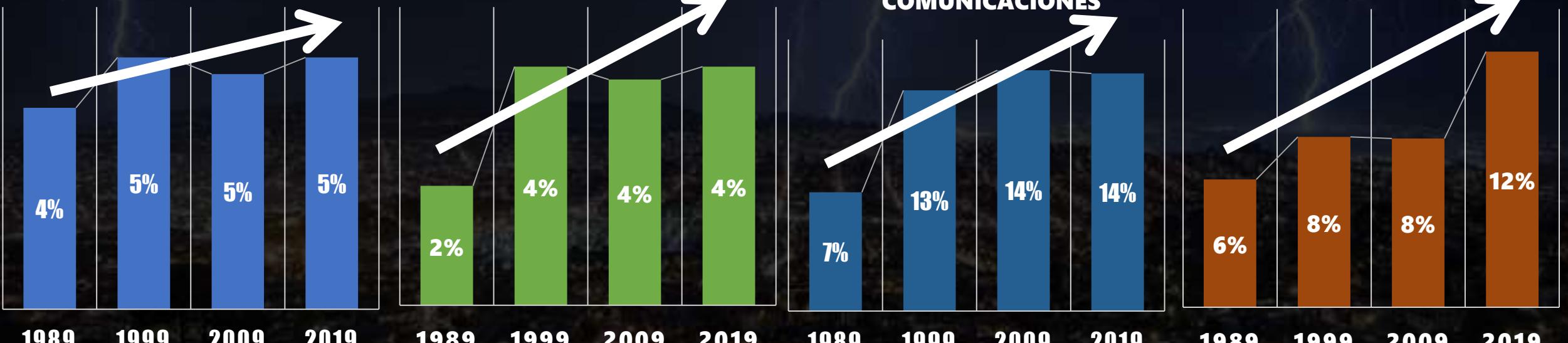


1989

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 PLASMA										
DVD										
EQU SONIDO										
REP SONIDO										
CONSOLAS										
SER TV										
COMP ESCRITORIO										
COMP PORTATIL										
TABLETA										
CELULAR										
INTERNET										
TELÉFONO 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

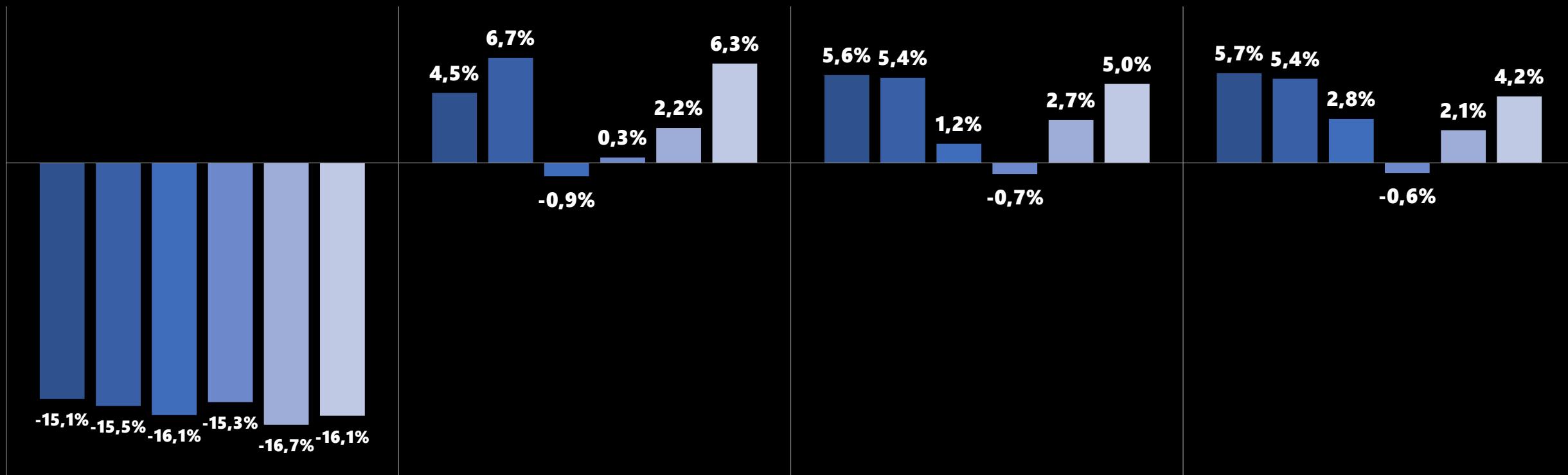


GASTO DE LOS HOGARES EN PESOS - AGOSTO DE 2019



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 FRENTE A LOS ANTERIORES -NACIONAL-PROMEDIO-TOTAL (T)

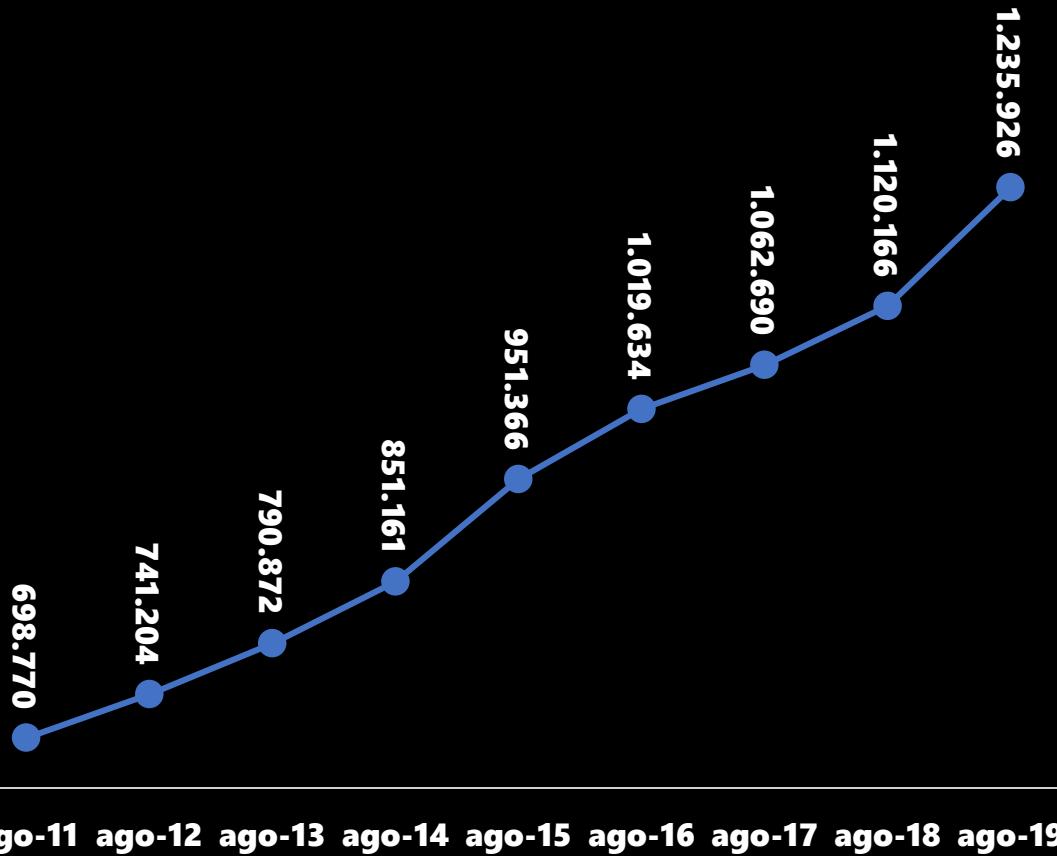
AGOSTO SE COMPORTA EN EL MES DE LAS GRANDES PROMOCIONES.

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.

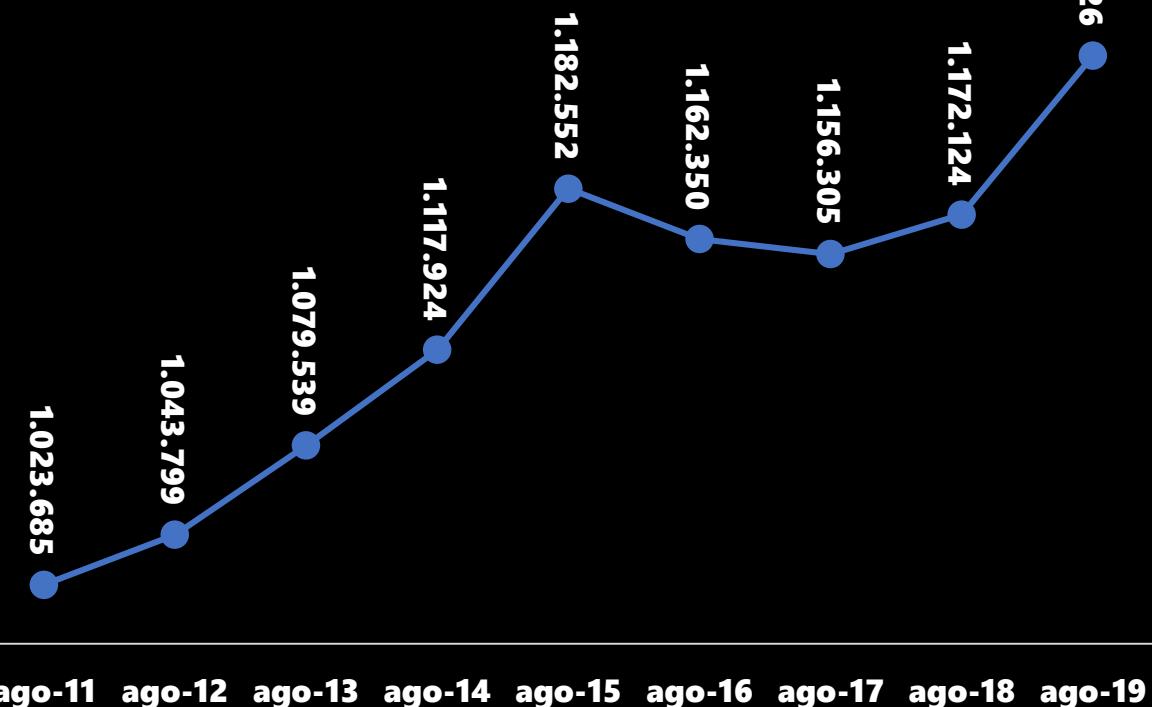
GASTO PER CÁPITA MENSUAL



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



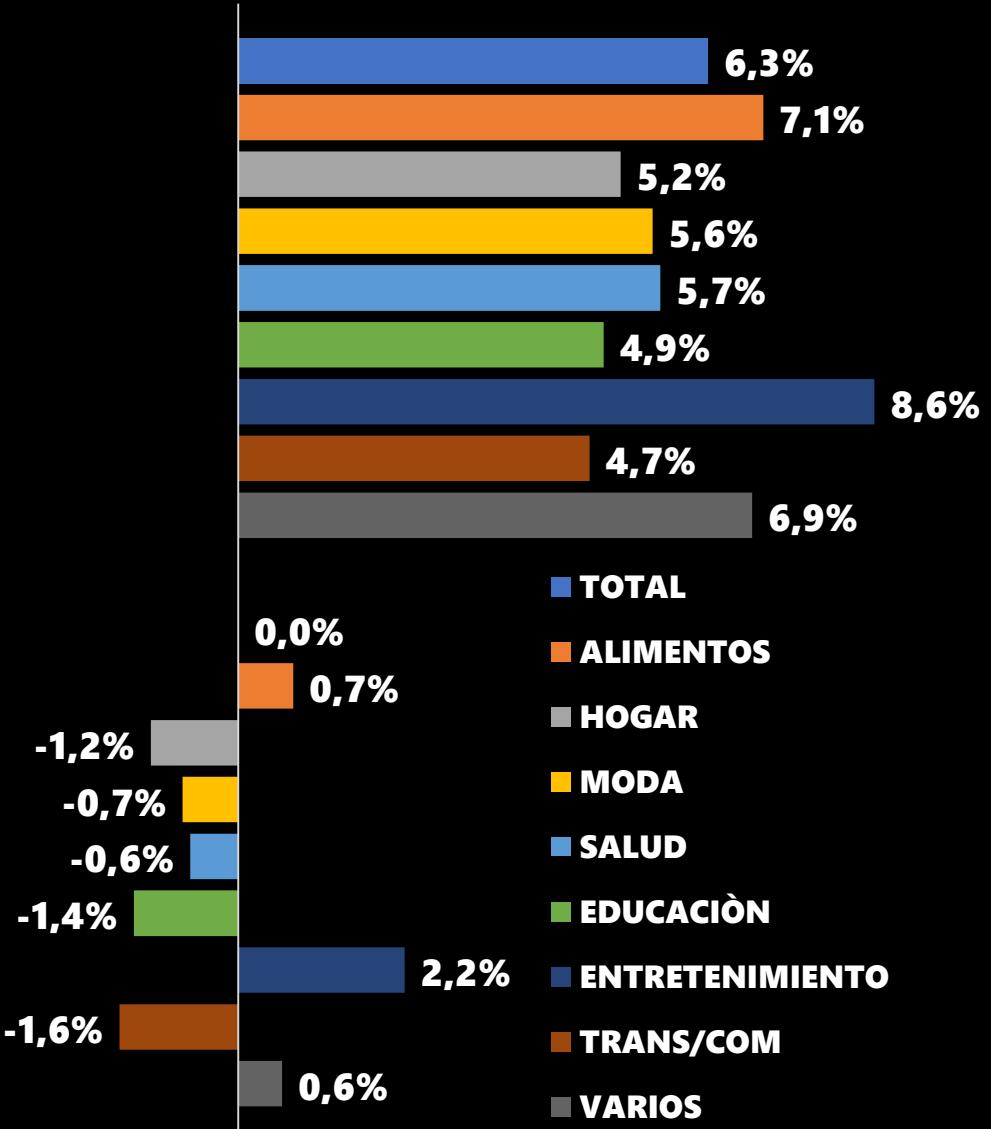
EL GASTO DE LOS HOGARES CONTINÚA EN CRECIMIENTO, MÁS HAY SOLO 3 GRUPOS DE GASTO QUE ESTUVIERON POR ENCIMA DE LA DINÁMICA, AL IGUAL QUE EN :

