¿CÓMO LE FUE A LOS ALIMENTOS EN EL GASTO DE LOS HOGARES EN JUNIO DE 2020?

Contenido

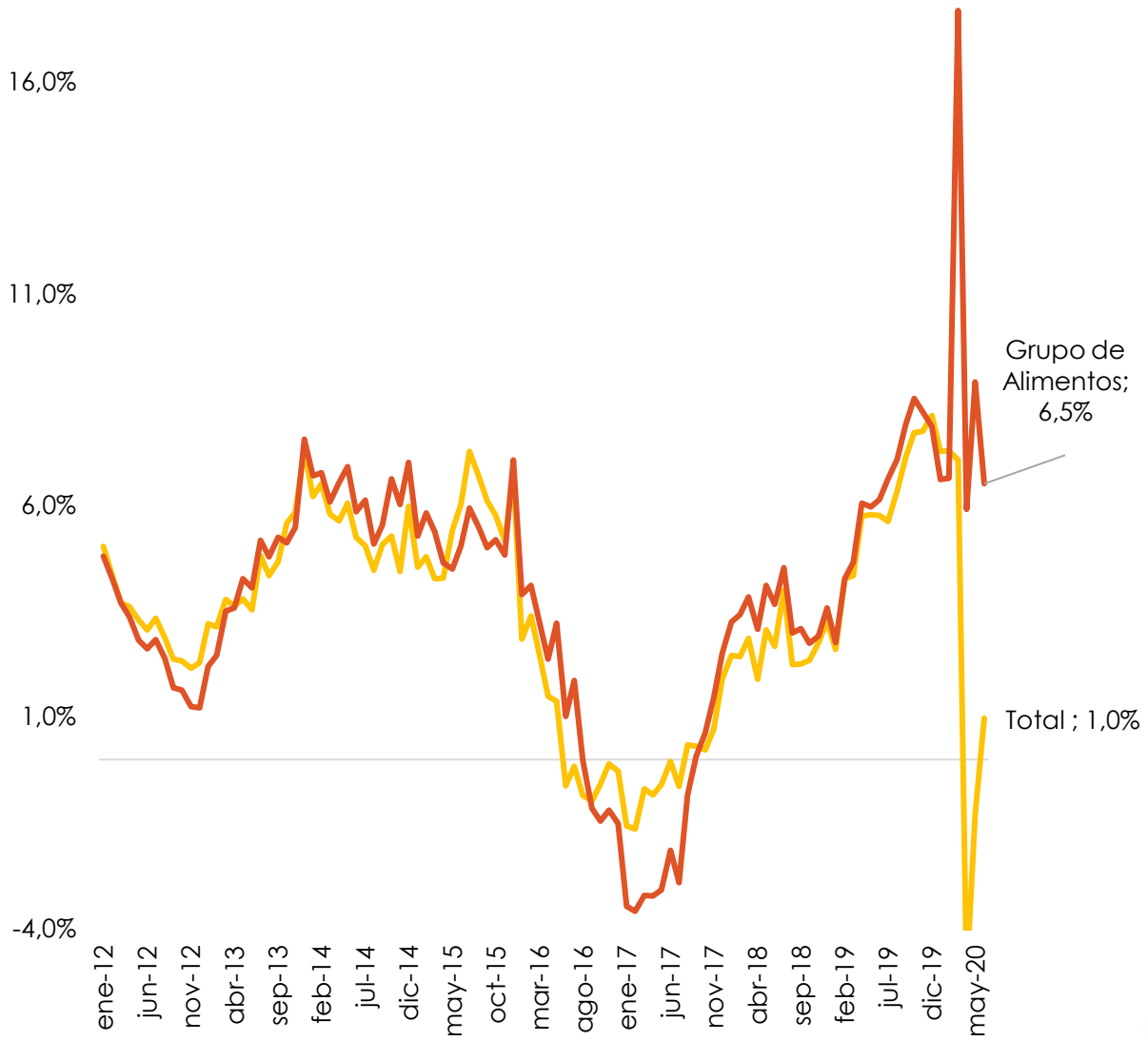
- Comportamiento 2020 del gasto de los hogares en Alimentos – Junio.
- Comportamiento 2020 categoría ANDI Alimentos – Junio.
- Hábitos de consumo. Comportamiento II Q - 2020.

CANASTA DE ALIMENTOS EN EL HOGAR

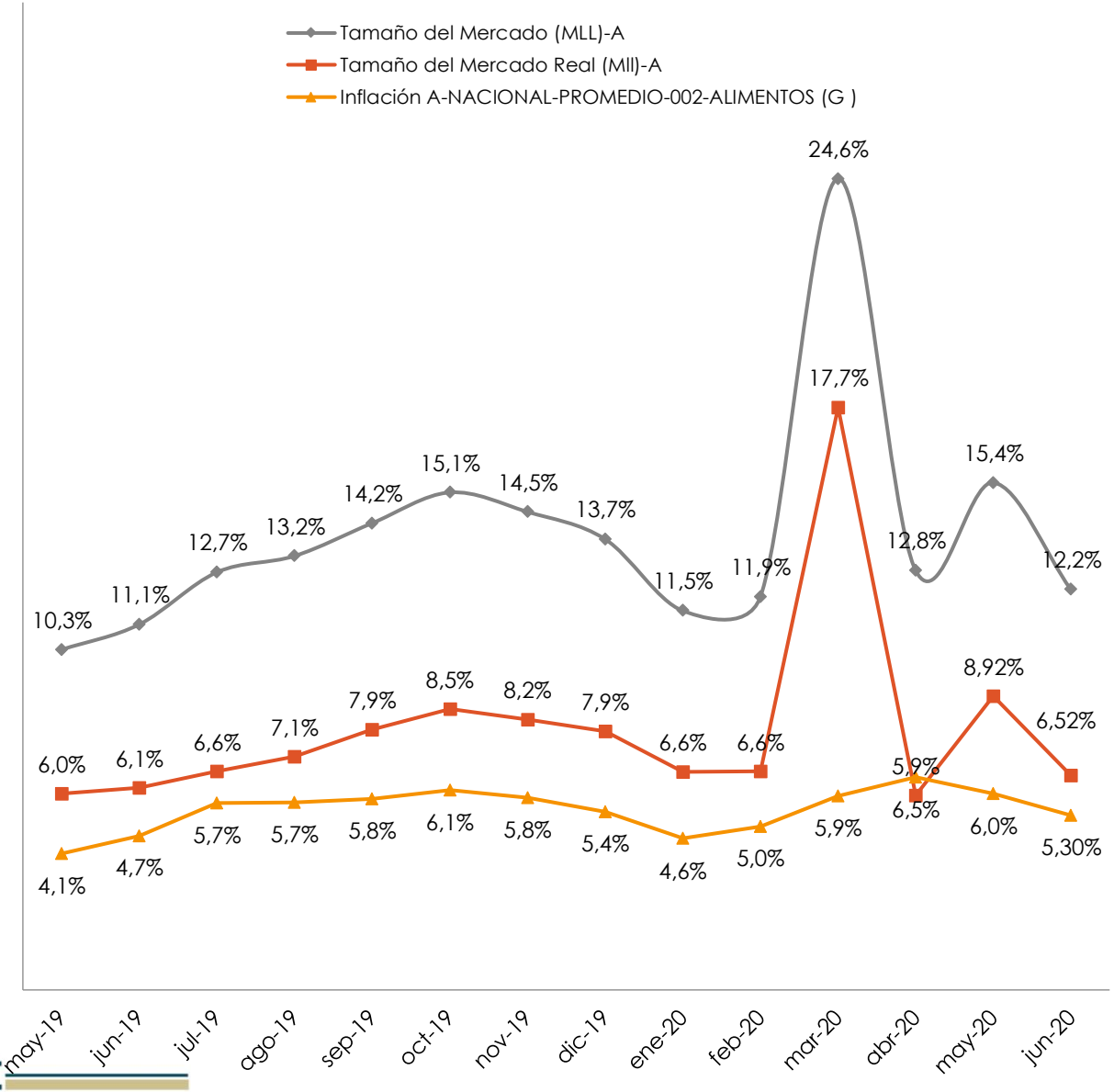
¿CÓMO SE COMPORTA LA CANASTA ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group

Comportamiento del gasto real total vs Alimentos



¿Qué ha sucedido en el último año con la canasta alimentos?



ANDI Cámara de la Industria de Alimentos

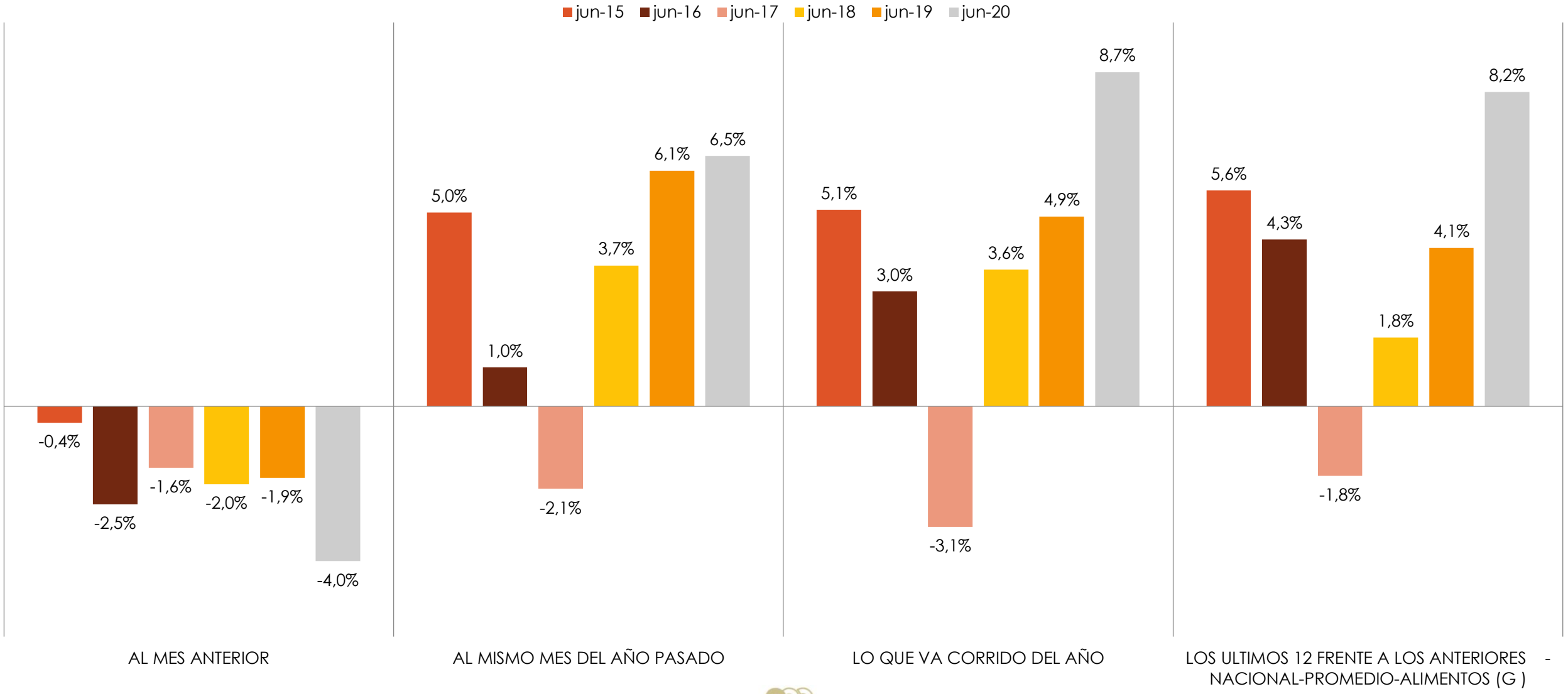
Junio 2020

raddar.net

¿CÓMO SE COMPORTA LA CANASTA ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group