**-ALIMENTOS
-ENTRETENIMIENTO
-VARIOS**

CRECIMIENTO

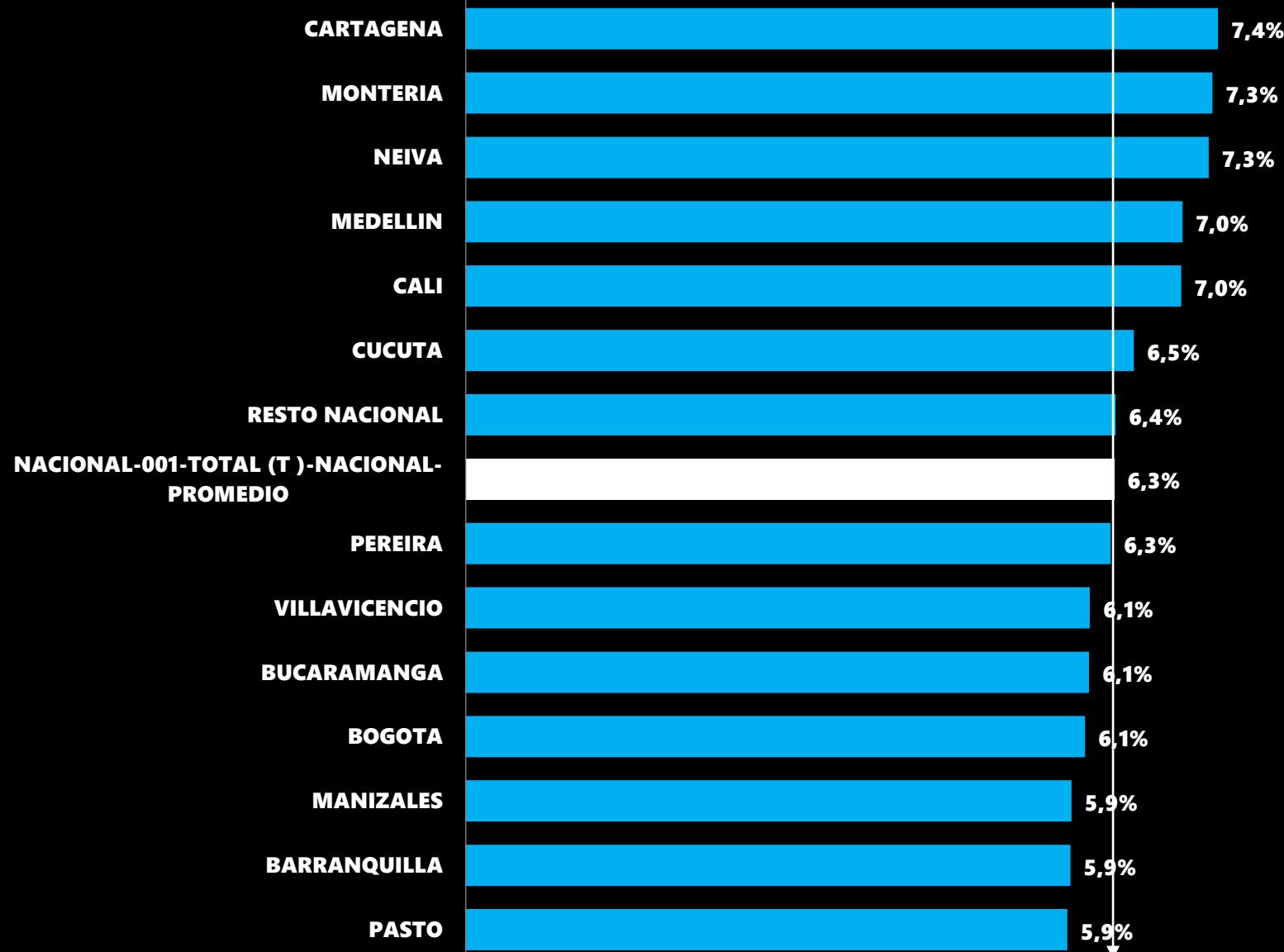
MENOS TOTAL

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



Variación Anual Real del Mercado por Unidades

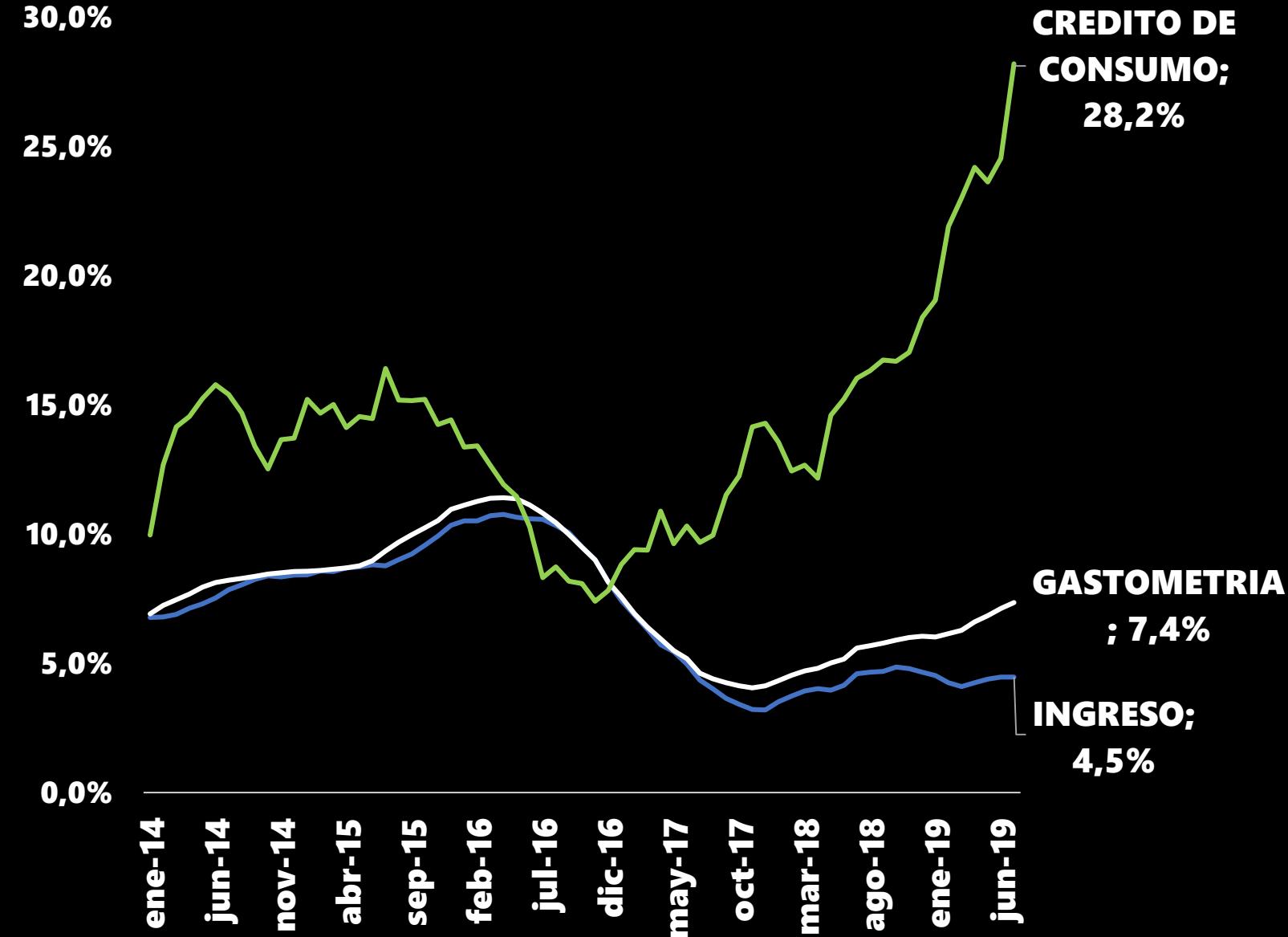
Geográficas



**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

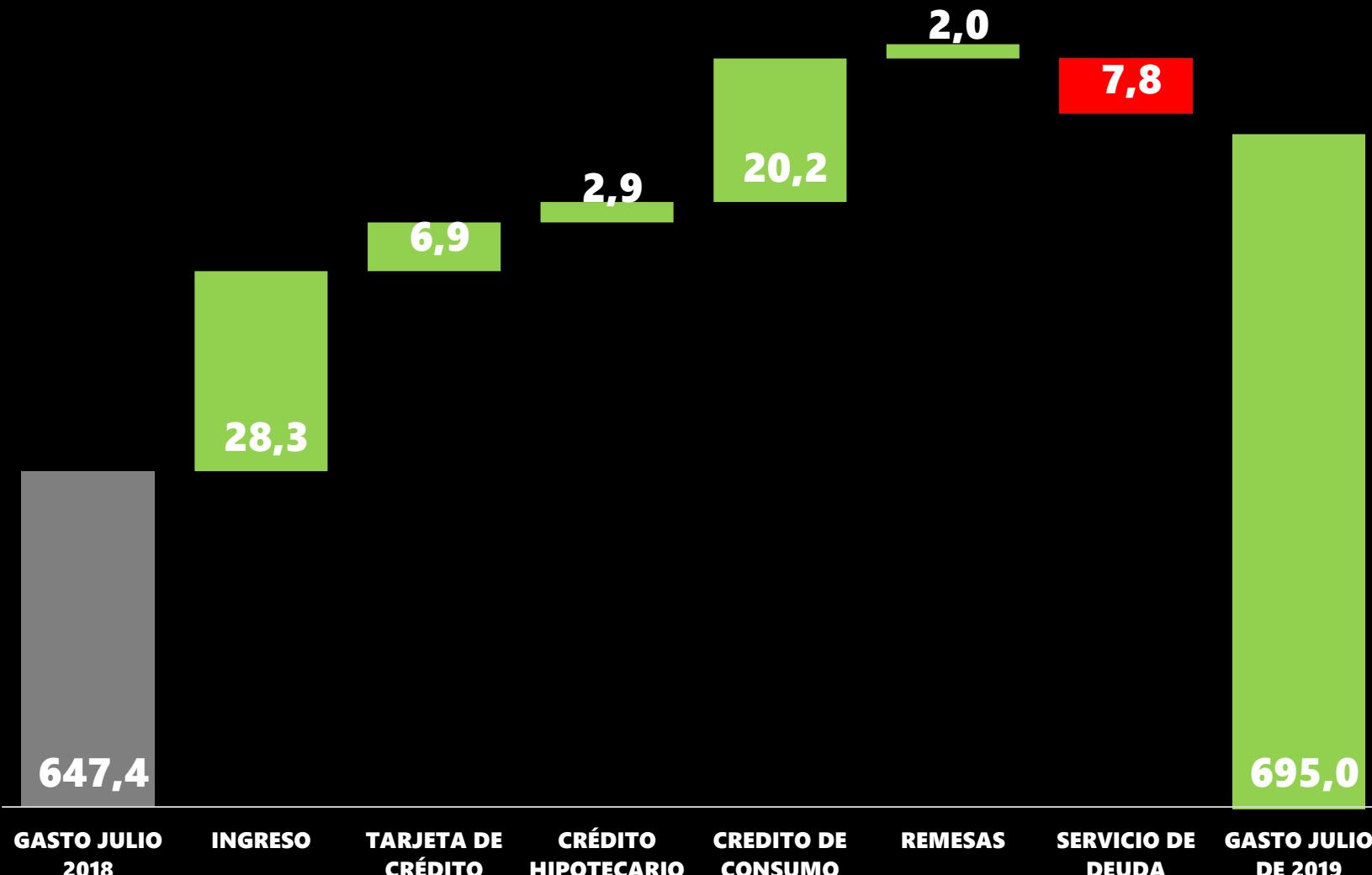


¿POR QUÉ CRECE TANTO EL GASTO DE LOS HOGARES?

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)



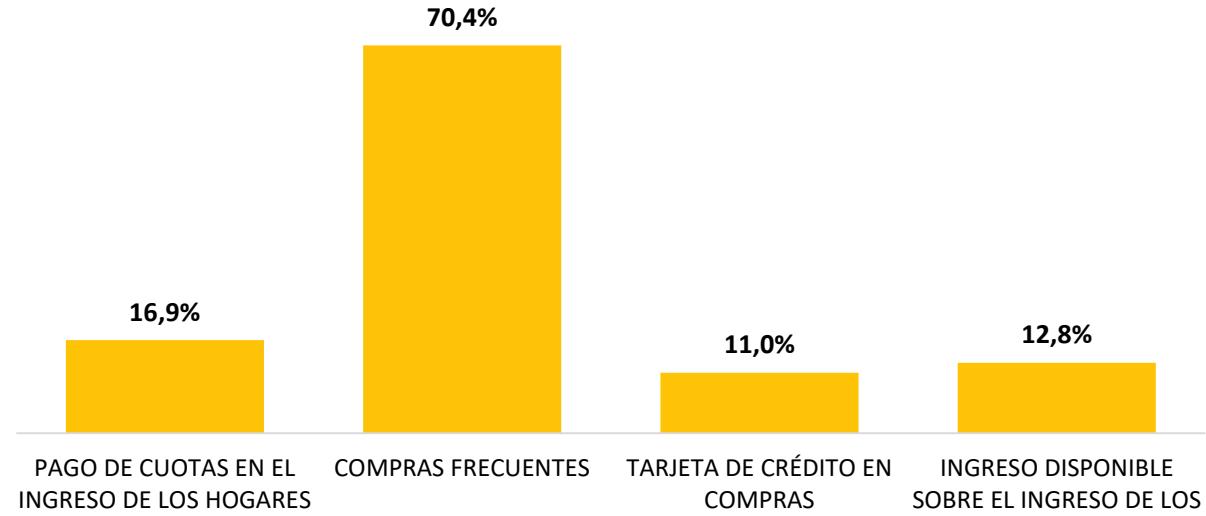
La positiva dinámica del gasto del 7,4% en 12 meses, viene apalancada por:

- 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

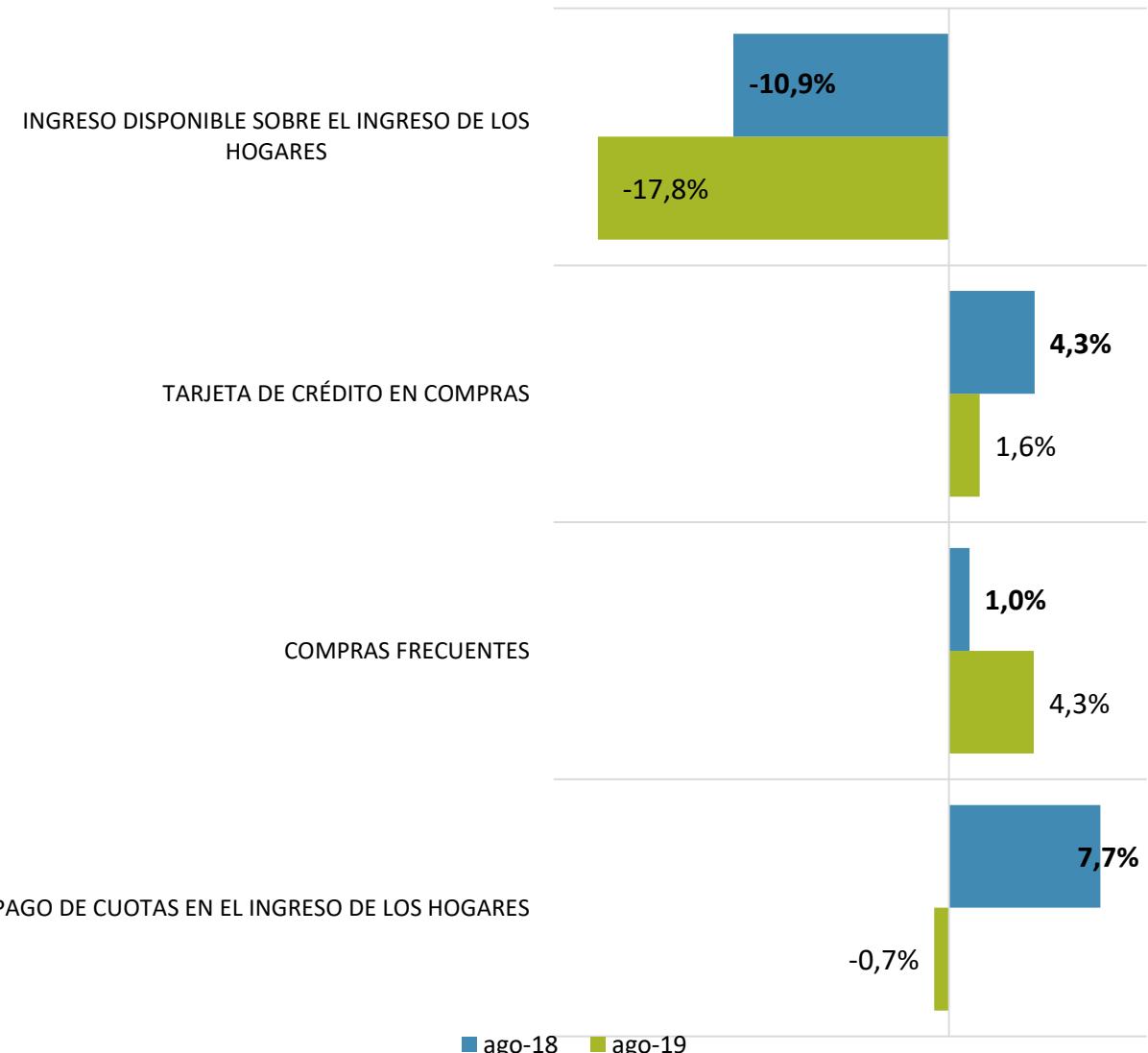
Participación dentro del ingreso de los hogares de...



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.

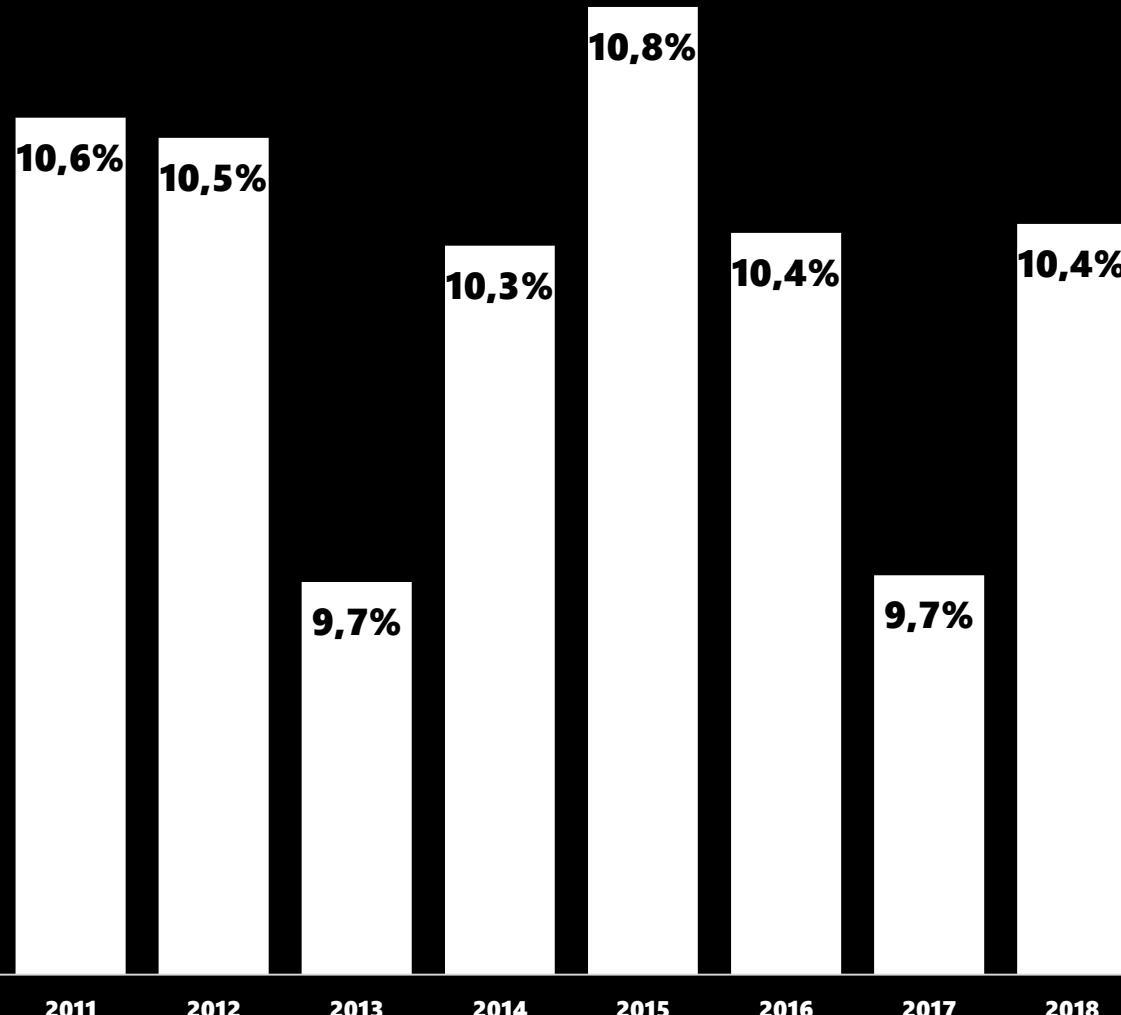
Pese a que mantenemos el gasto, especialmente en compras frecuentes, el pago de las cuotas, es decir, las deudas cada vez tienen un mayor peso dentro de los hogares, siendo el 16% y presentando un crecimiento del 7,7% con respecto al 2018.

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

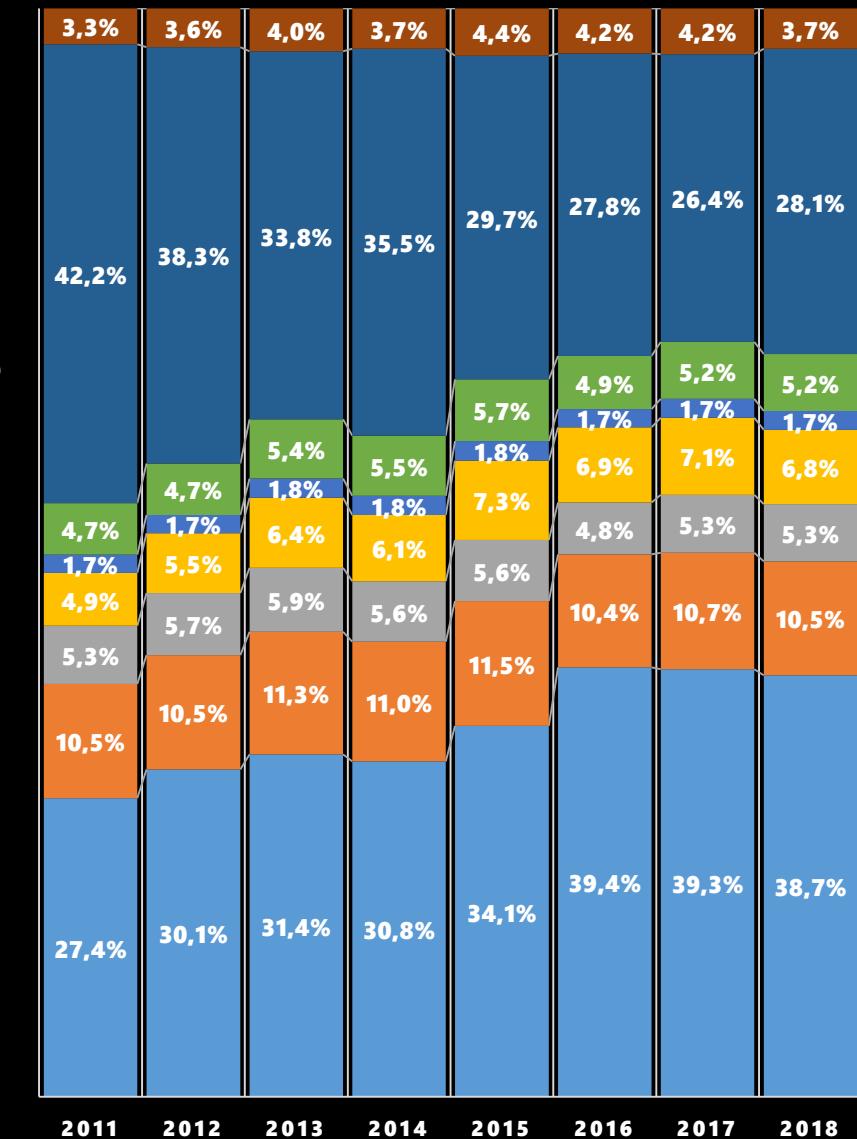


Importados

PESO DE LOS IMPORTADOS EN EL CONSUMO - VALOR



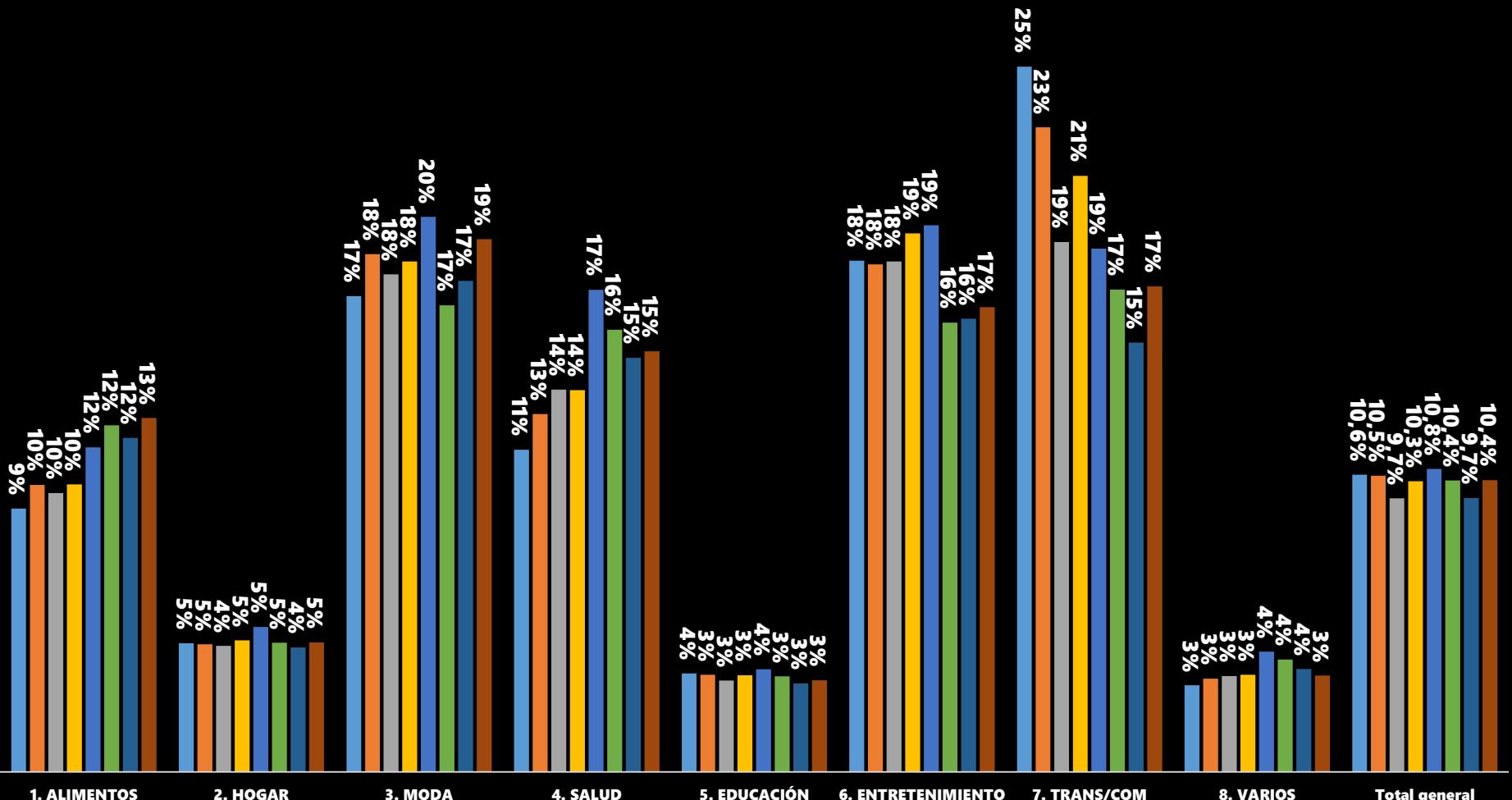
COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CONSUMO



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.

A wide-angle aerial photograph of a city at sunset. The sky is a warm orange and yellow. In the background, a large cathedral with two prominent domes stands out against the buildings. The city is densely packed with various buildings, including residential houses and larger commercial structures. The foreground shows the rooftops of buildings, with some signs visible, such as 'Rosina' and 'FUNDACION UNION'.

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:

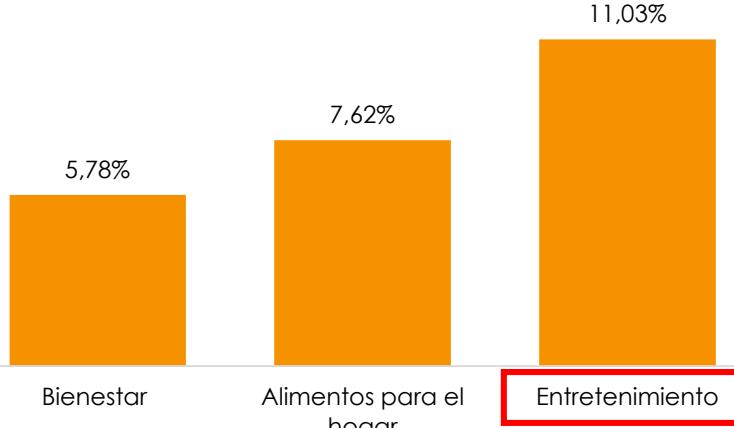
2.18 Billones

Crecimiento del gasto real: 5,91%

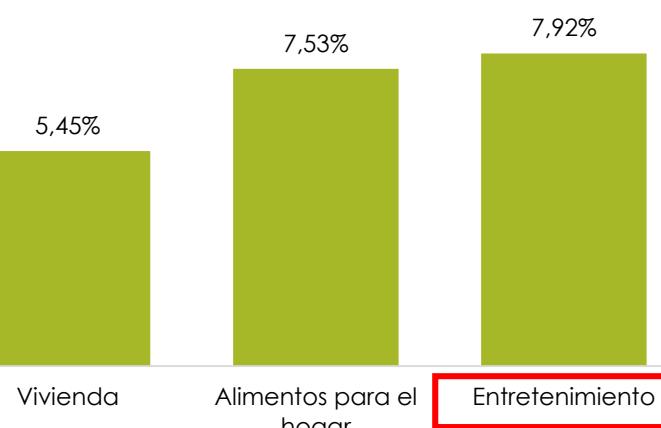
Inflación: 4,13%

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

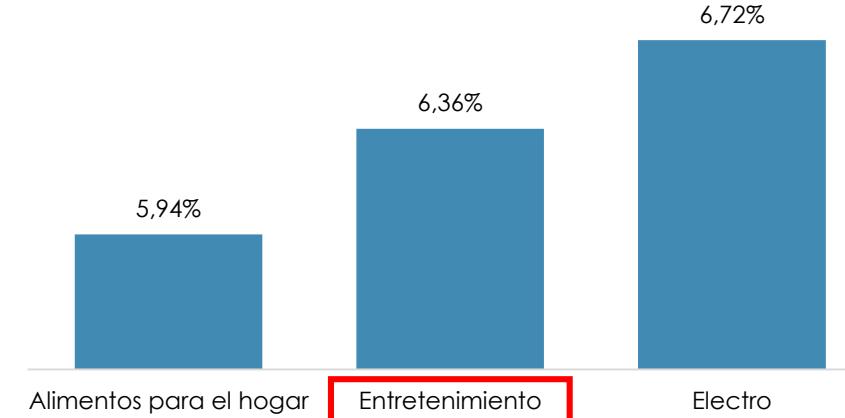
Medellín



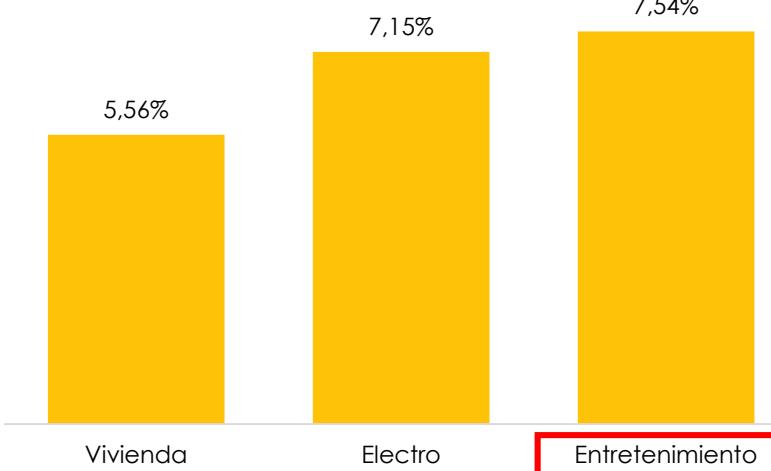
Cali



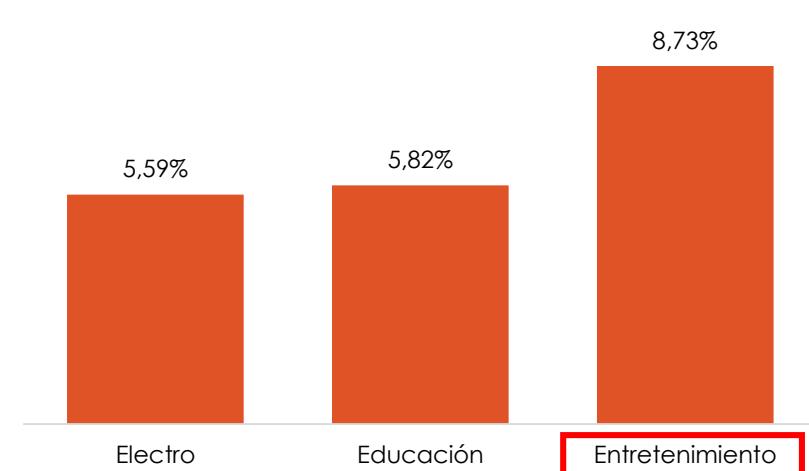
Bucaramanga



Bogotá

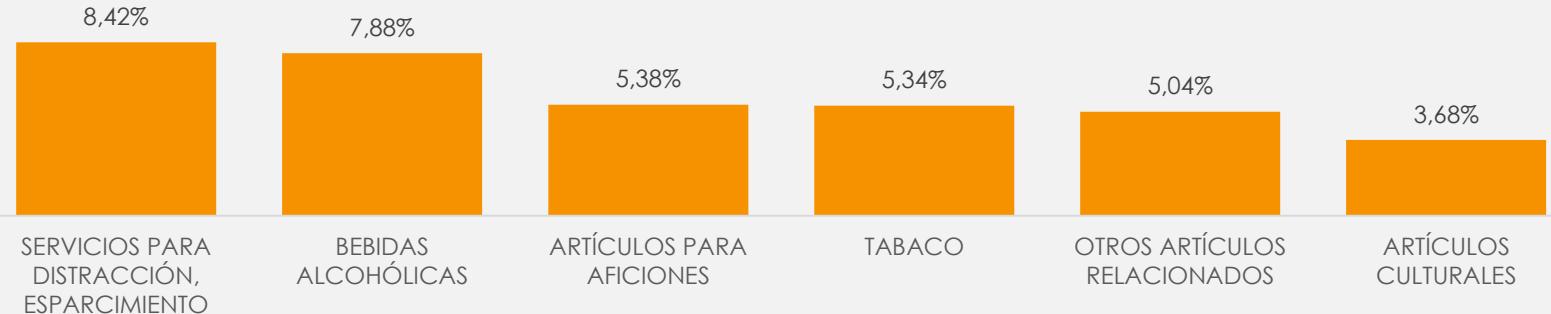


Barranquilla



¿QUÉ PASÓ EN ENTRETENIMIENTO?

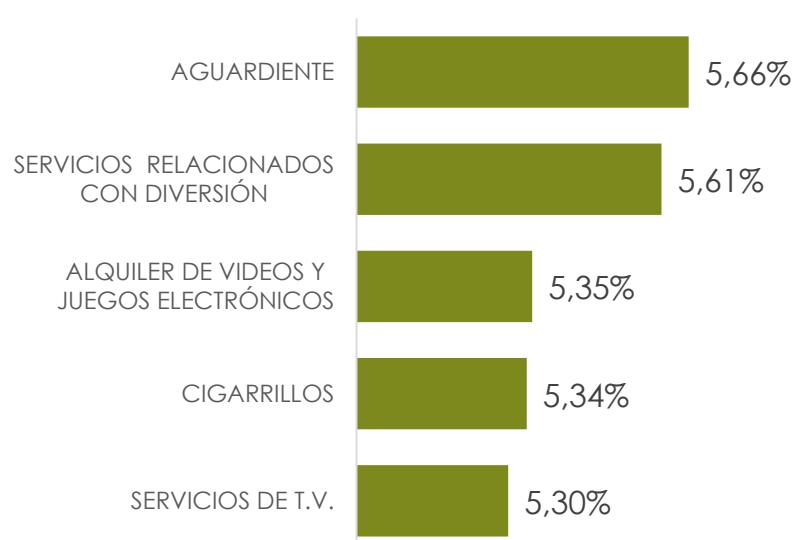
Variación real de las categorías de la canasta



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, jalando 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

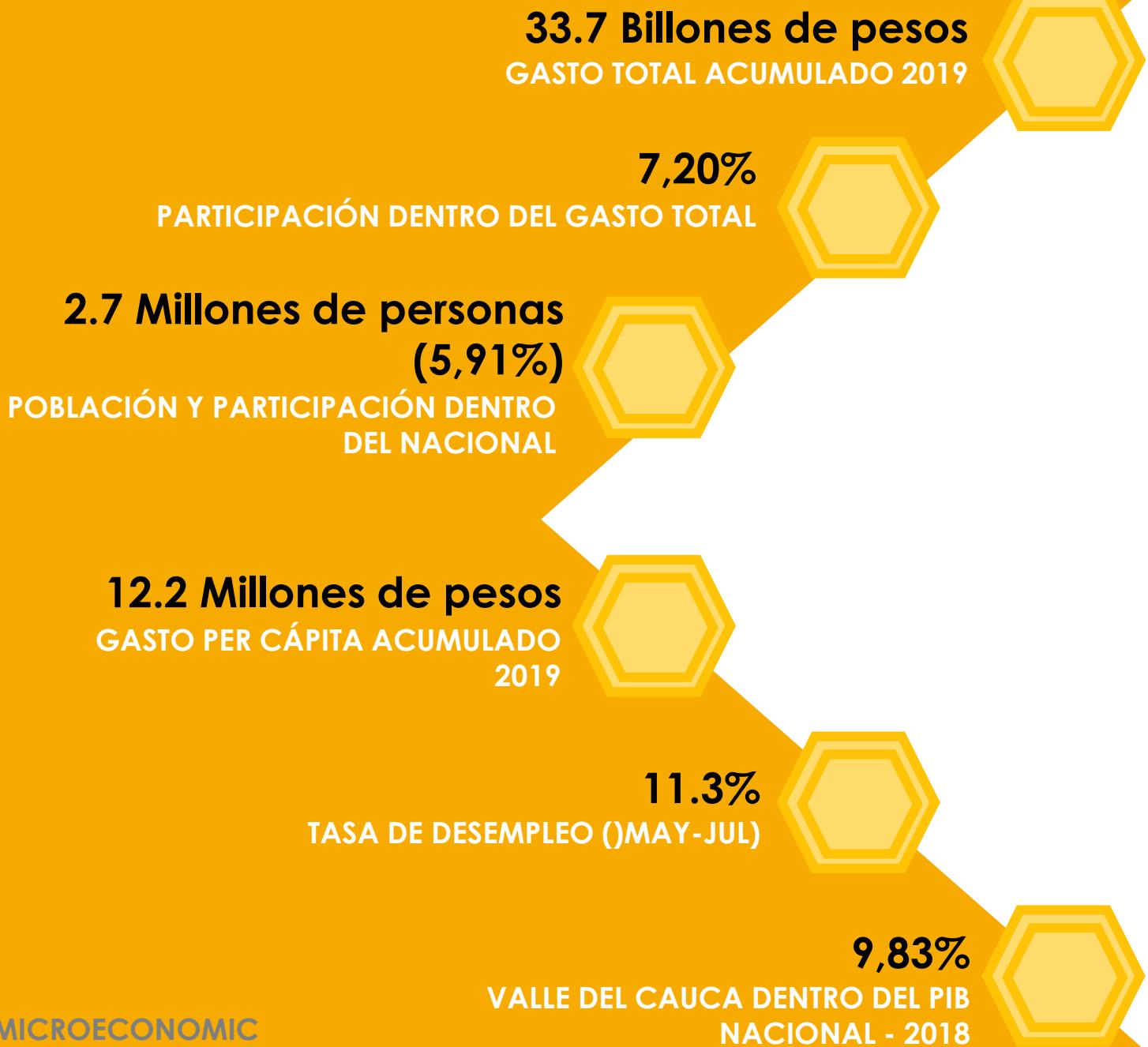
EDUCACIÓN 5,23%
3,06 Billones de pesos

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

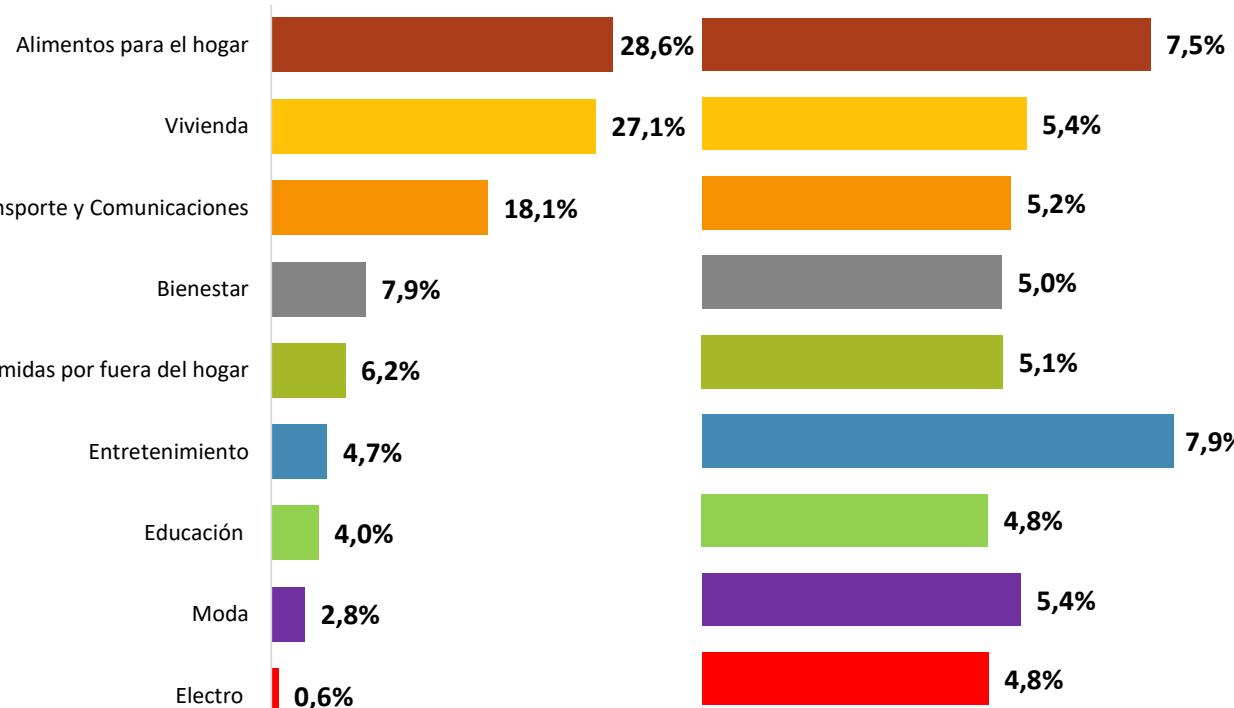
PRINCIPALES INDICADORES DEL GASTO - CALI



Comportamiento del gasto real Cali Vs Nacional



¿Cómo asignan 100 pesos los caleños?



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.