Dinámica del gasto de los hogares en la canasta de Alimentos



ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

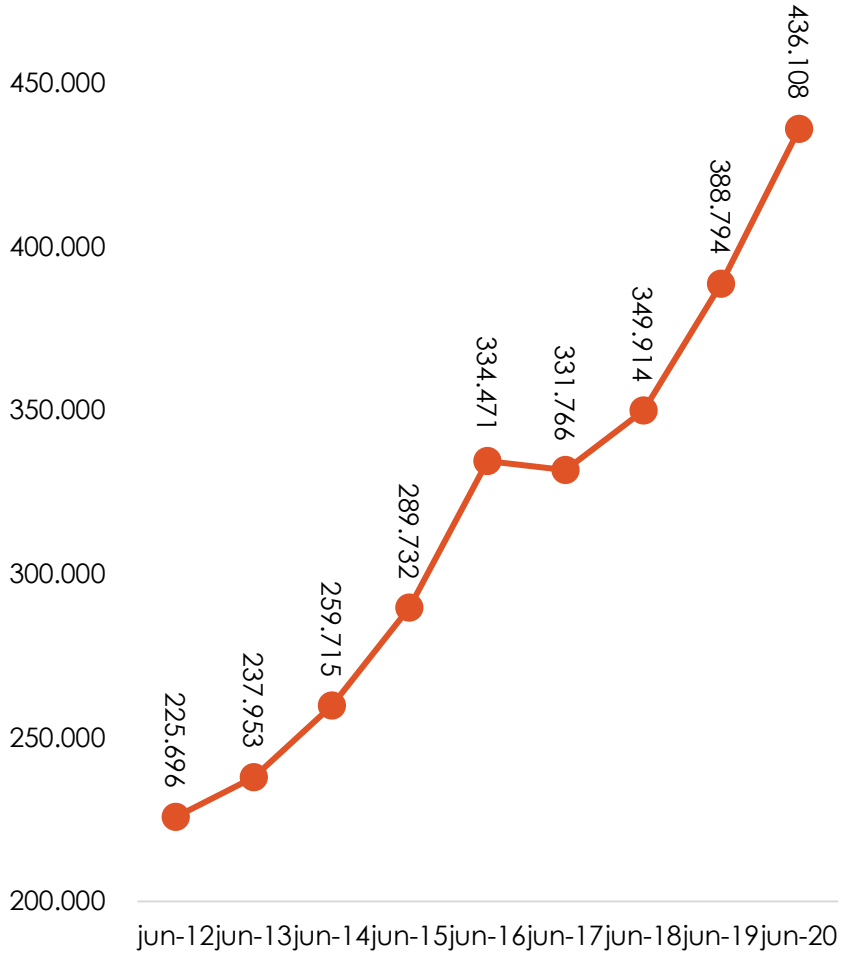
Junio 2020

raddar.net

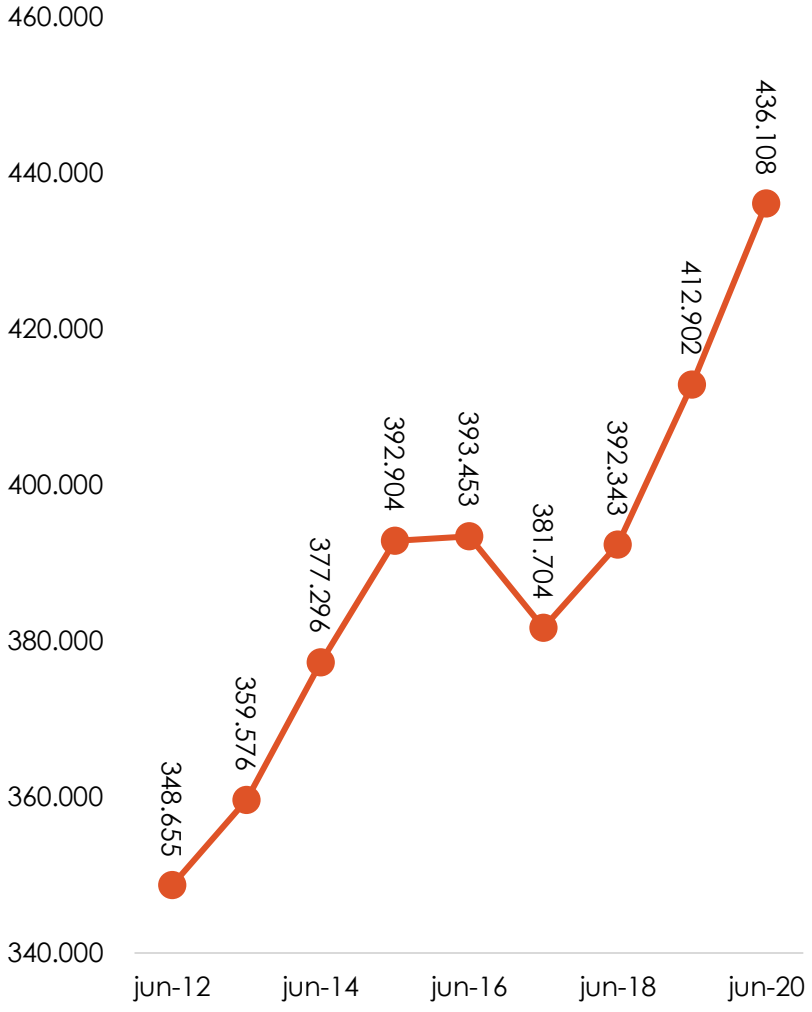
¿CUÁNTO ASIGNAN LOS COLOMBIANOS A LA CANASTA DE ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group

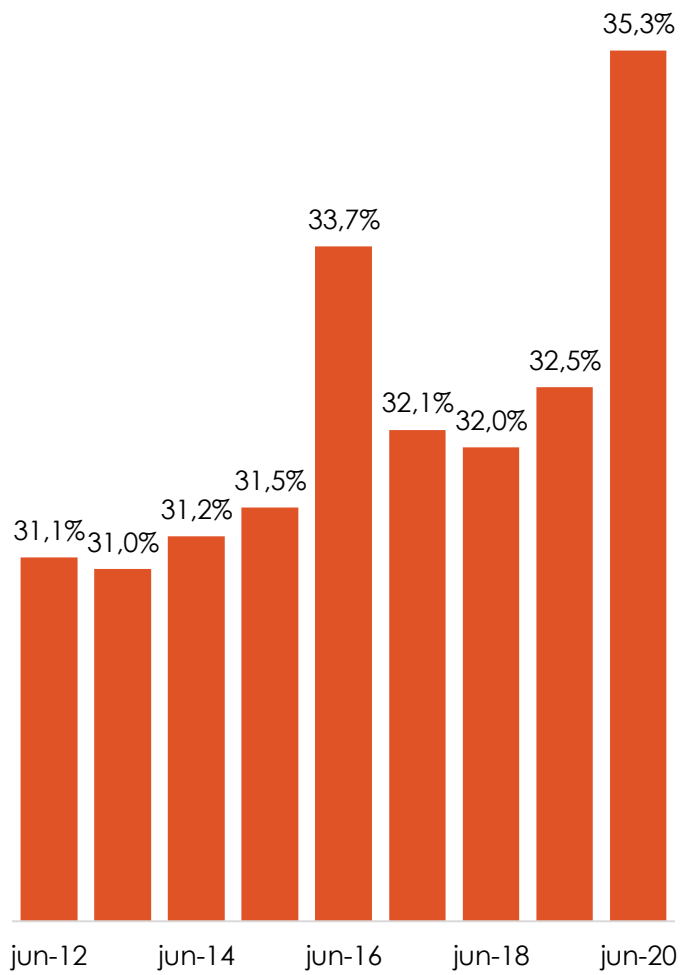
GASTO PERCAPITA MENSUAL



GASTO PERCAPITA MENSUAL REAL



POCKETSHARE



ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

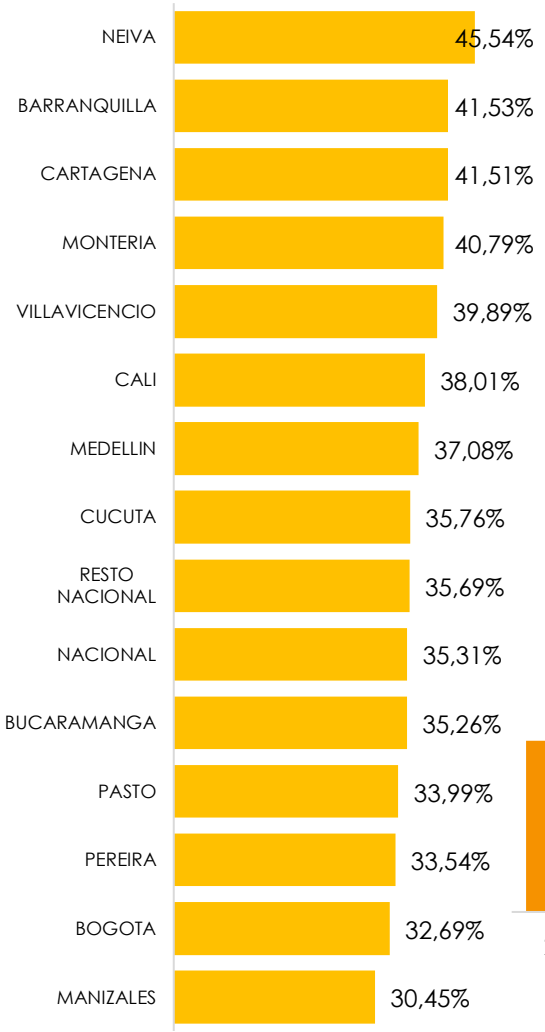
Junio 2020

raddar.net

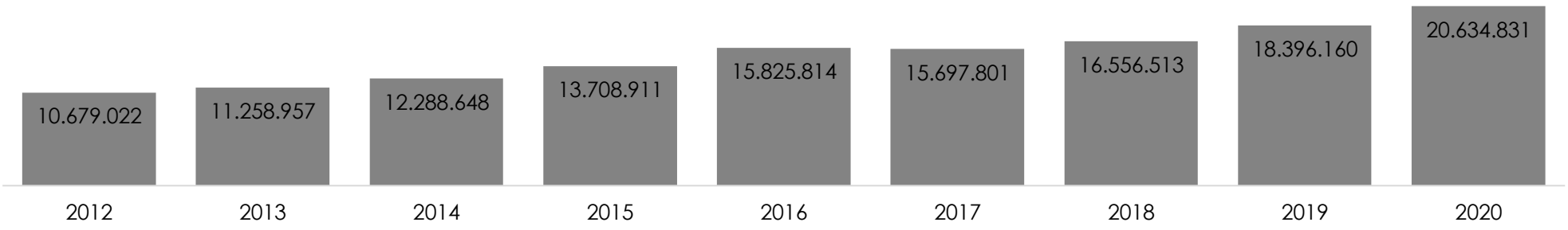
¿CUÁNTO ASIGNAN LOS COLOMBIANOS A LA CANASTA ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group

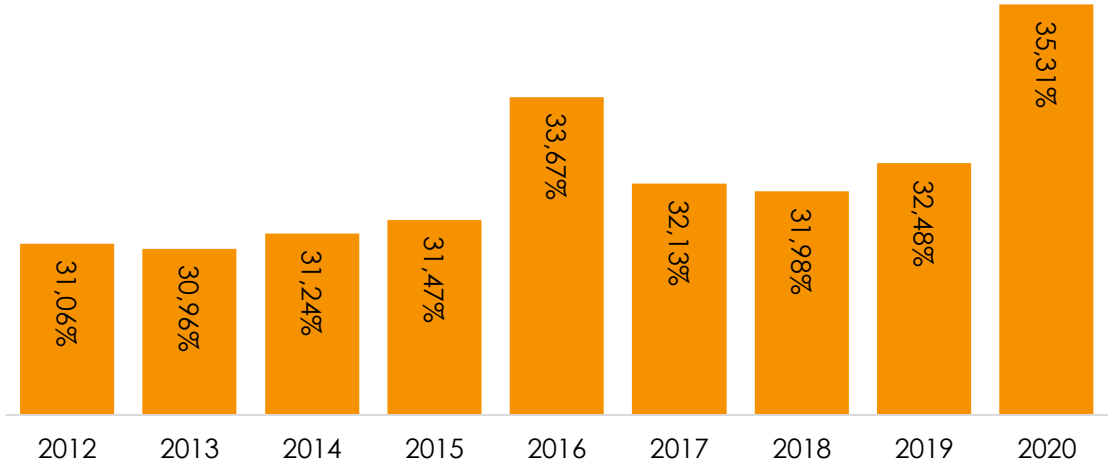
Pocket Share según ciudades



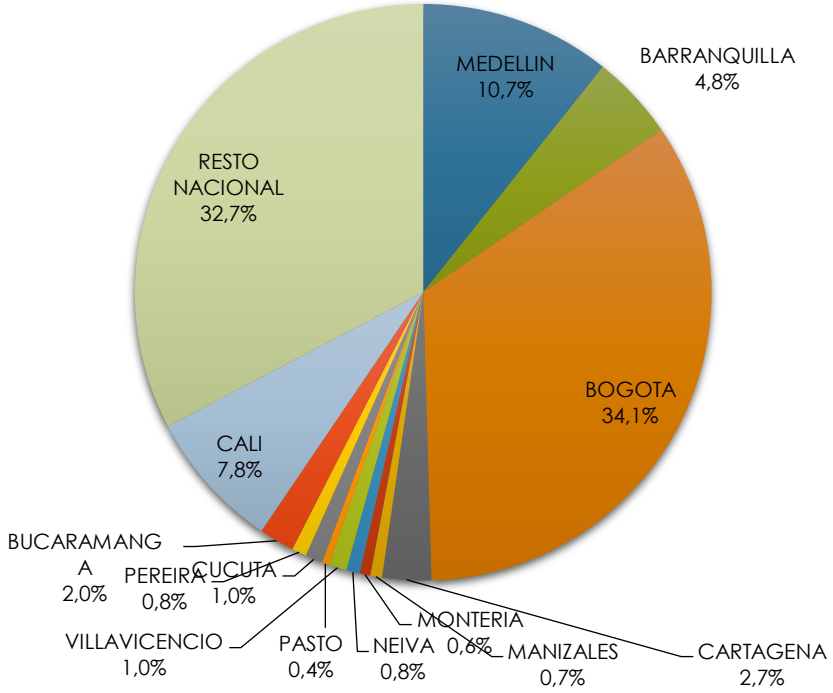
TAMAÑO DEL MERCADO MENSUAL EN MILLONES DE PESOS



POCKETSHARE DEL PRODUCTO PARA EL MES



MERCADO POR UNIDADES GEOGRÁFICAS



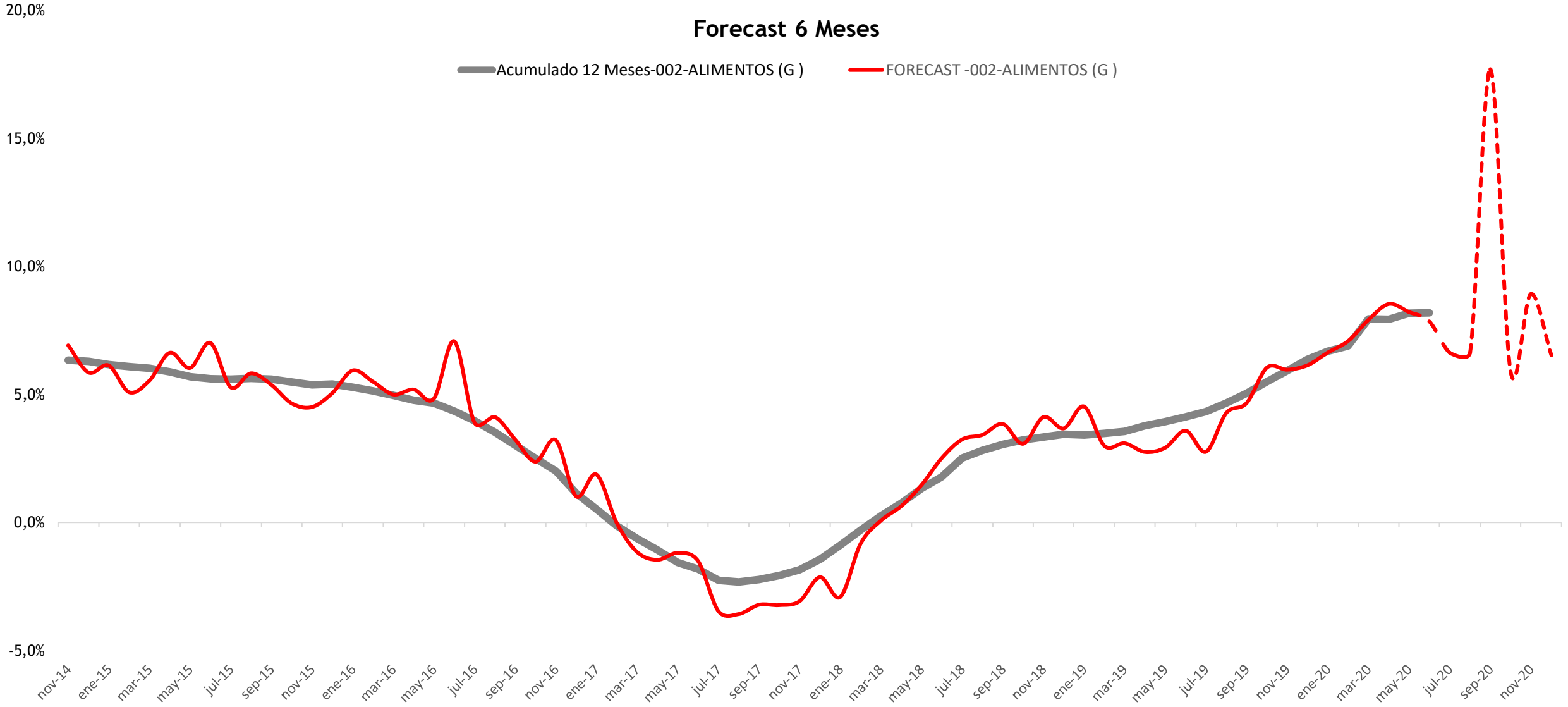
ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

Junio 2020

raddar.net

¿QUÉ SE ESPERA PARA LOS PRÓXIMOS 6 MESES DE LA CANASTA ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group



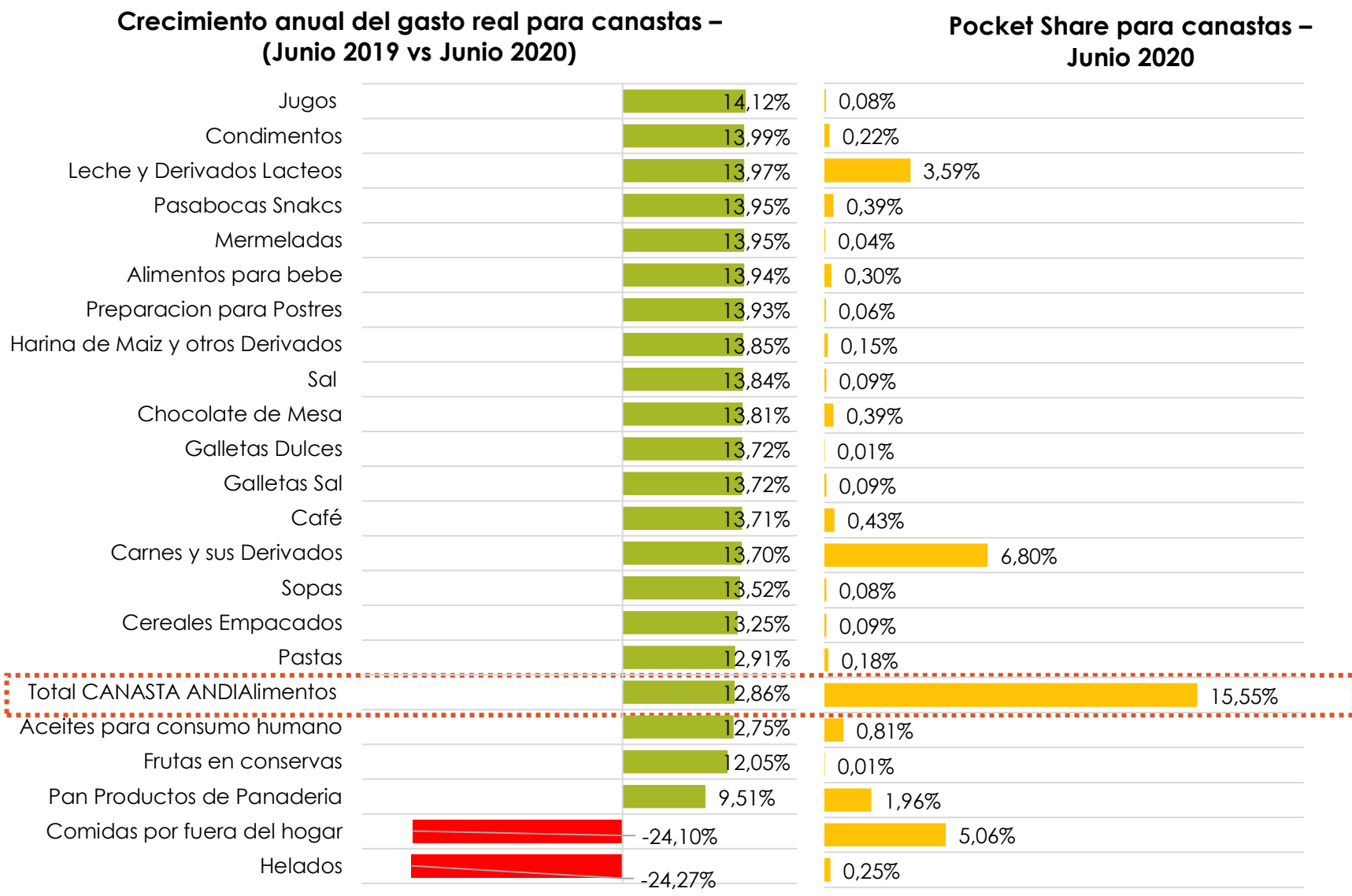
ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

Junio 2020

raddar.net

CANASTA DE ALIMENTOS ANDI

ALIMENTOS SIGUE SIENDO LA CANASTA CON MAYOR CRECIMIENTO EN EL GASTO DE LOS HOGARES, 17 DE 22 PRODUCTOS REVISANDO CRECEN POR ENCIMA DEL 10%. SIN EMBARGO, PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN POR FUERA DEL HOGAR NO REGISTRAN LA MISMA DINÁMICA.



ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

¿QUÉ COMPONE LA CANASTA ANDI ALIMENTOS?

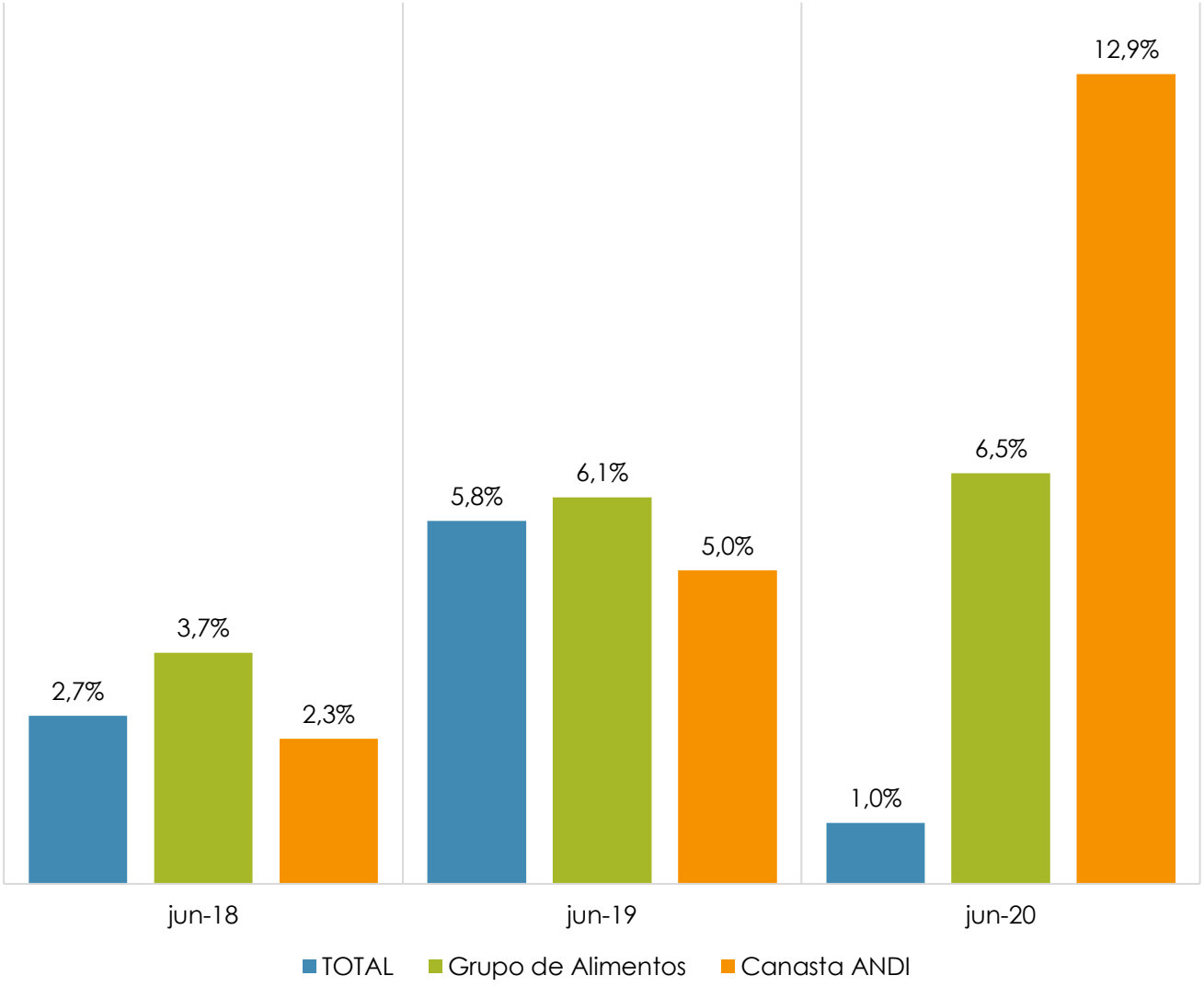
RADDAR Consumer Knowledge Group

CATEGORIA	Crecimiento anual del gasto corriente	Crecimiento anual del gasto real	Inflación anual	Pockt Share
Helados	-22,06%	-24,27%	2,92%	0,25%
Comidas por fuera del hogar	-21,61%	-24,10%	3,28%	5,06%
Frutas en conservas	14,17%	12,05%	1,89%	0,01%
Jugos	14,65%	14,12%	0,46%	0,08%
Galletas Sal	15,44%	13,72%	1,51%	0,09%
Galletas Dulces	15,44%	13,72%	1,51%	0,01%
Café	15,96%	13,71%	1,98%	0,43%
Cereales Empacados	16,22%	13,25%	2,62%	0,09%
Pan Productos de Panaderia	16,75%	9,51%	6,61%	1,96%
Carnes y sus Derivados	17,46%	13,70%	3,31%	6,80%
Chocolate de Mesa	17,60%	13,81%	3,33%	0,39%
Sopas	18,47%	13,52%	4,37%	0,08%
Condimentos	18,82%	13,99%	4,23%	0,22%
Harina de Maiz y otros Derivados	19,70%	13,85%	5,14%	0,15%
Preparacion para Postres	19,97%	13,93%	5,30%	0,06%
Mermeladas	20,06%	13,95%	5,36%	0,04%
Pasabocas Snakcs	20,06%	13,95%	5,36%	0,39%
Pastas	20,11%	12,91%	6,38%	0,18%
Alimentos para bebe	21,47%	13,94%	6,61%	0,30%
Leche y Derivados Lacteos	22,86%	13,97%	7,80%	3,59%
Aceites para consumo humano	24,63%	12,75%	10,54%	0,81%
Sal	24,70%	13,84%	9,54%	0,09%
Verduras: secas, enlatadas o empacadas	41,60%	16,80%	21,24%	0,39%

*Crecimiento anual del gasto en las categorías junio 2019 vs junio 2020.