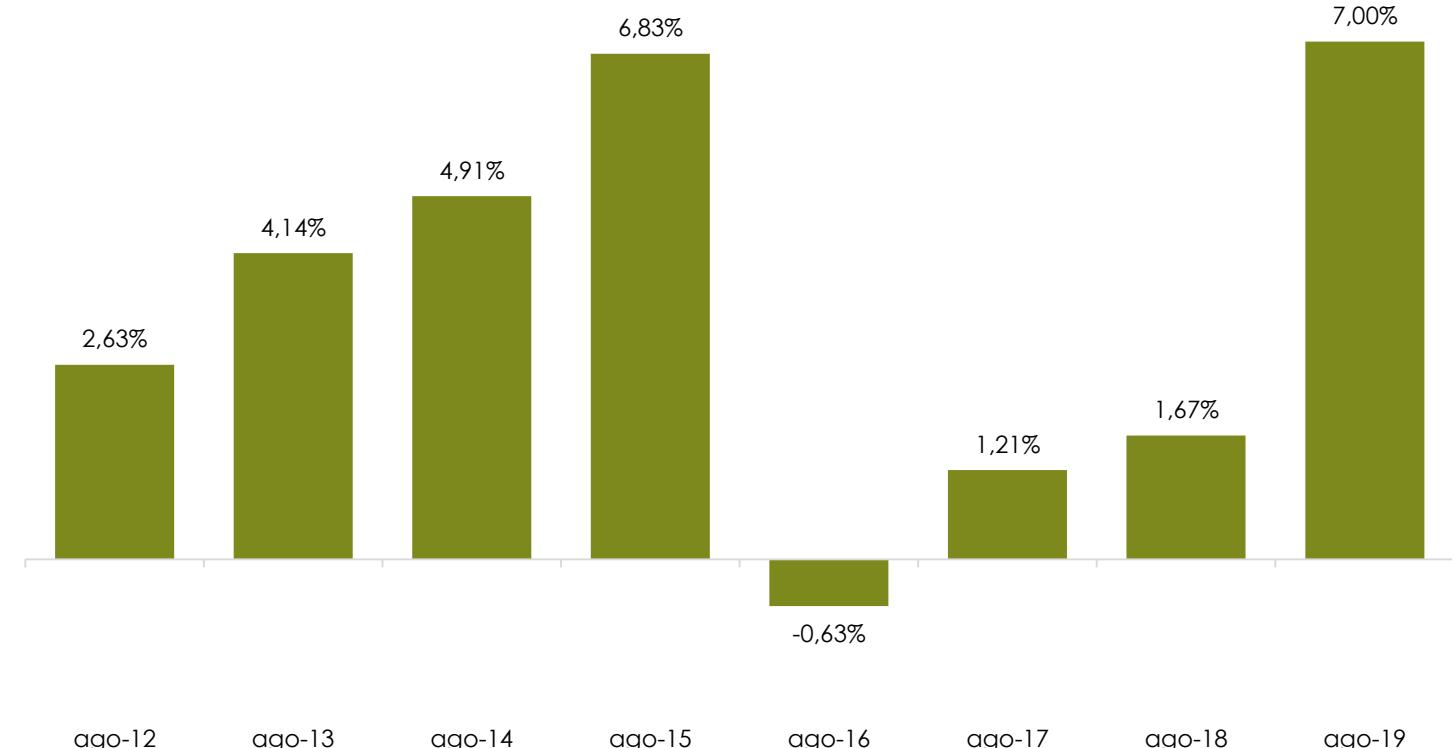


De los turistas que llegaron a la ciudad el 78% fueron de origen nacional y el 22% de origen internacional.



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

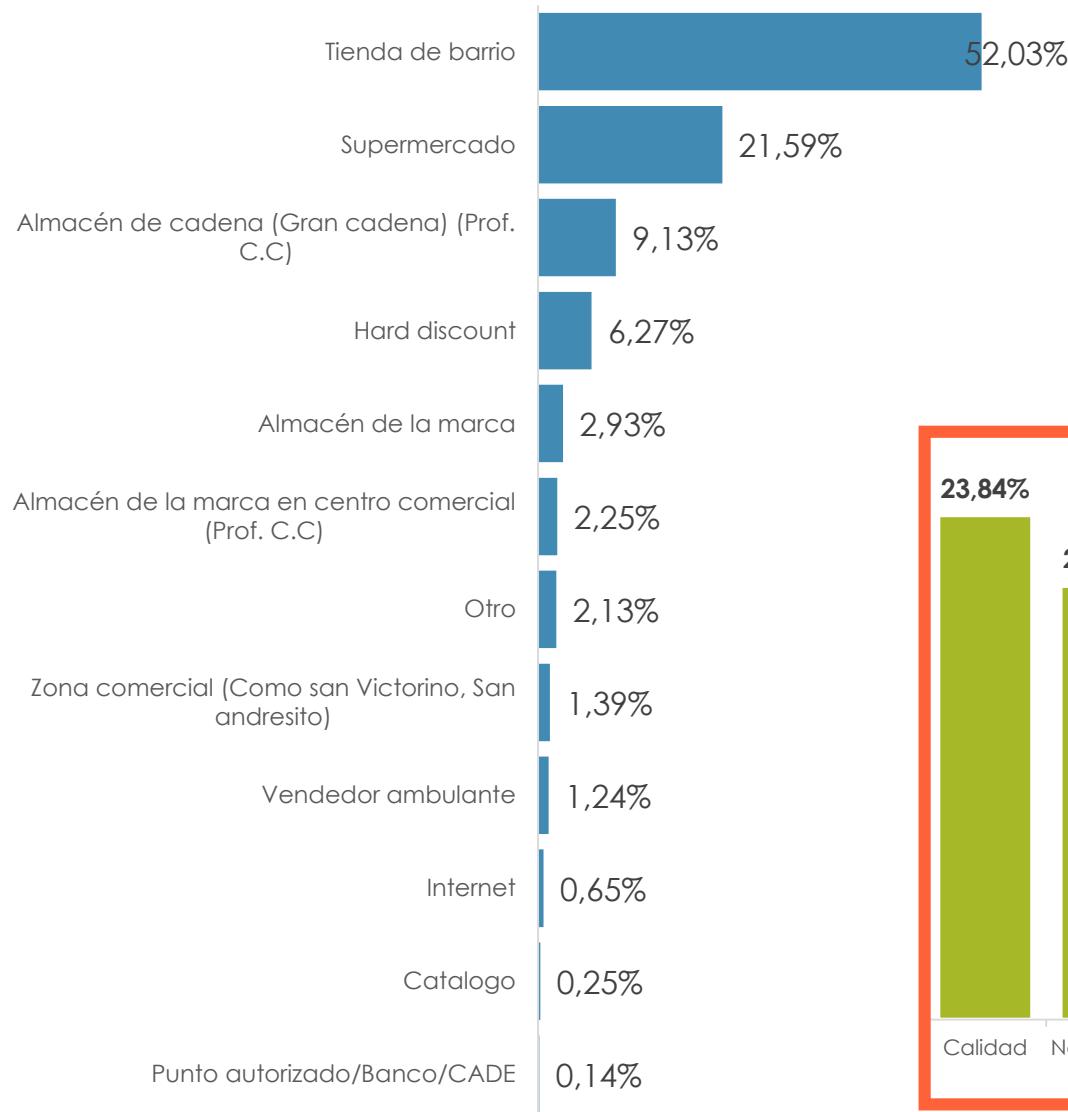
Crecimiento anual del gasto real en Cali durante el mes de agosto



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.

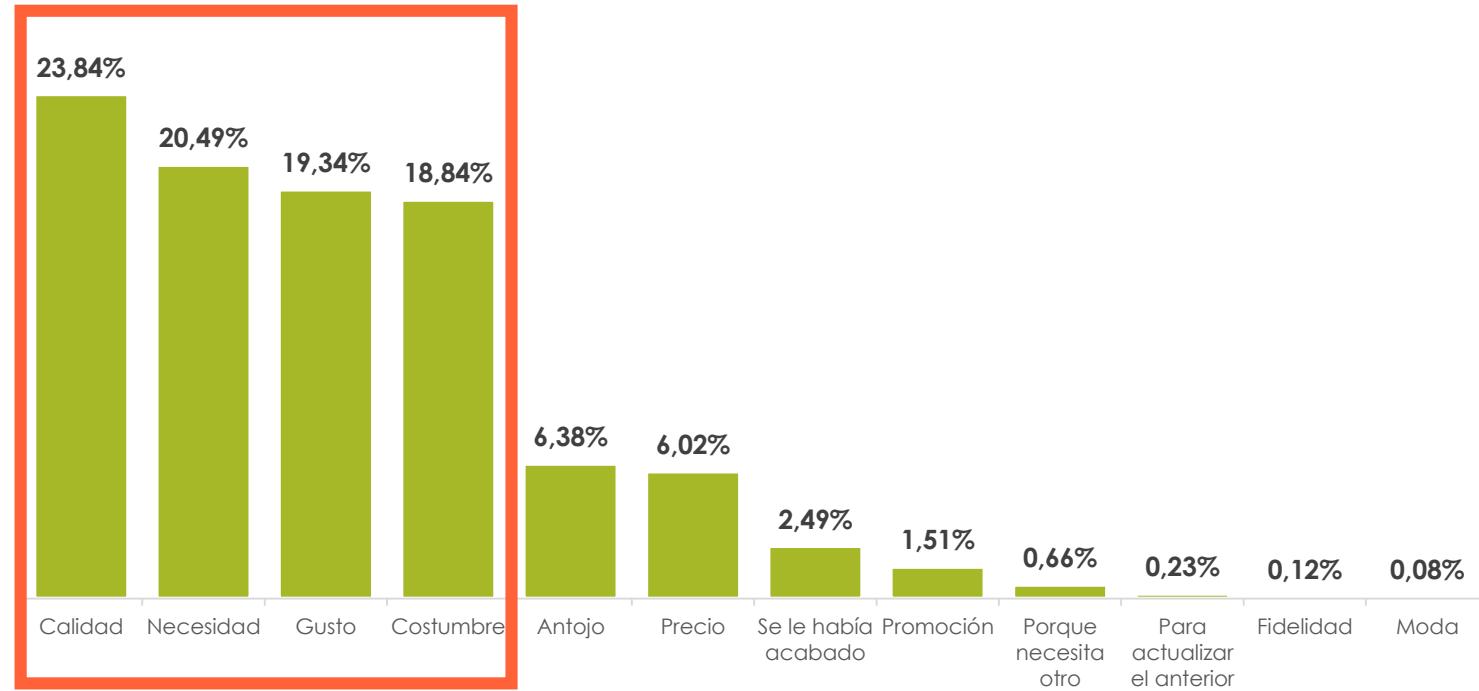
¿Dónde están comprando los caleños



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.

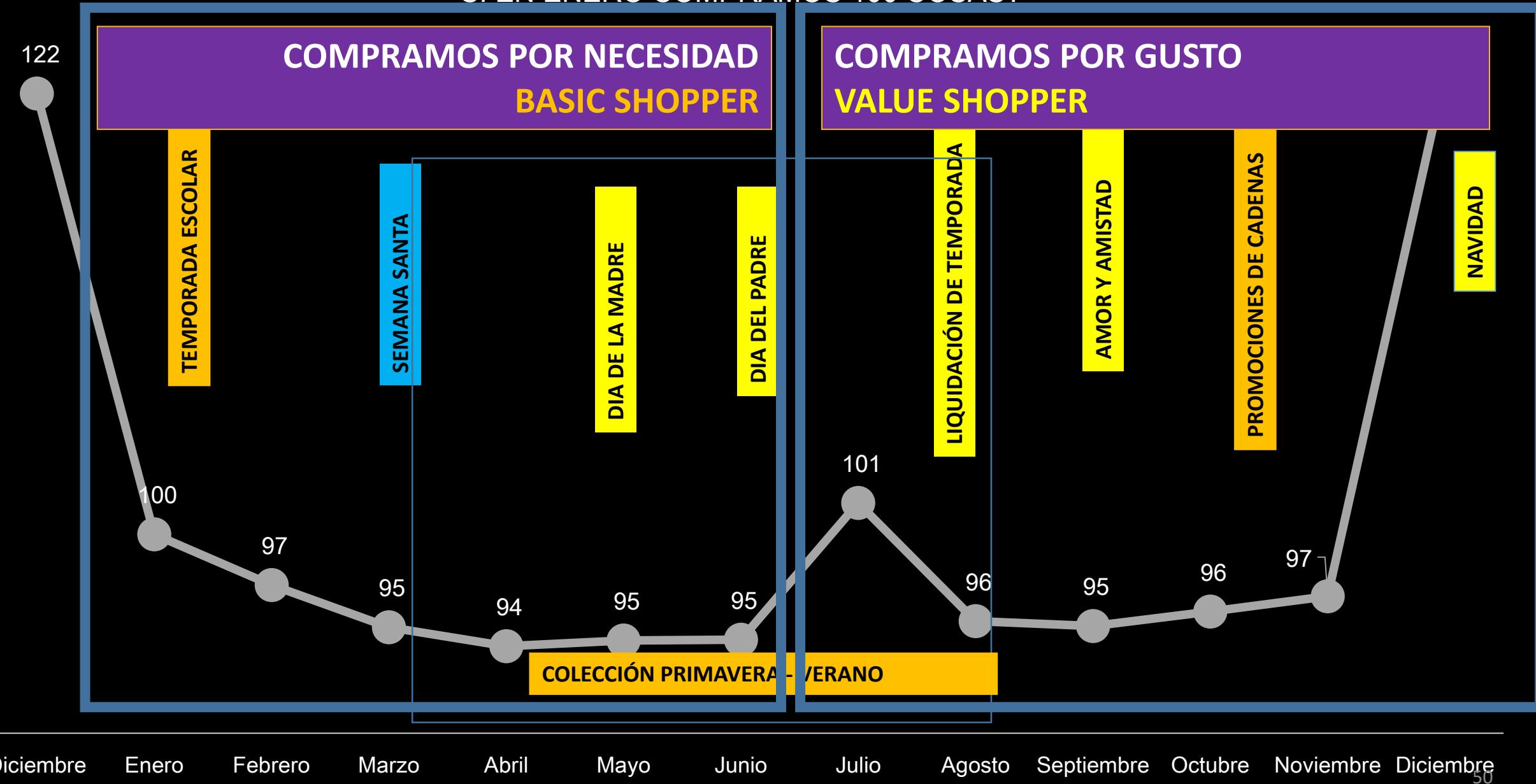
La **tienda de barrio sigue siendo el lugar más importante para comprar**, sin embargo el supermercado también es muy importante.

¿Porqué están comprando los caleños?