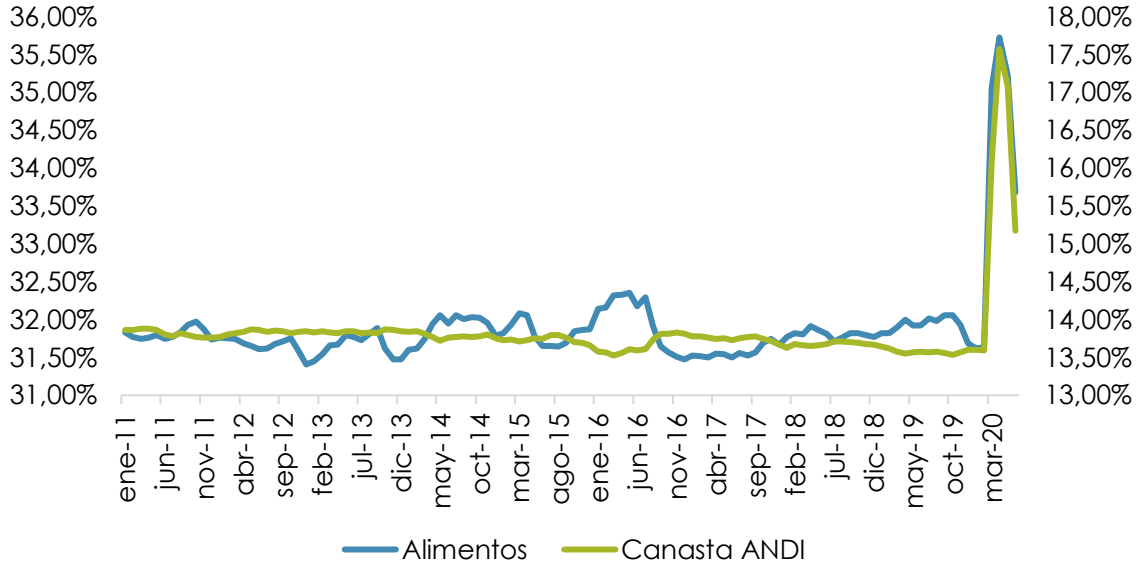
ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

¿Qué tanto crece el gasto y en qué crece en Junio de 2020 vs junio 2019? - Canasta ANDI



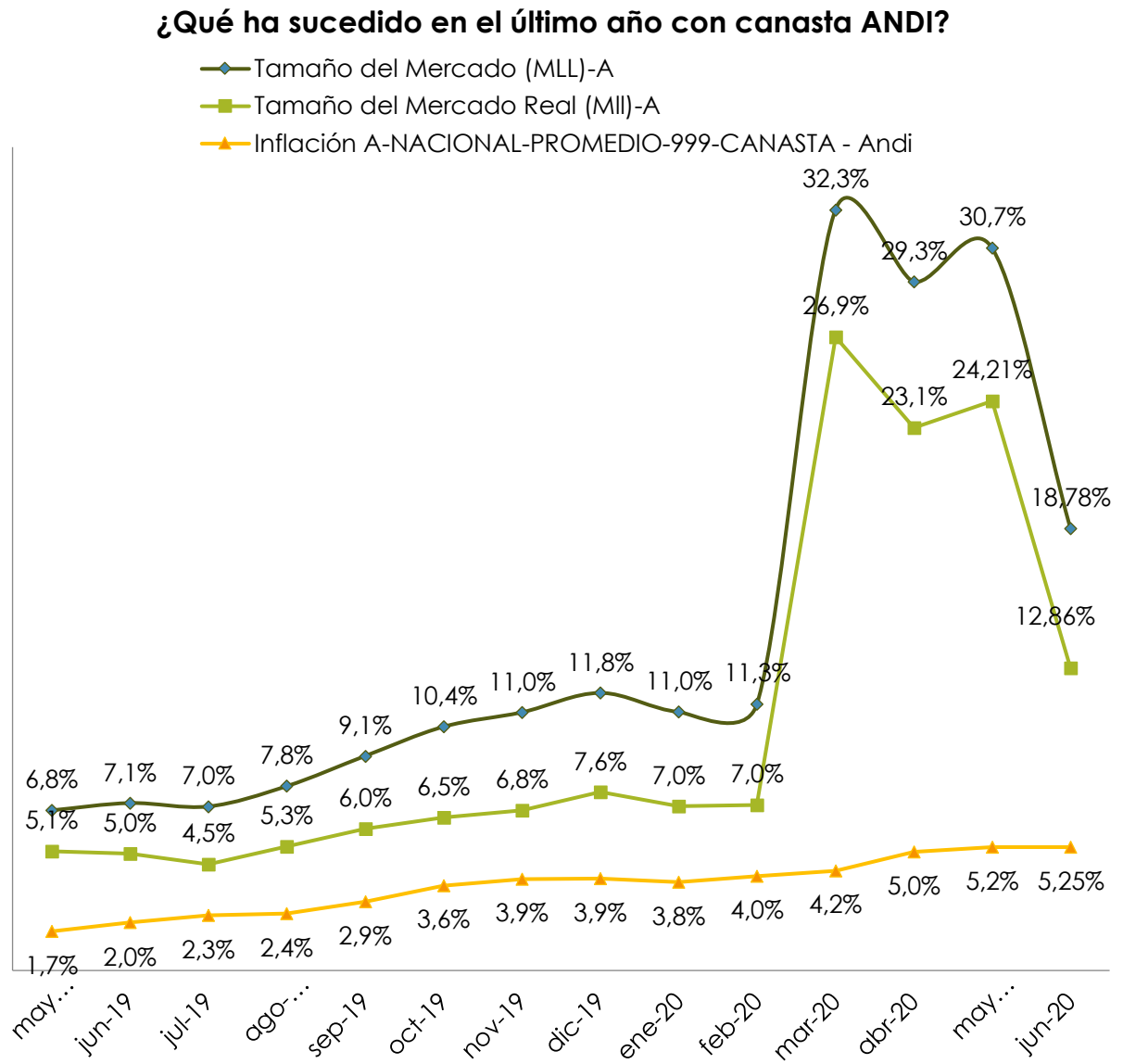
POR TERCER MES, LA CANASTA DE ALIMENTOS MANTIENE LOS MAYORES CRECIMIENTO. LOS HOGARES PRIORIZAN SUS GASTOS SOBRE OTROS. ESTE MAYOR CRECIMIENTO SE DA ESPECIALMENTE SOBRE PRODUCTOS QUE COMPONEN LA CANASTA ANDI, ES DECIR, SOBRE CEREALES, DULCES, HORTALIZAS, CHOCOLATE, PANADERÍA, GRASA Y ACEITES, ENTRE OTROS.

Pocket share real según canasta de consumo



¿CÓMO SE COMPORTA EL GRUPO DE ANDI ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group



ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

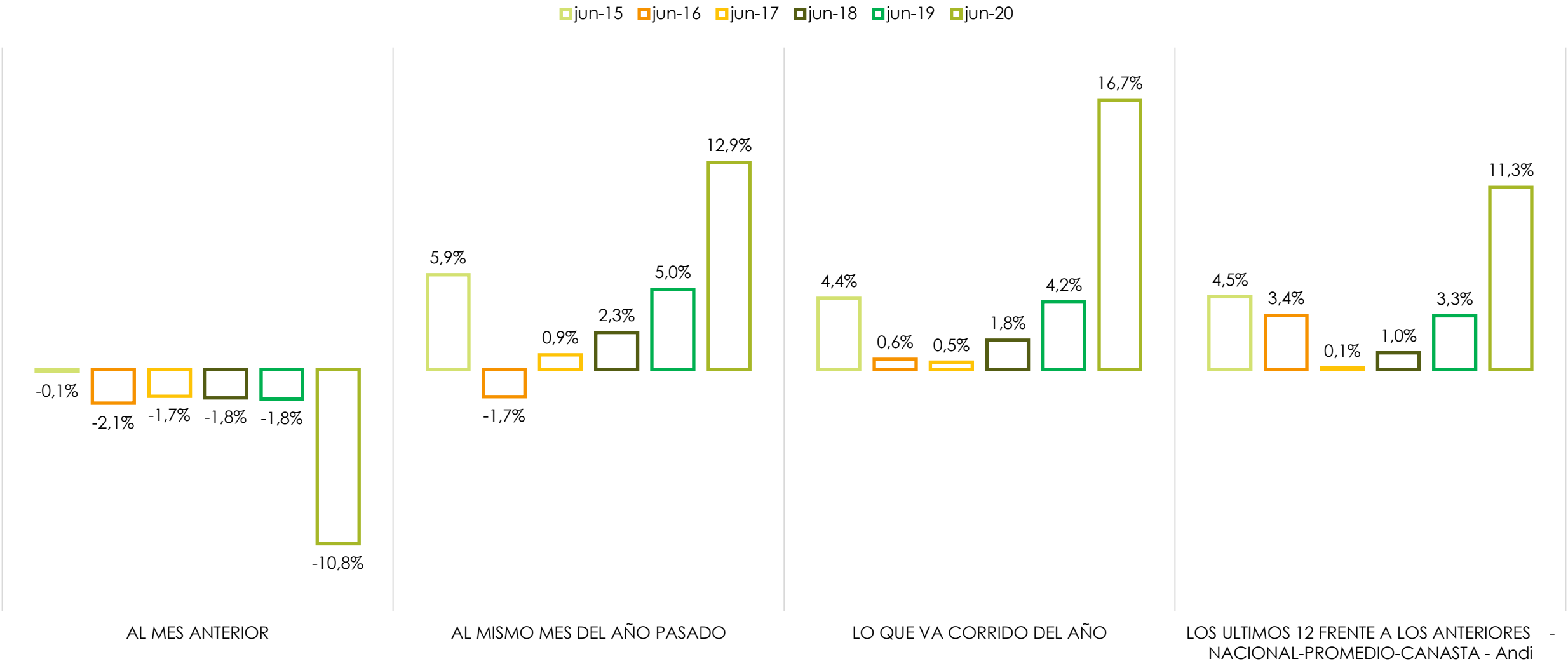
Junio 2020

raddar.net

¿CÓMO SE COMPORTA EL GRUPO DE ANDI ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group

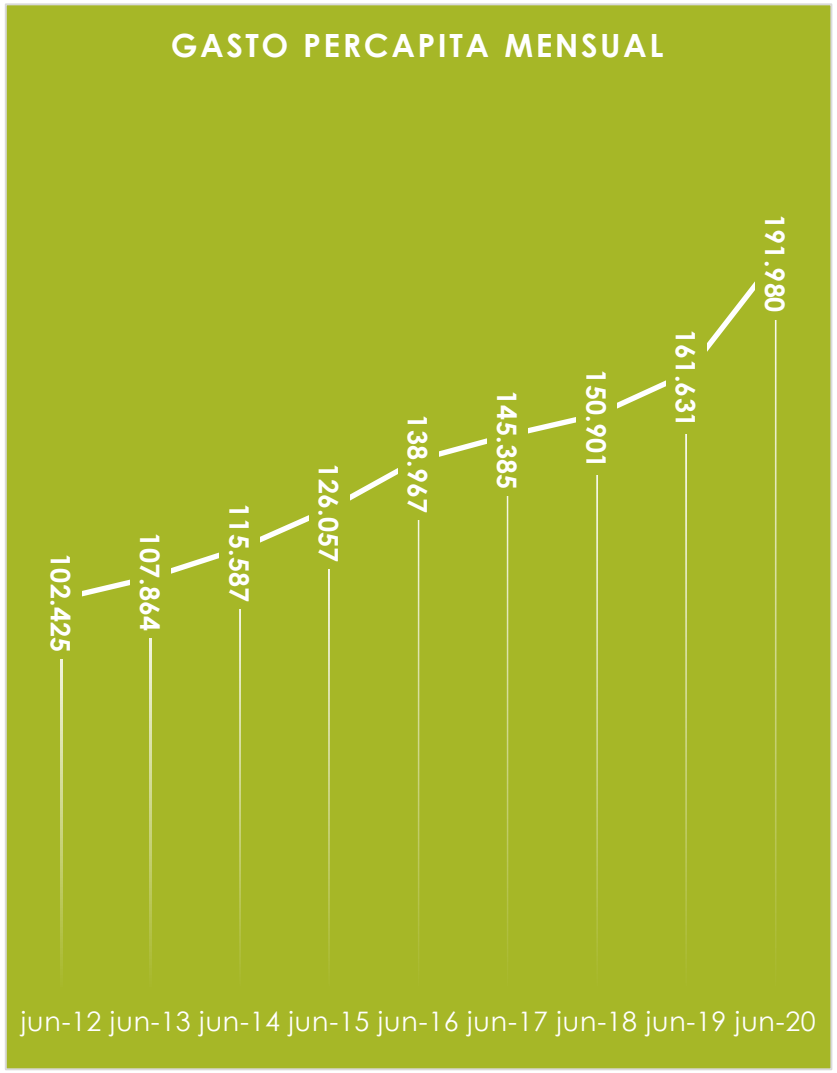
Dinámica del gasto de los hogares en la canasta de ANDI