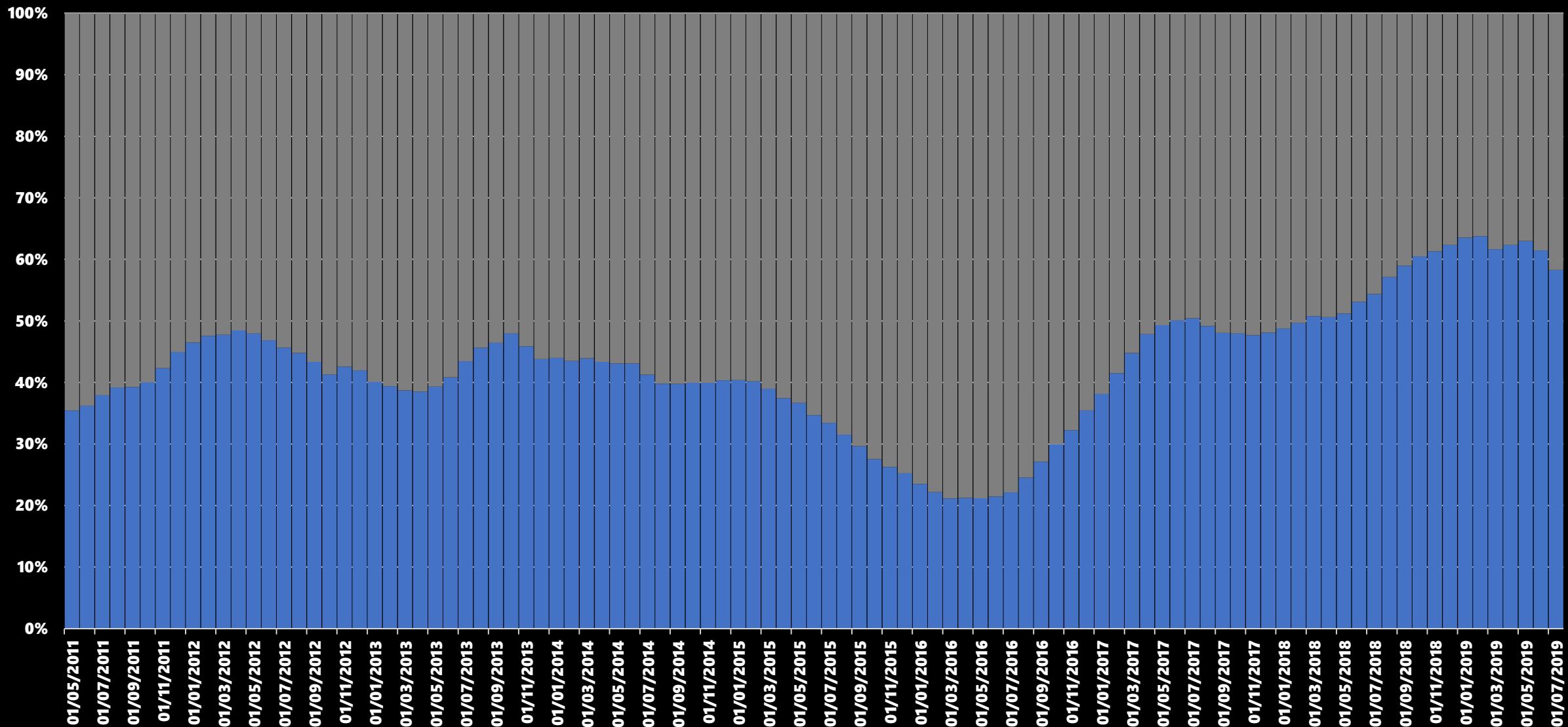


MERCADEO

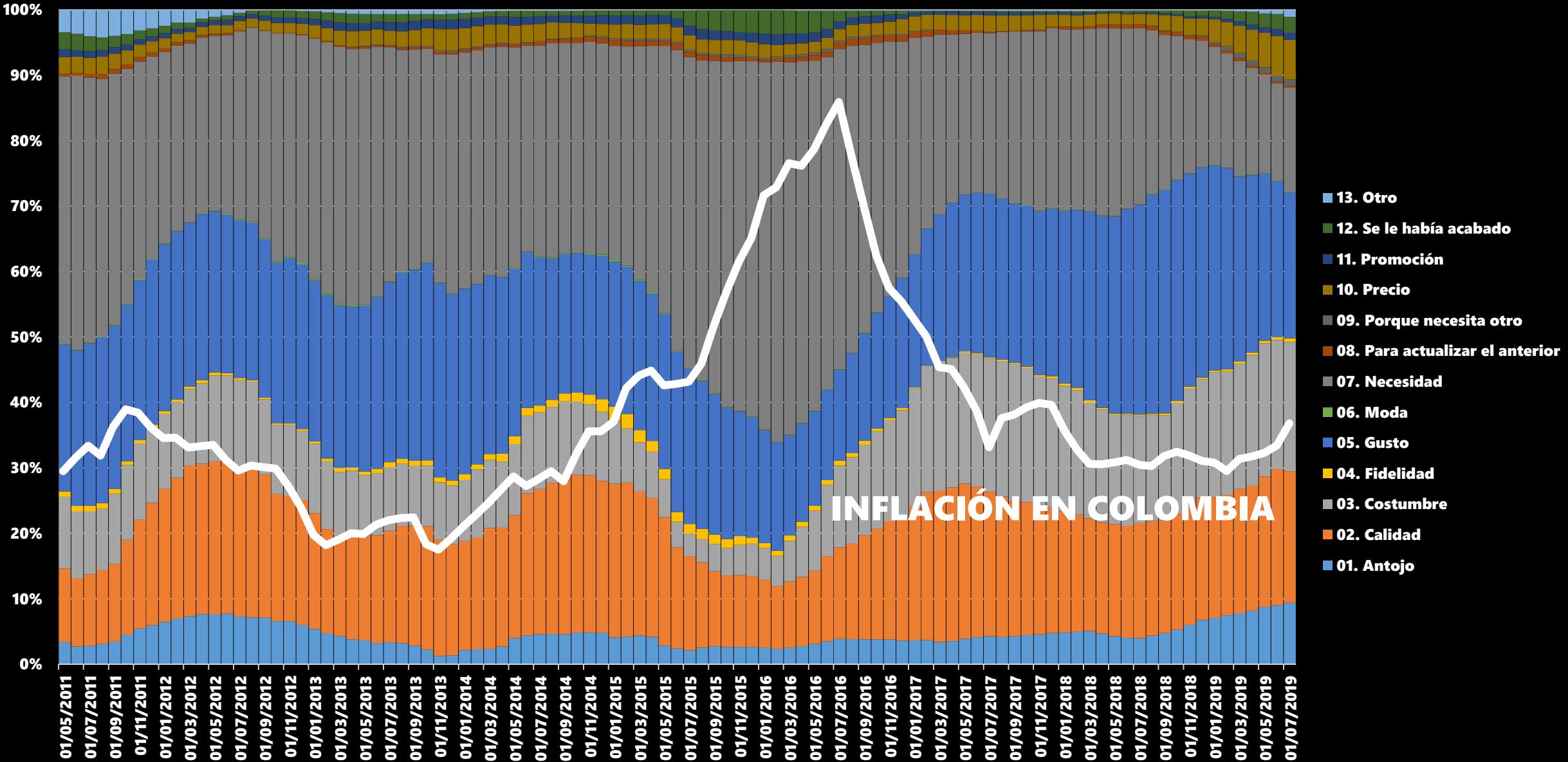


¿POR QUÉ COMPRAMOS?

■ 05. Gusto ■ 07. Necesidad

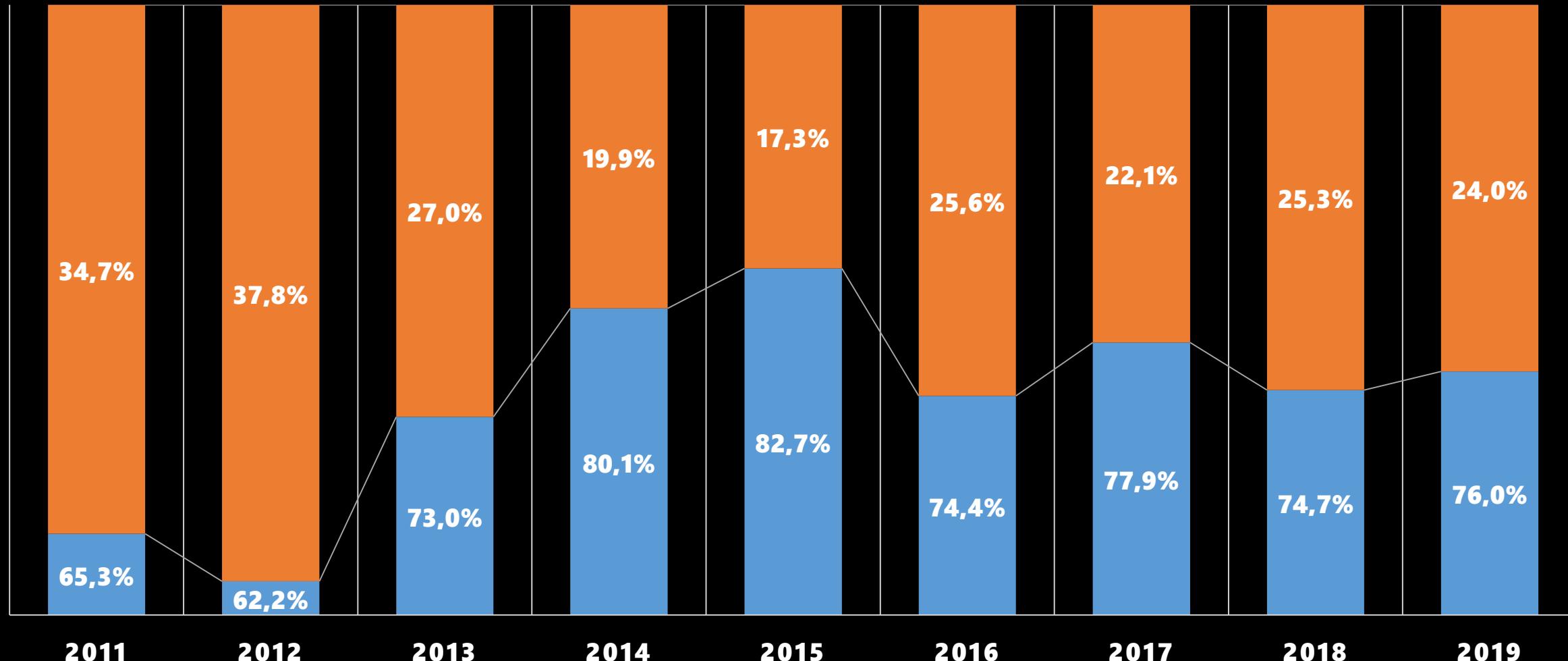


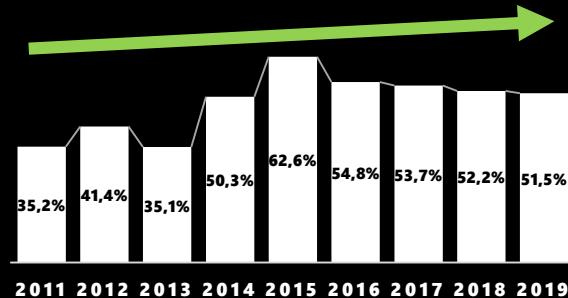
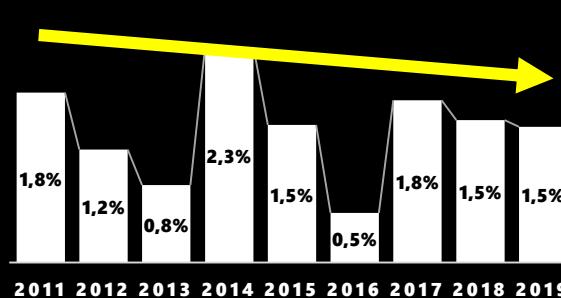
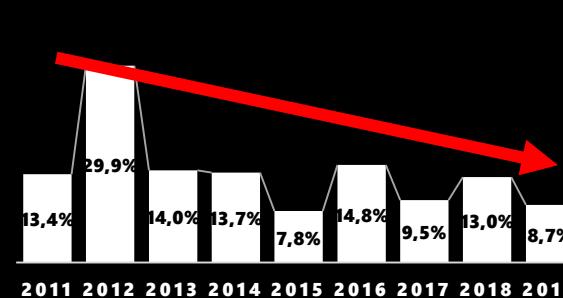
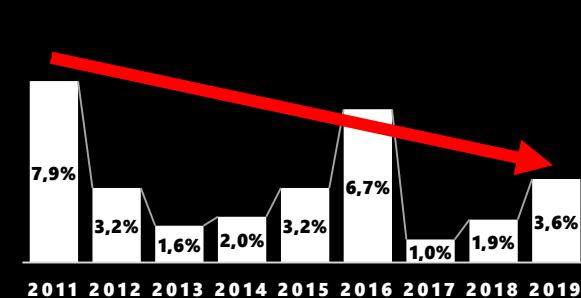
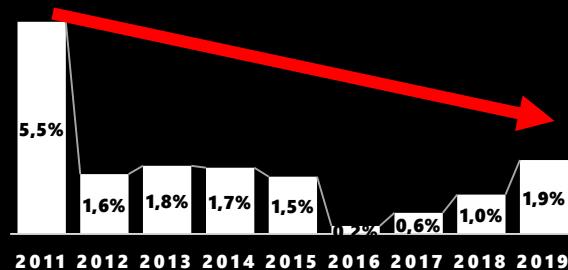
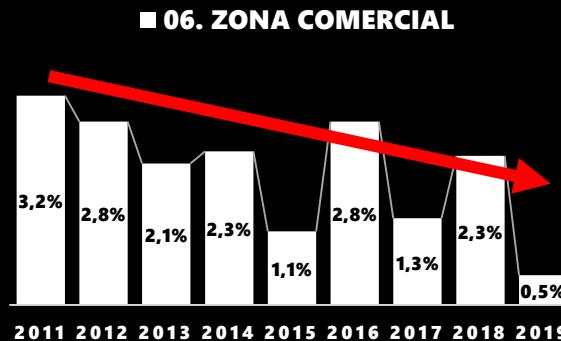
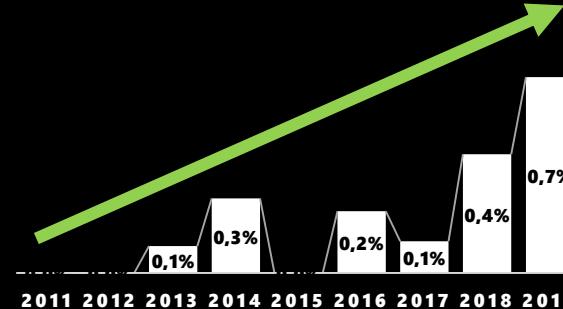
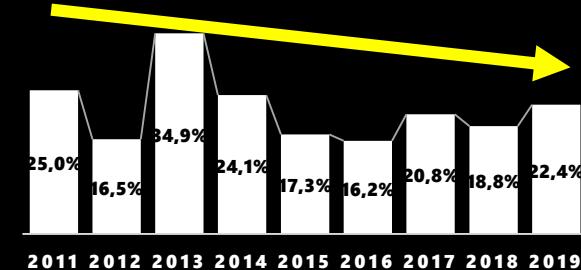
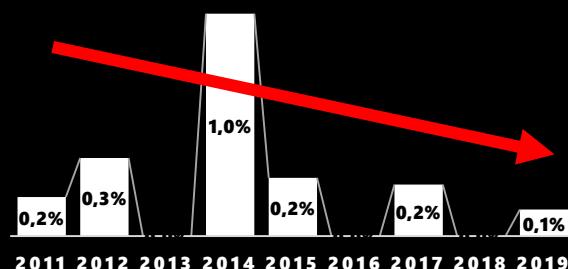
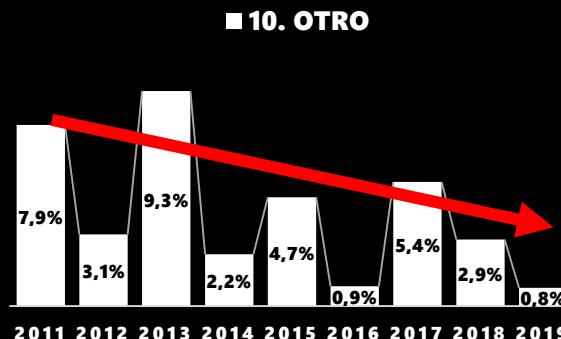
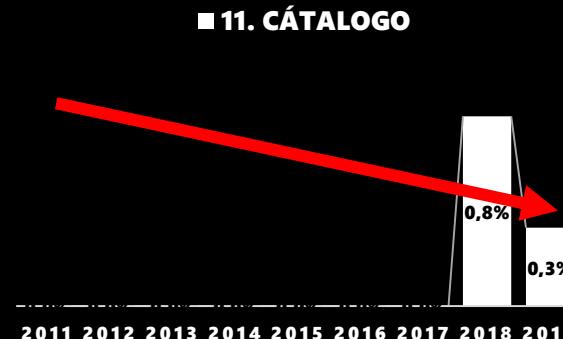
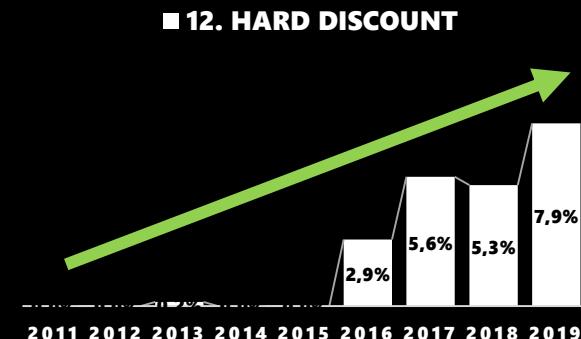
¿POR QUÉ COMPRAMOS?