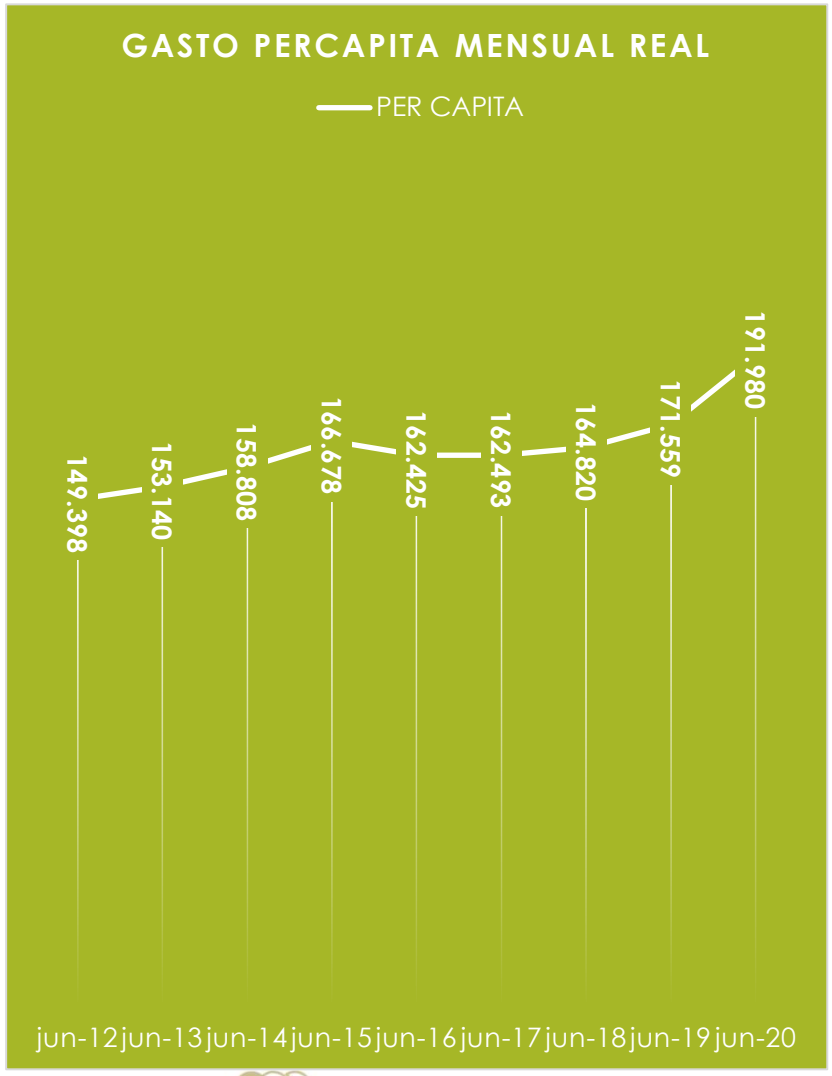


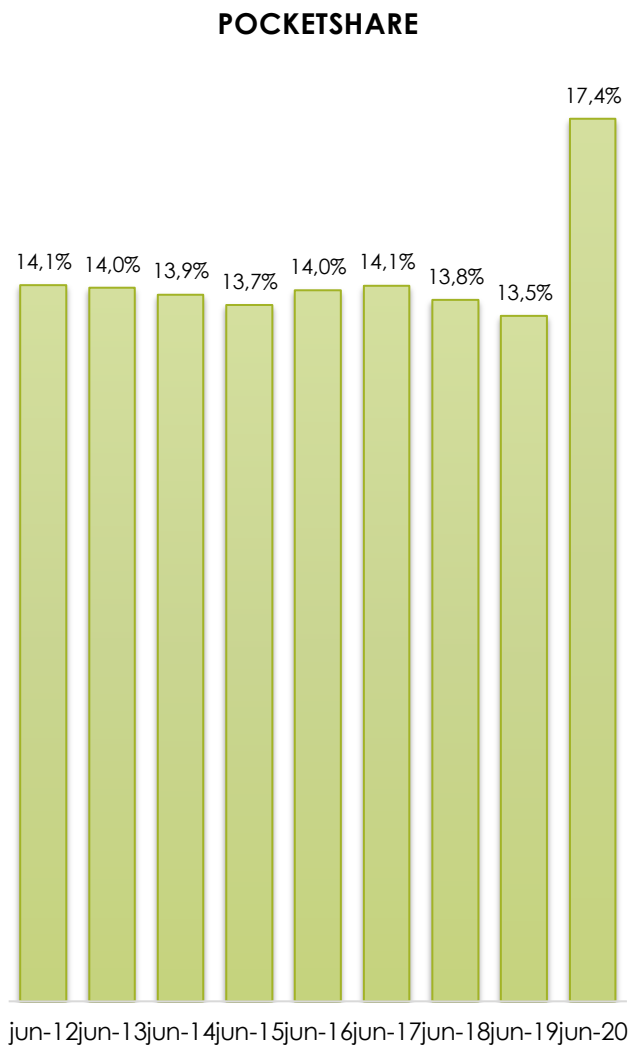
ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

¿CUÁNTO ASIGNAN LOS COLOMBIANOS AL GRUPO DE ANDI ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group







ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

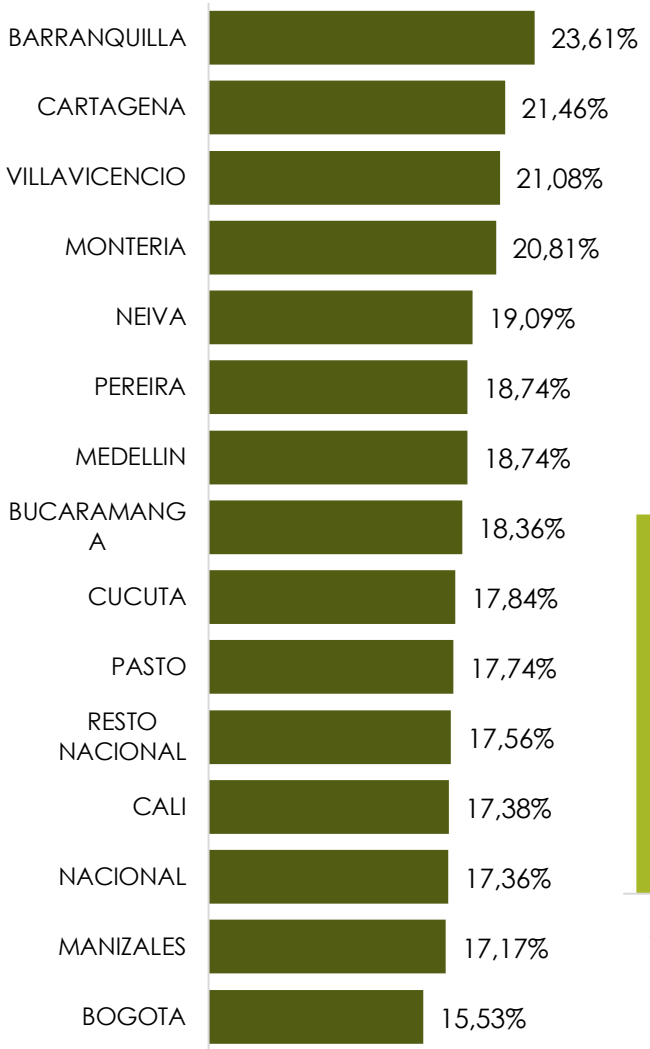
Junio 2020

raddar.net

¿CUÁNTO ASIGNAN LOS COLOMBIANOS AL GRUPO DE ANDI ALIMENTOS?

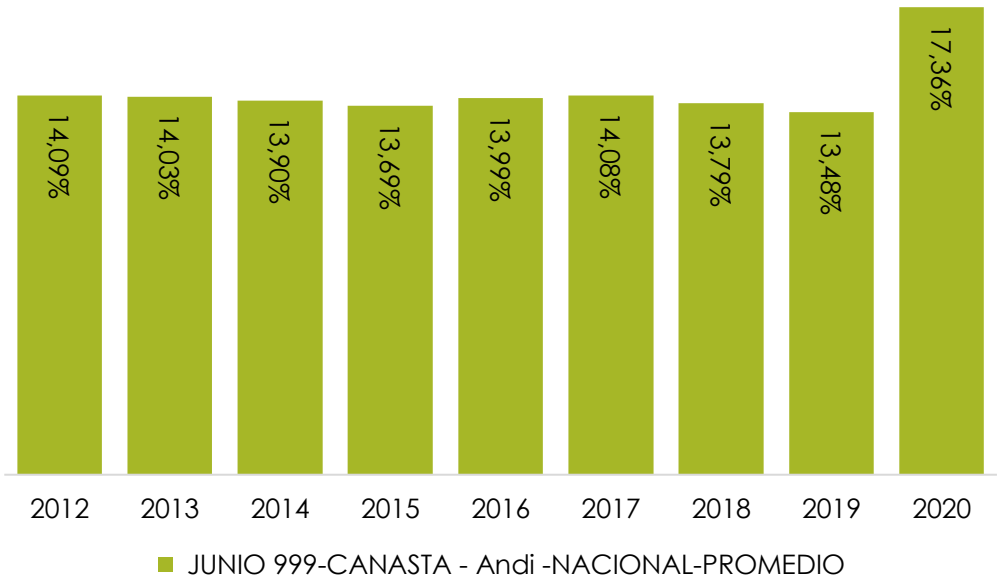
RADDAR Consumer Knowledge Group

Pocket Share según ciudades

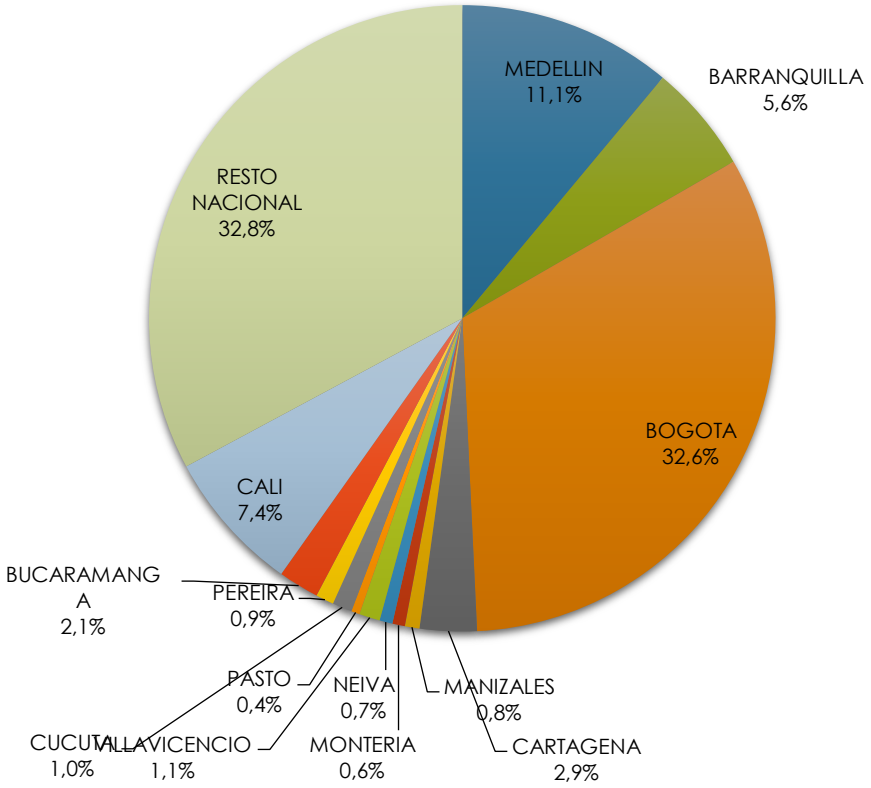


TAMAÑO DEL MERCADO MENSUAL EN MILLONES DE PESOS

POCKETSHARE DEL PRODUCTO PARA EL MES



MERCADO POR UNIDADES GEOGRÁFICAS



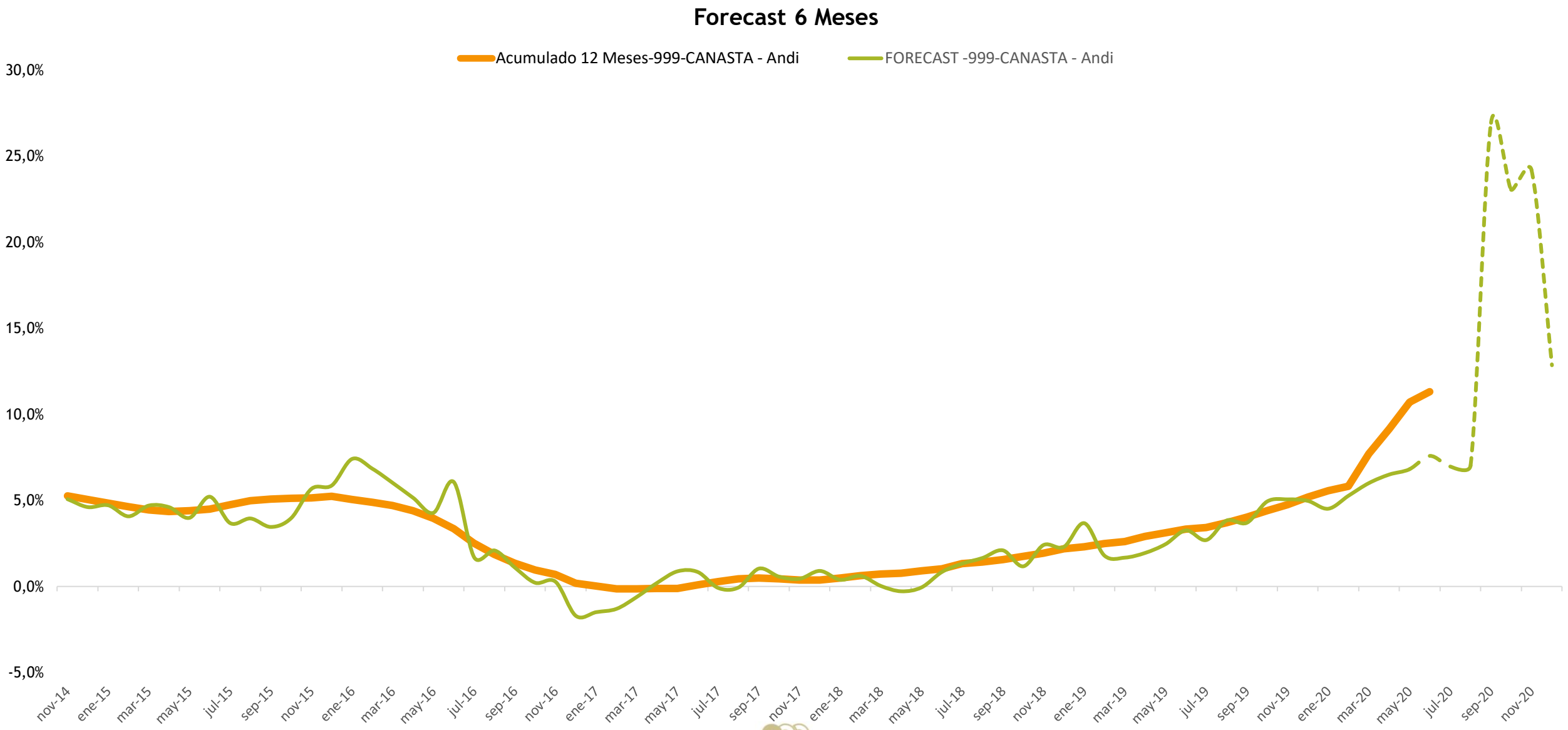
ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

Junio 2020

raddar.net

¿QUÉ SE ESPERA PARA LOS PRÓXIMOS 6 MESES EN ANDI ALIMENTOS?

RADDAR Consumer Knowledge Group



ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

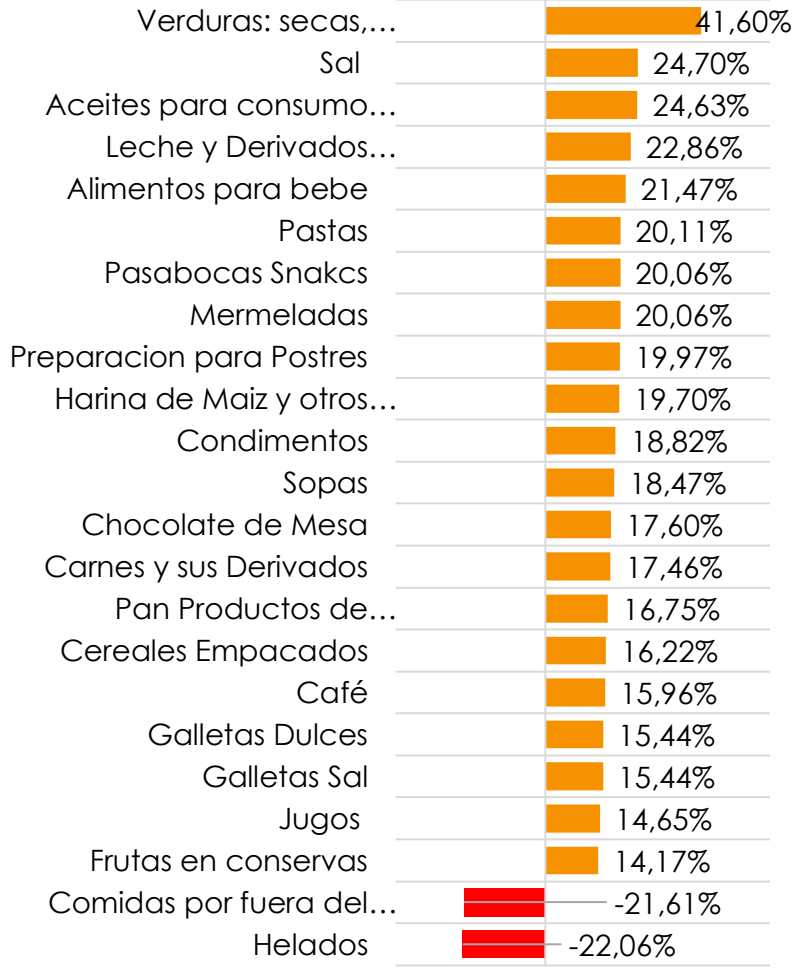
Junio 2020

raddar.net

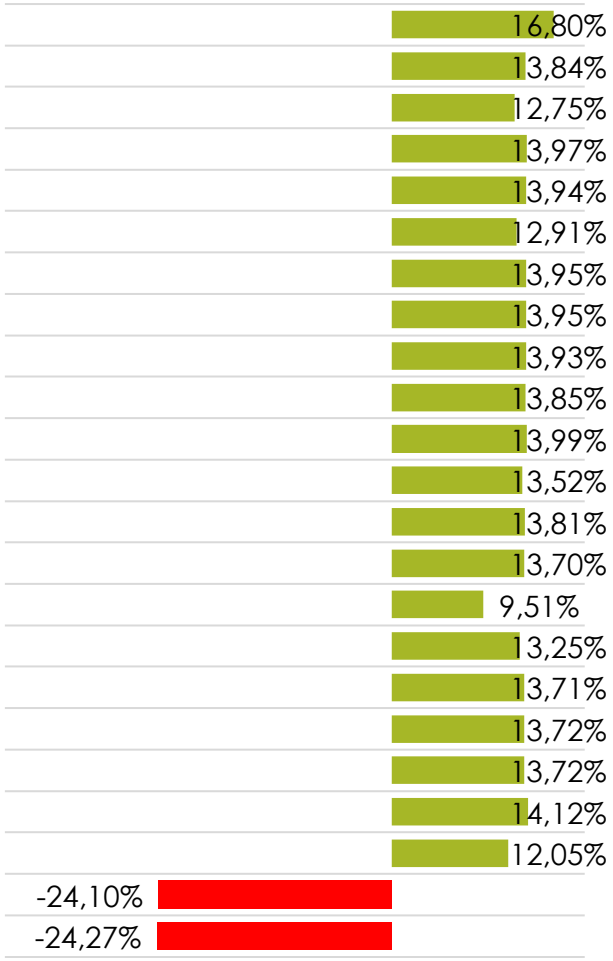
DINÁMICA DE LA CANASTA ANDI ALIMENTOS

RADDAR Consumer Knowledge Group

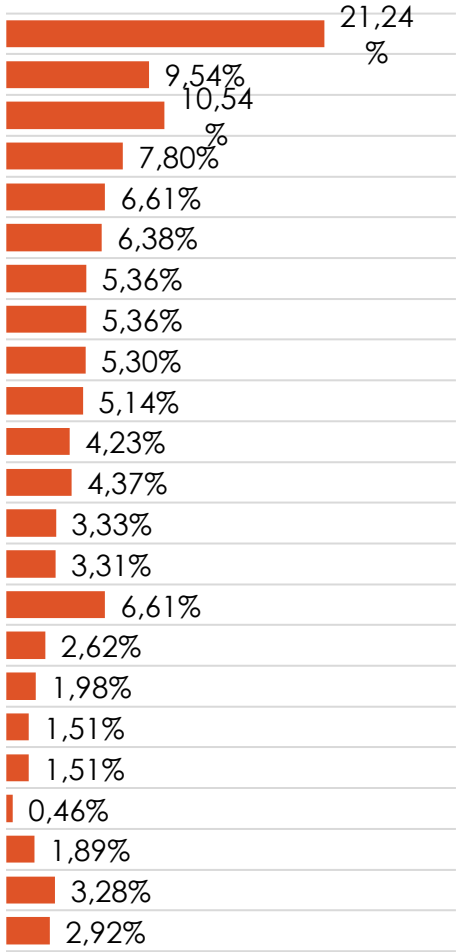
Crecimiento anual del gasto corriente (junio 2019 vs junio 2020)



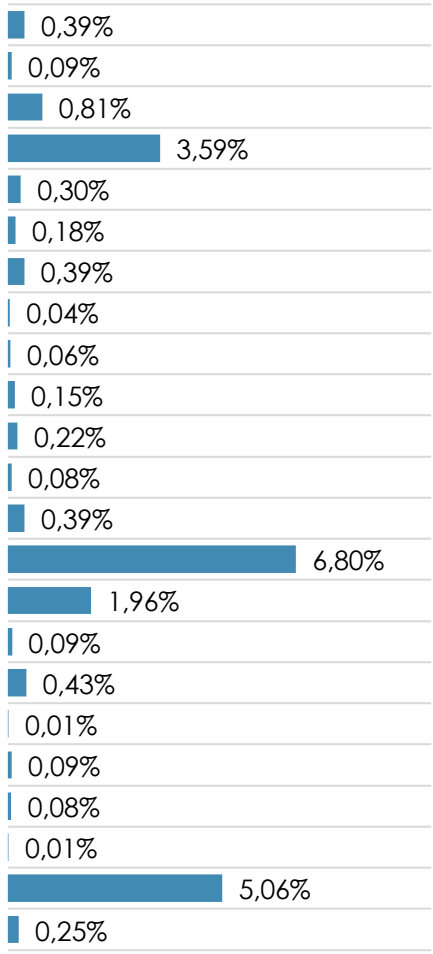
Crecimiento anual del gasto real (junio 2019 vs junio 2020)



Inflación anual (junio 2019 vs junio 2020)