¿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. CÁTALOGO****■ 12. HARD DISCOUNT**

PASAMOS DE BUSCAR,
BUENO,
BONITO
& BARATO,

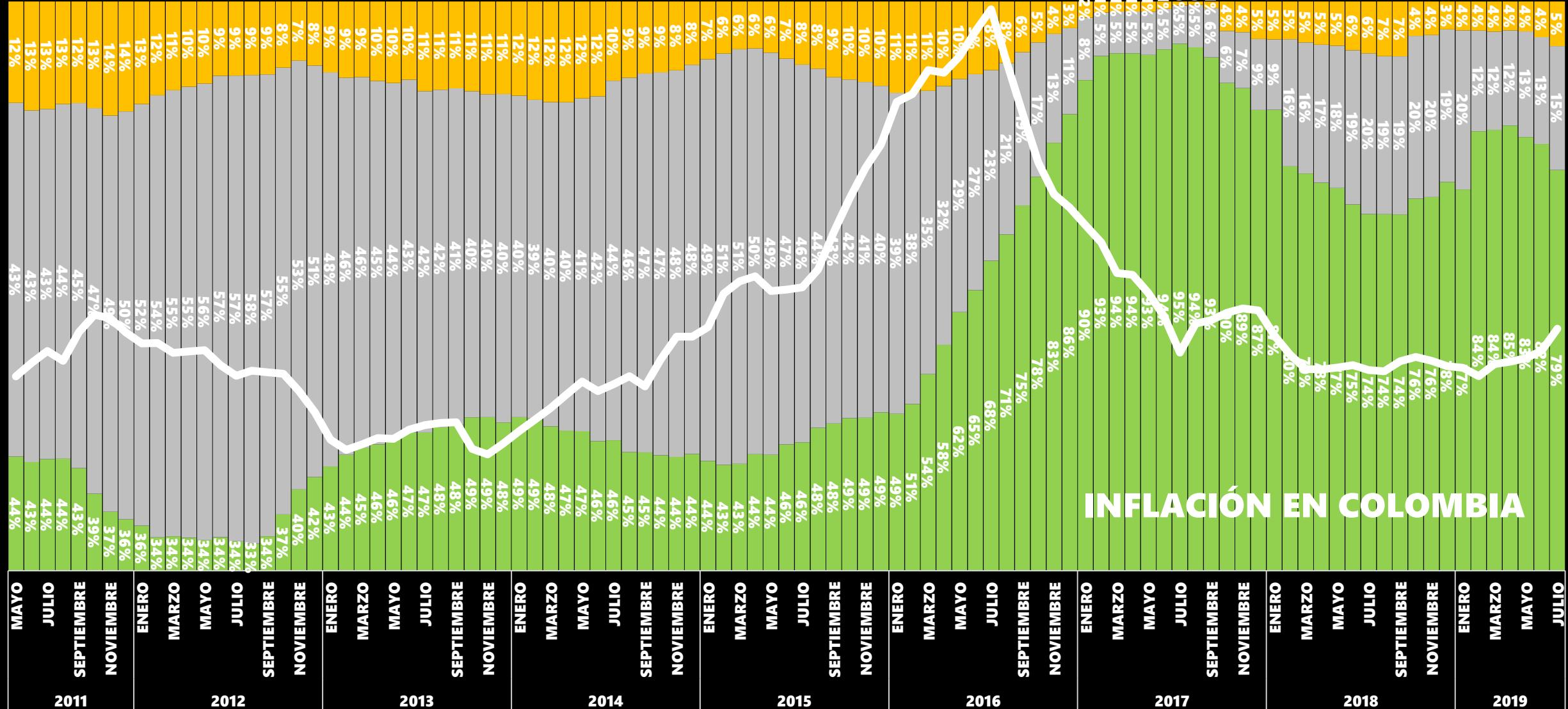
A EXIGIR
BARATO,
CERQUITA
& RÁPIDO

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

■ COMPRADOR DE PROMOCIONES

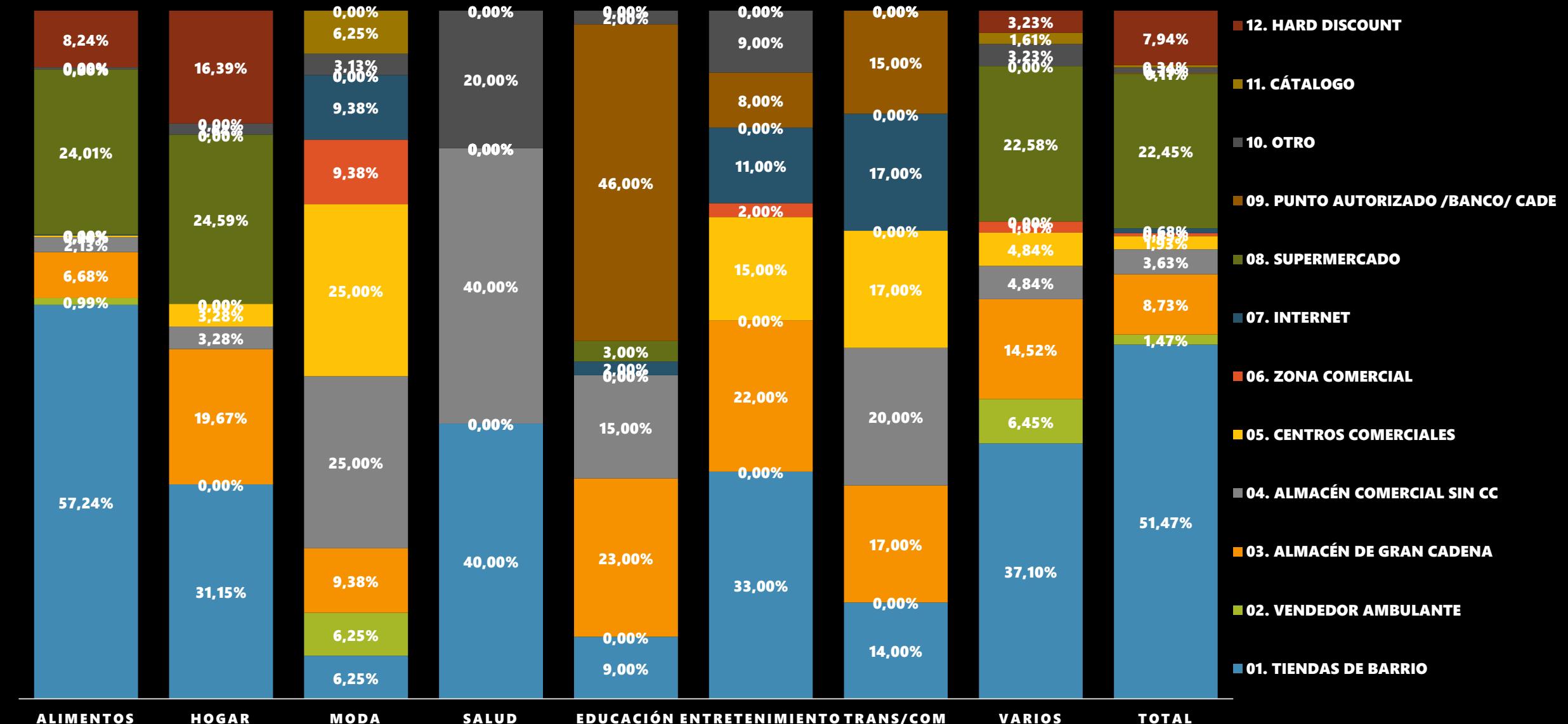
■ COMPRADOR DE OPORTUNIDAD

■ COMPRADOR DE VALOR



INFLACIÓN EN COLOMBIA

¿QUÉ Y DÓNDE COMPRAMOS? PRIMEROS MESES DE 2019



¿QUÉ ES? BARATO, CERQUITA & RÁPIDO

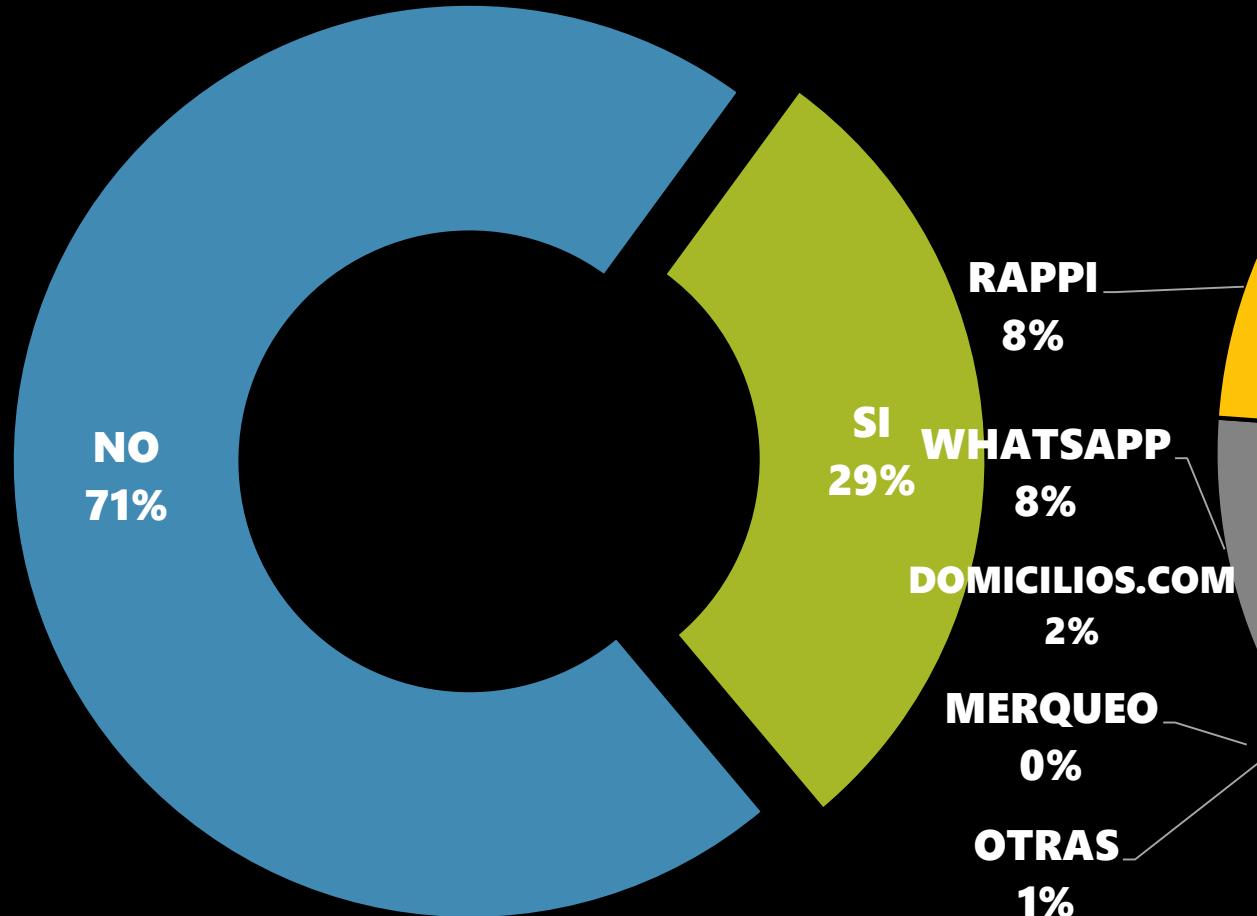
**BARATO =
PRECIOS BAJOS**



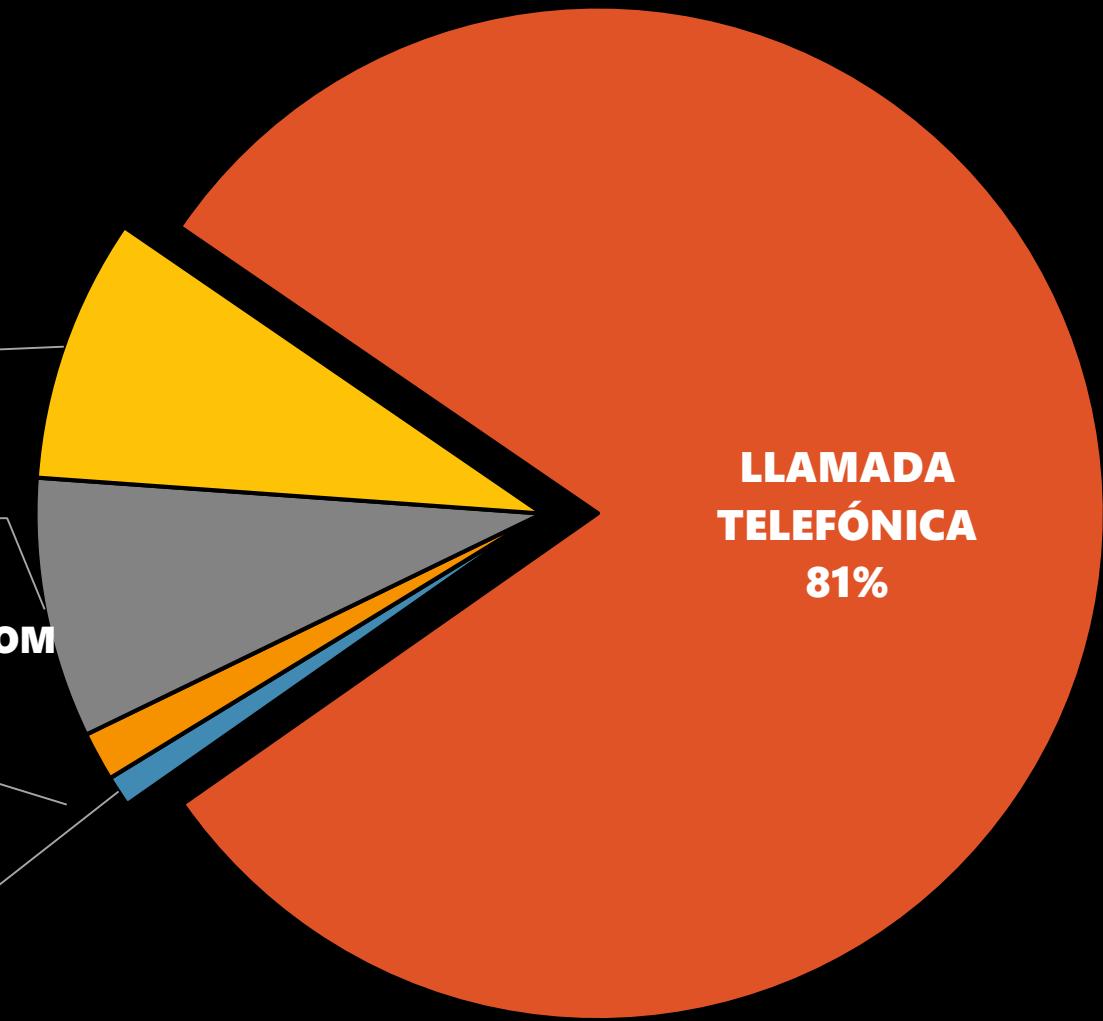
CERQUITA & RÁPIDO



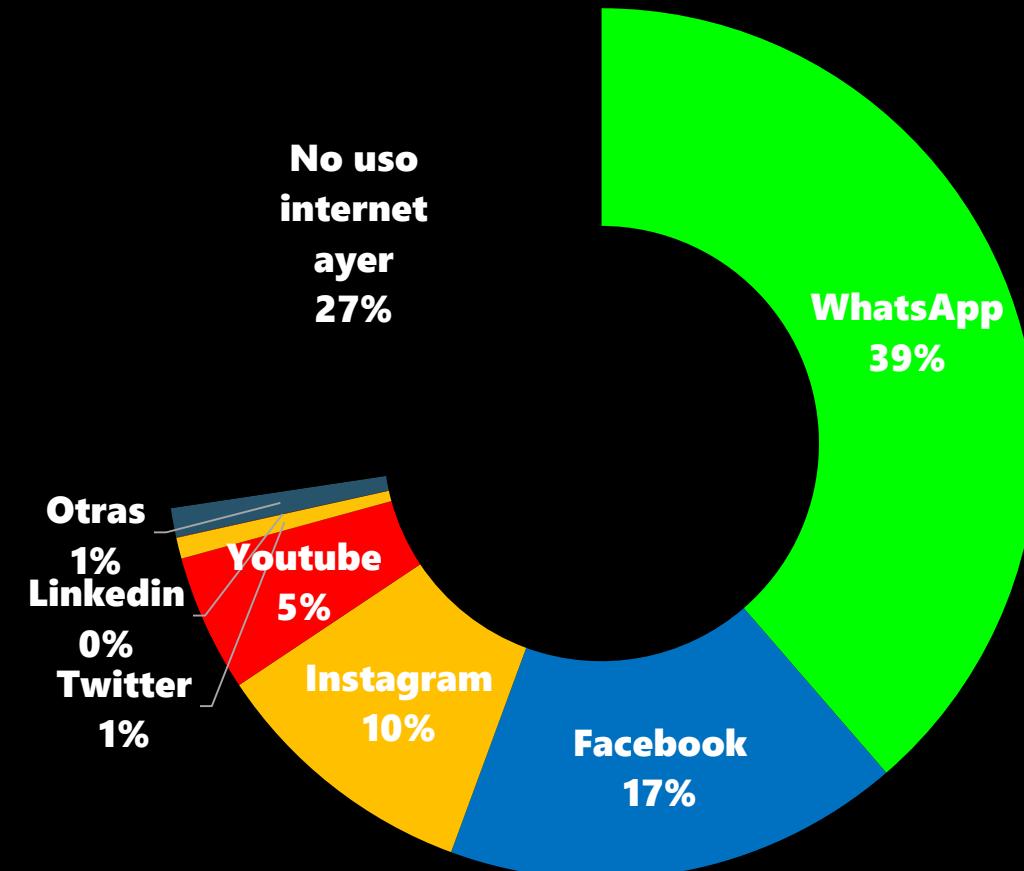