Pockt Share - junio



ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

Junio 2020

raddar.net

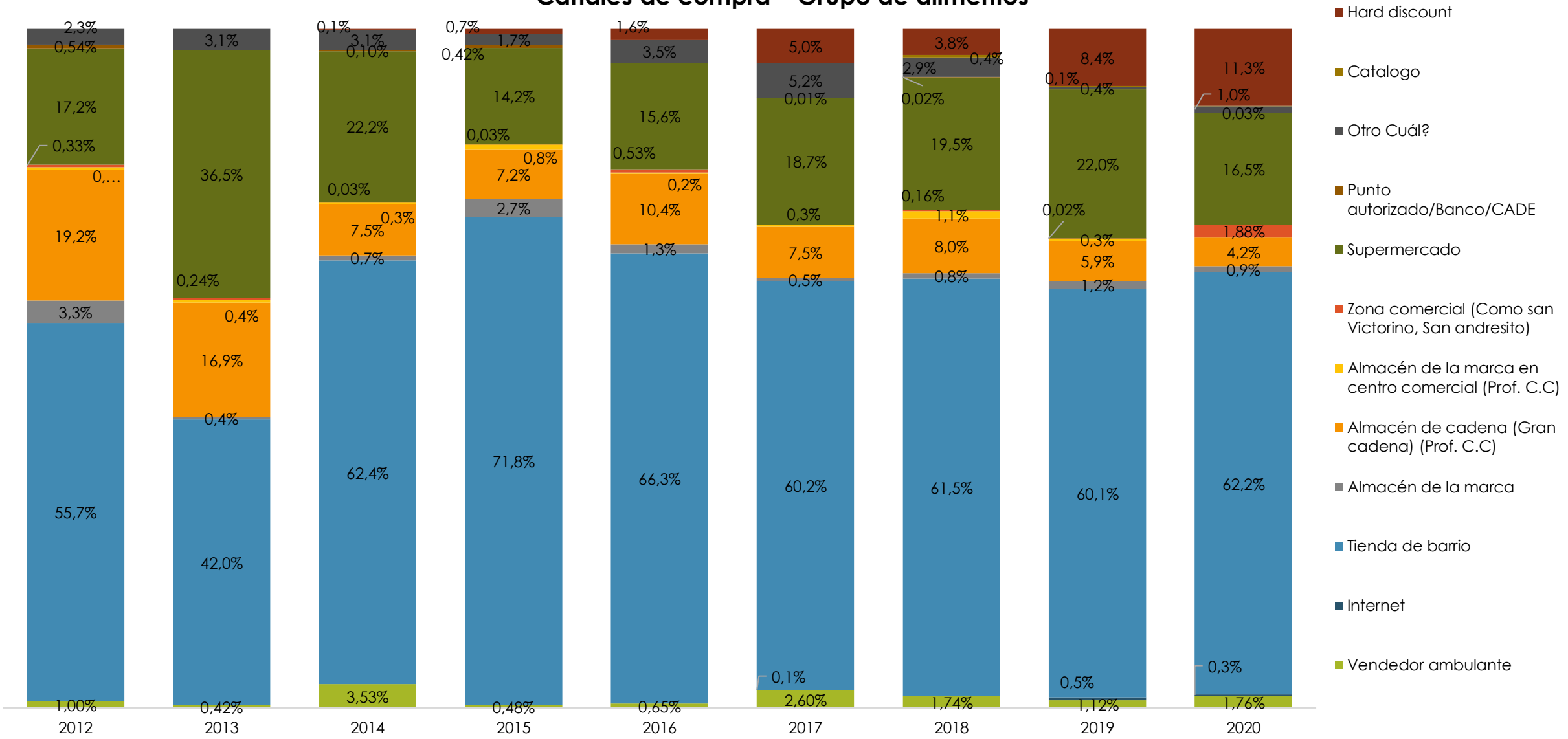
HÁBITOS DE CONSUMO

Junio 2020

CANALES DE COMPRA EN ALIMENTOS

RADDAR Consumer Knowledge Group

Canales de compra – Grupo de alimentos

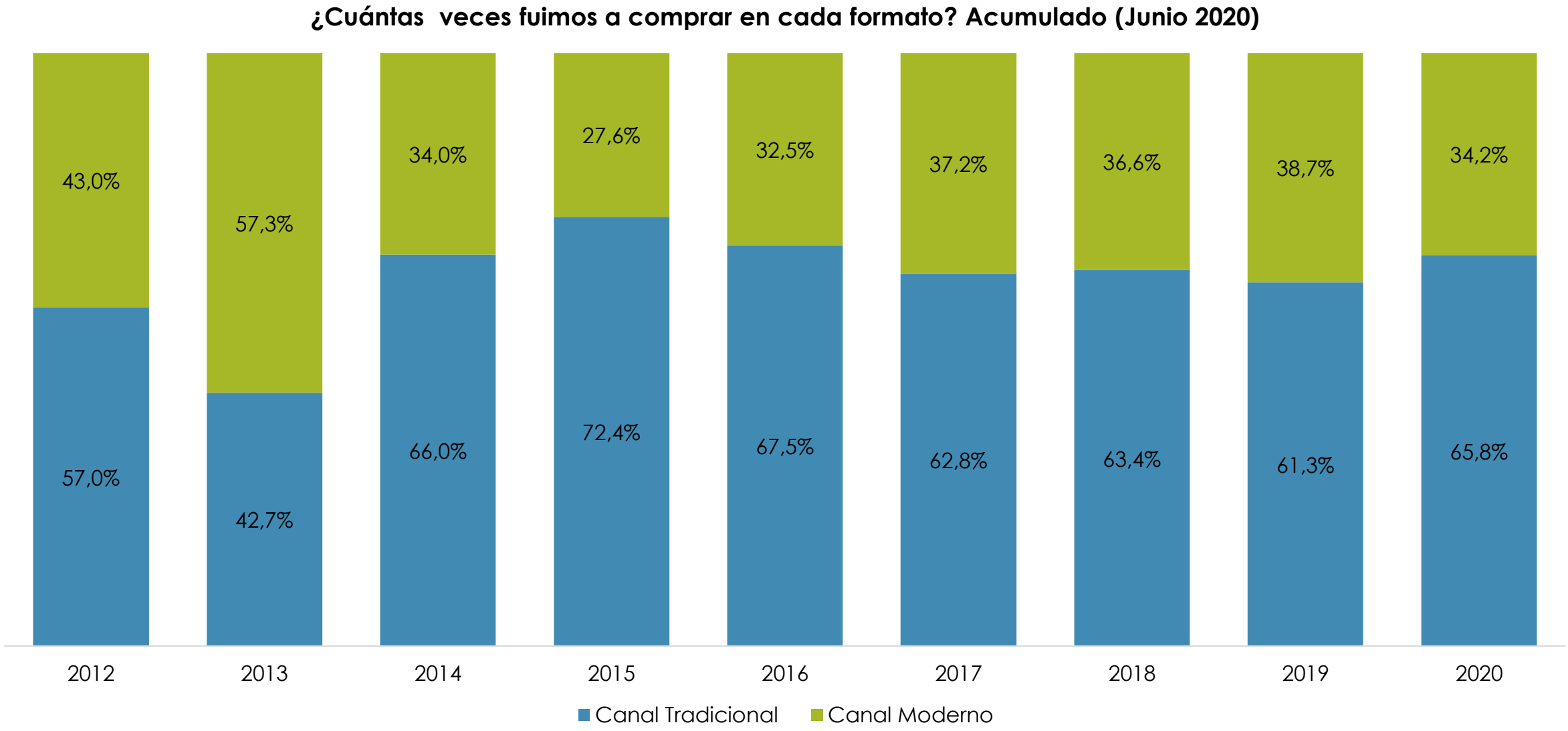


ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

Junio 2020

raddar.net

CANALES DE COMPRA EN ALIMENTOS

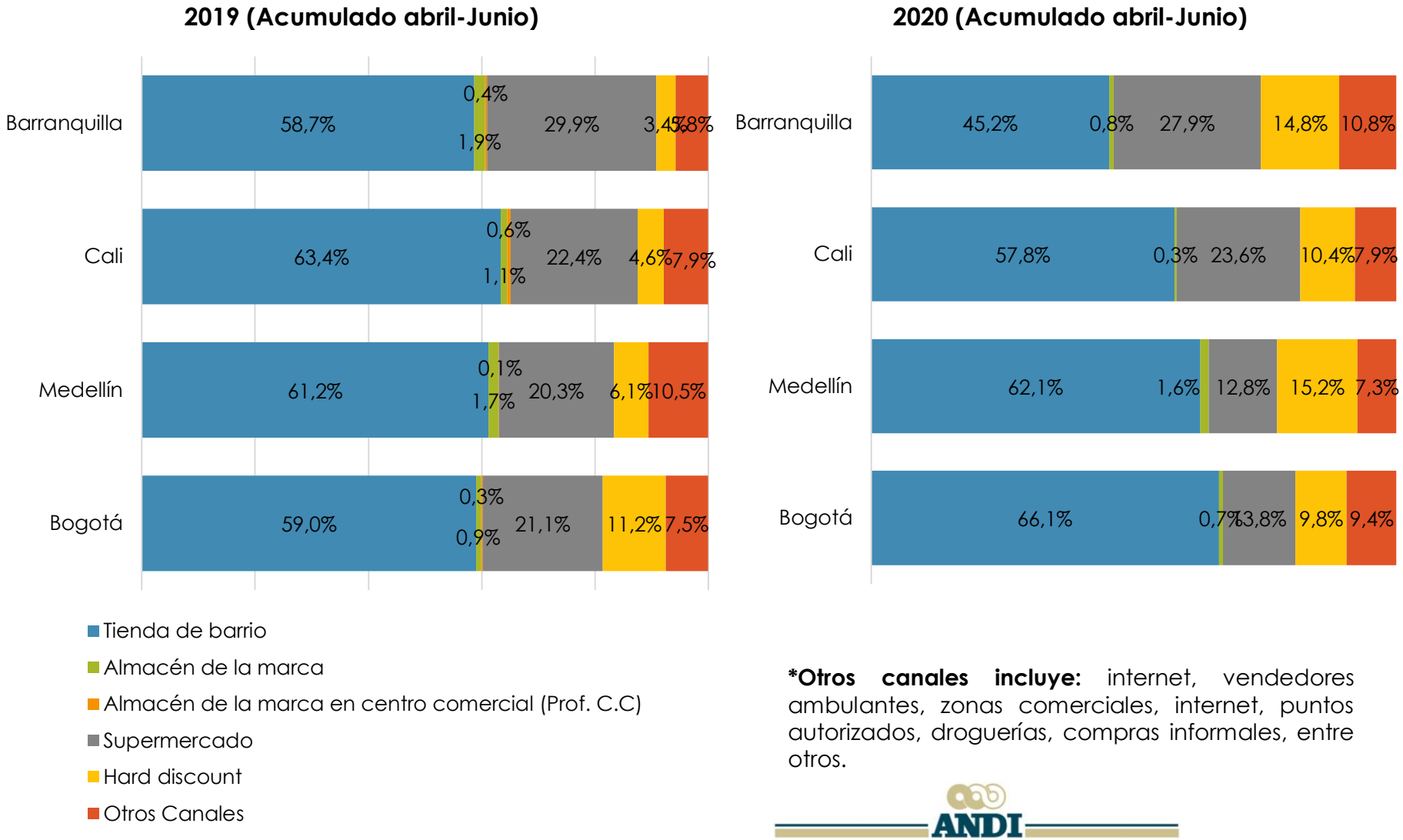


ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

CANALES DE COMPRA PRINCIPALES EN ALIMENTOS

RADDAR Consumer Knowledge Group

Evolución de los canales de compra principales en el último año



***Otros canales incluye:** internet, vendedores ambulantes, zonas comerciales, internet, puntos autorizados, droguerías, compras informales, entre otros.

Para el segundo trimestre del 2020 se pueden notar los efectos del aislamiento preventivo obligatorio implementado en el país, durante este periodo, así como la reapertura económica que se dio de manera paulatina en los últimos meses del trimestre.

Mientras en Barranquilla y en Cali disminuyó la compra en tiendas de barrio esta aumentó en Medellín y Bogotá.

Lo anterior se puede dar por el hecho de en Barranquilla disminuyó la compra en supermercados, tanto en esta ciudad como en Cali aumentó significativamente la compra en hard discount, situación que puede estar relacionado con los bajos precios que se ofrecen en este formato.

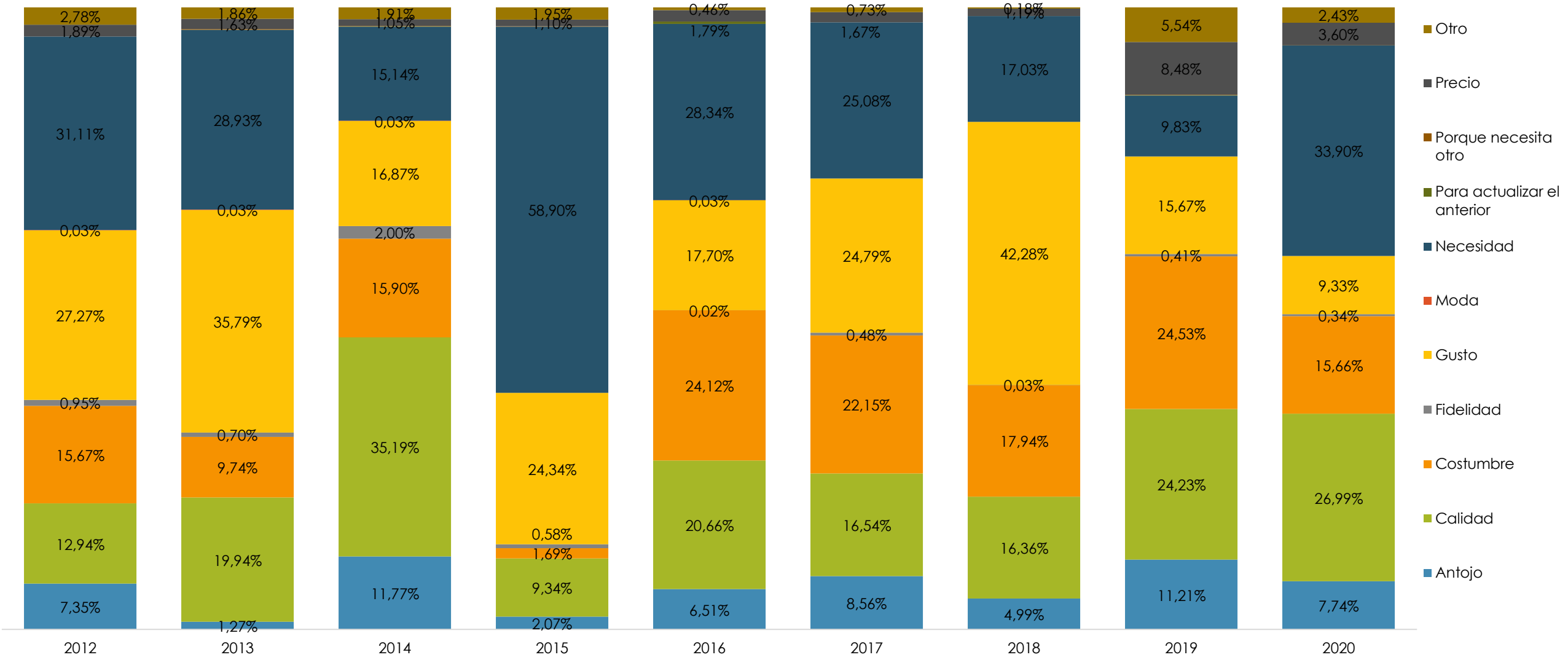
Por su parte, el aumento de la compra en tiendas de barrio en Medellín y Bogotá se puede dar por la gran disminución de compras en supermercados en estas ciudades. Lo cual puede darse porque los hogares prefirieron pasarse a las tiendas de barrio ya que pueden ser de más fácil acceso en cercanía.

ANDI Cámara de la Industria de Alimentos

RAZONES DE COMPRA PRINCIPALES EN ALIMENTOS

RADDAR Consumer Knowledge Group

¿Por qué motivo compran alimentos los colombianos?

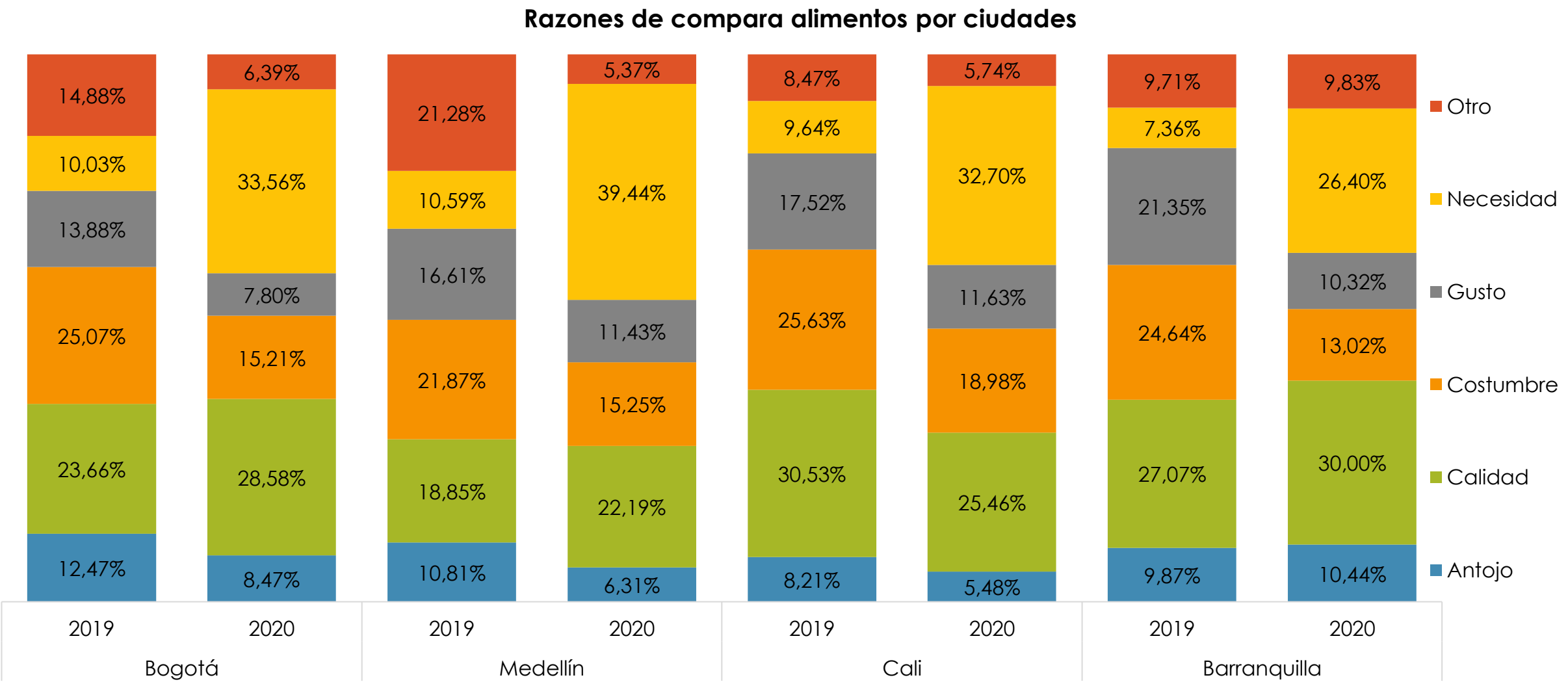


ANDI
Cámara de la Industria de Alimentos

Junio 2020

raddar.net

RAZONES DE COMPRA PRINCIPALES EN ALIMENTOS

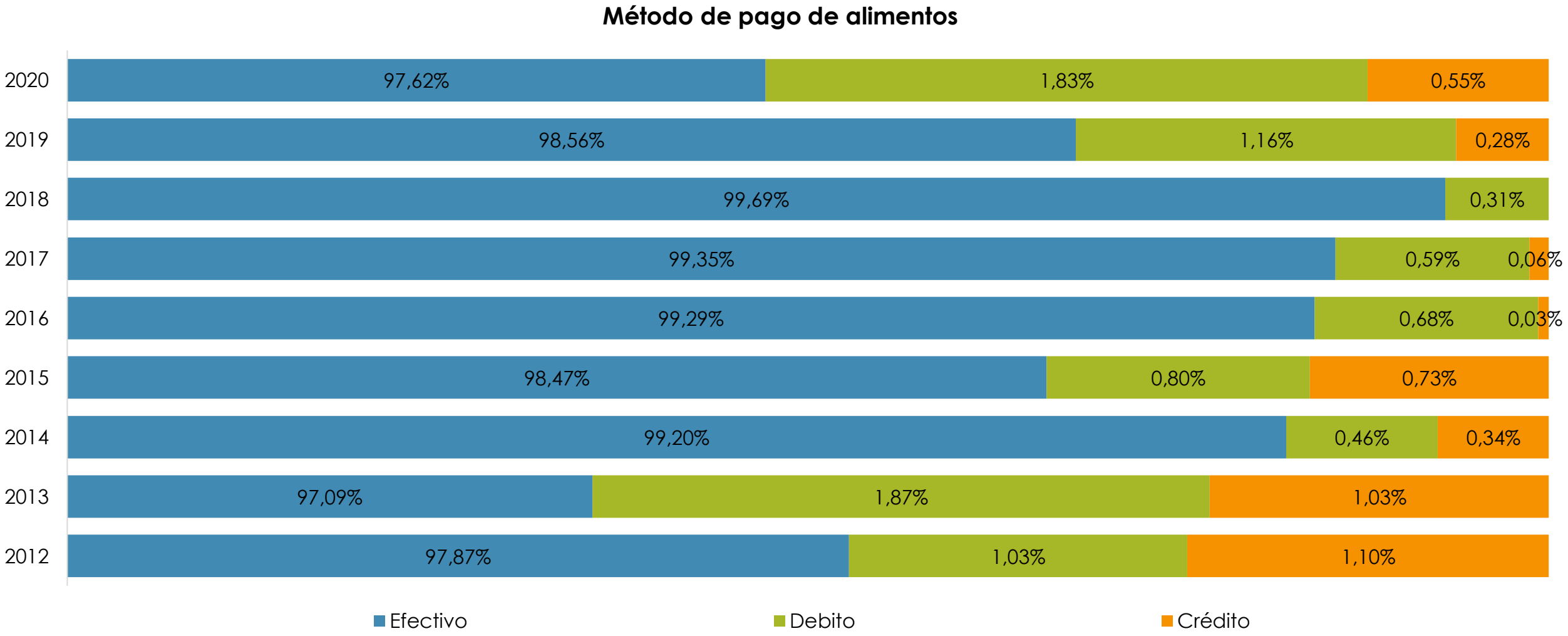


Junio 2020

ANDI Cámara de la Industria de Alimentos

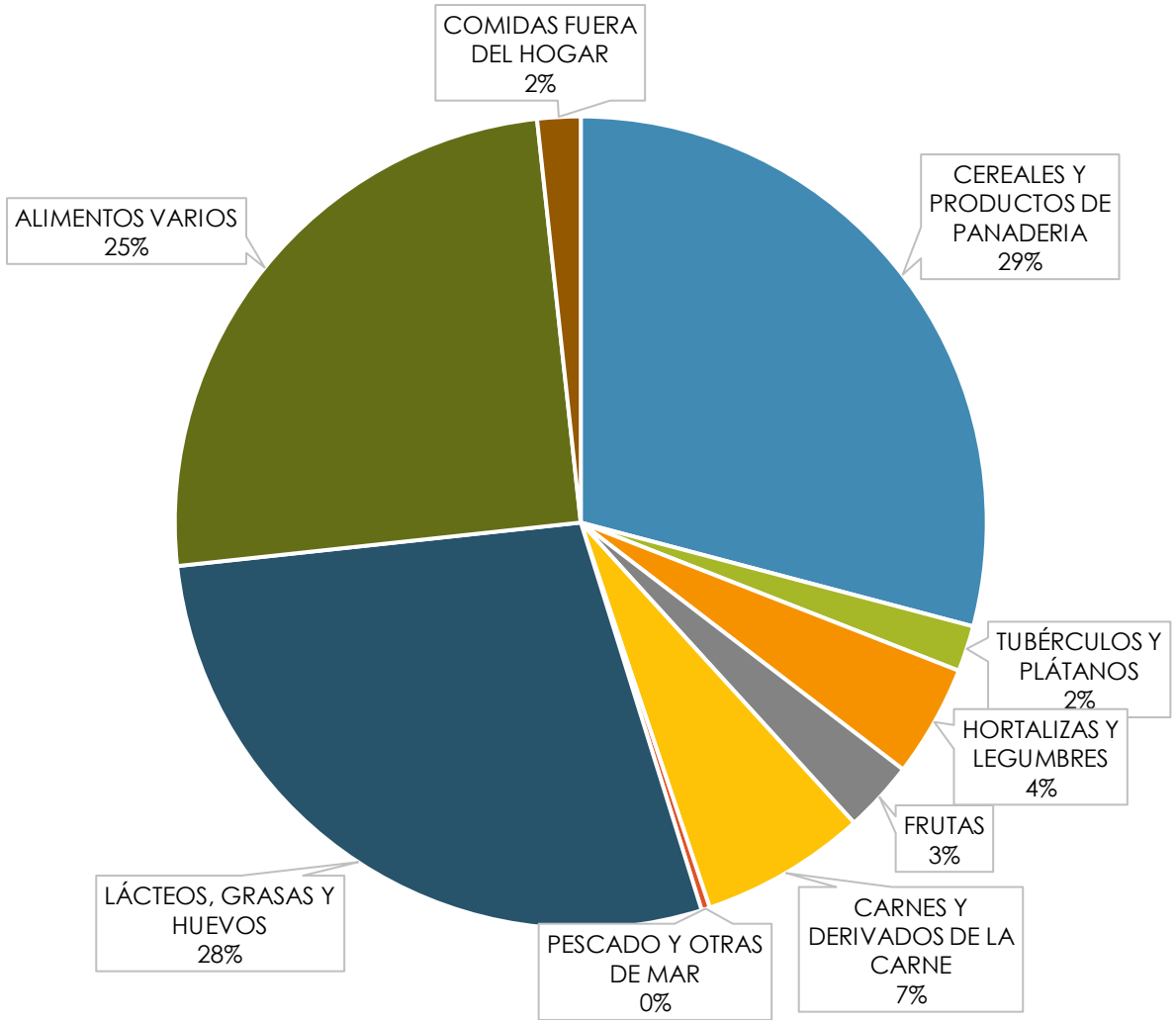
raddar.net

¿CÓMO PAGAN LOS ALIMENTOS?

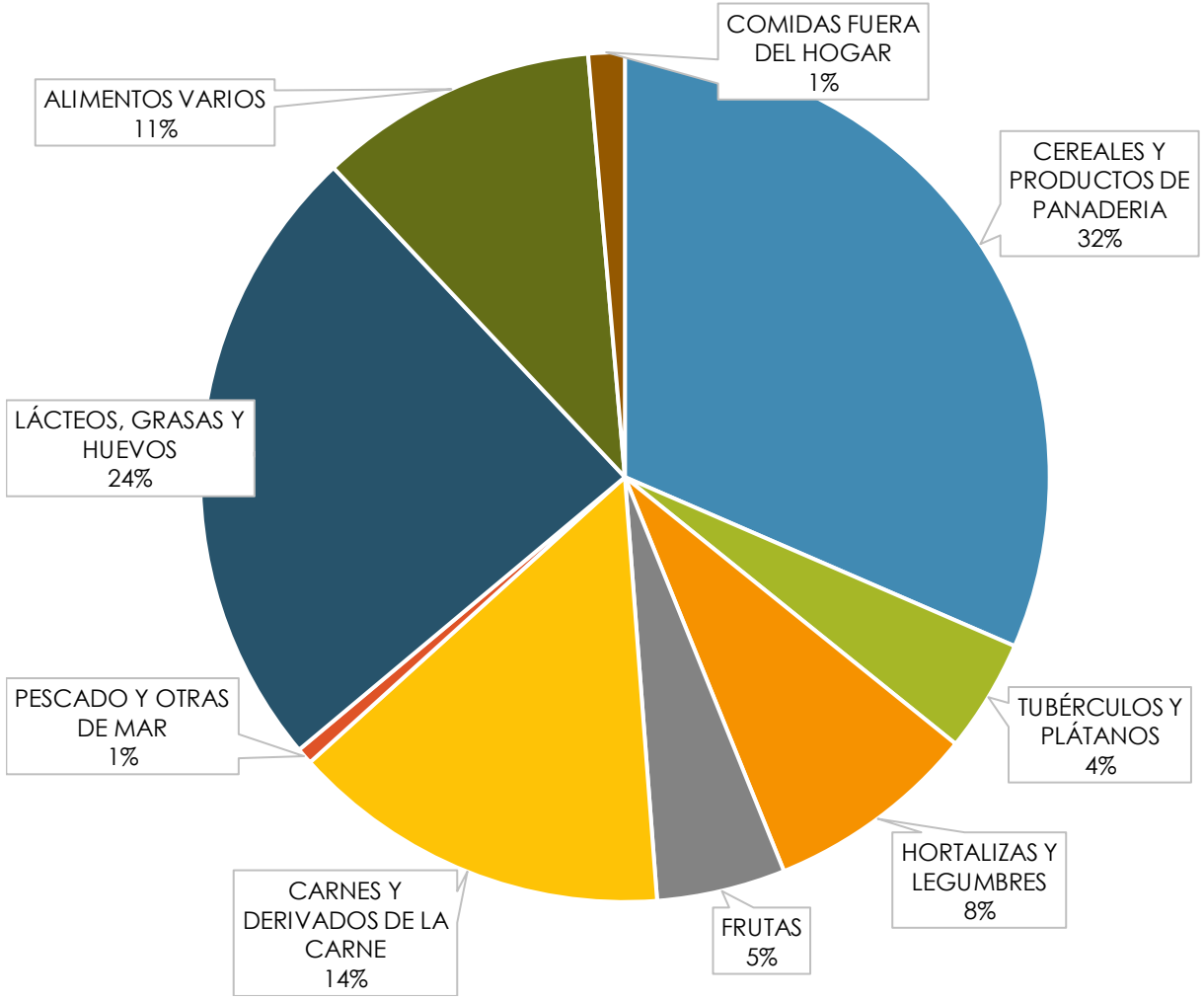


Autodeclaración por categorías

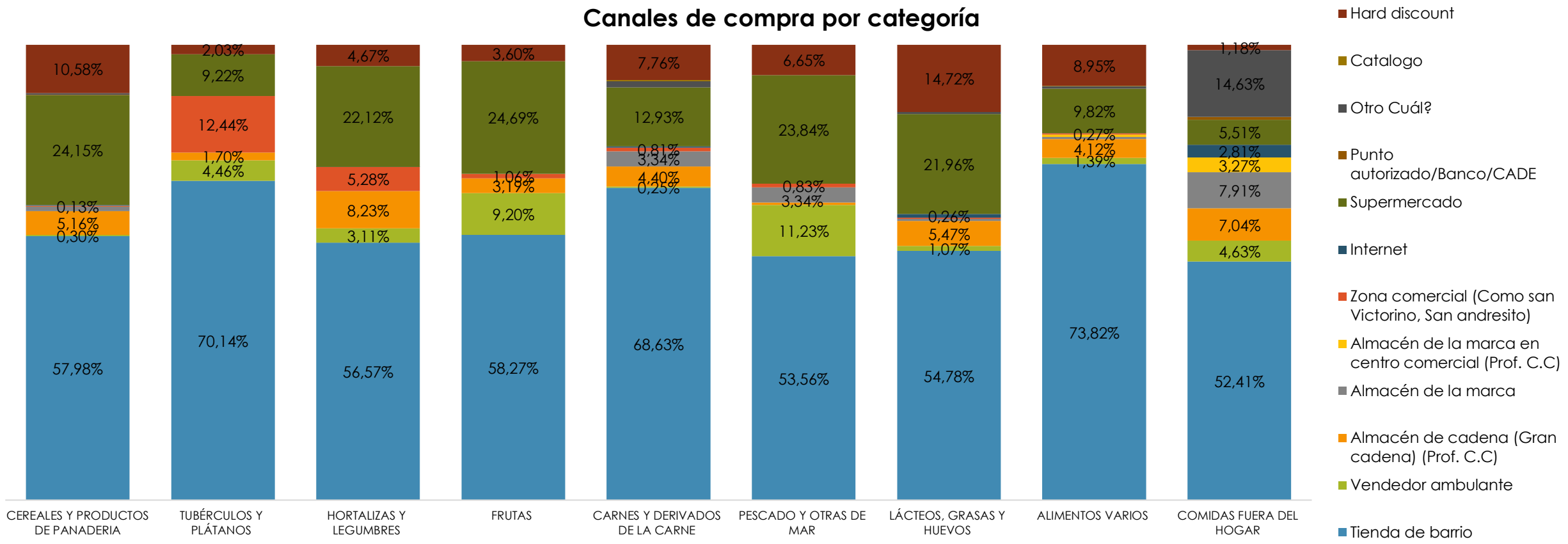
Categorías más autodeclaradas-IIQ 2019



Categorías más autodeclaradas-IIQ 2020



Canales de compra por categorías



Al analizar los canales de compra por categorías, se puede notar que para este trimestre, los alimentos más comprados en las tiendas de barrio son los alimentos varios, como los dulces, y los tubérculos y plátanos.
Por otro lado, se puede notar que la tienda de barrio está perdiendo participación en categorías como cereales, productos de panadería lácteos, grasas y huevos y alimentos varios, frente al supermercado y el hard discount, lo cual puede deberse a la relación calidad-precio que se encuentran en estos formatos.
De igual forma, se puede notar la importancia que ha cobrado el vendedor ambulante en categorías como frutas y pescados, lo cual podría relacionarse con la frescura de los productos que ofrecen estos vendedores y el precio.

GRACIAS

Junio 2020