¿AYER PIDIÓ UN DOMICILIO? – DATOS DE MAYO DE 2019



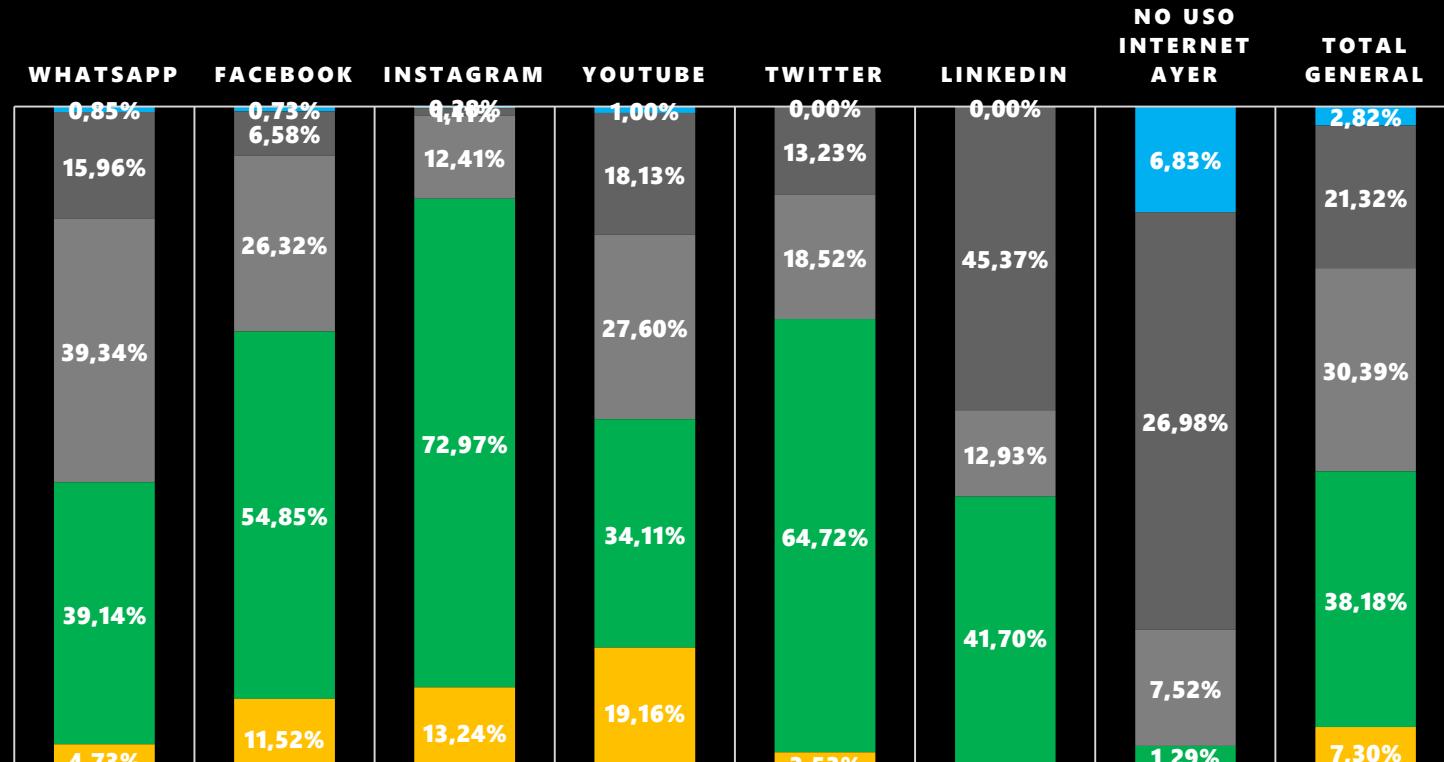
¿DÓNDE PIDIÓ EL DOMICILIO?



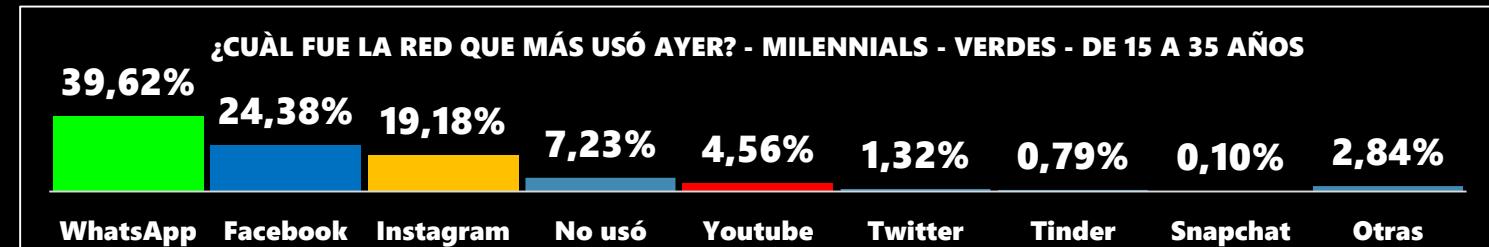
¿CUÁL FUE LA RED QUE MÁS USO AYER?



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



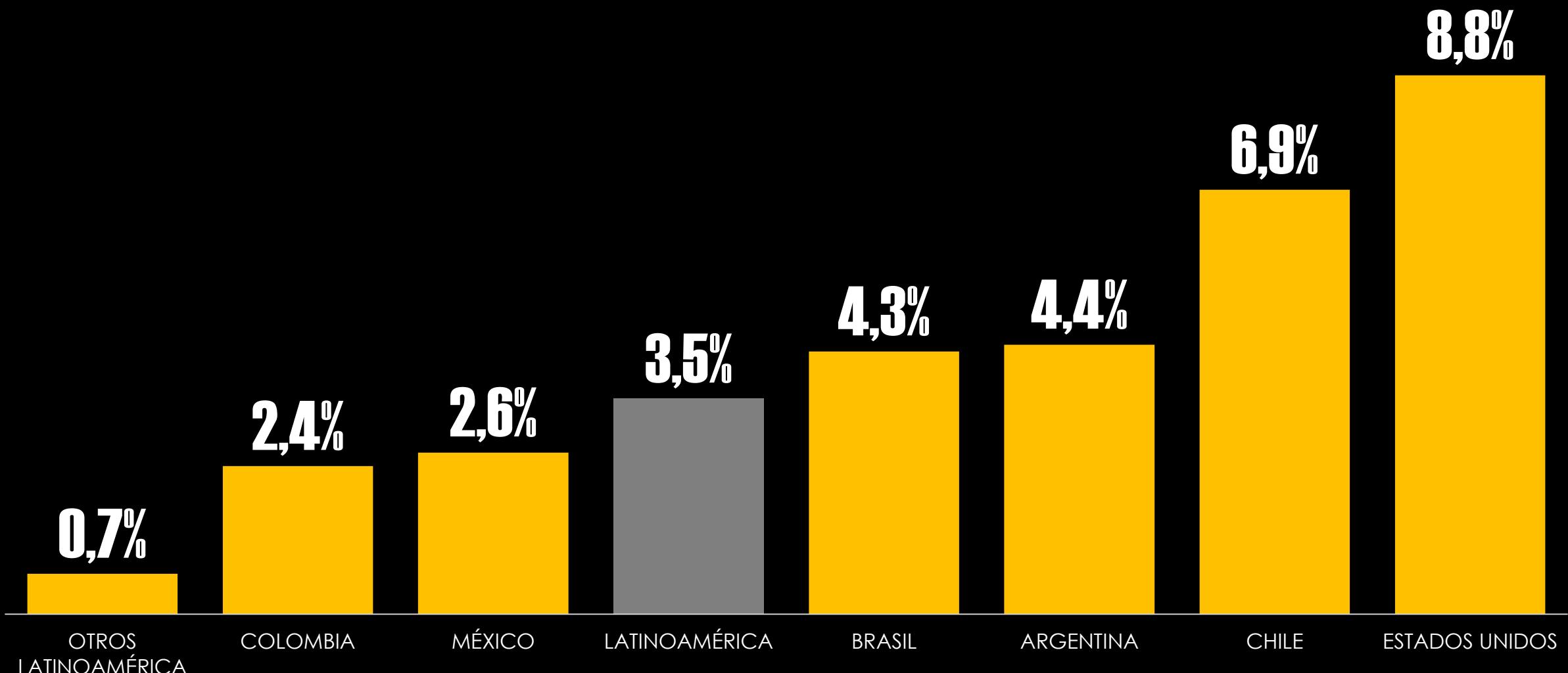
■ SILENCIOSO/AZUL-DE 75 A 95 AÑOS
 ■ GENERACIÓN X/GRIS - DE 35 A 55 AÑOS
 ■ ZETA/NARANJA - HASTA 15 AÑOS
 ■ BABY BOOMER/CAFÉ - DE 55 A 75 AÑOS
 ■ MILLENIAL/VERDE - DE 15 A 35 AÑOS



RADDAR

MICROECONOMIC
OUTLOOK

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**



EL MERCADO
COLOMBIANO
YA CAMBIÓ...

...¿Y SU NEGOCIO
TAMBIÉN?

GRACIAS

RADVY

Consumer
Knowledge
Group